**Особенности становления и развития предпринимательства**

**в России и Республике Татарстан**

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| **ВВЕДЕНИЕ** | **С. 3** |
| **ГЛАВА 1. Теоретические подходы к пониманию сущности предпринимательства** | **С. 7** |
| 1.1.Сущность понятий: "предпринимательство", "предприниматель" | **С. 7** |
| 1.2 Основные функции предпринимательства | **С. 22** |
| 1.3. Виды предпринимательства | **С. 24** |
| **ГЛАВА 2. Роль предпринимательства в развитии экономики Российской Федерации** | **С. 31** |
| 2.1. Особенности развитие предпринимательства в России и за рубежом | **С. 31** |
| 2.2. Значение предпринимательства в социально-экономической  жизни страны  | **С. 48** |
| **ГЛАВА 3. Государственная поддержка предпринимательства в Республике Татарстан** | **С. 59** |
| 3.1. Государственные органы, регулирующие предпринимательскую деятельность в РТ | **С. 59** |
| 3.2. Нормативно-правовое регулирование предпринимательства в РТ | **С. 70** |
| 3.3 Проблемы в области развития предпринимательстваи основные пути их решения | **С. 76** |
| **ЗАКЛЮЧЕНИЕ** | **С. 79** |
| **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ** | **С. 82** |
| **ПРИЛОЖЕНИЯ** |  |

**ВВЕДЕНИЕ**

**Актуальность.** Основу рыночной экономики любой страны составляет предпринимательство, осуществляемое малыми и средними предприятиями.

 Предпринимательство как одно из конкретных форм проявления общественных отношений способствует не только повышению материального и духовного потенциала общества, не только создает благоприятную почву для практической реализации способностей и талантов каждого индивида, но и ведет к единению нации, сохранению ее национального духа и национальной гордости.

Статистика показывает, что в развитых странах на долю их производства приходится более половины всей производимой продукции. В России этот показатель гораздо ниже в силу несовершенства законодательства, регулирующего сферу предпринимательства, недостаточного инвестирования, высокой налоговой нагрузки и т.д.

Важность развития предпринимательства в России нельзя переоценить.

Во-первых, предпринимательство обеспечивает необходимую мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию и кооперацию, без которых немыслима его высокая эффективность.

Во-вторых, он способен не только быстро заполнять ниши, образующиеся в потребительской сфере, но и сравнительно быстро окупаться.

 В-третьих, создавать атмосферу конкуренции. В-четвертых, он создает ту среду и дух предпринимательства, без которых рыночная экономика невозможна.

Важной функцией предпринимательства является его социальная функция, связанная с возможностью поглощать большую часть незанятой рабочей силы, снижать социальную напряженность, возникающую в условиях хронической безработицы, экономических кризисов.

Экономически выгодно и актуально, чтобы появление большого числа в России малых фирм привело к созданию новых рабочих мест, принесло реальные деньги в бюджет государства, что особенно важно, учитывая необходимость возрождения экономики Российской Федерации в современных условиях рынка.

Но предпринимательству также нужна поддержка, для чего необходимо:

- качественное улучшение информационно-методической базы;

- проведение инвентаризации бездействующих производственных площадей крупных госпредприятий;

- разработка и распространение на этой основе различных экономических и правовых механизмов использования объектов государственной собственности субъектами предпринимательства;

- обеспечение правовых и организационных основ участия субъектов предпринимательства в приватизации федерального имущества.

Во всем вышесказанном и заключается актуальность избранной нами темы исследования.

**Теоретико-методологические основы исследования.** Теоретической и методологической основой дипломной работы служат труды ведущих в области исследования предпринимательства отечественных и зарубежных ученых.

Среди этой массы исследований можно выделить труды, которые имеют теоретический характер, исследуя законы функционирования предпринимательства. Это работы следующих авторов Б.А. Райзберга, В.Я.Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара и др.

При этом имеются труды, которые представляют собой практической руководство по организации собственного дела. Это, прежде всего, труды Б.С. Баженова, Ю.А.Баженова, И.Лебедевой и др.

Можно отдельно выделить блок литературы, предметом исследования которых является государственная политика в области предпринимательства. Среди таких трудов можно назвать таких авторов как М. А. Букаминой, И.М. Ивановой, Р. Макинтайр, М. Н. Масленникова и др.

Большое значение при анализе развития предпринимательства в Российской Федерации играют нормативно-правовые акты. Существует Закон РФ «О государственной поддержке предпринимательства в РФ», который закладывает основы нормативно-правового регулирования частного предпринимательства в России и, соответственно, в Республике Татарстан. Наиболее важным, с правовой точки зрения, для эффективной реализации государственной политики в сфере поддержки предпринимательства является Федеральный закон «О государственной поддержке и среднего предпринимательства в России». Принятый в 1995 году, он до сих пор играет исключительную роль в правовом регулировании взаимоотношений между государством и предпринимательством, хотя и имеет свои недостатки.

Федеральные программы поддержки предпринимательства занимают важное место в регулировании предпринимательства в РФ.

Так как наш предмет исследования лежит в области развития предпринимательства в Республике Татарстан в работе имеется анализ «Программы поддержки предпринимательства в Республике Татарстан на 2005-2010 годы», которая отражает особенности современного периода становления сектора предпринимательства и специфические задачи, которые ставит республика в области создания условий наиболее благоприятных для развития предпринимательства.

В качестве методов исследования в дипломной работе использовались системный анализ, сравнительный метод, прогнозирования и др.

**Целью данной работы** является исследование процессов становления и развития предпринимательства в России и Республике Татарстан.

Для достижения данной цели были поставлены **следующие задачи:**

 - изучение учебно-методической и научной литературы, статей, журналов и других материалов по теме работы, информации ресурсов Интернета по вопросам работы;

- исследование понятия и основных характеристик предпринимательства;

- исследование предпринимательства как элемента современной рыночной системы;

- исследование правового регулирования и организации предпринимательства в Республике Татарстан;

- анализ проблем в области развития предпринимательства.

**Объектом исследования** в работе является предпринимательство как социально- экономическое явление.

**Предмет исследования** – развитие предпринимательства в России и Республике Татарстан.

**Структура работы.** Работа состоит извведения, трех глав, заключения, списка использованных источников и литературы.

**ГЛАВА 1. Теоретические подходы**

**к пониманию сущности предпринимательства**

**1.1. Сущность понятий: "предпринимательство", "предприниматель"**

Основу рыночной экономики любой страны составляет предпринимательство, осуществляемое малыми и средними предприятиями.

Для того чтобы исследовать предпринимательство как социально-экономическое явление, присущее каждой стране с рыночной экономикой, необходимо определиться с понятием «предпринимательство». Данная теоретическая конструкция эпицентром теории предпринимательства.

При этом нужно отметить, что ни за рубежом, ни в России еще пока не создана общепринятая экономическая теория предпринимательства, хотя потребность в такой теории давно уже стала весьма насущной. "Три волны" развития теории предпринимательской функции - так условно можно охарактеризовать развитие процесса научного осмысления практики предпринимательства[[1]](#footnote-1).

"Первая волна", которая возникла еще в XVIII в., была связана с концентрацией внимания на несении предпринимателем риска. Французский экономист шотландского происхождения Р. Кантильон в XVIII в впервые выдвинул положение о риске в качестве основной функциональной характеристики предпринимательства. Согласно Р. Кантильону, предприниматель есть любой индивид, обладающий предвидением и желанием принять на себя риск, устремленный в будущее, чьи действия характеризуются и надеждой получать доход, и готовностью к потерям.

"Вторая волна" в научном осмыслении предпринимательства связана с выделением инновационности как его основной отличительной черты. Основоположником этого направления является один из крупнейших представителей мировой экономической мысли Йозеф Шумпетер[[2]](#footnote-2). В своих новаторских работах Й. Шумпетер рассматривал предпринимателя как центральный элемент механизма экономического развития. По его мнению, в основе экономического развития лежит особая функция предпринимателя, проявляющаяся в стремлении использовать "новую комбинацию" факторов производства, следствием чего является нововведение, инновация.

И первая, и вторая "волны" развития теории предпринимательской функции были основаны на многофункциональности предпринимательской роли, что вело к излишней односторонности в толковании проблем предпринимательства. Полифункциональная модель предпринимательства связана с появлением "третьей волны" в результате теоретических изысканий Й. Шумпетера, а также неоавстрийской школы экономического анализа, наиболее видными представителями, которой были Л. Мизес и Ф. Хайек.

"Третья волна"отличается сосредоточением внимания на особых личностных качествах предпринимателя и на роли предпринимательства как регулирующего начала в уравновешивающей экономической системе.

Современный этап развития теории предпринимательской функции можно отнести к "четвертой волне", появление которой связывается с переносом акцента на управленческий аспект в анализе действий предпринимателя, а, следовательно - с переходом на междисциплинарный уровень анализа проблем предпринимательства[[3]](#footnote-3).

### Рассмотрим имеющиеся современные трактовки понятия «предпринимательство» в рамках «четвертой волны» развития бизнеса.

### Итак, в основе российского законодательства лежит следующее определение предпринимательства: предпринимательская деятельность самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность граждан и их объединений, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке[[4]](#footnote-4). В РФ регулирование предпринимательской деятельности основывается на нормах гражданского права. Данное определение имеет правовую направленность и не отражает социально-экономической сущности предпринимательства.

В Большом энциклопедическом словаре содержится следующая трактовка предпринимательства: предпринимательство - инициативная, самостоятельная деятельность граждан без образования юридического лица, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность или от имени чьего-то и под чью-то имущественную ответственность. Предприниматель может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, если они не запрещены законом, с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя[[5]](#footnote-5). Это определение достаточно четкое. Но с точки зрения науки менеджмент нам более подходит следующая трактовка исследуемой категории.

В ряде научных работ под предпринимательством понимается деятельность, осуществляемая небольшой группой лиц, или предприятие, управляемое одним собственником[[6]](#footnote-6). Здесь трактовка предпринимательства тесно переплетается с понятием предприниматель, идет привязка к конкретному человеку.

Тоже самое можно сказать и в отношении следующей трактовки. «Предпринимательство» - это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при определенных установленных законами, государственными органами или другими представительными организациями критериях.[[7]](#footnote-7)

Итак, в работе под предпринимательством понимается особый вид экономической активности, которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности и инновационной предпринимательской идее.

В основу этого определения легло такое понятие как экономическая активность, которая представляет собой форму участия индивида в общественном производстве и способ получения финансовых средств для обеспечения жизнедеятельности его самого и членов его семьи.

В работе к предпринимательству будут относиться субъекты малого и среднего бизнеса.

Малое предприятие (фирма) может быть отнесено к категории как к малого, так и среднего предпринимательства, в зависимости от критериев оценки тех или иных международных и государственных органов, от нормы критериев оценки, различных для предприятий, работающих в разных отраслях экономики одной страны. Поэтому под субъектом предпринимательства будем подразумевать субъекты и среднего предпринимательства.

Согласно Федеральному закону от 14 июня 1995 г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке предпринимательства в Российской Федерации», к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся:

* коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов не превышает 25%, доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами предпринимательства, не превышает 25% и в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней: в промышленности - 100 человек; в строительстве - 100 человек; на транспорте - 100 человек; в сельском хозяйстве - 60 человек; в научно-технической сфере - 60 человек; в оптовой торговле - 50 человек; в розничной торговле и бытовом обслуживании населения - 30 человек; в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности - 50 человек;
* индивидуальные предприниматели без образования юридического лица.

В виду отсутствия статистических данных о численности индивидуальных предпринимателей без образования юридического лица (в квартальном разрезе) и объеме оборота обзор в основном относится только к первой группе субъектов предпринимательства.

Предпринимательской формой участия индивида в общественном производстве является одна функциональная общественная обязанность или их комбинация, когда он выступает в качестве:

1. собственника каких-либо объектов, недвижимости и т. д., приносящих ему постоянный и гарантированный доход;
2. наемного работника, продающего свою рабочую силу;
3. индивидуального производителя;
4. государственного или муниципального служащего;
5. менеджера;
6. пенсионера;
7. учащегося или студента;
8. безработного;
9. занятого оборонно-охранной деятельностью;
10. вовлеченного в экономически преступную деятельность[[8]](#footnote-8).

Предпринимательство выступает в качестве особого вида экономической активности, ибо его начальный этап связан, как правило, лишь с идеей - результатом мыслительной деятельности, впоследствии принимающей материализованную форму.

Предпринимательство характеризуется обязательным наличием инновационного момента, такого как производство нового продукта, новая система управления производством, качеством, внедрение новых методов организации производства или новых технологий.

Основным субъектом предпринимательской активности выступает предприниматель. Это следующее центральное понятие нашего дипломного исследования. Поэтому остановимся на трактовке понятия «предприниматель» подробнее.

В рамках юридического похода к определению понятия «предприниматель» предприниматель - это владелец предприятия, фирмы, а также вообще деятель в экономической, финансовой сфере.

В рамках психологического подхода - предприниматель – это предприимчивый и практичный человек[[9]](#footnote-9).

## В работе под предпринимателем будет пониматься тип руководителя, который:

## - стремится изменить динамику развития деятельности;

## - активно ищет новые направления деятельности и возможности расширения номенклатуры продукции;

## - добровольно принимает на себя риск.

Данное определение наиболее полно демонстрирует социально-экономическую роль предпринимателя как новатора, как единицу, лежащую в основе развития страны и т.п.

Движущим мотивом предпринимательской деятельности является получение предпринимательского дохода, который идет на развитие этой деятельности и на самообогащение. Здесь речь о чисто экономических мотивах. В литературе нередко отмечают и другой фактор - самоутверждение личности, когда предпринимательство становится не просто деятельностью, а образом жизни.

Прежде всего, среди субстанциональных качеств, которыми должен обладать предприниматель, нужно назвать следующие умения (способности):

1. принимать нестандартные новаторские решения в стандартных и особенно в неопределенных ситуациях;
2. генерировать новые производственные и коммерческие идеи, оценивать их перспективность с точки зрения получения дополнительного дохода;
3. оперативно оценивать инновации с позиции их конечной эффективности; оценивать рыночную конъюнктуру с позиции получения дополнительной прибыли;
4. рисковать;
5. анализировать информацию и делать правильные с позиции рыночной конъюнктуры выводы[[10]](#footnote-10).

Эти способности предпринимателя реализуются в совокупности основных способностей его практической деятельности. Среди них:

1. изучение потребностей покупателей и их платежеспособности;
2. определение параметров изделий, вида производства, объемов выпуска товаров, намеченных к производству, рынков сбыта и каналов движения продукции;
3. выявление, исходя из намеченной производственной программы необходимых сырьевых ресурсов и рынков, где нужное сырье можно закупить по наиболее низким ценам;
4. выбор наиболее совершенной технологической схемы производства и источник ее постоянного обновления;
5. организация и управление производством товаров, намеченных к продаже (См. рис. 2).

Рисунок 2

**Взаимосвязь предпринимателя и предпринимательской деятельности**

 

Нужно отметить, что предприниматель — не единственный субъект предпринимательской деятельности, хотя он и является основным.

В систему предпринимательской деятельности наравне с предпринимателем входит также:

1.потребитель как основной контрагент предпринимателя,

2.государство*,* которое в различных ситуациях может выступать в качестве помощника или противника.

3.наемный работник (если, конечно, предприниматель работает не в одиночку),

4. партне­ры по предпринимательству (если производство не носит изолированного от общественных связей характера) (См. рис.1).

 Рисунок 1

Субъекты предпринимательской деятельности

Государство

Партнер

Предприниматель

Потребитель

Наемный работник (работники)

 Итак, разберем поочередно взаимосвязь и взаимовлияние каждого субъекта предпринимательской деятельности.

1. Во взаи­моотношениях предпринимателя и потребителя предпринима­тель относится к категории активного субъекта, а потребителю свойственна, прежде всего, пассивная роль. При анализе стороны этих взаимоотношений потребитель вы­полняет роль индикатора предпринимательского процесса.Это понятно, поэтому все то, что составляет предмет деятельности предпринимателя, имеет право на реализацию только в случае позитивной (положительной) экспертной оценки потребителя*.* Такая оценка осуществляется потребителем и выступает как го­товность последнего приобрести тот или иной товар. Предприниматель, при планировании и организации своей деятельности никоим образом не может игнорировать настроения, жела­ния, интересы, ожидания, оценки потребителя.

Таким образом, целью предпринимателя выступает не­обходимость "завоевать' потребителя, создать круг собст­венных потребителей.

Основными средствами воздействия предпринимателя на потребителя выступают следующие факторы:

• новизна товара и его соответствие интересу потребителя;

**•** качество;

• цена, доступность товара;

• степень универсальности товара;

**•** внешний вид и упаковка;

• позитивные отличительные характеристики товара от то­варов других производителей и возможность потребите­ля ознакомиться с такими отличиями;

• возможность воспользоваться услугами послепродажно­го сервиса;

• соответствие общепринятым или государственным стан­дартам;

• престижность и привлекательность рекламы товара и т. д.

2. Роль государства как субъекта предпринимательского процесса может быть различной в зависимости от обществен­ных условий, ситуации, складывающейся в сфере деловой ак­тивности, и тех целей, какие ставит перед собой государство.

В зависимости от конкретной ситуации государство может быть:

• тормозом развития предпринимательства, когда оно создает крайне неблагоприятную обстановку для разви­тия предпринимательства или даже запрещает его;

• посторонним наблюдателем, когда государство прямо не противодействует развитию предпринимательства, но в то же время и не способствует этому развитию;

• ускорителем предпринимательского процесса, когда го­сударство ведет постоянный и активный поиск мер по во­влечению в предпринимательский процесс новых эконо­мических агентов (нередко такая целенаправленная дея­тельность государства вызывает "взрыв" предпринима­тельской активности и приводит к "буму" предпринима­тельства).

3.Наемный работник как реализатор идей предпринимателя также относится к группе субъектов предпринимательского про­цесса. Именно от него зависит эффективность и качество реали­зации предпринимательской идеи.

Известно, что каждому экономическому субъекту свой­ственны свои собственные интересы. Что касается предприни­мателя и наемного работника, то часть их планов совпадает (чем выше прибыль, тем выше заработная плата, к примеру), а часть носит полярно противоположный характер (предприниматель не заинтересован в высокой оплате труда, а наемный работник заинтересован). В таких случаях стороны вынуждены идти на поиск компромиссных вариантов, что и состав­ляет основу взаимоотношений этих двух субъектов предпри­нимательского процесса*.*

4. В современных условиях хозяйствования каждый предпри­ниматель функционирует в условиях достаточно глубокой спе­циализации производства, возникшей на основе разделения труда.

Любой предприни­матель нуждается в эффективных партнерских связях: только в таком случае он может эффективно действовать в рамках то­го или иного фрагмента целостного производственного процес­са. Идеальной является ситуация, когда все предприниматели образуют относительно изолированную от общего экономиче­ского процесса цепочку партнерских связей. Если взять для анализа целостный процесс производства, то он состоит как бы из множества фрагментов, каждый из ко­торых фокусируется в конкретной деятельности предпринима­теля.

В условиях рынка от предпринимателя требуется умение — и даже предрасположенность — действовать в союзе с други­ми предпринимателями и вести постоянный поиск наиболее эф­фективных партнерских связей, в ходе которого предпринима­тель осуществляет переориентацию своей деятельности.

Таким образом, при планировании своей деятельности предприниматель рассматривает партнера (партнеров) как субъект предпринимательского процесса, от формы взаимо­отношений с которым зависит уровень эффективности его деятельности.

Осуществление предпринимательской деятельности на эффективном уровне возможно лишь при наличии определенной общественной ситуации - предпринимательской среды, под которой понимается, прежде всего, рынок, рыночная система отношений, а также личная свобода предпринимателя, т. е. его личная независимость, позволяющая принять такое предпринимательское решение, которое, с его точки зрения, будет наиболее эффективным, действенным и максимально прибыльным.

Бытующие еще в некоторой части нашего общества опасения, что предприниматель в таких условиях действует только в своих интересах, беспочвенны и вредны: предприниматель в условиях рынка не может не ориентироваться на потребителя, ибо только от него одного зависит его прибыль, благополучие и перспектива.

Предпринимательская среда - общественная экономическая ситуация, включающая в себя степень экономической свободы, наличие (или возможность появления) предпринимательского корпуса, доминирование рыночного типа экономических связей, возможность формирования предпринимательского капитала и использования необходимых ресурсов. Показателем степени общественной свободы предпринимательства служит число вновь появляющихся самостоятельных предприятий[[11]](#footnote-11).

Развитие предпринимательства ведет к росту национального богатства и благосостояния нации (но не наоборот).

Формирование предпринимательской среды - проблема не только национальная, но и межстрановая. В рамках замкнутых межгосударственных группировок происходит процесс создания единого предпринимательского пространства, т. е. условия для осуществления предпринимательских функций становятся во всех этих странах все более схожими. Например, весьма актуальной для России остается проблема ее включения в европейское и мировое предпринимательское пространство. Только в случае такого включения может приостановиться процесс "утечки" российского капитала за рубеж.

Для появления предпринимательства как общественного феномена, а тем более для превращения его в основную организационную форму производства, необходима определенная предпринимательская среда, а значит и определенные условия, среди которых целесообразно выделить следующие:

1.Наличие соответствующих имущественных прав на условия и результаты производства.

Предприниматель обязательно должен быть собственником произведенного продукта и дохода, полученного в результате его реализации. Только при этих условиях возникает должная заинтересованность для осуществления предпринимательской деятельности. Что же касается капитала и земли, то здесь возможны варианты. Эти экономические ресурсы могут быть собственностью предпринимателя, а могут быть получены им в пользование на основе различного рода договоров: аренда, лизинг и др. Сегодня абсолютное большинство предпринимательских структур сочетают использование как собственных, так и привлеченных средств.

2. Определенная экономическая правовая и политическая среда. Формальное признание имущественных прав на условия и результаты производства может уживаться с другими правовыми нормами, регулирующими экономическую жизнь общества, но не обеспечивающими на деле достаточной степени экономической самостоятельности для предпринимательской деятельности. Конечно, абсолютной свободы в распоряжении своим имуществом собственник не имеет никогда. Но различного рода ограничения, формирующие экономическую среду, должны обеспечивать достаточный «коридор свободы».

Для предпринимателя важным для осуществления своей активности является получение достаточной самостоятельности при:

- выборе вида хозяйственной деятельности;

- определении потребителей товаров и поставщиков pecypсов;

- определении цен;

- распоряжении полученным доходом.

Если, к примеру, устанавливаются очень высокие налоги на прибыль или жестко регламентируются цены, предписывается, что производить и кому поставлять, регламентируется, какая доля прибыли должна использоваться на потребление, а какая реинвестироваться, т.е. возвращаться в производство, то в такой экономической среде трудно рассчитывать на высокую предпринимательскую активность. Создание благоприятной для предпринимательства среды предполагает наличие определенных правовых гарантий со стороны государства. Это означает:

- юридическую защиту прав предпринимателя, возмещение убытков, причиненных ему действиями, нарушающими эти права;

- государственный арбитраж как способ разрешения спорных экономических ситуаций;

- законодательное обеспечение свободы конкуренции, защиты потребителей от проявления недобросовестной конкуренции и монополизма, а также обеспечение других необходимых гарантий предпринимательской деятельности.

Для нормального развития предпринимательства необходима благожелательно настроенная политическая среда. Приход к власти политических сил, настроенных антипредпринимательски, может изменить как правовую, так и экономическую среду в негативном для предпринимательства направлении.

3. Полная экономическая ответственность за peзультаты деятельности

Отрицательными результатами предпринимательской деятельности могут быть:

- убыточность, т. е. превышение расходов над доходами;

- существенная потеря имущества;

- банкротство (признание полной неплатежеспособности).

Они вызываются разными причинами, в том числе и непредсказуемыми (действие природных сил, политические и военные конфликты и т. п.). Но как считает один из лидеров американского менеджмента Ли Якокка, есть только три причины банкротства фирмы:

первая — плохое управление,

вторая— плохое управление;

третья — плохое управление.

Предприниматель — это как раз то конкретное лицо, которое принимает на себя бремя ответственности, риск, неизбежный в предпринимательской деятельности. Делить ответственность и риск предпринимателю не с кем. Такое положение обязывает к пocтоянному самоконтролю экономической деятельности, требует напряженно искать пути повышения ее эффективности, проявлять изобретательность, гибкость и др.

4. Этика предпринимательства.

- Обязательность**.** Она формируется первоначально жесткой экономической ответственностью за обязательство, оформленное документально. Однако со временем главным гарантом соблюдения даже устных соглашений становится стремление сохранить “имидж”, образ обязательного партнера. Потеря этого образа грозит обернуться разрывом устоявшихся связей, что крайне отрицательно скажется на делах и карьере предпринимателя. Поэтому не удивительно, что, например, на большинстве бирж брокер сначала исполняет устное распоряжение клиента,(условия торгов требуют мгновенной реакции на ситуацию), которое после оформляется документально.

- Честное соперничество**.** Конечно, понятие «честность» в различных рыночных структурах не совпадает. Однако нечестное поведение всегда имеет своим последствием потерю партнеров и клиентов, что отрицательно сказывается на финансовых результатах бизнеса. Общая высокая культура и образованность. Больше шансов преуспеть — у человека, способного мыслить глубоко и масштабно, а для этого необходима осведомленность в достаточно широкой области знаний. Более того, от предпринимателя требуется «опережающее мышление», т. е. позволяющее прогнозировать развитие ситуации, принимать упреждающие решения. Контактность, умение общаться с людьми, заинтересовать их, мобилизовать на достижение поставленных целей. Предприниматель достигнет не многого, если взвалит всю работу на себя. Необходимо добиться того, чтобы привлеченные им работники вкладывали не только свой труд, но и свое творчество в организованное дело.

Итак, в данном параграфе диплома мы создали рамки исследования, которыми явились понятия «предпринимательство» и «предприниматель».

Итак, в работе под предпринимательством понимается особый вид экономической активности, которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности и инновационной предпринимательской идее[[12]](#footnote-12).

Отметим, что в работе к предпринимательству будут относиться субъекты малого и среднего бизнеса.

## Предприниматель - это тип руководителя, который:

## - стремится изменить динамику развития деятельности;

## - активно ищет новые направления деятельности и возможности расширения номенклатуры продукции;

## - добровольно принимает на себя риск.

В следующем параграфе дипломного исследования содержится анализ основных функций предпринимательства.

**1.2. Основные функции предпринимательства**

Переход к рынку формирует объективную необходимость возникновения нового типа хозяйственника - предпринимателя.

Предпринимательство - это сложный творческий вид деятельности, который охватывает широкий круг вопросов - экономических, организационно-управленческих, правовых (юридических), социально-психологических, направленный на абсолютную реализацию способностей, формирование и организацию производственного процесса и извлечение прибыли как вознаграждения за использованные интеллектуальные и личные ресурсы и т.п.

Для лучшего понимания сущности предпринимательства обратимся к выяснению его функций и роли в экономической системе.

Итак, предпринимательство выполняет три основных функции:

1. Ресурсную
2. Организаторскую
3. Творческую.

Ресурсная функция предпринимательства реализуется в мобилизации капитала, трудовых, материальных, информационных и других ресурсов для их производительного использования. Нацеленность предпринимателя на динамическую эффективность вынуждает его к постоянному поиску дополнительных ресурсов. Множество потенциальных ресурсов общества были бы невостребованы, не занимайся предприниматели их мобилизацией. Яркий пример тому — преобразования множества запущенных помещений и полуподвалов домов, подземных переходов в различного рода магазины, офисы и т. п.

Суть организаторской функции заключается в следующем: мобилизованные ресурсы могут принести пользу их собственнику, предпринимателю и обществу в целом лишь в том случае, если они будут должным образом использоваться. Поэтому предприниматель берет на себя функцию организации производства, сбыта, исследования рынка, научных разработок и т. п. Конечно, непосредственно организацией работы предприятия в тех или иных направлениях могут заниматься наемные менеджеры, но это не меняет существа дела. Ведь предприниматель проявил организаторские способности, уже хотя бы в том, что нашел нужных, способных эффективно управлять предприятиями людей. Кроме того, принятие принципиальных решений предприниматель всегда оставляет за собой.

Творческая функция входит в состав трех функций предпринимательства. Предприниматель постоянно нацелен на поиск новых решений. Стремление максимизировать прибыль или другой результат, признаваемый предпринимателем в качестве цели своей деятельности, не дает ему довольствоваться сложившимся положением. Он постоянно ищет, как улучшить свое дело. Появлением множества оригинальных научно-технических, экономических и организационных решений человечество обязано творческой функции предпринимательства.

Итак, данный параграф помог нам разобраться в том, какие функции выполняет предпринимательство. Исследовав функции, стало понятным, насколько важна роль предпринимательства в современной социально-экономической жизни Российской Федерации и Республики Татарстан.

**1.3 Виды предпринимательства**

Целью написания данного параграфа дипломной работы является исследование видов предпринимательства.

Подобно любому другому виду деятельности в предпринимательстве существует разделение труда. Обладая общими сущностными чертами, различные виды предпринимательства вместе с тем имеют и специфические характеристики.

В дипломной работе представлены два типа деления предпринимательства на виды. В основе первого способа лег сектор экономики, внутри которого функционирует предпринимательство.

В основе второго- способ извлечения прибыли.

Итак, предпринимательство как особая форма экономической ак­тивности может осуществляться как в государственном, так и в частном секторе экономики. В соответствии с этим различают: а) предпринимательство государственное; б) предпринимательство частное.

Государственные предпринимательство есть форма осуществления экономической активности от имени предприятия, учрежденного:

 а) государственными ор­ганами управления, которые уполномочены (в соответствии с действующим законодательством) управлять государ­ственным имуществом (государственное предприятие), или

б) органами местного самоуправления (муниципальное пред­приятие). Собственность такого рода предприятий есть форма обособления части государственного или муниципального иму­щества, части бюджетных средств, других источников. Важной характеристикой таких предприятий выступает то обстоятель­ство, что они отвечают по своим обязательствам только иму­ществом*,* находящимся в их собственности (ни государство не отвечает по их обязательствам, ни они сами не отвечают по обя­зательствам государства).

Частное предпринимательствоесть форма осуществления экономической активности от имени предприятия (если оно зарегистрировано в качестве таково­го) или предпринимателя (если такая деятельность осуще­ствляется без найма рабочей силы, в форме индивидуальной трудовой деятельности).

Конечно, каждый из этих видов — государственное и част­ное предпринимательство — имеет свои отличительные при­знаки, но основные принципы их осуществления во многом сов­падают. И в том и в другом случае осуществление такой дея­тельности предполагает инициативность, ответственность, инновационный подход, стремление к максимизации прибы­ли.

Объективной основой выделения различных видов предпринимательства выступает также процесс движения средств предпринимателя.

Одним из решающих критериев при выборе сферы деятельности для предпринимателя выступает размер прибыли, полученный в течение определенного времени в расчете на единицу авансированных средств. Этот показатель принято называтьнормой прибыли[[13]](#footnote-13).

Итак, в дипломной работе на равнее с частным и государственным предпринимательством выделяются следующие виды предпринимательства:

1. Промышленное предпринимательство
2. Торговое предпринимательство
3. Кредитное предпринимательство.

Итак, разберем основные характеристики видов предпринимательства.

При промышленном предпринимательстве предприниматели избирают сферой приложения своих способностей создание материального продукта как основы удовлетворения потребностей общества. Поскольку одной из основных отраслей, где создается материальный продукт, выступает промышленность, то такой вид предпринимательства принято называть промышленным, хотя оно охватывает и другие отрасли (строительство, сельское хозяйство и т. п.).

Промышленное предпринимательство решает следующие главные задачи:

- создает материальный продукт, который в состоянии удовлетворить базовые потребности людей (предметы потребления) и служит капиталом для всех сфер предпринимательства (средства производства);

- реализует основные научно-технические идеи, закладывая фундамент экономического прогресса общества в целом. Специализация на этом виде предпринимательства позволяет сократить ту часть времени оборота, которая связана с созданием продукта. Она складывается из времени нахождения приобретенных средств производства в виде производственных запасов, собственно создания продукта, организационных и технологических перерывов. Сокращение времени собственно производства и технологических перерывов (сушка окрашенного, остывание разогретого, подогрев холодного и т.п.) зависит от степени реализации в производстве новых технических и технологических решений. Время организационных перерывов (обед, отсутствие третьей смены, сбои с поставками сырья и т.п.) определяются качеством реализации организаторской функции предпринимательства. Однако здесь следует, в частности, отметить необходимость взвешенного подхода к решению вопроса о введении ночной смены. Хотя с точки зрения сокращения времени оборота это положительный эффект, но социальные потери (негативное отношение к ночным сменам работников, снижение внимательности и качества работы в ночные часы и т.п.) могут оказаться выше.

Необходимо особо рассмотреть время нахождения средств производства в производственных запасах. Идеальный случай — «работа с колес», когда сырье даже не складируется, а сразу идет в производство. Но такое возможно лишь при высокой степени надежности поставщиков, транспортных сообщений и т. д. Ведь небольшая задержка с поставками может вызвать остановку производства и огромные убытки. Поэтому сокращение времени нахождения средств производства в производственных запасах во многом определяется уровнем совершенства другого вида предпринимательства — торгового.

Следующий вид предпринимательства - торговое предпринимательство.

Торговое предпринимательство - это особый вид предпринимательства, связанный главным образом с доведением продукта от производителя до потребителя. Не создавая нового материального продукта, торговое предпринимательство реализует особый товар — услугу, ускоряя и в целом удешевляя процесс движения товара. Это можно объяснить следующими причинами*:*

1. Специализация предпринимателя на торговой деятельности позволяет ему лучше изучить состояние рынка, оперативно учитывать его конъюнктуру.

2. Сокращаются затраты по обслуживанию процесса обращения (постоянное и полное использование складских помещений, сокращение транспортных расходов, уменьшение затрат по продвижению товара на рынке).

Современное торговое предпринимательство ориентировано на переход от философии сбыта, когда условием успеха фирмы считается умение продать наибольшее количество товара по наиболее высоким ценам, к философии маркетинга, предполагающей ориентацию на продажу именно нужного для покупателя товара, способного лучше удовлетворить его потребности. Такой подход позволяет сформировать устойчивый круг покупателей, дает гарантию повторного обращения к предпринимателю в случае возобновления потребности. Складывается благоприятный имидж фирмы, что создает лучшие условия для предпринимательства. Торговое предпринимательство осуществляет посреднические функции как на рынке ресурсов, так и на рынке конечных товаров и услуг. Каждый из них имеет свои особенности. К специфическим чертам рынка материальных ресурсов можно отнести:

- особый объект купли-продажи — не конечный продукт, a продукт, возвращающийся в производство;

- ограниченное количество покупателей;

- более крупные размеры закупок;

Конечным покупателем, как правило, выступает производитель. Основными институтами торгового предпринимательства на рынке ресурсов являются биржи, торговые дома, оптовые фирмы, брокерские конторы и т.п. На рынках конечной продукции торговые предприниматели реализуют товары отдельным лицам, семьям (домохозяйствам) для личного потребления. Эти рынки характеризуются:

- значительным количеством покупателей;

- резкими отличиями потребителей друг от друга по возрасту, уровню доходов, образованию, взглядам и т. п.;

- большой сложностью предвидения поведения покупателя;

- непрофессионализмом покупателя.

В торговом предпринимательстве могут быть использованы два вида операций:

*-* комиссионные*,* осуществляемые по поручению клиента и за его счет. Доход торгового предпринимателя в данном случае составляют комиссионные, как правило, в процентах от стоимости сделки;

*-* коммерческие*,* которые осуществляются предпринимателем от своего имени и за свой счет. Его доход формируется за счет разницы между ценой продажи и ценой покупки.

Конечно, производитель мог бы сам организовать реализацию своего товара по рыночным ценам. Но это потребует от него дополнительных средств, времени, отвлечения от его основной деятельности. Поэтому для него оказывается предпочтительнее продать посреднику товар несколько ниже рыночной цены конечной реализации, недополучив при этом часть выручки, но сэкономить время и дополнительные расходы. Сегодня мы можем наблюдать ситуацию, когда многие крупные фирмы создают собственные подразделения, занимающиеся непосредственно сбытом продукции. Однако это не отрицает общей закономерности разделения сфер предпринимательской деятельности. Отдел сбыта и производственный отдел, хотя и находятся в пределах одной фирмы, но специализируются на различных видах предпринимательства.

Третий вид предпринимательства - кредитное предпринимательство**.**

Кредитное предпринимательство представляет собой разновидность предпринимательства, которая связана с аккумуляцией временно свободных денежных средств и последующим использованием их для предоставления кредита на принципах срочности, платности и возвратности. Как у предприятий, так и у домохозяйств, с одной стороны, возникают временно свободные денежные средства (например, накапливаемые средства для строительства нового цеха или откладываемые деньги для поездки во время отпуска на отдых), а с другой — периодически появляется временная потребность в дополнительных средствах. Примером последнего может служить стремление молодой семьи приобрести квартиру с последующей выплатой ее стоимости в течение нескольких лет или получение предприятием средств для выплаты заработной платы работникам до того, как будет реализована произведенная ими продукция. Кредит может предоставляться как в натуральной (потребительский и коммерческий), так и в денежной (банковский и межхозяйственный).

Потребительский кредит предоставляется в виде предметов потребления домохозяйствам с отсрочкой оплаты их стоимости. Она обычно вносится частями в течение определенного времени.

Коммерческий кредит предоставляется поставщиками сырья его потребителям с последующей оплатой стоимости по истечению определенного срока. Как правило, коммерческий кредит сопровождается выдачей векселя. Вексель *—* это долговое обязательство, выдавший которое обязуется уплатить в установленный срок указанную в векселе сумму.

Банковский кредит выдается в денежной форме специализированными кредитно-финансовыми учреждениями — банками.

Межхозяйственный кредит предоставляется в денежной форме предпринимателями друг другу.

Основная сфера кредитного предпринимательства — банковский кредит. Остальные виды кредита чаще всего выступают как «побочный продукт» другого вида предпринимательства (потребительский кредит — торгового предпринимательства, коммерческий кредит - промышленного предпринимательства).

Кредит выдается за определенную плату. Она может рассматриваться как цена кредита и называется ссудным процентом.

По мере развития рыночных отношений роль кредитного предпринимательства постоянно возрастает и сегодня практически нет такой сферы экономической жизни, которая так или иначе не была бы связана с деятельностью банков или других кредитных учреждений. Кредитная деятельность стала одним из определяющих факторов макроэкономической ситуации. Но в какой бы сфере ни действовал предприниматель, какой бы специфический рынок он ни обслуживал, заниматься своим делом он сможет только в условиях конкуренции.

**ГЛАВА 2. Роль предпринимательства**

**в развитии экономики Российской Федерации**

**2.1. Особенности развитие предпринимательства**

**в России и за рубежом**

Малые предприятия играют важную роль в механизме саморегулирования рыночной экономики развитых стран и Российской Федерации. Это обусловлено их тесными связями с крупным бизнесом как по линии субпоставок, так и по линии разработки нововведений. Серийное производство и организация сбыта нового продукта, требующие крупных капиталовложений, соответствующих производственных мощностей и ресурсов, не под силу малому бизнесу, и они передают их для внедрения крупным фирмам.

Подсчитано, что малый бизнес США дал около 50% всех нововведений и большинство новейших технологий, которые определяют лицо современного научно-технического прогресса[[14]](#footnote-14). Из 61 крупного открытия XX в. 48 были сделаны в малых и средних фирмах. Малые предприятия впервые разработали и внедрили: персональный компьютер, копировальную технику, крекинг нефти, шариковую ручку. По данным Национального научного фонда США в расчете на 1 доллар, вложенный в научно-исследовательские работы, малые предприятия дали в четыре раза больше новинок, чем средние, и в 24 раза больше, чем крупные корпорации. На одного сотрудника малого предприятия по статистике приходится в 2,5 раза больше инноваций, чем на работника крупного предприятия[[15]](#footnote-15).

Особенностью малого бизнеса в развитых странах в современных условиях является его интеграция в производственные сети крупных промышленных структур. Организационными формами такой интеграции являются финансируемый лизинг, франчайзинг, долгосрочные контракты на поставки комплектующих изделий под определенные финансовые гарантии. Число мелких и средних предприятий, охваченных такой формой хозяйственных отношений, составило в США в конце 80-х годов 50 тыс. с объемом продаж 632 млрд долл. По оценкам оборот фирм на основе франчайзинга может возрасти к 2005 г. до 1 трлн долл.[[16]](#footnote-16)

Малые предприятия, окрепнув технологически и в финансовом отношении, обычно переходят в разряд средних предприятий. Именно субподрядные связи малых предприятий служат непременным условием их последующего выхода на арену самостоятельной конкурентной деятельности. Не прошедшие этап субподрядной деятельности малые предприятия, напротив, не смогли подняться до высокого уровня механизации и выпуска продукции. Малые предприятия, будучи мобильными, легко перемещаются в перспективные ниши экономики. Они играют важную роль для решения проблем занятости и безработицы. Малые предприятия играют важную роль в региональной политике развитых стран, содействуя развитию промышленно отсталых регионов. Они организуются с целью разработки местных ресурсов, освоение которых крупными предприятиями является нерентабельным. Малые предприятия создаются с учетом местных традиций, с использованием новейших технологий и развитой информационной сети.

Охарактеризуем некоторые страны с рыночной экономикой по степени развития предпринимательства.

В 1993 г. в США было создано 630 тыс. новых фирм, а в 2003 г., согласно аналитикам, в мелких компаниях трудилась более 70% американских рабочих и служащих. Вопросами предпринимательства в США занимается Комитет предпринимательства в Сенате США[[17]](#footnote-17); Администрация предпринимательства США–АМБ[[18]](#footnote-18); Министерство торговли США[[19]](#footnote-19).

Предпринимательство США составляют высокий процент в таких отраслях промышленности, как швейная (40%), резинотехническая и пластмассовая (23%), обувная (23%).

Теперь считаем нужным перейти к целям и основным направлениям государственного регулирования и содействия развитию малого предпринимательства за рубежом.

Во всех странах с развитой рыночной экономикой осуществляется государственное регулирование и поддержка малого предпринимательства. Для этого созданы специальные государственные организации, выражающие и защищающие интересы малого предпринимательства, следящие за выполнением намеченных правительственных программ. Государственная поддержка малого предпринимательства опирается на законодательную правовую и финансовую базу, а также на организационно-методическую систему и систему различных исследований.

Особый интерес государство проявляет к той части малого бизнеса, которая ведет интенсивную научно-производственную деятельность. С середины 70-х годов одной из важнейших задач государственного регулирования и содействия развитию малого бизнеса стала задача создания новейших технологий, которые требуют крупномасштабных, междисциплинарных исследований, и следовательно, больших затрат финансовых средств, которые малые предприятия самостоятельно осуществлять не в состоянии. Сами технологии и процесс их возникновения стали в современных условиях не менее важным объектом промышленной политики, чем отрасли и товарные рынки.

Государственное регулирование и содействие развитию малого предпринимательства имеет целью:

* создание правовых и организационных условий для роста деловой активности малых предприятий;
* реализацию экономической политики, включая научно-техническую, инновационную, инвестиционную, ценовую;
* реализацию налоговой и кредитно-финансовой политики для обеспечения эффективного развития малого бизнеса;
* оказание малым предприятиям содействия в осуществлении внешнеэкономической деятельности;
* применение по отношению к малым предприятиям специальных мер поддержки с учетом особенностей каждой отрасли и региона, отдельных групп предпринимателей и видов деятельности: поощрение ремесел, сезонных работ, артельных и семейных форм организации деятельности;
* упрощение порядка регистрации и форм отчетности, сокращение перечня лицензируемых видов деятельности. Например, в США для открытия единоличной фирмы достаточно иметь разрешение (сертификат) от местных властей или властей штата и зарегистрировать торговое имя;
* снижение расходов по социальному страхованию. Содействие развитию малого предпринимательства призвано обеспечить реализацию целей государственной политики регулирования, а именно:
* поддержание занятости, социально-экономической стабильности, роста общего благосостояния населения;
* интенсификацию инвестиционных процессов;
* стимулирование инноваций путем финансирования разработок новой продукции.

В странах с развитой рыночной экономикой государственная поддержка предпринимательства опирается на соответствующее законодательство. Во всех странах созданы специальные государственные организации, выражающие и защищающие интересы малого предпринимательства, следящие за выполнением намеченных правительственных программ. Получили распространение две формы государственной поддержки:

* законодательное установление долгосрочных программ развития малого бизнеса;
* включение малого бизнеса составной частью в государственные экономические и социальные программы.

В *США* малый бизнес институционально организован и интегрирован в государственные структуры через специальные комитеты Конгресса, Администрацию по делам малого бизнеса, систему региональных ассоциаций, инкубаторов малого бизнеса[[20]](#footnote-20).

Особое место в государственной политике США уделяется развитию экспортных возможностей сектора предпринимательства. Для этого, был разработан ряд программ финансовой и технической поддержки экспортно-ориентированных предпринимательства. Вопросами развития экспортных возможностей предпринимательства занимаются 16 федеральных министерств и ведомств, в их числе: Комитет предпринимательства в Конгрессе США[[21]](#footnote-21);

Наиболее широкими возможностями в поддержке и развитии в секторе предпринимательства обладает АМБ, в которой был создан Департамент международной торговли – OIT, координирующий деятельность всей инфраструктуры развития экспортных возможностей пре в вопросах методической, технической, финансовой и организационной помощи[[22]](#footnote-22). Общий объём экспортных кредитов АМБ по этим программам в 2003 г. составил $700 млн. Программа поддержки АМБ приведена в таблице 5 (См. Приложение).

Создание новых производств за рубежом требует крупных инвестиций и для этого Правительство США создало в 1971 г. «Корпорацию частных зарубежных инвестиций» - OPIC)[[23]](#footnote-23). Благодаря комплексной государственной поддержке, в течение ряда лет обеспечивается устойчивые темпы роста количества экспортно-ориентированных МП (на уровне 10-12% в год), при возрастании экспортных продаж примерно на 14-15%, тогда как рост экспорта США за последние 4 года удерживается на уровне 10-13%[[24]](#footnote-24).

В *Японии* регулирующая роль государства отражена в законах об основах политики по отношению к малым и средним предприятиям, содействии их модернизации, руководстве их деятельностью; в Законе о Центральном кооперативном банке для торговли и промышленности и ряде других.

Развитие инновационного и экспортного потенциала сектора малого и среднего бизнеса в Японии приведено в таблице 8[[25]](#footnote-25) (См. Приложение).

Министерство экономики, торговли и промышленности Японии является разработчиком государственной стратегии развития экономики страны и, в частности, координирует всю национальную систему поддержки и развития предпринимательства. Последствия экономического спада, начавшегося после финансового кризиса в 1998 г. значительно ухудшили положения сектора малого и среднего бизнеса. В этой связи Правительство Японии и METI приняло ряд мер по оздоровлению национальной экономики и развитию малого и среднего бизнеса, особенно в сфере наукоемких и высокотехнологичных производств, обеспечивающих увеличение экспортного потенциала страны.

Для этого в 1999 г. были введены значительные изменения в "Основной закон о малом предпринимательстве", способствовавшие адаптации сектору малого и среднего бизнеса к существенным изменениям в экономике, связанным с революцией в информационных и высоких технологиях, глобализацией рынков и обострением конкуренции. В новой редакции закона, поднята роль сектора малого и среднего бизнеса как источника динамичного развития национальной экономики[[26]](#footnote-26). Приоритетными направлениями дальнейшего развития малого и среднего бизнеса являются поддержка инновационных и венчурных предприятий, совершенствование системы управления предприятиями и повышение их устойчивости для повышения их конкурентоспособности на мировых рынках. Для коренной модернизации производственных малого и среднего бизнеса (переоснащение современны оборудованием и широкое применение новейших технологий, улучшение условий труда и др.) в 3,3 раз увеличен размер уставного капитала. При этом в сфере услуг размер предприятий вырос до 100 работников, а уставной капитал увеличился в 5 раз.

Для оживления совместной деятельности НИИ, университетов и предприятий частного бизнеса, работающих в области создания новых промышленных технологий были дополнительно выделены Ґ72,2 млрд. бюджетных средств. С целью стимулирования создания при университетах дочерних предприятия для трансферта технологий в промышленность в 2004 г. увеличены ассигнования с Ґ36,2 до Ґ47,7 млрд. [[27]](#footnote-27)

Это позволит через 3 года создать 1000 новых инновационных предприятий частного бизнеса. Ожидается, что в ближайшие 5 лет это позволит в 10 раз увеличить количество патентов выдаваемых в стране.

Значительную информационную, консультативную и техническую поддержку экспортерам оказывает государственная «Японская организация внешней торговли» . JETRO была создана в 1958 г. в целях продвижения японского экспорта на международные рынки. В настоящее время деятельность этой организации направлена, с одной стороны, на расширение зарубежных инвестиций в национальную экономику, а с другой стороны, на помощь японским предприятиям частного бизнеса в развитии их экспортного потенциала[[28]](#footnote-28).

Уже в 2004 г. экспорт японских товаров и услуг, по сравнению с 2003 г., возрос на 20,3% достигнув уровня $565,15 млрд. [[29]](#footnote-29)

В *Великобритании* законодательно принят ряд программ, в частности, программа расширения бизнеса, предусматривающая меры по налоговой поддержке малого предпринимательства, и Программа гарантированного проекта, облегчающая малым фирмам доступ к банковским кредитам.

В стране на данный момент функционирует 2,37 млн. предприятий, что свидетельствует о неуклонном росте предпринимательства в этой стране.

Государственная стратегия развития промышленности, поддержки малого и среднего бизнеса и расширения экспорта разрабатывается Министерством торговли и промышленности[[30]](#footnote-30). Начиная с 2000 г. предпринят ряд законодательных и организационных мер по созданию наиболее благоприятных условий для развития сектора малого и среднего бизнеса и расширению его экспортного потенциала. В составе DTI было образовано агентство «Службы предпринимательства» и реорганизован ряд других ведомств, занятых внешнеэкономической деятельностью[[31]](#footnote-31).

SBS объединяет деятельность всей национальной инфраструктуры поддержки предпринимательства включая сеть «Деловых связей» и координирует реализацию всех программ развития малого и среднего бизнеса, стремясь к созданию благоприятных условий для роста этого сектора экономики. Благодаря целенаправленной государственной политике, Великобритания занимает 6-е место в мире по общему объёму экспорта, а по объёму экспорта услуг вышла на 2-е место, что в значительной мере связано с развитием экспортных возможностей малого и среднего бизнеса. Программа поддержки SBS приведена в таблице 7[[32]](#footnote-32) (См. Приложение).

Государственное содействие развитию малого предпринимательства осуществляется по следующим основным направлениям:

* создание стабильных государственных и негосударственных источников ассигнований на поддержку малого бизнеса;
* использование рациональных механизмов контроля за расходованием выделенных средств;
* обеспечение деятельности контрольных и судебных органов по защите интересов малых предприятий;
* создание сети специализированных институтов, обеспечивающих реализацию государственной политики содействия малому предпринимательству, включающей: государственные органы власти; неправительственные объединения и организации; специализированные организации инфраструктуры; фонды, кредитные, страховые и гарантийные учреждения, технологические парки, бизнес-инкубаторы, промышленные зоны и полигоны, учебные, консультационные, информационные и обслуживающие структуры;
* осуществление прямого финансирования деятельности малых предприятий на основе специальных законов путем предоставления субсидий, дотаций, налоговых и инвестиционных льгот, компенсаций, выплат из фондов поддержки предпринимательства, размещения государственных заказов:
* разработка целевых программ государственной поддержки малого бизнеса на долгосрочную перспективу;
* оказание консультационной помощи предпринимателям; организация системы подготовки и переподготовки предпринимателей;
* предоставление малым предприятиям в аренду на льготных условиях помещений, оборудования, земельных участков.
* содействие внешнеэкономической деятельности малых предприятий.

Мы рассказали о малом бизнесе за рубежом, теперь считаем целесообразным привести некоторые статистические данные, показывающие уровень развития малого и среднего предпринимательства в некоторых зарубежных странах.[[33]](#footnote-33)

*Таблица 1*

Показатели развития предпринимательства[[34]](#footnote-34)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Страны | Количество малых и средних предприятий (тыс.) | Количество малых и средних предприятий на 10 тыс. жителей | Занято на малых и средних предприятиях (млн. чел.) | Доля малых и средних предприятий в общей численности занятий (%) | Доля малых и средних предприятий в ВВП (%, оценочно) |
| Великобритания | 2630 | 460 | 13,6 | 49 | 50-53 |
| Германия | 2290 | 370 | 18,5 | 46 | 50-52 |
| Италия | 3920 | 680 | 16,8 | 73 | 57-60 |
| Франция | 1980 | 350 | 15,2 | 54 | 55-62 |
| Страны ЕС | 15770 | 450 | 68,0 | 72 | 63-67 |
| США | 19300 | 742 | 70,2 | 54 | 50-52 |
| Япония | 6450 | 496 | 39,5 | 78 | 52-55 |

Теперь переходим к непосредственному рассмотрению становления и развития малого бизнеса в России и возникающих в связи с этим проблем.

Малый бизнес - разнородное и исторически обусловленное социально-экономическое явление, суть которого (не говоря уж о частных проявлениях) нельзя понять, а развитие - действенно регулировать в отрыве от этой специфики, от места и времени его формирования. При наличии общих генетических и видовых черт он имеет массу межстрановых и межрегиональных различий. Причем, если малый бизнес, скажем, в США и во Франции различается не столько количественно, сколько качественно (в том числе по социально-психологической мотивации), то, например, в Москве и в Московской области, в Республике Татарстан - и качественно, и количественно.

Сопоставляя малый бизнес в России и за рубежом, можно идентифицировать "западную" его модель как традиционную и позитивно оцениваемую обществом форму организации хозяйственной деятельности в любой отрасли экономики и социальной сферы с относительно небольшой численностью занятых и с минимальным административным аппаратом, основанную, как правило, на первоначальном привлечении заемного капитала.

"Западные" малые предприятия обычно узко специализированы, но сохраняют потенциал быстрого перепрофилирования; они часто работают в тесной кооперации с крупными фирмами и корпорациями, используя, в частности, выгоды современного посредничества в их материально-техническом обеспечении и в сбыте продукции, ориентированы в зависимости от производственной специализации на национальный, региональный, местный или мировой рынок и пользуются узаконенной поддержкой общегосударственных, региональных и местных властей[[35]](#footnote-35).

Что же касается малого предпринимательства в постсоветской России, то его приходится трактовать как сравнительно новую форму хозяйственной деятельности небольших (в сравнении с "первичными звеньями" советского периода) по численности занятых и масштабу оборота предприятий, а также деятельности индивидуальных предпринимателей, организованную по различным мотивам за счет собственных ресурсов или средств крупных предприятий (учредителей), при весьма неоднозначном отношении населения[[36]](#footnote-36).

Для этой формы характерны:

 1) редкое использование начального заемного капитала;

 2) высокие административно-управленческие издержки;

 3) слабое задействование преимуществ быстрого перепрофилирования;

4) диспаритетные (зачастую - просто дискриминационные) отношения с посредниками по сбыту продукции;

 5) исключительно сильная зависимость от местной власти и от местного рынка;

 6) особые "теневые" стороны деятельности (прежде всего в сфере трудовых отношений).

 Российскому малому бизнесу, как уже отмечалось, свойственны и существенные региональные различия в отраслевой структуре, масштабах и в других параметрах. При этом он явно недостаточно охвачен официальными статистическими наблюдениями.

Указанные особенности (коих на самом деле больше 5, мы отметили лишь основные) требуют если не обязательного учета при разработке общих условий господдержки российского малого бизнеса, то хотя бы ясного их осознания как реальности. А их игнорирование или недостаточный учет - один из основных факторов замедления развития малого бизнеса в России.

Итак, приведем статистические данные, характеризующие уровень развития предпринимательства в России.

Факты таковы, что занятость на одном малом предприятии в среднем по России колеблется в интервале от 12,1 (в сельском хозяйстве) до 5,7 человек (в торговле и общественном питании). Средние же по России значения производительности труда в малом бизнесе (в зависимости от типичного размера добавленной стоимости в продукции и фондоемкости различных отраслей) - от 105,3 тыс. руб. на одного занятого в промышленности, 97,1 тыс. - в строительстве и 92,3 тыс. - на транспорте до 56,4 тыс. - в торговле и общественном питании и 39,1 тыс. руб. - в сельском хозяйстве.

Исходя из этих средних цифр логично предположить, что максимум производительности труда в малом бизнесе типичен для регионов, где преобладают малые предприятия промышленности, строительства и транспорта. На уровне федеральных округов это, действительно, так: наибольшие показатели выработки отмечены в Уральском (146,6 тыс. руб. продукции на одного занятого) и Дальневосточном (136,9 тыс.) округах с высокими долями в отраслевой производственной структуре промышленного и строительного комплексов. В то же время на уровне отдельных регионов (субъектов РФ) ситуация иная: она определяется огромными различиями в выпуске продукции однопрофильными малыми предприятиями с примерно равной численностью занятых.

Оказывается, что наиболее значительные по объему производства промышленные малые предприятия работают в Дальневосточном округе (средний объем производства 1834,9 тыс. руб.), а самые мелкие - в Северо-Западном округе (778,9 тыс.). В сельском хозяйстве лидером по среднему объему производства на одном малом предприятии является Приволжский (710,8 тыс. руб.), а аутсайдером - Дальневосточный округ (213,6 тыс.). В строительстве показатели различаются от 2021,7 тыс. руб. в Уральском до 827 тыс. в Центральном округах. Наиболее крупные транспортные малые предприятия функционируют в Южном (2082,7 тыс. руб.), а наиболее мелкие - в Сибирском (596,9 тыс.) округах. Значительно меньшая дифференциация показателей характерна для малых предприятий торговли и общественного питания: от 443 тыс. руб. в Приволжском до 271,7 тыс. в Центральном округах.

Абсолютным лидером по среднему объему производства на одном промышленном малом предприятии является Таймырский автономный округ (32,5 млн. руб.); далее с большим отрывом следуют Коми-Пермяцкий автономный округ (6,3 млн.), Республика Хакасия (4,5 млн.), Мурманская область (4,3 млн.), Ямало-Ненецкий и Корякский автономные округа (по 3,5 млн.). Показатели этих регионов в несколько раз превосходят среднероссийский уровень.

На другом полюсе находится Ненецкий автономный округ (9,1 тыс. руб.); скромные по объему производства малые промышленные предприятия действуют в двух республиках Южного округа - Калмыкии (190,9 тыс.) и Ингушетии (241,2 тыс.). Во всех этих регионах показатели в несколько раз ниже среднероссийского уровня.

По среднему объему производства на одном малом предприятии строительного профиля со значительным отрывом лидируют два автономных округа Тюменской области: Ямало-Ненецкий (5,3 млн. руб.) и Ханты-Мансийский (5,1 млн.). Более чем втрое выше среднероссийского уровня данный показатель в Мурманской области (3,7 млн. руб.). Аутсайдерами являются Ненецкий, Эвенкийский и Усть-Ордынский автономные округа, где, согласно данным Госкомстата России, в 2000 г, малых стройпредприятий не было вообще. Среди остальных регионов наиболее низкие показатели зафиксированы в Ивановской (253,9 тыс. руб.) и Омской (288,4 тыс.) областях, а также в Республике Тыва (299,1 тыс.).

Применительно к транспорту наибольшие масштабы производства характерны для малых предприятий, работающих в северных автономных округах Дальнего Востока и Сибири: Корякском (20,6 млн. руб. на одном предприятии) и Таймырском (11,3 млн.), причем эти показатели могут быть завышенными из-за практики округления статистических данных по подобным округам. Более достоверным является показатель по Краснодарскому краю - 5,1 млн. руб.; значительные по объему производства малые предприятия, функционирующие в этом регионе, связаны с портовым хозяйством. Еще в пяти субъектах Федерации (Архангельской и Камчатской областях, Ханты-Мансийском и Ямало-Ненецком АО и Республике Хакасия) показатели превосходят среднероссийский более чем втрое.

Согласно данным Госкомстата России, в Ненецком, Усть-Ордынском Бурятском, Коми-Пермяцком и Агинском Бурятском автономных округах в 2004 г. не работало ни одно транспортное малое предприятие. Среди остальных регионов наименее крупные по объему производства малые предприятия этой отрасли действуют в Эвенкийском автономном округе (60,2 тыс. руб.) и Республике Башкортостан (100,2 тыс.).

Наибольшие объемы оборота розничной торговли и общественного питания в расчете на одно малое предприятие свойственны регионам, особо удаленным от экономического центра страны. Восемь регионов, лидирующих по среднему объему производства на одно малое предприятие торговли и общественного питания, расположены в Сибири и на Дальнем Востоке; максимальный показатель был зафиксирован в Усть-Ордынском Бурятском автономном округе - 8,4 млн. руб. Это явление, скорее всего, связано с характерным для таких регионов высоким уровнем потребительских цен.

Во многих регионах сложившаяся отраслевая структура деятельности малых предприятий вроде бы не поддается объяснению на основе факторов, традиционно характеризующих региональные различия. В ряде случаев создается впечатление, что процесс формирования отраслевой структуры проходит чисто стихийно, не укладываясь в какую-либо экономическую логику. Проще всего это было бы связать исключительно с несовершенством статистического учета, объясняющим подчас самые невероятные значения показателей деятельности малых предприятий в регионах (особенно это касается автономных округов). И все-таки анализ, в конечном счете, позволяет выделить здесь некие закономерности, характеризующие параметры дифференциации.

Выше уже приводилось объяснение тому, что в большинстве субъектов РФ максимальное число малых предприятий действует в торговле и общественном питании - в отрасли, которой свойственна самая низкая дифференциация регионов России по доле в общем числе малых предприятий и которая крайне слабо зависит от общеизвестных факторов отраслевой дифференциации регионов, в первую очередь от сложившейся специализации хозяйства. Так вот, самые высокие параметры работы промышленных малых предприятий в ряде регионов Дальневосточного федерального округа объясняются тем тоже упоминавшимся выше обстоятельством, что там одной из базовых отраслей хозяйства является рыбная промышленность, в основном представленная малыми рыбодобывающими и рыбоперерабатывающими предприятиями, выпускающими дорогую продукцию.

Объемы производства в расчете на одно промышленное малое предприятие в 1998- 2004 гг. росли темпами, опережающими динамику этого показателя в других отраслях экономики. Результатом стало существенное увеличение доли промышленности в отраслевой структуре малого бизнеса при снижении удельного веса строительства, а также торговли и общепита. Наиболее ярко эта общероссийская тенденция проявилась в Центральном и Дальневосточном федеральных округах. Это можно объяснить постдефолтными изменениями экономических условий, в том числе благоприятной ситуацией для развития импортозамещающих производств в промышленности. При этом в группу с наиболее значительными показателями роста (выше среднероссийских) попали именно те ее отрасли, в которых широко распространены малые формы хозяйствования: текстильная, кожевенная, меховая и обувная, пищевкусовая, рыбная, лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная. Поэтому объемы производства на малых предприятиях в различных регионах тесно связаны с мерой развития в региональной экономике именно этих отраслей.

Подведем некоторые итоги вышесказанному.

Проанализировав имеющиеся статистические данные, мы пришли к выводу, что самая большая концентрация предпринимательства в мировом масштабе относится к сельскому хозяйстве, затем к торговле, сфере услуг, строительству и промышленности (См. Приложение).

Если рассмотреть развитие предпринимательства РФ по структуре, то наибольший удельный вес занимают предприятия предпринимательства в сфере торговли и общественного питания — 44 процента, на долю которых приходится почти половина численности занятых в малом предпринимательстве.

 На втором месте — промышленные предприятия (19 процентов), на третьем — строительство (12 процентов).

Остальные отрасли составляют от 2,5 до 0,1 процента по всем показателям.

Использование производительных систем, позволяющих ускорить переналадку производства, смогло изменить правило, связанное с экономией на масштабах, дало возможность сократить цикл жизни изделий, производить продукцию для специализированных рынков. Малые фирмы все чаще достигают экономии на масштабах, используют принцип кооперации и разделения труда благодаря объединению в тесно кооперирующиеся группы самостоятельных компаний.

В малом предпринимательстве сложилась новая система внутрикорпорационного управления и финансирования, оттеснившая традиционные методы административно-бюджетного характера на второй план[[37]](#footnote-37). Вместе с этим появился новый институт рискового, или венчурного, капитала.

Приоритетными направлениями дальнейшего развития малого и среднего предпринимательства являются поддержка инновационных и экспортных предприятий, совершенствование системы управления предприятиями и повышение их устойчивости для повышения их конкурентоспособности на мировых рынках.

**2.2. Значение предпринимательства**

**в социально-экономической  жизни России**

Развитие малого предпринимательства является одним из самых точных показателей экономического и социального здоровья государства.

Малое и среднее предпринимательство несет на себе значительную смысловую нагрузку. Мелкие и средние предприятия играют заметную роль в занятости, производстве отдельных товаров, исследовательских и научно-производственных разработках. Они создают среду и дух предпринимательства, без которых невозможна рыночная экономика, обеспечивает необходимую мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию и кооперацию, без которых немыслима его высокая эффективность. Они способны быстро заполнять ниши, образующиеся в потребительской сфере, сравнительно быстро окупаться и создавать атмосферу конкуренции[[38]](#footnote-38).

Так, малый и средний бизнес обеспечивает:

*1. Создание новых рабочих мест, обеспечение занятости трудоспособного населения и, как следствие, сокращение числа людей, нуждающихся в социальной помощи.*

Эта роль представляется значимой для России при нестабильности функционировании рынка труда, при наличии значительного количества безработных и других подобных социальных проблем.

Тем не менее, роль предпринимательства в создании новых рабочих мест в российских условиях имеет свои особенности.

Подавляющее большинство малых предприятий России имеет вид микрофирмы, где число занятых составляет до девяти человек при том, что через пять лет после создания "на плаву" остается менее четверти таких предприятий, остальные же закрываются и увольняют работников. А выживающие и успешно развивающиеся фирмы в большинстве случаев выбирают трудосберегающий вариант развития, и объем применяемой на них рабочей силы не растет или почти не растет (за исключением немногих случаев перехода предприятий в другую "весовую категорию"). Таким образом, динамичность малого бизнеса сопрягается с воспроизводством высоких социальных рисков для занятых в нем работников.

Их слабая социальная защищенность - важный мотив для трезвой, исключающей эйфорию, оценки потенциала малого предпринимательства в деле создания дополнительных рабочих мест. Это и один из доводов в пользу разделяемого всеми серьезными экономистами тезиса, согласно которому стимулирование малого предпринимательства ни в коем случае не отменяет необходимости подъема крупной индустрии - тем более, что массовый переход рабочей силы из нее в малый бизнес требует серьезных сдвигов в профессионально-квалификационном составе занятых, причем сдвигов, зачастую негативных, сопряженных с множеством морально-психологических проблем.

Вообще, влияние занятости на малых предприятиях на общую занятость в стране и в ее регионах неоднозначно. Кроме вышеизложенного, это связано со скромными размерами сектора малого предпринимательства, увеличение занятости, в котором пока не может значительным образом сказаться на размере общей занятости.

Так, на 1 января 2005 года, по данным Государственного комитета РФ по статистике, в России действовало более 900 тысяч малых предприятий, на которых работают более 8 миллионов человек.

Число замещенных рабочих мест на малых предприятиях в 2005 г. составило 7436 тыс., из которых на работников списочного состава (без внешних совместителей и работающих по договорам гражданско-правового характера) пришлись 6484 тыс., или почти 13% общей среднесписочной численности работников (тоже без названных категорий). Учитывая индивидуальных предпринимателей и работников по найму у физических лиц, общее количество занятых в "малом секторе" экономики следует считать равным 14 млн. человек, а их удельный вес в общем объеме экономически активного населения - примерно 20%.

Тем не менее, нынешние масштабы развития малого бизнеса в России обычно считают весьма скромными в сравнении со странами развитой рыночной экономики, где удельный вес занятых предпринимательством может превышать 50%, а доля малых предприятий в количестве всех хозяйствующих субъектов - 90%[[39]](#footnote-39).

В то же время экстенсивно развивается другая часть сектора малого бизнеса - индивидуальное предпринимательство. Численность предпринимателей без образования юридического лица в постдефолтный период постоянно растет, в связи, с чем именно по этой линии малый бизнес генерирует существенную, если не основную часть дополнительных рабочих мест.

Далее, малое предпринимательство влечет за собой распространение вторичной занятости, причем следует иметь в виду и практику неформальных расчетов за те или иные услуги. Согласно официальной статистике, на малые предприятия приходятся свыше 40% общего числа внешних совместителей и около трети общего количества работающих по гражданско-правовым договорам (с учетом занятых у индивидуальных предпринимателей эта доля еще выше). В целом распространение вторичных форм занятости более характерно для сферы услуг (за исключением торговли и общественного питания). Особенно высока доля вторичной занятости на предприятиях финансово-кредитной сферы и социально-культурного комплекса. С этих позиций и следует, думается, анализировать социальную роль малого предпринимательства в регионах.

*2.Обеспечение социальной стабильности и снижение уровня бедности.*

Вопрос социальной стабильности всегда актуален при росте социальной напряженности в обществе. В России особую опасность вызывал период становления рыночных отношений, начиная с 90-х гг.

В это время произошел самый заметный в количественном отношении рост малого бизнеса. Так, число малых предприятий в 1991-1993 гг. увеличилось с 268 тыс. до 865 тыс., среднесписочная численность занятых - с 5,4 млн. до 8,6 млн. человек; соотношение производства на малых предприятиях и ВВП России повысилось с 11,3 до 15,5%.

Таким образом, развитие предпринимательства в России в начале 90-х годов способствовало росту денежных поступлений в бюджет, некоторому рассасыванию безработицы и т.п.

*3.Возможность энергичным и предприимчивым людям открыть своё дело в производственной, научной и другой деятельности, реализуя в ней свои способности.*

Так, самой характерной чертой, отличающей российский предпринимателей от западных бизнесменов является их уровень образования.

По данным различных опросов доля лиц с высшим образованием среди предпринимателей превышает 80%. Среди крупных предпринимателей доля лиц с кандидатской степенью почти 38% , имеющих второе высшее - 6,5%. опросов. Если сопоставить эти данные с уровнем образования предпринимателей в других странах, то оказывается, что российский предприниматель самый интеллектуальный предприниматель в мире.

Сейчас в России преобладает мнение, что главными качествами предпринимателя являются инициативность, находчивость, энергичность и хорошие организаторские способности.

Профессионализм в настоящее время отступил на второй план. На наш взгляд, это неправильно, так как дальнейшее развитие предпринимательства в России возможно только при наличии высокообразованных и профессиональных людей. Только профессионал может правильно оценить состояние рынка и сделать правильные выводы. В связи с этим встает проблема повышения доли специалистов, получивших именно экономическое высшее образование.

*4.Увеличение налоговых поступлений.*

*5.Рост доли ВВП, создаваемой малыми предприятиями.*

За 2004 год предприятия произвели продукции и услуг на сумму около двух миллиардов рублей, что составило почти 12 процентов внутреннего валового продукта[[40]](#footnote-40).

*6.Увеличение численности среднего класса, а, значит, социальной и политической стабильности.*

Если брать за основу деления на классы доход, то можно сказать, что никакой вид труда по найму, включая самый квалифицированный и управленческий, не обеспечивает доходов, сравнимых с предпринимательством.

Продемонстрируем более подробно градации доходов предпринимателей.

А) Так, предприниматели (к ним относятся частные собственники преимущественно мелких предприятий и фирм, лично управляющие последними, не совмещающие эту деятельность с работой по найму, самозанятые (лица, занятые мельчайшим предпринимательством на базе индивидуальной трудовой деятельности с помощью собственных средств производства) предпринимательствомены-менеджеры (нанаемные директора мелких и средних предприятий, главным образом акционированного и частного секторов экономики, совмещающие управленческую работу по най­му с ведением собственного предпринимательства) получают доход, превышающий средний уровень доходов основных "работников вне предпринимательства" - почти в 5 раз.

Б) Доходы полупредпринимателей (наемных работников, в основном акционированного и частного секторов экономики, не выполняющих управленческих функций и совмещающих основную работу с теми или иными видами предпринимательства) и менеджеров-совладельцев (хозяйственных руководителей мелких и средних акционированных предприятий, работающих по найму, но вместе с тем располагающих пакетами акций управляемых предприятий) в 2 раза ниже доходов 1-й группы и в 2 раза выше заработков "работников вне предпринимательства".

В) Заработок "классических" менеджеров (к ним относятся хозяйственные руководители, управляющие государственными или частными предприятиями на основе найма) всего на 40 % выше зарплаты работников исполнительного труда, что вряд ли компенсирует разницу в уровнях образования, квалификации и ответственности труда тех и других.

*7. Повышение устойчивости и конкурентоспособности предприятий.* Данное положение объясним с помощью следующей системы доказательств. Так, несмотря на то, что большая часть научного потенциала сосредоточена на крупных компаниях, малые и средние фирмы по широкому кругу продукции чаще начинают разработку и выпуск новых товаров. Успех предпринимательства в этой области можно объяснить следующими причинами. Углубление специализации в научных разработках привело к тому, что во многих случаях небольшие фирмы идут по более простому или рискованному пути, работают в неперспективных отраслях.

Мелкие фирмы также охотно берутся за освоение оригинальных нововведений, поскольку при выпуске принципиально нового изделия снижается значение крупных лабораторий с устоявшимися направлениями исследований.

Малые фирмы стремятся как можно скорее наладить массовое производство. Тем самым, значение разработок, проводимых мелкими предприятиями, достаточно важно, прежде всего, с точки зрения расширения рынка предлагаемых товаров и услуг, что, в свою очередь, активно стимулирует процесс производства с целью наиболее быстрого удовлетворения спроса, мотивируемого разработками, проводимыми фирмами и среднего предпринимательства.

Если проследить путь изобретения, использованного крупными монополиями, то нередко оно оказывается результатом работы отдельных ученых или мелких фирм. Однако последующее внедрение осуществляется компаниями, обладающими необходимыми для этого финансовыми и материальными ресурсами.

Крупные предприятия привлекают мелкие узкоспециализированные фирмы, производящие для них отдельные детали и узлы. Вокруг монополий, особенно в отраслях машиностроения, электронной промышленности, группируются обычно по несколько десятков тысяч мелких предприятий, которые пользуются финансовой и технической помощью монополий[[41]](#footnote-41).

Массовый выпуск промышленных изделий длительного потребления крупными предприятиями вызывает потребность в соответствующих промышленных услугах по ремонту и обслуживанию, которые часто осуществляют мелкие предприятия.

Вследствие конкуренции, они вынуждены постоянно развиваться и адаптироваться к текущим условиям рынка, ведь чтобы существовать, надо получать средства к существованию, а значит, быть лучше других, чтобы прибыль доставалась именно им.

На малых предприятиях отмечается более высокая эффективность труда, они с меньшими затратами удовлетворяют потребности в дефицитных видах товаров и услуг на основе разработки местных источников и обеспечивает при этом большую занятость. Они увеличивают размеры поступлений в бюджеты, стимулируют НТП, выполняют другие важные для хозяйства функции.

Обобщая все вышесказанное, обратим внимание на то, что мелкое предпринимательство воздействует на структуру рынка и расширение рыночных отношений, прежде всего, в результате изменения количества субъектов рынка, повышения квалификации и степени приобщенности все более и более широких слоев населения к системе предпринимательства.

*8. Взаимодействие малого и крупного бизнеса, способное помочь выжить в современных рыночных условиях предприятиям-гигантам, и встать на ноги вновь созданным частным предприятиям и малым предприятиям.*

В российской экономике предпринимательство построено на принципе кооперирования крупных и малых предприятий, причем крупные предприятия ориентируются не на подавление малого бизнеса, а, наоборот, на взаимовыгодное сотрудничество с ним. Поэтому крупные и малые предприятия взаимодополняют друг друга, особенно в сфере специализации отдельных производств и в инновационных разработках.

Если крупное производство ориентируется на массовый относительно однородный спрос, выпуск больших партий стандартной продукции, то малые предприятия функционируют на небольших сегментах рынка, в избранных ими нишах с ограниченной номенклатурой изделий.

 Рыночные ниши представляют собой рынки готовой продукции, прежде всего высокой технологии, которые образуются в тех случаях, когда спрос на определенном рынке не может быть удовлетворен крупным производством из-за малой емкости самого рынка либо из-за того, что производство не может достигнуть такого размера, при котором оно покрыло бы весь спрос на данном рынке. Тенденции современного производства и международной торговли способствуют возникновению подобных ниш.

Нарастает дифференциация и индивидуализация спроса. В сфере личного потребления все большую роль играют специфические потребности сравнительно небольших групп покупателей. Удовлетворять такой спрос могут только небольшие фирмы, так как для компаний-гигантов при выпуске многосерийной или даже заказной продукции это может быть малорентабельным. Если речь идет о расширяющемся рынке нового продукта, малая фирма может превратиться в крупную. Если спрос относительно стабилен, она может контролировать свою нишу в течение достаточно долгого времени.

Для крупных предприятий необходимы и выгодны: емкий рынок со стабильным и продолжительным спросом; продукция массового производства, соответствующая требованиям рынка; аккумулирование значительных финансовых средств; дешевая рабочая сила. Малые предприятия имеют возможность быстрее и лучше приспосабливаться к требованиям рынка и конкретных потребителей благодаря простоте управленческой структуры, обеспечивающей быстрое принятие решений, в том числе и по корректировке целей. Кроме того, себестоимость продукции в малых предприятиях ниже, чем в крупных, при более высоком качестве производимой продукции и услуг.

Малые предприятия и их техническое оснащение во многом зависят от крупных производственно-хозяйственных комплексов. По отношению к ним малые предприятия выступают в качестве поставщиков комплектующих изделий, что позволяет им использовать специализацию и кооперирование не только в области производства, но и в сфере сбыта продукции и ее технического обслуживания. Мелкие и средние предприятия — субподрядчики крупных компаний работают на основе подетальной, поузловой, модульной или иной специализации, где они достигают высоких результатов за счет эффекта технологического разделения труда. Они часто берут на себя выполнение одной - двух операций в сложном технологическом процессе, который в комплексе осуществляется крупной компанией. В рамках технического сотрудничества крупные фирмы-заказчики, выпускающие дорогостоящую готовую продукцию на базе комплектующих изделий, предоставляют своим субпоставщикам-исполнителям в аренду помещения, первоначальные средства производства, поставляют им на льготных условиях сырье и материалы, обеспечивают реализацию большей части комплектующей продукции на своих сборочных заводах, дают разрешение на использование своей торговой марки.

Широкое распространение в сотрудничестве крупных и малых предприятий получила в современных условиях система контрактных отношений на основе франчайзинга. Ее суть состоит в том, что крупная фирма предоставляет малой фирме исключительное право использовать свой технологический опыт и знания, а также торговую марку. Крупная фирма обычно предоставляет также кредит на льготных условиях, оказывает различного рода консультационные услуги и сдает в аренду оборудование. Франчайзинг способствует освоению малыми фирмами новых технологий, расширению сферы малого бизнеса.

Поэтому особенностью малого бизнеса в России можно назвать его интеграция в производственные сети крупных промышленных структур. Примерами могут служить сеть магазинов «Пятерочка», «Магнит» и т.п.

*9.Участие в развитии инфраструктуры городов и районов.*

*10.Благотворительная деятельность.*

В заключении главы заметим, что на современном этапе повышение роли предприятий предпринимательства в экономике Германии, США и других развитых странах - не случайность, а необходимая закономерность, вызванная самим ходом истории.

Понимание этих факторов привело к тому, что многие страны вплотную занялись разработкой стратегий и программ, политики государственной поддержки, направленных на развитие и среднего предпринимательства.

Государственная политика поддержки, ее формы и содержание весьма многообразны. Отдельные из использующихся экономических инструментов могли бы быть применены на практике в нашей стране, но слепое копирование механизмов воздействия на развитие предпринимательства может не только не дать положительные результаты, но привести к отрицательным последствиям.

**ГЛАВА 3. Государственная поддержка предпринимательства**

**в Республике Татарстан**

**3.1. Государственные органы,**

**регулирующие предпринимательскую деятельность в РТ**

Малые и средние предприятия играют огромную роль в решении текущих социально-экономических проблем и расширении занятости. Большое значение для обеспечения конкурентоспособности российской экономики и экономического роста в будущем имеет развитая культура предпринимательства. Малые и средние предприятия в состоянии в самое короткое время создать значительное количество рабочих мест, расширить налоговую базу, способствовать росту национального дохода и обеспечить выпуск импортозамещающей продукции. Сегодня в странах с развитой экономикой малые и средние предприятия являются важным «локомотивом» экономического роста. Следовательно, создание благоприятных условий для развития предпринимательства имеет важнейшее значение,  как для малого сектора, так и экономики в целом.

Сегодня важнейшей задачей является развитие финансовых институтов и технологий, обеспечивающих потребности малых предприятий в кредитах и инвестициях. Механизмы экономического перераспределения ресурсов должны способствовать эффективному использованию имеющихся ресурсов малыми предприятиями. Необходимо создать справедливую систему трудовых отношений и социальной защиты, соответствующую рыночной среде.

В решении этих задач важную роль должна сыграть созданная с участием государства инфраструктура поддержки и развития предпринимательства: система государственных институтов поддержки малого предпринимательства, система финансово-кредитного обеспечения субъектов малого предпринимательства.

В регулировании предпринимательства Республики Татарстан задействованы многие государственные органы, в функции которых прямо не входит осуществлять процесс управления предпринимательской системы.

Первая структурная единица, которую мы рассмотрим, - это *Республиканская межведомственная комиссия по экономическим и социальным реформам*, которая образована при Госсовете РТ.

Итак, в целях создания благоприятных условий для развития предпринимательства и частного бизнеса в Республике Татарстан, повышения конкурентоспособности товаров, производимых в республике, а также реализации Государственной комплексной программы по развитию малого предпринимательства на Республиканскую межведомственную комиссию по экономическим и социальным реформам возложены функции по координации работ в области развития частного бизнеса и поддержки предпринимательства в Республике Татарстан, включая проведение комплексной экспертизы нормативных документов в этой области[[42]](#footnote-42).

При Республиканской межведомственной комиссии по экономическим и социальным реформам создан экспертный совет с участием представителей частного бизнеса, который выполняет функции анализа действующих и разработки новых нормативных документов, обеспечивающих равную доступность для всех предпринимателей помещений и оборудования, земельных участков, установление соразмерной арендной платы, проведение аукционов, выделение дотаций субъектам хозяйственной деятельности независимо от форм собственности в агропромышленном комплексе, жилищно-коммунальном хозяйстве и осуществление других мер поддержки.

Также Республиканской межведомственной комиссии в праве вносить предложения согласно Указу Президента РТ следующего характера:

* о внесении изменений в нормативные акты, предусматривающие поддержку частного бизнеса и предпринимательства;
* о механизме государственной финансово-кредитной поддержки частного бизнеса при производстве товаров, преимущественно экспортоориентированных и импортозамещающих;
* о порядке продажи предпринимателям по квотам продукции, реализуемой республиканскими предприятиями;
* о совершенствовании порядка проведения аукционов по продаже государственного имущества с целью расширения возможности предпринимателей для участия в таких аукционах;
* о введении в действие механизма регистрации заявок предпринимателей в одном центре, исключающего необходимость их обращения в различные инстанции;
* о введении механизма комплексной плановой проверки хозяйствующего субъекта надзорными органами не чаще одного раза в год, взяв при этом за основу план годовых проверок налоговой службы;
* о завершении приватизации в отраслях торговли, бытовых услуг, пищевой переработки, строительства, дорожного сервиса, малой химии, предусмотрев в 2001 году продажу доли государства в уставном капитале частному бизнесу;
* о совершенствовании порядка сертификации товаров и услуг, в первую очередь розничной торговли;
* об ответственности должностных лиц, включая руководителей министерств и ведомств, глав администраций, препятствующих хозяйственной деятельности субъектов частного бизнеса.

Следующей структурной единицей, которая оказывает регулирующее воздействие на предпринимательство, является *Кабинет Министров Республики Татарстан*. Данный государственный орган призван:

* обеспечить завершение инвентаризации и паспортизации всех производственных площадей, разработку механизма подбора производственных площадок для частного бизнеса без финансовых затрат за эту услугу со стороны предпринимателей, создать республиканский банк данных незадействованных площадей и оборудования;
* информировать предпринимателей о свободных производственных площадках, о емкости рынка товаров и услуг и рынка трудовых ресурсов, обеспечивать их участие в реализации государственного заказа;
* подготовить предложения о создании Фонда государственного имущества, предусмотрев передачу на его баланс неиспользуемого имущества государственных предприятий с последующим использованием исключительно в сфере частного бизнеса;
* ввести в государственный заказ на информационный статистический ресурс мониторинг состояния частного бизнеса, в основе которого лежит анализ добавленной стоимости;
* внести предложения по поддержке государственными финансовыми ресурсами системы подготовки кадров в сфере частного бизнеса;
* внести предложение по дальнейшей демонополизации отраслей экономики, за исключением предприятий, отнесенных к стратегически важным для экономики республики;
* принять иные решения, обеспечивающие реализацию законов, указов и иных нормативных актов в сфере развития частного бизнеса и поддержки предпринимательства.

*Министерство внутренних дел Республики Татарстан* активизирует деятельность по защите субъектов предпринимательства, частных предпринимателей от воздействия криминальных структур.

*Министерство по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций Республики Татарстан*, Государственной телерадиовещательной компании "Татарстан" организует в средствах массовой информации освещение мер по развитию частного бизнеса и предпринимательства, способствующих формированию положительного образа предпринимателя, а также пропаганду качественных товаров, производимых в республике.

*Главы администраций районов и городов Республики Татарстан* призваны осуществлять помощь в развитии предпринимательства следующего характера:

* при заключении договоров аренды производственных площадей практиковать, по желанию предпринимателей, заключение долгосрочных (до 5 лет) договоров аренды, в том числе с правом выкупа;
* привлекать предпринимателей к выполнению заказов жилищно-коммунальной сферы, в том числе на основе семейного подряда;
* принимать действенные меры по реализации Государственной комплексной программы по развитию малого предпринимательства, поддержке частного бизнеса в республике.

На наш взгляд, одну из самых значительных ролей в области развития предпринимательства в Республике Татарстан, играют Агентство по развитию предпринимательства РТ и Торогово-промышленная палата РТ.

*Агентство по развитию предпринимательства Республики Татарстан* создано Указом Президента Республики Татарстан от 5 января 2002 г.Целью функционирования агентства является повышение эффективности реализации государственной политики по поддержке предпринимательства в Республики Татарстан[[43]](#footnote-43).

С момента своего создания Агентство участвует в реализации программ поддержки малого предпринимательства, осуществляемых Правительством Республики Татарстан. В Агентстве можно получить информацию о льготах и преимуществах, предоставляемых малым предприятиям Республики Татарстан, порядке их получения, в том числе о программах обучения, проводимых для малых предприятий бесплатно, источниках и процедурах получения финансовой поддержки.

Сотрудники Агентства проводят консультирование и по другим вопросам, возникающим у предпринимателей, готовят и предоставляют предпринимателям необходимый  информационный и справочный материал. Желающие начать свой  бизнес могут получить информацию об адресах и телефонах налоговых, лицензирующих органов и других структур, регулирующих предпринимательскую деятельность.

Основными задачами Агентства являются:

* создание организационных, экономических и иных условий, необходимых для реализации государственной политики в области поддержки малого и среднего бизнеса, а также для обеспечения выполнения нормативных актов РТ в этой области;
* оказание информационной и методической поддержки субъектам малого предпринимательства;
* представление интересов малого предпринимательства в государственных органах;
* содействие в финансировании и участии субъектов малого предпринимательства в реализации государственного заказа и заказов от крупных предприятий;
* участие в формировании инфраструктуры рынка, обеспечивающей равные условия и возможности для осуществления деятельности малого и среднего предпринимательства.

На сегодняшний день в Агентстве  работают квалифицированные специалисты в сфере экономики, юриспруденции, социологии, программировании, информации и анализа. В рамках своей деятельности Агентство выполняет следующие функции:

* осуществляет сбор, анализ и рассмотрение в пределах своих полномочий предложений и жалоб субъектов малого предпринимательства;
* предоставляет в установленном порядке в правоохранительные органы материалы о выявленных нарушениях для принятия соответствующих мер;
* взаимодействует с Татарстанским территориальным органом управления министерства РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства;
* участвует в работе  по снижению административных барьеров, регулирующих отношения лицензирования, сертификации товаров и услуг и т.д.;
* участвует в подготовке и реализации целевых программ в области поддержки предпринимателей и других основных направлений деятельности Агентства;
* разрабатывает и вносит в установленном порядке в Кабинет Министров РТ проекты решений по вопросам малого предпринимательства;
* взаимодействует с кредитными организациями и Министерством финансов РТ по вопросам кредитования субъектов малого предпринимательства;
* доводит до широких слоев предпринимателей механизм получения кредита под государственные гарантии, получения  субсидий на оплату части процентов по кредитам, приобретения оборудования и автотранспорта в лизинг;
* создает в районах представительства-Центры, осуществляет контроль за их деятельностью;
* разрабатывает методические материалы и рекомендации по вопросам малого предпринимательства;
* проводит консультации, обучение, семинары и тренинги по вопросам ведения бизнеса;
* взаимодействует со средствами массовой информации в целях пропаганды предпринимательской деятельности;
* содействует в установленном порядке правоохранительным органам РТ в создании системы защиты предпринимательства;
* осуществляет международное и межрегиональное сотрудничество в сфере малого предпринимательства.

Выполнение функций и задач Агентства позволит обеспечить условия для сохранения действующих и создания новых малых предприятий, что дает возможность увеличить число рабочих мест в сфере малого предпринимательства.

В целях развития  инновационного предпринимательства Агентство является ответственным за создание и развитие инновационно-производственного технопарка «Идея».

# Важным элементом в системе государственного регулирования развития предпринимательства принадлежит *Торгово-промышленной палате Республике Татарстан*[[44]](#footnote-44).

В 1992 году Указом Президента Республики Татарстан Шаймиева М.Ш. была поддержана идея дело­вых кругов Республики Татарстан о создании в республике Торгово-промышленной палаты.

11 ноября 1992 года Торгово-промышленная палата была зарегистрирована Министерством Юстиции РТ как общественная, независимая, некоммерческая организация.

Торгово-промышленная палата Республики Татарстан является некоммерческой негосударственной орга­низацией.

Членская база ТПП РТ – более 1000 организаций

Представительства в Чистополе, Зеленодольске, в Мамадыше В г. Альметьевске зарегистрирована Юго- восточная ТПП, в г..Набережные Челны  - ТПП г. Набережных Челнов и Закамского региона.

ТПП РТ входит как самостоятельная  организация в систему торгово – промышленных палат Российской Федерации.

Миссия ТПП РТ: "Быть независимым и компетентным голосом деловых людей Республики".

Торгово-промышленная палата Республики Татарстан создана в целях координации деятельности промышленников и предпринимателей Республики Татарстан в осуществлении ими деятельности по:

- развитию экономики Республики Татарстан и Российской Федерации,

- ее интегрированию в мировую хозяйственную систему, формированию современной промышленной, финансовой и торговой инфраструктуры, созданию благоприятных условий для предпринимательской деятельности,

- урегулированию отношений предпринимателей с их социальными партнерами, всемерному развитию всех видов предпринимательства, торгово-экономических и научно-технических связей предпринимателей Республики Татарстан с предпринимателями зарубежных стран, а также согласования и представительства интересов всех членов ТПП РТ, предпринимателей и их объединений независимо от форм собственности, подчиненности и местонахождения на территории Республики Татарстан.

Торгово-промышленной палаты Республики Татарстан:

* выражает и защищает интересы своих членов в органах государственной власти и местного самооуправления;
* участвует в становлении и развитии инфраструктуры предпринимательства;
* способствует продвижению товаров, услуг и объектов интеллектуальной собственности татарстанских предприятий на внутреннем и внешних рынках;
* распространяет цивилизованные принципы ведения бизнеса;
* способствует формированию позитивного делового имиджа татарстанских производителей товаров и услуг
* проводит политику социальной ответственности предпринимателей.

Торгово-промышленная палата Республики Татарстан является негосударственной некоммерческой организацией, объединяющей республиканские предприятия и республиканских предпринимателей, а также административно-территориальные и межрайонные торгово-промышленные палаты, образованные на территории Республики Татарстан в соответствии с Законом Российской Федерации "О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации"[[45]](#footnote-45).

Торгово-промышленная палата Республики Татарстан является членом ТПП Российской Федерации.

Торгово-промышленная палата Республики Татарстан осуществляет функционально-методическую координацию и руководство деятельностью административно-территориальных и межрайонных торгово-промышленных палат образованных на территории Республики Татарстан, представляет их интересы в ТПП Российской Федерации и республиканских органах власти.

Для осуществления функций, предусмотренных Уставом, ТПП РТ имеет право в порядке, установленном действующим законодательством:

 1) осуществлять независимую экспертизу проектов нормативных актов в области экономики, внешнеэкономических связей, а также по другим вопросам, затрагивающим интересы предприятий и предпринимателей, принимаемым, в Российской Федерации и Республике Татарстан;

 2) вносить предложения субъектам права законодательной инициативы по изменению федеральных и республиканских законов и иных нормативных актов, затрагивающих интересы субъектов предпринимательской деятельности;

 3) участвовать в подготовке и обсуждении проектов федеральных и республиканских программ в области государственного регулирования вопросов предпринимательской деятельности;

 4) представлять и защищать законные интересы своих членов в государственных органах;

 5) совершать всякого рода сделки с юридическими и физическими лицами и иные юридические акты;

 6) приобретать и отчуждать всякого рода движимое и недвижимое имущество;

 7) создавать, реорганизовывать и ликвидировать в Республике Татарстан и за ее пределами предприятия и учреждения;

 8) определять порядок образования и размеры формируемых в Палате специальных фондов и основные направления их использования; устанавливать цены и тарифы на услуги, оказываемые Палатой;

 9) самостоятельно определять методы осуществления своей хозяйственной деятельности, устанавливать структуру, штатное расписание, численность работников, формы и размеры оплаты и материального стимулирования их труда;

 10) открывать свои филиалы и представительства;

 11) входить в состав союзов, ассоциаций, федераций и других объединений, взаимодействие с которыми может служить более полному и всестороннему выполнению функций Палаты.

ТПП РТ состоит из административно-территориальных и межрайонных торгово-промышленных палат, образованных на территории Республики Татарстан и созданных ею предприятий и учреждений, а также организаций, объединяющих предприятия и предпринимателей.

Административно-территориальные и межрайонные торгово-промышленные палаты, образованные на территории Республики Татарстан осуществляют свою деятельность в пределах подведомственных им территорий.

 Торгово-промышленные палаты образуются на основе принципа добровольного объединения их учредителей.

 На одной и той же территории может быть образована только одна торгово-промышленная палата.

Торгово-промышленные палаты административно-территориальных образований Республики Татарстан и их члены в обязательном порядке являются членами ТПП РТ и ТПП РФ.

В заключении параграфа отметим, что регулирующая роль государства является неотъемлемым атрибутом любой развитой рыночной экономики. Система органов государства непосредственно осуществляет политику в области регулирования общественных отношений, в нашем случае в области предпринимательства.

**3.2. Нормативно-правовое регулирование предпринимательства в РТ**

Уровень развития общества, как известно, во многом определяется эффективностью правового регулирования общественных отношений, потому что именно правовой элемент государственного регулирования предпринимательства создает то поле, на котором функционируют другие составляющие этой системы; он ограничивает их излишнюю активность, закладывает основу для дальнейшего развития и совершенствования всей системы воздействия на общество[[46]](#footnote-46).

Нормативно-правовая поддержка предпринимательства со стороны государства заключается в создании такой нормативно-правовой базы, которая, регулируя деятельность малых предприятий на всех этапах его жизненного цикла, обеспечивала бы при этом наиболее благоприятные возможности для развития этого сектора экономики[[47]](#footnote-47).

Безусловно, реализация правового регулирования предпринимательства в Республике Татарстан происходит на едином правовом пространстве Российской Федерации. Но так как целью нашего исследования в этой главе является анализ правового регулирования предпринимательства в РТ. Поэтому российское законодательство не исследуется в данной работе.

Итак, в систему правового регулирования предпринимательства в Республике Татарстан входят в первую очередь Программы поддержки предпринимательства в Республике Татарстан.

Последняя подобная программа - «Программа поддержки предпринимательства в Республике Татарстан на 2005-2010 годы».

 Программа направлена на реализацию комплекса мероприятий, направленных на повышение благосостояния граждан, формирование экономически активного среднего класса, обеспечение устойчивого социально-экономического развития республики, увеличение удельного веса предпринимательства в экономике,

В целом по Программе можно отметить следующее.

1. Основная цель Программы сформулирована достаточно абстрактно.

Целью Программы должно быть – создание правовых и экономических условий, стимулирующих деятельность субъектов предпринимательства, обеспечивающих увеличение количества субъектов предпринимательства, численности занятых в сфере предпринимательства, а также увеличение объемов выручки субъектов предпринимательства и налоговых поступлений от деятельности субъектов предпринимательства в доходную часть бюджета Республики Татарстан.

2. В разделе «Содержание проблемы и необходимость ее решения программными методами» в основном рассмотрены мероприятия, реализованные в рамках Государственной комплексной программы Республики Татарстан по развитию предпринимательства на 2001-2004 годы, и динамика развития предпринимательства.

Вместе с тем анализ результатов, достигнутых (не достигнутых) в ходе реализации названной программы, а самое главное – проблемы предпринимательства и необходимость их решения программными способами рассмотрены недостаточно.

Так, отсутствует оценка эффективности созданной инфраструктуры (представительства Агентства по развитию предпринимательства, центры поддержки предпринимательства, технопарки), мероприятий по реализации приоритетных направлений развития предпринимательства, по научно-методическому и кадровому обеспечению предпринимательства и ряду других.

3. В разделе «Направления решений поставленных задач» реализация мер государственной поддержки основывается на принципах, определенных органами исполнительной власти Российской Федерации и Республики Татарстан.

Вместе с тем Программа, утверждаемая Государственным Советом Республики Татарстан, по нашему мнению, должна основываться на приоритетах, определенных в Послании Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации, Послании Президента Республики Татарстан Государственному Совету Республики Татарстан.

4. Исходя из ключевых мероприятий Программы, в ходе ее реализации предполагается ежегодное использование средств бюджета республики и внебюджетных источников.

В соответствии со статьей 179 Бюджетного кодекса Российской Федерации и статьей 55 Бюджетного кодекса Республики Татарстан устанавливается, что долгосрочная целевая программа, подлежащая утверждению и финансированию за счет бюджетных средств, должна содержать сведения о распределении объемов и источников финансирования по годам действия Программы.

Вместе с тем информация о необходимых объемах средств с указанием источников их привлечения в Программе отсутствует.

5. В целом по содержанию Программы необходимо отметить, что представленный документ ближе к понятию «концепция», так как содержит только направления поддержки предпринимательства, без их качественной или количественной оценки.

Эффективность Программы должна характеризоваться отношением полученного экономического эффекта к ресурсным затратам.

В то же время в разделе «Оценка эффективности Программы» показатели оценки эффективности подменены ожидаемыми количественными результатами реализации Программы.

Так, заложенные в Программе критерии оценки эффективности не позволят в перспективе провести аудит эффективности ни по годам, ни в целом по Программе.

Дополнительно необходимо отметить, что обоснованность роста планируемых налоговых поступлений от субъектов предпринимательства в общей сумме доходов консолидированного бюджета Республики Татарстан к 2010 году до 32%, предусмотренного Программой на 2005-2010 годы, вызывает сомнение.

Темп роста налоговых поступлений от субъектов предпринимательства в доходах консолидированного бюджета Республики Татарстан в среднем на протяжении последних четырех лет составляет 1% в год (в 2002 году – 4%, в 2003 году – 5%, в 2004 году – 6%), что позволяет спрогнозировать рост данных поступлений к 2010 году в пределах 12-15% к общей сумме налоговых доходов консолидированного бюджета Республики Татарстан.

Степень проработки мероприятий Программы, а именно отсутствие указания на объемы и источники финансирования, показателей результативности, перечня конкретных предпринимательских проектов, которые предполагалось финансировать в рамках определенных приоритетов, обтекаемость сроков реализации (по ряду мероприятий 2005-2010 годы) ставят под сомнение как качество Программы, так и возможность ее выполнения.

При осуществлении анализа Программы можно сделать следующие выводы.

Проводимая Правительством Республики Татарстан государственная поддержка предпринимательства, в том числе на перспективу до 2010 года, в целом соответствует общегосударственной политике Правительства

В современных условиях с точки зрения снижения бюджетной нагрузки и исключения непосредственного финансирования субъектов предпринимательства наиболее оптимальным видом стимулирования и поддержки предпринимательства является предоставление государственных гарантий.

При доработке Программы поддержки предпринимательства Республики Татарстан на 2005-2010 годы предлагаем:

* четко сформулировать цель Программы;
* провести анализ результатов, достигнутых (не достигнутых) в ходе выполнения ранее реализованной программы, а также, исходя из содержания раздела, более подробно рассмотреть существующие проблемы предпринимательства;
* подготовить технико-экономическое обоснование Программы, определить объемы и источники финансирования Программы по годам, а также дополнить Программу разделом «Объемы и источники финансирования Программы»;
* определить и указать в Программе показатели эффективности;
* указать промежуточные (по годам) ожидаемые показатели реализации Программы (объемы выручки субъектов предпринимательства, налоговые поступления от деятельности субъектов предпринимательства в доходную часть бюджета Республики Татарстан, добавленную стоимость на одно малое предприятие и т.д.);
* в разделе «Направления решений поставленных задач» меры государственной поддержки в сфере предпринимательства определить исходя из задач, поставленных в Послании Президента Российской Федерации и Послании Президента Республики Татарстан, а также направлений, определенных в Программе социально-экономического развития Республики Татарстан на 2005-2010 годы;
* определить государственного заказчика – Кабинет Министров Республики Татарстан;
* в разделе «Система организации контроля за выполнением Программы» в качестве органа, осуществляющего контроль за выполнением Программы на 2005-2010 годы, следует включить Счетную палату Республики Татарстан;
* в разделе «Механизм контроля за реализацией Программы» также необходимо предусмотреть контроль за ходом выполнения Программы на 2005-2010 годы со стороны Счетной палаты Республики Татарстан.

Таким образом, в параграфе была рассмотрена Программа поддержки предпринимательства в Республике Татарстан на 2005-2010 годы, были проанализированы ее положения и сделаны выводы.

**3.3 Проблемы в области развития предпринимательства**

**и основные пути их решения**

Развитие малого и среднего предпринимательства в России и Республике Татарстан сталкивается с множеством проблем, ликвидация которых является стратегической задачей государства.

Итак, в данном параграфе дипломного исследования содержится перечень основных проблем, с которыми сталкиваются предприниматели при осуществлении своей деятельности.

а) *Кредитование[[48]](#footnote-48).*

Многим предприятиям не хватает внешнего финансирования, причем главным препятствием к получению кредита являются условия, выдвигаемые банками. Во-первых, обеспечение кредита – как таковое банки рассматривают зачастую только недвижимость, иномарки, золото и драгоценности. Во-вторых, оценка вышеуказанного имущества предприятия осуществляется обычно на 50% ниже ее реальной рыночной стоимости, что сильно снижает сумму возможного кредита. В-третьих, процент по кредитам непомерно высок и примерно в 10 раз выше европейской ставки ипотечного кредита, которая колеблется около уровня в 2-3% в год. При этом срок рассмотрения запроса на кредит может доходить до нескольких месяцев и потребовать предоставления большого количества документов.

б) *Наличие административных барьеров[[49]](#footnote-49)*.

Количество административных барьеров постепенно снижается, но их система остается нестабильной и поэтому отнимает много сил и времени. Пример: чтобы организовать выезд представителя СЭС для получения согласования на создание производства в Московской области уходит до 1,5 месяцев. Причем это при условии, что вы сами уже подготовили все необходимые проекты документов, а подобных контролирующих организаций десятки. Затраты на преодоление административных барьеров зачастую превышают многие расходы, связанные с деятельностью фирмы. В качестве примера можно привести одно малое московское предприятие, действующее уже в течение десяти лет. Для того, чтобы складировать все бухгалтерские архивы необходима площадь не менее двадцати квадратных метров, а, так как минимальная арендная плата составляет не менее 200-300 долл. за квадратный метр офисных помещений в год, то затраты составят соответственно от 4 до 6 тыс. долл. в год. Хранить эти данные в электронной форме невозможно.

в) *Недостаточная подготовка руководителей[[50]](#footnote-50)*.

Значительная часть новых малых предприятий создается людьми, не имеющими опыта ведения своего предпринимательства или поменявшими его направление, например, от торговли к производству. Часто эта причина ведет предприятия к разорению из-за отсутствия даже общего, на уровне научно-популярных изданий, понимания бухгалтерского и управленческого учета.

г) *Отсутствие необходимой инфраструктуры[[51]](#footnote-51)*.

Часто препятствием для развития малых предприятий становится отсутствие необходимой инфраструктуры*,* например в городах и городских районах, имеющих блочную застройку 60-80х гг. очень мало приемлемых помещений под общепит или мелкие производства вне зданий бывших универсамов и торговых центров. Малые предприятия неспособны, даже частично, освоить тысячеметровые цеха закрытых заводов, а небольших промышленно-складских помещений нет.

д) *Нехватка информации[[52]](#footnote-52).*

Несмотря на существование многих программ помощи малых предприятий, содержание этих программ остается для большинства компаний неизвестным. Примером могут служить попытки получить информацию о создаваемых в данный момент в Москве и Казани технопарках. Ни одной из фирм, с которыми мы общались, не удалось узнать путем простого телефонного звонка, на каких условиях могут быть предоставлены арендные площади. Только одной из фирм было сделано реальное предложение о сотрудничестве, причем поступило оно из г. Тутаева Ярославской области. Из него ясно следовало, что компания получит в этом городе определенные льготы, а некоторые услуги, такие как предоставление земельных участков на берегу Волги, были бы оказаны бесплатно[[53]](#footnote-53).

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении хотелось бы сказать следующее.

Предпринимательство выступает в качестве особого вида экономической деятельности, ибо его начальный этап связан, как правило, лишь с идеей – результатом мыслительной деятельности, впоследствии принимающей материализованную форму.

Основным субъектом предпринимательской деятельности выступает предприниматель. Однако предприниматель не единственный субъект, в любом случае он вынужден взаимодействовать с потребителем как основным его контрагентом(- лицо или учреждение, берущее на себя определенные обязательства по договору), а также с государством, которое в различных ситуациях может выступать в качестве помощника или противника.

В современных условиях хозяйствования каждый предприниматель функционирует в условиях достаточно глубокой специализации производства, возникшей на основе разделения труда.

Любой предприниматель нуждается в эффективных партнерским связях: только в таком случае он может эффективно действовать в рамках того или иного фрагмента целостного производственного процесса. Идеальной является ситуация, когда все предприниматели образуют относительно изолированную от общего экономического процесса цепочку партнерских связей.

Предпринимательство в рыночной экономике составляет ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта. Но дело не только в количественных показателях – этот фактор по самой своей сути является типично рыночным и составляет основу современной рыночной инфраструктуры. Основные преимущества, характерные черты, присущие предпринимательству:

 - возможность более гибких и оперативных решений. По сравнению с крупными корпорациями в малом предпринимательстве упрощена структура принятия управленческих решений, это дает возможность быстро и гибко реагировать на конъюнктурные изменения, в том числе путем маневра капитала при переключении с одного вида деятельности на другой.

 - ориентация производителей преимущественно на региональный рынок. предпринимательство идеально приспособлен для изучения пожеланий, предпочтений, обычаев, привычек и других характеристик местного рынка.

 - поддержание занятости и создание новых рабочих мест. Эта проблема чрезвычайно актуальна для нашей страны; процесс приватизации уберет балласт с предприятий и мелкий предпринимательство мог бы сыграть роль амортизатора, вобрав в себя свободную рабочую силу.

 -выполнение вспомогательных функций по отношению к крупным производителям. Крупные фирмы децентрализуют производственный процесс, передавая его фазы предприятиям на основе субкооперации. Мелкий предпринимательство улучшает общую структуру производства, так как облегчает адаптацию «неповоротливого» крупного производства к изменяющимся условиям, к новым требованиям научно-технического прогресса: способствует развитию специализации, освобождает крупные корпорации от производства мелкосерийной продукции, занимает поиском, доработкой и освоением новых изделий, охотнее идет на риск.

 - небольшой первоначальный объем инвестиций. У малых предприятий меньшие сроки строительства; небольшие размеры, им быстрее и дешевле перевооружаться, внедрять новую технологию и автоматизацию производства, достигать оптимального сочетания машинного и ручного труда.

 - экономическая эффективность производства в малых предприятиях.

 - инновационный характер малых предприятий. Многие экономисты отстаивают идею об исключительной роли предпринимательства в развертывании научно-технической революции.

На современном этапе повышение роли предприятий предпринимательства в экономике Германии, США и других развитых странах - не случайность, а необходимая закономерность, вызванная самим ходом истории.

Предпринимательство является важным фактором в решении экономических и социальных задач, таких как: формирование конкурентной среды, создание дополнительных рабочих мест, расширение ассортимента и повышение качества выпускаемых товаров или предоставляемых услуг, содействие крупным предприятиям путем создания вспомогательных или обслуживающих производств, поддержание инновационной активности.

Вот почему становление и развитие предпринимательства представляет собой стратегическую задачу реформационной экономической политики и для России.

Учитывая проблемы и перспективы развития предпринимательства в России, можно сделать вывод о том, что и в нашем государстве правительством должно быть сделано очень много для развития и закрепления этого рода деятельности. Это и различные государственные программы по поддержке предпринимательства, и специальные фонды, созданные государством.

 В целом же российское предпринимательство находится на начальном этапе своего развития, еще далеком от потребностей реального рыночного хозяйства.

И напоследок подчеркнём, что малое предпринимательство (предпринимательство) - это существенная составляющая цивилизованного рыночного хозяйства, неотъемлемый элемент присущего ему конкурентного механизма. Этот предпринимательский уклад придает рыночной экономике должную гибкость, мобилизует крупные финансовые и производственные ресурсы населения, несет в себемощный антимонопольный потенциал, служит серьезным фактором структурной перестройки и обеспечения прорывов по ряду направлений научно-технического прогресса, во многом решает проблему занятости и другие социальные проблемы рыночного хозяйства.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

**Источники**

1. Федеральный закон от 14 июня 1995 г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке предпринимательства в Российской Федерации» // газета "Российская Федерация" от 29 июня 1995 г. N 1348.
2. Закон РФ «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации» // газета "Российская Федерация" от 29 марта 2002 г. N 1338.

**Литература**

1. Андерс Ослунд. Условия развития малого предпринимательства // Человек и труд. – 2005. – № 12. С. 17 -19.
2. Баженов Б.С., Баженов Ю.А. Малое предпринимательство: практическое руководство по организации и ведению предпринимательства - М: ИВЦ «Маркетинг», 2004.- 104с.
3. Бондаренко В. Как поддерживают предпринимательство в Америке / В. Бондаренко // Малое предприятие. - 2004. - № 11. - С. 8-9

Борисов С. Раньше малому бизнесу нужна была поддержка, теперь – опора // Человек и труд. – 2003. - № 7. – С. 25 -28.

1. Букамина М. А. Большая забота о малом предпринимательстве: Поддержка предпринимательства "по-американски" / М. А. Букамина // Рос. предпринимательство. - 2005. - № 3. - С. 11-17.
2. Витале Дж. Предпринимательство: Реклама. (Перевод с английского) - М.: Издательский дом «Довгань», 1998.- 224с.
3. Гнетов М. В нашем городе новые рабочие места обеспечиваются только малым бизнесом // Человек и труд. – 2004. - № 6. С. 32 - 34.
4. Гнилитская Е.В. Институционально-психологические основания успешного развития предпринимательства // Российское предпринимательство. – 2006. - апрель. – С. 45-49.
5. Государственная политика и предпринимательство в США // Экономика и упр. в зарубеж. странах. - 2004. - № 9. - С. 38-44.
6. Грузков А.П. Региональные программы развития: социально-экономический аспект // Российское предпринимательство. – 2006. - февраль. – С. 32-41.
7. Дацко С.Н. Социальная ответственность предпринимательства // Российское предпринимательство. – 2006. - февраль. – С. 18-24.
8. Ковалёв В.В. Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – М., 2004. - 416с.

Колесникова О. О совершенствовании правовой базы обеспечения занятости населения // Человек и труд. 1999. - № 2. -С. 33 - 35.

1. Корчагин А. Д. Значение и роль предпринимательства в инновационном процессе / А. Д. Корчагин, Ю. Г. Смирнов // Инновации. - 2004. - №5.-С. 23-29.
2. Кузьмичев А.Д. Предпринимательство: взгляд из прошлого в настоящее
3. Кулапина Г.М. Организация консалтинговых услуг для малого и среднего бизнеса региона // Российское предпринимательство. – 2006. - январь. – С. 38-41.
4. Курс экономики: Учебник / Под редакцией Б.А. Райзберга.- М.: Высшая школа, 2000. - 226с.
5. Лапуста М.Г. Старостин Ю.А. Малое предпринимательство.- М: ИНФРА-М, 2000. - 320с.
6. Лебедева Л. США: малое предпринимательство как образ жизни // Человек и труд. – 2005. - №9. – С. 23.
7. Лебедева И. Тенденции научно-технического развития предпринимательства в Японии / И. Лебедева // Проблемы теории и практики упр. - 2004. - № 3. - С. 74-79.
8. Левкин Н. В. Национальные особенности и организационная культура российского предпринимательства // Российское предпринимательство. – 2006. - апрель. – С. 55-59.
9. Макинтайр Р. Местные власти - стимуляторы предпринимательства // Проблемы теории и практики упр. - 2005. - № 3. - С. 56-60.
10. Масленников М. Н., Правовое регулирование предпринимательства в Экономике развитых стран // Экономика и жизнь. – 2004. - № 10. ‑ С. 23-26.
11. Мельников О.Н., Абрамов Е.Г. Повышение эффективности предпринимательской деятельности как функция эволюции стадий экономического развития организации // Российское предпринимательство. – 2006. - февраль. – С. 38-41.
12. Мир на рубеже тысячелетий (прогноз развития мировой экономики до 2015 г.) – М.: Издательский дом НОВЫЙ ВЕК, 2004.
13. Морозов В. А. Большая забота о малом предпринимательстве: зарубежный опыт поддержки предпринимательства // Рос. предпринимательство. - 2004 .- № 8. - С. 81-88; № 10 .- С. 99-104.
14. Мягков П., Фесенко Е., Еремина О. Н. Малое предпринимательство: государственная поддержка обязательна. 2000. ‑ с. 561.
15. Нерсисян Т.Я. Совершенствование государственного регулирования предпринимательской деятельности на региональном уровне // Российское предпринимательство. – 2006. - февраль. – С. 13-17.
16. Новости Предпринимательства. Электронный журнал. Выпуск №35 2005.
17. Нойбауэр Х. Инновационная деятельность на малых и средних предприятиях // Проблемы теории и практики упр. - 2004. - № 3. - С. 62-67.
18. О программе правительства ФРГ по поддержке и среднего предпринимательства // Бюл. иностран. коммер. информ. - 2005. - № 74 (3 июля). - С. 4.
19. Оноприенко В. И. Малые предприятия: Опыт, проблемы -М.: Профиздат, 2004. ‑ с. 615.
20. Опыт зарубежных стран в развитии конкурентоспособного экспортно-ориентированного и среднего предпринимательства//Российская ассоциация развития среднего и предпринимательства//26 апреля 2005 // http:// www/Nisse.ru.
21. Певзнер А. Г. Новое о малых предприятиях. - Выпуск 2. М.: АО "Факт", 2000. ‑ с. 382.
22. Пивоваров И.С. Организация международного предпринимательства // Экономика XXI век. – 2004. – № 2. – с. 39-73.
23. Предпринимательство и предпринимательство: Учебное пособие.- Мн.: Высшая школа. 2000. - 266с.
24. Предпринимательство: Учебник для Сузов / Под редакцией профессора В.Я.Горфинкеля, профессора Г.Б. Поляка, профессора В.А. Швандара.- М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1999. - 475с.
25. Разумнова И. Мелкие предприятия в промышленности США. – М. Факел, 1999.
26. Разумнова И. Мелкие предприятия в промышленности США// Проблемы теории и практики управления, 2004.
27. Райан Д. Д. Предпринимательство: Предпринимательство-план предпринимателя / Д. Д. Райан, Г. П. Хидьюк; Пер с англ. под ред. Д. О. Ямпольской. - 6-е изд. - СПб.: Издат. Дом "Нева", 2005. - 608 с. - (Соврем. предпринимательство).
28. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – Минск, 1999. - 688с.
29. Серегин А. С. Эффективность предпринимательства. М.: Экономика, 2000. ‑ с. 417.
30. Свирчевский В.Д. Макроэкономические цели и развитие предпринимательства (к вопросу о роли экономической науки в трансформации общества) // Российское предпринимательство. – 2006. - апрель. – С. 23-27.
31. Современная экономика. Общедоступный учебный курс. Ростов-на- Дону, издательство «Феникс», 1998. - 672с.
32. Табурчак П.П. Тумина В.М. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – Ростов на Дону, 2004. - 342с.
33. Тарасов К. М. Малое предпринимательство в системе рыночных отношений. - М.: Экономика, 2005. ‑ с. 320.
34. Финансовая газета №11, 12, 14, 35, 2004
35. Ходов Л. Г. Типы предпринимательства в России и за рубежом / Л. Г. Ходов // Внешнеэкон. бюл. - 2005. - № 1. - С. 62-66.
36. Хоскинг А. Курс предпринимательства, Перевод с английского. М.: Международные отношения, 2005. - 350с.
37. Цанден З. Руководство и и средними предприятиями . Перевод с немецкого. Обнинск, 1999.-16с.
38. Шелягина Н. А. предпринимательство в условиях рынка. - М.: Экономика, 2004. ‑ с. 567.

**Интернет - источники**

http://wwwc.house.gov/smbiz/

http://www.sba.gov/OIT/

http://www.opic.gov/

http://www.dti.gov.uk

http://www.sbs.gov.uk

http://www.businesslink.gov.uk

http://www.meti.go.jp/english/index.html

http://www.jetro.go.jp/

http://www.sbs.gov.uk

1. http://www.meti.go.jp/english/index.html

www.worldbank org /data/wdi

http://www.oecd.org

www.allmedia.ru

http://www.kontrakty.com.ua/show/rus/print\_article/34/3320055973.html

**ПРИЛОЖЕНИЯ**

Таблица 1

**Прирост малых предприятий в Великобритании в 1989-2000 гг. (в%)[[54]](#footnote-54)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Сельское хоз-во | Произ-водство | Строитель-ство | Транспорт | Оптовая торговля | Розничная торговля | Финансы | Снабжение | Мотор. | Услуги |
| 0,2 | 28,8 | 46,1 | 30,4 | 27,3 | -2,2 | 86,4 | 9,2 | 18,4 | 100,5 |

Таблица 2

**Доля предприятий различных размеров в объеме продукции[[55]](#footnote-55)**

|  |  |
| --- | --- |
| Отрасль | Предприятия |
| Крупные | средние | мелкие |
| Машиностроение | 60 | 19 |
| Металлургия | 51 | 39 |
| Обувная | 4 | 73 |
| Швейная | 7 | 53 |
| Резинотехническая и пластмассовая | 34 | 43 |

Таблица 3

**Развитие инновационного и экспортного потенциала сектора МП**

**в США в 2003 г.[[56]](#footnote-56)**

|  |  |
| --- | --- |
| ВВП страны $10,77трлн; доля МП в ВВП 52% | $ 5,6 трлн. в 2003 г |
| Государственный бюджет $2,21трлн, доля расходов на инфраструктуру поддержки МСП в госбюджете 0,036% | $0,8 млрд. в 2003 г. |
| Доля МП в общей занятости | 50,1% |
| Доля МП в количестве всех предприятий (97,6%) | 22,9 млн. предприятий |
| Объём госзаказов размещенных в МП | $ 40 млрд |
| Количество экспортно-ориентированных МП (~1%) | 231 тыс. предприятий |
| Объём экспорта США $ 1146 млрд. в 2004 г, в т.ч. | продукты $ 807,6 млрд. |
| услуги $ 338,4 млрд |
| Доля МП в общем объёме экспорта ( ~30%) | $ 343 млрд . |
| Критерии отнесения к МП:количество работающихобъём годового дохода | По видам деятельности:до 100; 500; 750; 1000; 1500.от $0,75 млн. ----- до$20 млн. |

Таблица 4

**Программы поддержки**

**Администрации Предпринимательства (АМБ) США[[57]](#footnote-57)**

|  |  |
| --- | --- |
| 39 программ поддержки МП Объём кредитов - $21,6 млрд. Гарантийные фонды - $1,67 млрд.Экспортные кредиты -$700 млн. | 8 технических (обучение и консультир.)7 финансовой поддержки, (в т.ч. 4 подпрограммы поддержке экспорта)8 помощи в размещении контрактов7 специальн. и инновационных программ 9 административных программ |
| Деятельность по развитию экспорта во всех структурах поддержки АМБ координирует Отдел международной торговли (OIT) | 109 региональных отделений АМБ, в каждом из них работает по 2 эксперта по ВЭД;1100 центров развития МП, в т.ч. 30 центров поддержки экспорта;85 информационных центра;389 консультационных центров, в которых работает 13000 экспертов, в т.ч. 850 по ВЭД. |
| уполномоченные кредитно-финансовые организации | 7000 уполномоченных банков384 инвестиционных компании |
| Другие организации поддерживающие развитие экспорта в секторе МП |
| 330 предпринимательство-инкубаторов и технопарков | Расположены во всех регионах, крупных городах, промышленных и научных центрах |
| Экспортно-импортный банк СШАКорпорация частных зарубежных инвестиций (OPIC) | имеет 24 отделения предоставляет МП ежегодно свыше $1 млрд. экспортных кредитов;имеет 150 отделений за рубежом, представляет кредиты до $ 6 млн. и гарантирует риски |
| Министерство торговли СШАМинистерство с/х США занято свыше 1700 экспертов по ВЭД | 19 центров развития экспорта;68 отделений поддержки экспорта в США;51 региональных экспортных совета, 120 зарубежных представительств; |
| Исследовательские, учебные и информационные структуры | 27 учебно-исследовательских центра по ВЭД при университетах;500 колледжей предпринимательства;7 информационных порталов по ВЭД. |
| Общественные, некоммерческие и частные организации, способствующие развитию экспортных возможностей МП | 2800 региональных и местных торговых палат 90 торговых палат за рубежом16 крупнейших ассоциаций экспортеров270 партнерских организаций |

Таблица 5

**Развитие экспортного потенциала сектора МСП в Великобритании[[58]](#footnote-58)**

|  |  |
| --- | --- |
| Доля МСП в ВВП страны (52%) | $ 1,035 трлн. в 2003 г |
| Доля МСП в количестве всех предприятий (99,1%) | 4 млн. предприятий |
| Количество экспортно-ориентированных МСП  | 295 тыс. предприятий |
| Объём экспорта $ 547,23 млрд. в 2004 г, в т.ч. | продукты $365,7 млрд. |
| услуги $ 281, 6 млрд |
| Доля МСП в общем объёме экспорта ( ~33%) | $ 182 млрд . |

Таблица 6

**Программы поддержки Службы Предпринимательства (SBS)**

|  |  |
| --- | --- |
| Действует 28 государственных программ поддержки МСП. Государственные гарантии обеспечивают ежегодно привлечение кредитов в сектор МСП на $6,3 млрд. Прямое кредитование по линии SBS составляет $286 млн. | 7 технических (информация, обучение, консультации и экспертиза)7 финансовой поддержки8 помощи в размещении контрактов6 специальных и инновационных программ11 информационных сетей |
| Деятельность по развитию экспорта во всех структурах поддержки СМБ координирует | 9 региональных отделений5 партнерских организаций12 региональных агентств развития450 центров развития МСП60 агентств поддержки экспорта |
| 12 уполномоченных кредитно-финансовых организаций | Имеют отделения во всех регионах, крупных городах, промышленных и с/х центрах |
| Другие организации поддерживающие развитие экспорта в секторе МП |
| 470 предпринимательство-инкубаторов, технопарков и исследовательских центров | 153 научно-производственных кластера220 предпринимательство-инкубаторов97 технопарков и исследовательских центров |
| Торгово-инвестиционное агентство – UKTI; Департамент гарантий экспортных кредитов – ECGD;Министерство международного развития -DFID | 330 местных представительств153 зарубежных представительствазанято свыше 2000 экспертов по ВЭД23 уполномоченных банка 8 информационных сетей |
| Общественные, некоммерческие и частные организации, способствующие развитию экспортных возможностей МП  | 110 торговых палат26 ассоциаций экспортеров147 партнерских организаций |

Таблица 7

|  |  |
| --- | --- |
| Доля МСП в ВВП страны (51,6%) | $ 2,07 трлн. в 2003 г |
| Доля МСП в количестве всех предприятий (99,7%) | 4,69 млн. предприятий  |
| Объём экспорта $ 565,15 млрд. в 2004 г, в т.ч. | продукты $430,45 млрд. |
| услуги $ 134,7 млрд (23,8%) |
| Доля МСП в общем объёме экспорта (~40% ориентировочно) | $ 226 млрд . |

Таблица 8

**Государственная поддержка МСП**

**и развития экспортного потенциала[[59]](#footnote-59)**

|  |  |
| --- | --- |
| Направления финансовой поддержки в 2003-2004 гг. (всего 23 программы на $2,47 трлн,)Государственные средства – 10,3%;Частный капитал – 89,7% | стабилизационная помощь инновационные мероприятия техническая помощьмодернизация и технологическое развитиеподдержка экспорта |
| Агентство МСП (SMEA) | 57 отделений(10 в регионах и 47 в префектурах)8 венчурных центров261центр развития предпринимательства |
| Организация инновационной поддержки МСП и регионов (SMRJ) | 9 институтов менеджмента и технологий52 компании гарантирования кредитов9 региональных и 24 отраслевых отделения13 информационных центров5 информационных сетей 380 экспертов ВЭД |
| Японская финансовая корпорация МСП (JASME)Национальная финансовая корпорация (NLFC)Шоко Чакин Банк (SCB) | выделили в 2004 г. кредитов МСП на $39,9млрд, 313 кредитных отделений52 отделения по гарантированию кредитов42 венчурных фонда 3 инвестиционных компании |
| Другие организации поддержки МСП и развития его экспортного потенциала |
| 6 частных кредитно-финансовых институтов обеспечивает 89,7% кредитов для МСП | выделили в 2004 г. кредитов на $2,217 трлн. отделения по всей стране |
| Предпринимательство-инкубаторы, университеты и другие научно-технические организации | 11 предпринимательство-инкубаторов;56 университетов и НИИ;700 партнерских организаций и предприятий |
| Японская организация внешней торговли (JETRO)) | 76 представительств за рубежом38 региональных отделений4 информационно-поисковых сети  |
| Общественные, некоммерческие и частные организации, способствующие развитию экспортных возможностей МСП | 524 местных торгово-промышленных палат2800 предпринимательских объединений5 национальных союзов предпринимателейрегиональные и местные ассоциации |

Таблица 9

**Занятость на МСП Франции**

**по отдельным отраслям экономики на 1 января 2000 г.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Отрасли | МСП в целом (%) | Общая занятость в отрасли |
| Промышленность | 52,4 | 4 630 536 |
| Строительство, сельское хозяйство | 81,4 | 1 175 022 |
| Торговля | 78,2 | 1 960 308 |
| Транспорт, связь | 28,6 | 1 223 560 |
| Услуги рыночные | 79,8 | 1 952 130 |
| Услуги финансовые | 17,5 | 514 637 |
| Всего: | 60,1 | 11 456 193 |

Таблица №10

**Количество зарегистрированных малых предприятий**

 **по федеральным округам Российской Федерации**

| ***Федеральные округа*** | Количество зарегистрированных МП на 1 июля 2005 г. в расчете на 100 тыс. чел. населения1 | Прирост/ сокращение (-)количества зарегистрированных МПна 100 тыс. чел. населения1 за период 01.07.2004- 01.07.2005 |
| --- | --- | --- |
| *РФ* | *677,8* | *22,8* |
| Центральный | 888,9 | 19,5 |
| Северо-Западный | 1 163,7 | 65,1 |
| Южный | 500,3 | 40,6 |
| Приволжский | 515,5 | 9,6 |
| Уральский | 535,8 | 49,3 |
| Сибирский | 517,9 | -6,0 |
| Дальневосточный | 569,3 | -9,0 |

 1 исходя из численности населения по общероссийской переписи 2002 г.

Таблица №11

**Распределение регионов по группам с различной динамикой**

**числа зарегистрированных малых предприятий на 100 тыс. жителей**

**за период с 1 июля 2004 г. по 1 июля 2005 г.**

| ***Изменение числа МП на 100 тыс. жителей*** | *Количество регионов* |
| --- | --- |
| Сильное сокращение (свыше 100 ед.) | 7 |
| Среднее сокращение (от 50 до 100 ед.) | 6 |
| Небольшое сокращение (от 0,1 до 50 ед.) | 20 |
| Без изменений (0 ед.) | 10 |
| Небольшое увеличение (от 0,1 до 50 ед.)  | 26 |
| Среднее увеличение (от 50 до 100 ед.) | 10 |
| Сильное увеличение (свыше 100 ед.) | 9 |

Таблица №12

**Среднесписочная численность занятых на МП по федеральным округам**

**Российской Федерации в январе-июне 2005 г.**

| ***Федеральные округа*** | ***Среднесписочная численность работников МП1*** | ***Доля занятых на МП в общей среднесписочной численности занятых*** |
| --- | --- | --- |
| тыс. чел. | в % к январю-июню 2004 г. | % | Изменение относительно января-июня 2004 г., п.п. |
| *РФ* | *7 868,3* | *104,3* | *16,4* | *0,9* |
| Центральный | 2 914,6 | 105,0 | 21,7 | 1,2 |
| Северо-Западный | 1 137,7 | 105,6 | 21,8 | 1,2 |
| Южный | 782,2 | 99,3 | 14,2 | 0,1 |
| Приволжский | 1452 | 106,4 | 13,7 | 1,0 |
| Уральский | 552,5 | 109,3 | 12,2 | 1,3 |
| Сибирский | 729,2 | 98,8 | 11,4 | 0,0 |
| Дальневосточный | 300,1 | 102,2 | 12,7 | 0,3 |

1 без внешних совместителей и работающих по договорам гражданско-правового характера

Таблица №13

**Изменение среднесписочной численности занятых на МП по регионам в январе-июне 2005 г. по сравнению с январем-июнем 2004 г.**

| ***Изменение среднесписочной численности*** ***работников МП***  | *Количество регионов* |
| --- | --- |
| Сильное сокращение (свыше 30%) | 6 |
| Среднее сокращение (10-30%) | 4 |
| Небольшое сокращение (менее 10%) | 18 |
| На прежнем уровне (малозначительное изменение) | 2 |
| Небольшое увеличение (менее 10%) | 28 |
| Среднее увеличение (10-30%) | 20 |
| Сильное увеличение (свыше 30%) | 10 |

Таблица №13

**Объемы оборота МП по федеральным округам Российской Федерации**

**в январе-июне 2005 г.**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Федеральные*** ***округа*** | ***Объем оборота*** ***в январе-июне 2005 г.*** |
| млн. руб. | На душу населения, руб.1 |
| *РФ* | *3 990 315,7* | *27 488,3* |
| Центральный | 1 752 134,7 | 46 108,8 |
| Северо-Западный | 398 683,2 | 28 532,4 |
| Южный | 356 562,8 | 15 565,7 |
| Приволжский | 682 965,3 | 21 921,5 |
| Уральский | 312 035,5 | 25 217,0 |
| Сибирский | 357 496,2 | 17 818,7 |
| Дальневосточный | 130 438,0 | 19 488,7 |

1 исходя из численности населения по общероссийской переписи 2002 г.

Таблица №14

**Распределение регионов по группам с различным объемом оборота МП на душу населения в январе-июне 2005 г. с учетом стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг (в % от среднего по РФ)**

| ***Объем оборота МП*** ***на душу населения*** ***с учетом СН***  | *Количество регионов* |
| --- | --- |
| 0-10% | 7 |
| 10-30% | 17 |
| 30-50% | 25 |
| 50-70% | 14 |
| 70-100% | 14 |
| Свыше 100% | 11 |

1. Предпринимательство и предпринимательство: Учебное пособие.- Мн.: Высшая школа. 2000. – С. 16. [↑](#footnote-ref-1)
2. 1. Шумпетер И. Теория экономического развития. - М., 1982 с. [↑](#footnote-ref-2)
3. 1. Предпринимательство и предпринимательство: Учебное пособие.- Мн.: Высшая школа. 2000. – С. 26. [↑](#footnote-ref-3)
4. Федеральный закон от 14 июня 1995 г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке предпринимательства в Российской Федерации» // газета "Российская Федерация" от 29 июня 1995 г. N 1348. [↑](#footnote-ref-4)
5. БЭС. [↑](#footnote-ref-5)
6. Оноприенко В. И. Малые предприятия: Опыт, проблемы -М.: Профиздат, 2004. – С.25. [↑](#footnote-ref-6)
7. Лапуста М. Г., Старостин Ю. Л. Малое предпринимательство М. ИНФРА-М, 2004. С. 32. [↑](#footnote-ref-7)
8. Федеральный закон от 14 июня 1995 г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке предпринимательства в Российской Федерации» // газета "Российская Федерация" от 29 июня 1995 г. N 1348. [↑](#footnote-ref-8)
9. Толковый словарь Ожегова [↑](#footnote-ref-9)
10. Баженов Б.С., Баженов Ю.А. Малое предпринимательство: практическое руководство по организации и ведению предпринимательства - М: ИВЦ «Маркетинг», 2004.- С.14. [↑](#footnote-ref-10)
11. Там же. С. 21. [↑](#footnote-ref-11)
12. Корчагин А. Д. Значение и роль предпринимательства в инновационном процессе / А. Д. Корчагин, Ю. Г. Смирнов // Инновации. - 2004. - №5.-С. 29. [↑](#footnote-ref-12)
13. См. Шумпетер [↑](#footnote-ref-13)
14. Лебедева Л. США: малое предпринимательство как образ жизни // Человек и труд. – 2005. - №9. – С. 23. [↑](#footnote-ref-14)
15. Герчикова И.Н. Регулирование предпринимательской деятельности: государственное и межфирменное: Учеб. Пособие. – М.: Консалтбанкир, 2002, с.683 [↑](#footnote-ref-15)
16. Герчикова И.Н. Указ. соч., с. 685. [↑](#footnote-ref-16)
17. http://sbc.senate.gov/ [↑](#footnote-ref-17)
18. http://www.sba.gov [↑](#footnote-ref-18)
19. http://www.doc.gov/ [↑](#footnote-ref-19)
20. Бондаренко В. Как поддерживают предпринимательство в Америке / В. Бондаренко // Малое предприятие. - 2004. - № 11. - С. 9 [↑](#footnote-ref-20)
21. http://wwwc.house.gov/smbiz/ [↑](#footnote-ref-21)
22. http://www.sba.gov/OIT/ [↑](#footnote-ref-22)
23. Более подробно смотри: http://www.opic.gov/ [↑](#footnote-ref-23)
24. Бондаренко В. Как поддерживают предпринимательство в Америке / В. Бондаренко // Малое предприятие. - 2004. - № 11. - С. 9 [↑](#footnote-ref-24)
25. Опыт зарубежных стран в развитии конкурентоспособного экспортно-ориентированного и среднего предпринимательства//РАРСМП //26 апреля 2005 // http:// www/Nisse.ru [↑](#footnote-ref-25)
26. http://www.meti.go.jp/english/index.html [↑](#footnote-ref-26)
27. Морозов В. А. Большая забота о малом предпринимательстве: зарубежный опыт поддержки предпринимательства // Рос. предпринимательство. - 2004 .- № 8. - С. 81-88; № 10 .- С. 104. [↑](#footnote-ref-27)
28. http://www.jetro.go.jp/ [↑](#footnote-ref-28)
29. Лебедева И. Тенденции научно-технического развития предпринимательства в Японии / И. Лебедева // Проблемы теории и практики упр. - 2004. - № 3. - С. 79. [↑](#footnote-ref-29)
30. http://www.dti.gov.uk [↑](#footnote-ref-30)
31. http://www.sbs.gov.uk [↑](#footnote-ref-31)
32. http://www.businesslink.gov.uk [↑](#footnote-ref-32)
33. Шестоперов О. Современные тенденции развития малого предпринимательства в России//Вопросы экономики, №4 2002, с.66 [↑](#footnote-ref-33)
34. Ресурсный центр поддержки малого предпринимательства, Федеральный фонд поддержки малого предпринимательства [↑](#footnote-ref-34)
35. Макинтайр Р. Местные власти - стимуляторы предпринимательства // Проблемы теории и практики упр. - 2005. - № 3. - С. 60. [↑](#footnote-ref-35)
36. Борисов С. Раньше малому бизнесу нужна была поддержка, теперь – опора // Человек и труд. – 2003. - № 7. – С. 25. [↑](#footnote-ref-36)
37. Юрий Копытин. Предприниматель и чиновник: от антагонизма к сотрудничеству
Интервью с руководителем Департамента развития предпринимательства
администрации Самарскойобласти (#11/2003) [↑](#footnote-ref-37)
38. Андерс Ослунд. Условия развития малого предпринимательства // Человек и труд. – 2005. – № 12. С. 17. [↑](#footnote-ref-38)
39. Гнетов М. В нашем городе новые рабочие места обеспечиваются только малым бизнесом // Человек и труд. – 2004. - № 6. С. 32. [↑](#footnote-ref-39)
40. Там же. - С. 62. [↑](#footnote-ref-40)
41. Корчагин А. Д. Значение и роль предпринимательства в инновационном процессе / А. Д. Корчагин, Ю. Г. Смирнов // Инновации. - 2004. - №5.-С. 23-29. [↑](#footnote-ref-41)
42. См. Указ Президента Республики Татарстан от 20 марта 2001 г. N УП-221

"О содействии развитию частного бизнеса и поддержке предпринимательства в Республике Татарстан" [↑](#footnote-ref-42)
43. Положение об Агентстве по развитию предпринимательства в Республике Татарстан // Сборник постановлений и распоряжений Кабинета Министров Республики Татарстан и нормативных актов республиканских органов и исполнительной власти. - 2002. - № 11. - С. 18-29. [↑](#footnote-ref-43)
44. Устав торгово-промышленной палаты Республики Татарстан. – Казань, 2000. [↑](#footnote-ref-44)
45. Закон РФ «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации» // газета "Российская Федерация" от 29 марта 2002 г. N 1338. [↑](#footnote-ref-45)
46. Колесникова О. О совершенствовании правовой базы обеспечения занятости населения // Человек и труд. 1999. № 2. С. 33. [↑](#footnote-ref-46)
47. Масленников М. Н., Правовое регулирование предпринимательства в экономике развитых стран // Экономика и жизнь. – 2004. - № 10. ‑ С. 26 [↑](#footnote-ref-47)
48. Тарасов К. М. Малое предпринимательство в системе рыночных отношений. - М.: Экономика, 2005. – С. 32. [↑](#footnote-ref-48)
49. Там же. [↑](#footnote-ref-49)
50. Там же [↑](#footnote-ref-50)
51. Там же [↑](#footnote-ref-51)
52. Там же [↑](#footnote-ref-52)
53. Из материалов VI Всероссийской конференции представителей малых предприятий « предпринимательство – экономическая основа развития местного самоуправления», состоявшейся 26 апреля 2005 года в Торгово-промышленной палате Российской Федерации [↑](#footnote-ref-53)
54. Там же. С. 234. [↑](#footnote-ref-54)
55. http://sbc.senate.gov/ [↑](#footnote-ref-55)
56. Опыт зарубежных стран в развитии конкурентоспособного экспортно-ориентированного и среднего предпринимательства//РАРСМП //26 апреля 2005 // http:// www/Nisse.ru [↑](#footnote-ref-56)
57. Опыт зарубежных стран в развитии конкурентоспособного экспортно-ориентированного и среднего предпринимательства//РАРСМП //26 апреля 2005 // http:// www/Nisse.ru [↑](#footnote-ref-57)
58. Опыт зарубежных стран в развитии конкурентоспособного экспортно-ориентированного и среднего предпринимательства//РАРСМП //26 апреля 2005 // http:// www/Nisse.ru [↑](#footnote-ref-58)
59. Опыт зарубежных стран в развитии конкурентоспособного экспортно-ориентированного и среднего предпринимательства//РАРСМП //26 апреля 2005 // http:// www/Nisse.ru [↑](#footnote-ref-59)