Министерство науки и образования Российской Федерации

Федеральное агентство образования

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра экономической теории

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**по теме: «Малый бизнес в экономике России: его роль и перспективы»**

Новосибирск 2007

**Оглавление**

Введение3

Глава 1. Малый бизнес – сущность и его роль в экономике6

1.1 Что такое малый бизнес6

1.2 Признаки малого бизнеса7

1.3 Виды малых предприятий9

1.4 Роль и функции малого бизнеса в экономике10

1.5 Динамика развития малого бизнеса в России11

Глава 2. Проблемы и перспективы развития малого бизнеса14

2.1 Государственное регулирование малого бизнеса14

2.2 Взаимодействие крупного и малого бизнеса19

2.3 Проблемы становления малого бизнеса в России24

2.4 Перспективы развития малого бизнеса27

Заключение31

Список использованной литературы33

Приложения34

**Введение**

Тема моей курсовой работы «Малый бизнес в экономике России: его роль и перспективы».

При выборе темы я руководствовалась, как и актуальностью, так и личным интересом к малому предпринимательству.

В настоящее время в экономике России ключевым источником роста эффективности производства, насыщения рынка необходимыми товарами, услугами и повышения уровня жизни населения является развитие малого предпринимательства.

Малый бизнес обеспечивает необходимую мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию и кооперацию, без которых немыслима его высокая эффективность. Он способен не только быстро заполнять ниши, образующиеся в потребительской сфере, но и сравнительно быстро окупаться, создавать атмосферу конкуренции, и это, пожалуй, самое главное, ту среду и дух предпринимательства, без которых рыночная экономика невозможна.

Как убедительно показала мировая практика, именно малые предприятия позволяют в кратчайшие сроки осуществить структурную перестройку экономики, решительный ее поворот к потребностям людей и одновременно сформировать надежную социальную базу реформ – массовый слой предпринимателей-собственников.

Предприятия малого бизнеса являются гибкой и динамичной формой реализации предпринимательской деятельности, позволяющей свободно выразить деловой и творческий потенциал, иметь определенные заработки для достойного образа жизни. Создание сети подобных предприятий способствует обеспечению занятости населения, увеличению на рынке товарной массы и потребительских услуг. Предприятия малого бизнеса порождают здоровую конкуренцию, означающую всестороннее регулирование экономики, включая свободное развитие и многообразие форм собственности, противодействие монополизму крупных фирм. Малые предприятия оживляют инвестиционную деятельность, поскольку перелив ресурсов в сферу малой экономики влечет за собой кардинальные перемены во всей структуре хозяйственного оборота. Наиболее существенным образом они связаны с возникновением региональной экономики как единого комплекса работающих, в основном, на местный рынок промышленных и сельскохозяйственных производств, строительных организаций, звеньев производственной и социальной инфраструктуры.

Малый бизнес способен быстро реагировать на изменение спроса. Небольшие размеры малых предприятий, их технологическая, управленческая гибкость позволяют чутко и своевременно отвечать на изменяющуюся конъюнктуру рынка путем быстрого восприятия технических новинок, перестройки номенклатуры и ассортимента продукции. Узкая специализация на определенном сегменте рынка товаров и услуг, отсутствие управленческих иерархий, возможность начать дело с относительно небольшим стартовым капиталом – все эти черты малого бизнеса также являются его достоинствами, повышающими его устойчивость на внутреннем рынке.

Однако малый бизнес имеет также и определенные недостатки. Так, относительно небольшой капитал сужает рамки производства, ограничивает возможность применения дополнительных ресурсов. Это ведет также к определенной экономической неустойчивости малых предприятий, способствует их банкротству и разорению.

Поэтому перечисленное выше, требует разработки государственной поддержки малого предпринимательства в масштабе всей страны и на региональном уровне в качестве серьезного шага к экономическому и социальному процветанию общества.

Важно и то, что в условиях активных трансформационных процессов в обществе и экономике практика государственной поддержки малого предпринимательства, как и его правовая и институционально-инструментальная система, не может иметь застывшего характера. Эта система должна постоянно развиваться и совершенствоваться, отражая собой как новые тенденции и потребности развития самих малых предприятий, так и все более зрелый, сложившийся характера самой рыночной системы хозяйствования и интегрированных в нее рычагов государственного регулирования.

**Актуальность** темы настоящей курсовой работы обусловлена той важной ролью, которую играет малый бизнес в России.

**Цель работы** – проанализировать роль и перспективы развития малого бизнеса в России. Реализация заданной цели требует постановки следующих задач:

- определить роль и функции малого бизнеса в экономике

- рассмотреть динамику развития малого бизнеса в целом и по отраслям, сферам экономики России;

- проанализировать взаимодействие крупного и малого бизнеса, поддержку и регулирование его государством;

- определить проблемы и перспективы развития.

Данная курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

В первой главе отражена сущность и роль малого бизнеса в экономике.

Во второй главе выявлены проблемы и перспективы развития малого бизнеса.

**Глава 1. Малый бизнес – сущность и его роль в экономике**

* 1. **Что такое малый бизнес**

Перед тем, как анализировать роль малого бизнеса в экономике, прежде всего необходимо раскрыть понятие малого бизнеса, а также его составляющих.

*Малый бизнес* – принятое обозначение совокупности мелких и средних частных предприятий, прямо не входящих ни в одно монополистическое объединение и выполняющих подчиненную по отношениям к монополиям роль в экономике. Основная часть внешнеэкономических связей также приходится на малый бизнес развитых стран.

*Малое предпринимательство* – предпринимательство, осуществляемое субъектами, признанными таковыми в соответствии с законодательством. К субъектам малого предпринимательства относятся коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия субъектов РФ, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов не превышает 25%, доля, принадлежавшая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства не превышает 25% и в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает предельных установленных уровней. Под субъектами малого предпринимательства понимаются также физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица. Многопрофильные малые предприятия, осуществляющие несколько видов деятельности, относятся к таковым по критериям того вида деятельности, доля которого является наибольшей в годовом объеме оборота или годовом объеме прибыли.

*Малое предприятие* – предприятие со средней численностью работающих, не превышающей критерий предельной численности: в промышленности, строительстве, на транспорте, в сельском хозяйстве и в других отраслях производственной сферы. Предприятие может быть признано малым предприятием только при условии, что сумма выручки от реализации произведенных им товаров (выполненных работ, оказанных услуг) в течение предыдущих четырех кварталов (ежеквартально) не превышала размера, определенной предельной величины, кратной установленному федеральным законом минимальному размеру платы труда (критерий предельной выручки). Для предприятий, со дня регистрации (образования) которых прошло менее одного года, указанный критерий предельной выручки учитывается только применительно к тем кварталам, которые прошли со дня регистрации (образования) этих предприятий и не применяется к первому такому кварталу. Для указанных предприятий в первом квартале со дня их регистрации (образования) учитывается лишь критерий предельной численности. Малое предприятие вправе рассчитывать на государственную поддержку в виде налоговых льгот, льгот по кредитам и т.д.

* 1. **Признаки малого бизнеса**

Человечество накопило достаточно богатый опыт распределения предприятий на группы в зависимости от их размера. При этом не существует какого-то единого для всех стран универсального критерия выделений малых предприятий. Каждое государство в зависимости от национальности, производственных градаций, отраслевой культуры экономики устанавливает свои критерии распределения предприятий по их размерам.

Например, во Франции очень малыми предприятиями считаются производства с числом занятых до 10 человек, малыми – от 10 до 100, средними от 100 до 500 и крупными свыше 500 человек. Малые и средние предприятия составляют около 99% численности всех предприятий и на них трудится примерно 67% всех занятых.

В нашей стране, согласно принятому 14 июля 1995 г. Федеральному закону “О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации”, под субъектами малого предпринимательства понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия РФ, субъектов РФ, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов не превышает 25%; доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимися субъектами малого предпринимательства не превышает 25% и в которых численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней:

* в промышленности, строительстве и на транспорте – 100 человек;
* в оптовой торговле – 50;
* в розничной торговле и бытовом обслуживании – 30;
* в других отраслях и при осуществлении других видов деятельности – 50 человек.

Таким образом, определен критерий выделения малых предприятий – по численности работающих. Несовершенство данного критерия, да и других критериев также, очевидно. Например, на электростанции, где многомиллионные основные фонды приводятся в действие несколькими работниками.

Видимо универсальных критериев выделения малых предприятий, позволяющих безошибочно сортировать предприятия, не существует. Поэтому представляется целесообразным, ориентируясь точно на численность работников, определять по каждой отрасли, с учетом специфики производства, какие предприятия нельзя относить к малым.

Для малого и среднего предприятия ха­рактерно:

* юридическая независимость;
* управление предприятием собственником капитала или партнерами-собственниками с целью получения предпринимательского дохода;
* небольшие размеры по основным показателям деятельности субъекта хозяйствования: уставный капитал, величина активов, объем оборота (прибыли, дохода);
* численность персонала.

Мелкие и средние предприятия не являются уменьшенной моделью или промежуточным этапом в развитии крупной фирмы, а представляют собой особую модель со специфическими чертами и законами развития. Для них характерны особенности в управлении и используемых экономических методах. Их можно свести к следующим:

* высокая степень централизации и персонализации управления. Руководитель-собственник сосредоточивает в своих руках финансовые, экономические, социальные функции и полномочия, что ставит предприятие в зависимость от его деловых и личных качеств;
* высокая зависимость от внешней среды: банков, крупных предприятий, государственной администрации, научных лабораторий, консультационных фирм;
* дефицит финансовых ресурсов — как собственных, так и заемных.

Вместе с тем малому бизнесу присущи: быстрая реакция на требования рынка; высокий уровень специализации; возможность мобилизации ресурсов на перспективных направлениях.

* 1. **Виды малых предприятий**

Те, кто впервые сталкивается с малыми предприятиями, обычно допускают типичную ошибку: считают малые предприятия одним из видов предприятий, подобно государственным, арендным, совместным, семейным и т.д. Это неверно, малые предприятия в этот перечень не могут быть включены. Малые – это не вид, не организационно-правовая форма, а размер предприятия. Малое предприятие – всегда какое-то применительно к выделяемым в законодательстве видам предприятий. Из всех имеющихся видов предприятий: государственных, коллективных, совместных, кооперативов и т.д., выделяется их часть по критериям численности работающих. Таким образом, существуют малые государственные, малые совместные, малые частные и прочие виды малых предприятий.

В этой связи становится очевидным, для малых предприятий не существует какой-то универсальной общей для всех их видов системы ценообразования, материально-технического снабжения, оплаты труда, управления и т.д. Все эти системы функционирования предприятия определяются по их видам.

Бытует и еще одно широко распространенное заблуждение, будто бы вид малого предприятия предопределяется тем, какая организация является его учредителем. Безусловной связи здесь нет. Малые предприятия могут создаваться гражданами, членами семьи и совместно с другими лицами, государственными, арендными, совместными предприятиями, общественными организациями и т.д. Кроме того, малые предприятия могут создаваться совместно указанными органами, предприятиями, организациями и гражданами.

Если учредителем малого предприятия является государственная организация, то это отнюдь не означает, что новое образование будет именно малым государственным предприятием. Имущество, выделяемое из состава государственного предприятия, может быть сдано в аренду кооперативом. Вид созданного предприятия – кооператив. Могут быть и другие варианты.

В то же время индивидуальные и семейные частные предприятия, названные так именно применительно к учредителям, не могут быть иного вида. То есть по таким видам малых предприятий учредительство и вид малых предприятий совпадают.

**1.4 Роль и функции малого бизнеса в экономике**

Значение малого бизнеса в рыночной экономике, очень велико. Безмалого бизнеса рыночная экономика ни функционировать, ни развиваться не в состоянии. Становление и развитие его является одной из основных проблем экономической политики в условиях перехода от административно-командной экономики к нормальной рыночной экономике. Малый бизнес в рыночной экономике - ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта; во всех развитых странах на долю малого бизнеса приходится 60 - 70 % ВНП. Поэтому абсолютное большинство развитых государств всемерно поощряет деятельность малого бизнеса. В мировой экономике функционирует огромное количество малых фирм, компаний и предприятий.

Малое предпринимательство, оперативно реагируя на изменение конъюнктуры рынка, придает рыночной экономике необходимую гибкость.Существенный вклад вносит малый бизнес в формирование конкурентной среды, что для нашей высокомонополизированной экономики имеет первостепенное значение. Нельзя также забывать, что малые предприятия оказывают меньше воздействие и на экологическую обстановку. Немаловажна роль малого бизнеса в осуществление прорыва по ряду важнейших направлений НТП, прежде всего в области электроники, кибернетики и информатики. В нашей стране эту роль трудно переоценить, имея в виду, развернувшийся процесс конверсии. Все эти и многие другие свойства малого бизнеса делают его развитие существенным фактором и составной частью реформирования экономики России.

**1.5 Динамика развития малого бизнеса в России**

Как показало время, малое предпринимательство постепенно начинает занимать определенное место в хозяйстве страны.

Незначительный спад числа малых предприятий на территории РФ, наблюдаемый в 1996-1997 гг., в 1998г. практически прекратился. По состоянию на 1 января 1999г. в России действовало 868 тыс. малых предприятий. На 1 июля 2006г. число зарегистрированных малых предприятий составило 1029,2 тыс. Количество малых предприятий в расчете на 100 тыс. жителей достигло 717,3 ед.

В двух федеральных округах – Северо-Западном и Южном – зафиксировано снижение числа зарегистрированных малых предприятий. Наиболее значительно число зарегистрированных малых предприятий на 100 тыс. жителей увеличилось в Дальневосточном федеральном округе, заметное увеличение произошло также в Уральском федеральном округе.

Вместе с тем следует отметить стабильный рост числа предприятий в таких отраслях, как здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение, операции с недвижимым имуществом, торговля и общественное питание.

О динамике изменения количества малых предприятий и их отраслевой структуры за последние годы свидетельствуют данные Госкомстата России, приведенные в таблице 1.

Малый бизнес ориентируется, прежде всего, на потребности местного рынка, объем и структуру локального спроса, поэтому именно он должен стать основным фактором оптимизации структуры региональной экономики. Структура распределения малых предприятий по экономическим районам России на конец 2003г. представлена в таблице 2.

Анализируя таблицу 2 можно заметить, что распределение малых предприятий по экономическим районам очень неравномерно. Более 1/3малых предприятий расположено в Центральном федеральном округе. Безусловно, существуют объективные предпосылки для такой концентрации малых предприятий в этом районе, но все же эффективность функционирования малого предпринимательства в целом по стране должна определяться с учетом не только центральных, но и периферийных районов.

Предприятия, указанные в таблицах, официально зарегистрированы. Однако, как показывает практика, количество действующих и регулярно представляющих статистическую отчетность предприятий несколько меньше. Поэтому более реальны финансово-экономические показатели малых предприятий, отражающие конечный результат их деятельности.

С первого квартала 2005г. Федеральная служба государственной статистики переходит от учета объемов производства продукции (работ, услуг) на малых предприятиях к учету объемов оборота малых предприятий.

В оборот малых предприятий включается стоимость отгруженных товаров собственного производства, выполненных собственными силами работ и услуг, а также выручка от продажи приобретенных на стороне товаров (без налога на добавленную стоимость, акцизов и других аналогичных обязательных платежей). Объем отгруженных товаров собственного производства представляет собой стоимость тех товаров, которые произведены данным юридическим лицом и фактически в отчетном периоде отгружены или отпущены в порядке продажи, а также прямого обмена на сторону (другим юридическим и физическим лицам), независимо от того, поступили деньги на счет продавца или нет. Данные по объемам оборота представляют совокупность малых организаций с соответствующим основным видом деятельности и отражают коммерческую деятельность организаций. Данные по объемам оборота малых предприятий представлены в таблице 3.

В январе-июне 2006г. оборот малых предприятий вырос на 24,2% относительно аналогичного периода предыдущего года. В одном федеральном округе – Дальневосточном – было зафиксировано небольшое снижение показателя. Наиболее значительное увеличение оборота малых предприятий произошло в Центральном, Северо-Западном и Сибирском федеральных округах.

**Глава 2. Проблемы и перспективы развития малого бизнеса**

**2.1 Государственное регулирование малого бизнеса**

Как следует из преамбулы Федерального закона № 88-ФЗ от 14 июня 1995г. «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации», его целью является реализация установленного Конституцией Российской Федерации права граждан на свободное использование своих способностей и имущества для осуществления предпринимательской и иной, не запрещенной законодательством, экономической деятельности. Кроме того, закон определяет общие положения в области государственной поддержки и развития малого предпринимательства в Российской Федерации, устанавливает формы и методы государственного стимулирования и регулирования деятельности субъектов малого предпринимательства. Учитывая сложность (по сравнению с крупным бизнесом) деятельности субъектов малого предпринимательства, использование закона должно облегчить их работу.

Основные направления поддержки малого предпринимательства, определенные в Законе, можно разделить на три основные группы.

1. Меры поддержки «прямого» действия, т.е. меры, прямо определенные самим законом, для использования которых нужно просто ссылаться на Закон. Они заключаются в том, что субъекты малого предпринимательства при государственной регистрации своей деятельности получают полное право не выполнять устанавливаемые субъектами Российской Федерации и органами местного самоуправления дополнительные требования и условия при регистрации.

2. Меры поддержки, осуществляемые федеральными органами исполнительной власти и органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации.

К данной категории мер поддержки можно отнести следующие:

2.1. Обеспечение участия субъектов малого предпринимательства в реализации государственных программ и проектов, а также в поставках продукции и выполнении работ (услуг) для федеральных нужд.

Правительство Российской Федерации, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации предусматривают резервирование для субъектов малого предпринимательства определенной доли заказов на производство и поставку отдельных видов продукции и товаров (услуг) для государственных нужд.

Государственные заказчики при формировании и размещении заказов и заключении государственных контрактов на закупку и поставки продукции и товаров (услуг) для государственных нужд по видам продукции, отнесенным Правительством Российской Федерации, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации к приоритетным, обязаны размещать у субъектов малого предпринимательства не менее 15% от общего объема поставок для государственных нужд данного вида продукции на основе конкурсов на указанные поставки, проводимых между субъектами малого предпринимательства.

По данному вопросу принято постановление Правительства Российской Федерации от 23 апреля 1996 г. № 523 «Об участии субъектов малого предпринимательства в производстве и поставке продукции и товаров (услуг) для федеральных государственных нужд», которым утверждено дополнение к Порядку подготовки и заключения государственных контрактов на закупку и поставку продукции для федеральных государственных нужд, утвержденному постановлением Правительства Российской Федерации от 26 июня 1995г. №594 «О реализации Федерального закона «О поставках продукции для федеральных государственных нужд».

2.2. Учреждение государственных и муниципальных, в том числе специализированных, фондов поддержки малого предпринимательства;

2.3. Оказание поддержки в участии субъектов малого предпринимательства в экспортно-импортных операциях, а также осуществление поддержки по участию этих субъектов в реализации программ и проектов в области внешнеэкономической деятельности, содействию их участию в международных выставках и ярмарках;

2.4. Разработка и осуществление комплекса мероприятий по содействию в обеспечении субъектов малого предпринимательства современным оборудованием и технологиями, в создании сети технопарков, лизинговых фирм, бизнес-инкубаторов, производственно-технологических центров и других объектов инфраструктуры, создаваемых в целях поддержки субъектов малого предпринимательства;

2.5. Осуществление мер по размещению заказов на производство и поставки специализированного оборудования и иных видов продукции для субъектов малого предпринимательства, содействие в создании и организации деятельности субъектов малого предпринимательства, специализированных оптовых рынков, ярмарок продукции субъектов малого предпринимательства, в том числе путем предоставления зданий, сооружений, оборудования, производственных и служебных помещений, иного имущества, находящихся в государственной или муниципальной собственности.

2.6. Осуществление мер по созданию соответствующей информационной инфраструктуры в целях получения субъектами малого предпринимательства экономической, правовой, статистической, производственно-технологической и иной информации, необходимой для их эффективного развития, и в целях обмена между ними указанной информацией органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации;

2.7. Обеспечение развития системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для малого предпринимательства;

2.8. Оказание поддержки в организации и обеспечении деятельности союзов (ассоциаций) субъектов малого предпринимательства;

2.9. Создание советов по развитию малого предпринимательства в регионе.

3. Меры поддержки, которые отнесены Законом к предмету иных Федеральных законов, законов субъектов Российской Федерации и иных нормативных правовых актов Российской Федерации.

3.1. Законами Российской Федерации и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации утверждаются льготы для субъектов малого предпринимательства по федеральным налогам и иным платежам в федеральный бюджет и специализированные внебюджетные фонды Российской Федерации. В качестве таких льгот можно рассматривать специальные режимы налогообложения для субъектов малого предпринимательства. В частности, субъектами малого предпринимательства могут применяться:

а) система налогообложения на основе единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности. Использование такой системы предполагает некоторые ограничения. Так, существует определенный перечень видов деятельности (ст. 346.26 части второй Налогового кодекса Российской Федерации), подпадающий под ее действие. Кроме того, возможность применения системы налогообложения на основе единого налога на вмененный доход на территории отдельного субъекта РФ определяется на основании специального нормативно-правового акта (закона) регионального уровня, принятие которого субъектом Российской Федерации не является обязательным. Во всех регионах исследования приняты и действуют законы, вводящие систему налогообложения субъектов малого предпринимательства на основе единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности.

б) упрощенная система налогообложения: применение предусматривает замену уплаты налога на прибыль организаций, налога на добавленную стоимость (за исключением НДС при импорте), налога на имущество организаций и единого социального налога уплатой единого налога, исчисляемого по результатам хозяйственной деятельности организаций за налоговый период. В качестве объекта налогообложения субъект малого предпринимательства самостоятельно может выбрать доходы или доходы, уменьшенные на величину расходов.

3.2. Правительство Российской Федерации утверждает порядок представления малыми предприятиями государственной статистической и бухгалтерской отчетности, предусматривающий упрощенные процедуры и формы отчетности, содержащие в основном информацию, необходимую для решения вопросов налогообложения.

Бухгалтерская отчетность малых предприятий представляется за квартал, полугодие, 9 месяцев и год.

В соответствии с приказом Минфина России от 22 июля 2003г. № 67н субъектам малого предпринимательства рекомендуется:

а) субъектам малого предпринимательства, не применяющим в соответствии с законодательством Российской Федерации упрощенную систему налогообложения, учета и отчетности и не обязанным проводить независимую аудиторскую проверку, не представлять дополнительные расшифровки и пояснения по группам статей бухгалтерского баланса (форма № 1) и статьям «Отчета о прибылях и убытках» (форма № 2);

б) субъектам малого предпринимательства, не применяющим в соответствии с законодательством Российской Федерации упрощенную систему налогообложения, учета и отчетности и обязанным проводить независимую аудиторскую проверку, не представлять в составе годовой бухгалтерской отчетности «Отчет об изменениях капитала» (форма № 3), «Отчет о движении денежных средств» (форма № 4), Приложение к бухгалтерскому балансу (форма № 5), если отсутствуют соответствующие данные.

Субъекты малого предпринимательства, использующие на предприятии систему налогообложения на основе единого налога на вмененный доход, представляют налоговым органам налоговую декларацию по единому налогу на вмененный доход для отдельных видов деятельности.

Субъекты малого предпринимательства, перешедшие на упрощенную систему налогообложения, по истечении налогового периода представляют налоговым органам утвержденную приказом Министерства по налогам и сборам Российской Федерации от 21 ноября 2003г. № БГ-3-22/647 налоговую декларацию по единому налогу, уплачиваемому в связи с применением упрощенной системы налогообложения. Также для отчетности субъекты малого предпринимательства обязаны вести книгу учета расходов и доходов предприятия.

**2.2 Взаимодействие крупного и малого бизнеса**

Малые предприятия, как правило, появляются при необходимости изготовления небольших партий продукции с постоянно обновляемой номенклатурой и ассортиментом выпускаемых изделий, использования незначительных источников сырья и материалов в условиях ограниченного количества потребителей. Таким образом, малые предприятия при сравнительном насыщении рынка, находят себя в доработке продукции с учетом индивидуальных запросов заказчика, производстве мелочей или продукции, изготовление которой в технологическом отношении является преимущественно ручным, не автоматизированным. Малые предприятия утилизируют отходы крупных производств, изготавливают комплектующие изделия для сборочных предприятий. Кроме того, малые предприятия доминируют во всех сферах деятельности с высоким риском получения нулевого результата. Это и инновационная деятельность, и освоение новой технологии, новых видов изделий.

Хотелось бы особенно обратить внимание на две большие группы малых предприятий, имеющих разные функции и соответствующие результаты. Это предприятия, деятельность которых направлена на интенсивное и экстенсивное развитие экономики.

Малые предприятия *интенсивного направления* призваны давать мощный импульс развитию крупных предприятий, именно здесь закладывается основа глобальных структурных изменений. Поощрение малых инновационных предприятий в приоритетной сфере, целенаправленно избранной государством, призвано подготовить научно-технический прорыв в этой области, апробировать рынок сбыта новой продукции, отладить технологические процессы, отработать основные вопросы переподготовки кадров для крупных предприятий. Интенсивная малая экономика – это полигон для отработки всех аспектов научно-технической политики. Однако нет возможности, да и нет необходимости учитывать все до мелочей при глобальных изменениях в экономике.

Эту “доводку крупных преобразований” призваны обеспечивать малые предприятия, но только *экстенсивного направления*. Наполнением новыми товарами рынков небольших населенных пунктов, отдаленных районов будут также заниматься малые предприятия данного направления.

Каждое крупное структурное изменение в экономике сопровождается массовым высвобождением работников с предприятий отмирающих отраслей, их переподготовкой и привлечением на новые рабочие места. В значительной мере груз сглаживания социальных конфликтов в этот период, обеспечение временной занятости берут на себя малые предприятия экстенсивного типа. В данном случае они выполняют функции стабилизации общественного развития.

Важно учитывать, что малые предприятия занимают традиционную только для них сферу деятельности, в которую крупные предприятия редко вмешиваются. Это производства с применением ручного труда, к которым относятся ремесленные виды работ, народные промыслы и аналогичные виды деятельности. При хорошей организации снабжения необходимыми материалами и сбыта изделий, такие малые предприятия дают значительную отдачу.

Но так же важно отметить, что крупное производство и не противопоставляется малому, что является одной из причин успешного развития малого бизнеса в странах с развитой рыночной экономикой. В развитых странах культивируется принцип кооперирования крупных и малых предприятий, причем крупные объединения не подавляют малые фирмы, а взаимно дополняют друг друга, особенно в сфере специализации отдельных производств и в инновационных разработках. Не случайно в США, к примеру, девять из каждых новых десяти технологических идей рождаются в малых фирмах.

Предприниматели стремятся быть индивидуалистами. И часто именно это позволяет им раздвигать границы знаний. Идеи являются их “товарными запасами”. Хотя, по словам экономиста Леонарда Вайса: “большинство исследований показывает, что… размеры предприятия мало влияют на интенсивность исследований, но могут снизить ее в некоторых отраслях”

Компания “Дженерал электрик”, относит на счет малых предприятий многие новые идеи, в том числе изобретение электротостеров, кухонных плит, холодильников, пылесосов. Малые предприятия дали миру персональный компьютер, вертолет, бритву, транзисторный приемник, фотокопировальную машину, реактивный двигатель и многое другое.

В самом деле, трудно рассчитывать на устойчивое развитие экономики, если в ней не могут развиваться конкурентные начала, или крупный и малый бизнес существуют параллельно. Это неизбежно выталкивает малый бизнес на обочину каких-то торгово-посреднических операций, которые характерны для современной России. А крупный бизнес становится либо неповоротливым, либо практически отрывается от потребностей экономики и переходит на обслуживание потребностей мирового рынка. То есть возникает схема, которая известна по ряду, так скажем, не очень благополучных стран третьего мира.

Совсем другая ситуация в странах, где налажены устойчивые связи крупного и малого бизнеса. Часто приводят наглядный пример автомобильной промышленности Германии, не менее крупных японских концернов, которые имеют развитую сеть субподрядчиков, куда входят малые и мельчайшие предприятия – сотни и тысячи таких предприятий. Вот это все создает, с одной стороны, стыковку малого и крупного бизнеса, формирует у малого предприятия уверенность в том, что его продукция, его ноу-хау будут востребованы. И, поскольку крупные компании являются операторами мирового рынка, естественно, они воспринимают какие-то инновационные импульсы, стремятся их транслировать. И таким образом у малого бизнеса возникает потребность держать шаг вровень с потребностями времени, обновлять свою технологию и т.д. К сожалению реалии российской экономики пока далеки от этой идеальной картины.

Опыт взаимодействия крупных предприятий с малым бизнесом – это в первую очередь взаимодействие с малыми предприятиями, которые создавались на базе раскрупления или аккумуляции каких-то финансовых ресурсов материального предприятия. И вторая группа – это малые предприятия, возникшие извне, с которыми в дальнейшем удалось установить связи крупным предприятиям.

Сотрудничество это прошло в два этапа. Первый этап – это период поздней перестройки, период так называемой “приватизации”, когда малые предприятия создавались главным образом с вполне известными целями – чтобы каким-то образом сосредоточить ресурсы для последующего участия в действительной приватизации, выполняли роль своего рода таких фиктивных структур, которые обеспечивали первоначальное накопление капитала.

Второй период – это уже период приватизации, когда малые предприятия создавались на ряде крупных предприятий путем выделения объектов инфраструктуры, в том числе социальной, в самостоятельные малые предприятия.

Чаще малые предприятия, оставаясь на орбите крупного, вместе с ним медленно агонизируют. Все это сформировало негативное или выжидательное отношение к какому бы то ни было взаимодействию с малым бизнесом.

Здесь нужно иметь ввиду ряд обстоятельств. Во-первых, низкая конкурентоспособность среды приводит к тому, что если транспортный или ремонтный цех выделятся в отдельное предприятие, оно становится фактически монополистом на инфернальном рынке и несколько месяцев спустя материнское предприятие начинает получать от малого такие прейскуранты, от которых разводят руками. И ничего не поделаешь – других фирм, которым можно передать заказы, в регионе попросту нет. Обжегшись на таких случаях, крупное предприятие стремится сохранить такие цены внутри своей структуры, применяя при регулировании потоков и ресурсов расчетные цены. И как только такой цех выходит в самостоятельное плавание, то тут же во взаиморасчетах возникает разрез. Этих двух фактов хватает, чтобы загубить все взаимодействие на корню.

Выяснилось, что и малые предприятия не в восторге от сотрудничества. Во-первых, все отмечают забюрократизированность самого процесса принятия решения на крупных предприятиях. Во-вторых, формирование таких устойчивых корпорационных связей по этой цепочке передает на экономику малого предприятия воздействие неблагоприятного финансового положения крупного предприятия. Например, когда крупное предприятие размещает заказ и не может расплатиться. Вообще малые предприятия стараются иметь долю крупных предприятий в своих договорах возможно более низкой, потому что если крупное предприятие упадет на колени, то малое – ляжет ничком.

Стимулировать кооперацию можно только путем разумной промышленной политики и стимулирования развития малого предпринимательства самого по себе. Будет здоровый малый бизнес, поднимется немного крупная промышленность, – и эти кооперационные связи возникнут сами собой. Тогда, очевидно, можно будет уже ставить вопрос о том, что или мы нуждаемся в развитии определенных отраслей, то надо будет уже говорить о стыковке малого и крупного бизнеса в этой отрасли и в этом комплексе. Искусственно такие конструкции создавать нельзя.

**2.3 Проблемы становления малого бизнеса в России**

Многие характерные особенности становления малого предпринимательства в России напрямую связаны с основными проблемами, мешающими развитию нормальных рыночных отношений и частного предпринимательства в целом. Для оценки уровня значимости этих проблем можно использовать данные социологических опросов, приведенные в таблице 4.

Августовский кризис в России показал, что в нашей стране средний класс, класс собственников, существует как реальность. И наша беда, что мы поняли это такой ценой.

Наличие прослойки, пусть очень маленькой, собственников-предпринимателей обозначило и их проблемы. Так в Резолюции I Всероссийского съезда предпринимателей малых предприятий были выделены следующие проблемы:

* Медленно идет процесс создания инфраструктуры малого бизнеса;
* Низкими темпами происходит увеличение числа малых предприятий, особенно в производственной сфере;
* Не во многих регионах разработаны и приняты органами власти нормативные акты, региональные программы развития малого предпринимательства, а там где они приняты реализация их происходит далеко не в полной мере;
* Недостаточно налажено взаимодействие регионов, как в плане обмена информацией и опытом по развитию малого предпринимательства, так и в организации практического хозяйственного взаимодействия предпринимателей различных регионов между собой.

На состоявшейся, в рамках Всероссийского экономического форума, научно-практической конференции, Президент Российской ассоциации развития малых предприятий Александр Иоффе отметил, что властям нужны очень простые инструменты – ум, воля, совесть. “Ни Министерство антимонопольной политики и развития предпринимательства, ни Фонд поддержки, ни другие надстроечные структуры не смогут радикально изменить положение, если по-прежнему идеи совершенствования правового поля малого бизнеса будут звучать только на словах. Малый бизнес, - заявил А.Иоффе, - есть только тогда, когда его много, и только в этом случае он становится действенной силой экономики, важным социальным инструментом. Этого не будет пока, государство не скажет, что поддержка экономической инициативы граждан является важнейшим приоритетом. Лишь после этого будут возможны диалог бизнеса и власти, и обратная связь. И тогда удастся разобраться с налогами и административными барьерами”.

Резко высказался по поводу чиновнических методов управления малым бизнесом председатель Российского профсоюза работников малого и среднего бизнеса Александр Попов:

- Жирующие чины власти, сказал он, придумывают ежегодное лицензирование, причем, на второй год могут и не дать работать. А это значит, что предприятие, заключившее договора, оказываются не в состоянии их выполнить, и попадает в отношения, связанные с расправой. На самом деле, эти препятствия создаются ради поборов.

Малый бизнес совершенно лишен и социальной защиты. Фонд социального развития, - считает А.Попов, - вследствие применяемой системы транзитных счетов, не дает возможности малым предприятиям использовать перечисляемые ими средства для оплаты лечения, отдыха. Материальной поддержки персонала.

О вреде некомпетентности в бизнесе говорил проректор академии менеджмента и рынка Вениамин Каганов. "Чтобы принимались правильные решения чиновниками всех уровней, - считает В. Каганов, - их нужно вовлечь в систему обучения, может быть, даже восстановив прежнюю систему повышения квалификации. Сейчас все некомпетентны в бизнесе: и предприниматели, и налоговые инспекторы, и работники правовых органов. Должно стать правилом, что чиновники проходят подготовку для работы в поле предпринимательства".

Если затронуть проблему финансирования, то до октября 1995 года проблемой финансирования малого бизнеса никто официально не занимался. Многие банки, не проявляя особого желания вкладывать инвестиции в малые предприятия, объясняют это тем, что количество затрачиваемого времени и усилий на оформление кредита размером 100 тыс.долл. и 10 млн.долл. одинаково, а получаемый доход разнится во много раз. Кстати, здесь наши проблемы не отличаются от западных, и там финансовые структуры неохотно занимаются этим родом деятельности.

Большинство кредитных организаций, имеющих связи с малым бизнесом, находятся в регионах и не имеют достаточного оборотного капитала. В первую очередь кредиты получают те производства, продукция которых пользуется наибольшим спросом: переработка продуктов питания, деревообработка, разлив напитков, складские и транспортные услуги, легкая промышленность. И очень немногие занимаются финансированием инновационного бизнеса – новых наукоемких технологий, которые определяют будущее технологического прогресса.

Перейдем от общих проблем к более частным, которые непосредственно затрагивают предпринимателей и являются причиной развала предприятия.

Многие малые предприятия угасают уже в самом начале своей деятельности. Например, из 600 тысяч новых предприятий, ежегодно возникающих в США, только половина дотягивает до 18 месяцев и только одно из пяти доживает до 10 лет.

Возможно, главной причиной является легкость создания предприятия. Но ведь свобода выбора означает не только свободу успеха, но и свободу неудач.

Сами же руководители малых предприятий выделяют следующие причины:

* 44% опрошенных главной причиной называют некомпетентность;
* 17% - отсутствие управленческого опыта;
* 16% - несбалансированный опыт: недостаток опыта в маркетинге, финансах, снабжении и производстве;
* 15% - отсутствие опыта работы в отрасли;
* 1% - небрежность в ведении дел;
* 1% - мошенничество или бедствие;
* 6% - иные причины, с которыми сталкиваются руководители малых фирм.

Стоит также отметить, что лишь 20% руководителей предприятий имеют соответствующее образование.

Конечно, основной проблемой из всех выше названных является проблема, главным образом представляющая отношения малого бизнеса и государства.

**2.4 Перспективы развития малого бизнеса**

Анализ экономической литературы и фактически статистических данных о деятельности субъектов малого предпринимательства убедительно свидетельствует об усилении роли малых предприятий даже в странах с развитой рыночной экономикой, хотя устойчивость малых предприятий относительно низкая.

При росте численности малых предприятий, развитой инфраструктуре и государственной поддержке малое предпринимательство является важным фактором решения экономических, социальных задач, а также занятости населения. Как правило, развитие малого предпринимательства является условием решения следующих проблем:

* формирование конкурентных, цивилизованных рыночных отношений, способствующих лучшему удовлетворению потребностей населения и общества;
* расширение ассортимента и повышение качества товаров, работ, услуг. Стремясь к удовлетворению запросов потребителей, малый бизнес способствует повышению качества товаров, работ, услуг и культуры обслуживания;
* приближения производства товаров и услуг к конкретным потребителям;
* содействие структурной перестройке экономики. Малое предпринимательство придает экономике гибкость, мобильность, маневренность;
* привлечение личных средств населения на развитие производства. Партнеры в малых предприятиях вкладывают свои капиталы в дело с большей заинтересованностью, чем крупных;
* создание дополнительных рабочих мест, сокращение уровня безработицы;
* способствование более эффективному использованию творческих возможностей людей, раскрытию их талантов, развитию различных видов ремесел, народных промыслов;
* вовлечение в трудовую деятельность отдельных групп населения, для которых производство налагает определенные ограничения (домохозяйки, пенсионеры, инвалиды, учащиеся);
* формирование социального слоя собственников, владельцев, предпринимателей;
* активизация научно-технического прогресса;
* освоение и использование местных источников сырья и отходов крупных производств;
* содействие крупным предприятиям путем изготовления и поставки комплектующих изделий и оснастки;
* создание вспомогательных и обслуживающих производств;
* освобождение государства от низко рентабельных и убыточных предприятий за счет их аренды и выкупа.

Все эти и другие экономические и социальные функции малого предпринимательства ставят его развитие в разряд важнейших государственных задач, делают его неотъемлемой частью формирования экономики России.

Практика показывает, что технический прогресс, наиболее полное удовлетворение потребительского спроса сегодня во многом определяются эффективностью работы небольших предприятий. Высокие темпы внедрения нововведений, мобильность технологических изменений, внедрение изобретений, быстрый рост сферы услуг и занятости, острая ценовая и неценовая конкуренция, ведущая с одной стороны, к снижению цен, а с другой – к тому, что потребитель получает продукцию и услуги высокого качества, возможность для государства получать большие средства в форме налоговых поступлений - все это и составляет вклад малых предприятий в экономику страны.

Однако, анализируя предпринимательскую сферу, можно выделить ряд причин, тормозящих развитие малого предпринимательства, несмотря на усиление внимания к этой проблеме государства и многих субъектов Российской Федерации.

Во-первых, сложная экономическая обстановка, царящая в стране: инфляция, спад производства, разрыв хозяйственных связей, ухудшение платежной дисциплины, высокий уровень процентных ставок. Слабая правовая защищенность предпринимателей.

Во-вторых, низкий уровень организационно-экономических и правовых знаний предпринимателей , отсутствие должной деловой этики, хозяйственной культуры как в малом бизнесе, так и государственном секторе.

В-третьих, негативное отношение определенной части населения, связывающей предпринимательство напрямую только с посредничеством, куплей-продажей.

В-четвертых, неотработанность организационных и правовых основ регулирования развития предпринимательства на региональном уровне.

В-пятых, слабость действия механизма государственной поддержки малого предпринимательства.

**Заключение**

В своей работе я постаралась охарактеризовать малое предпринимательство в России в настоящее время, выделить особенности малого предпринимательства и обозначить основные и наиболее острые его проблемы.

Необходимо отметить, что малый бизнес в России уже имеет довольно широкую правовую основу, но она недостаточна. Проблема состоит в том, что она однобока и принятые правовые аспекты не реализуются, что делает абсурдным принятие каких-либо новых нормативно-правовых актов.

Что же касается сферы деятельности, то малый бизнес имеет свою нишу в экономике, которая обеспечивает наиболее эффективную отдачу от работы, как с целыми предприятиями-гигантами, так и с отдельным человеком. Данная позиция обусловлена особенностями и функциями малого предприятия.

Особенности малых фирм, в первую очередь, определяются их размером. Отсюда вытекает и особая роль руководителя, и небольшой рынок сбыта, и исключительная гибкость в предоставлении товаров и услуг и высокая доля оборотного капитала и многие другие черты, присущие только субъектам малого бизнеса.

Исходя из особенностей определяют и функции: экономическая, характеризуется очень высоким процентом в общем количестве предприятий и в ВВП, а также инновационной деятельностью; социальная, функция, позволяющая раскрыть индивидуальные черты человека, более полно реализовать себя как личность и сгладить социальные конфликты; экологическая, особенно актуальна в наши дни, когда всеобщая экологическая катастрофа, позволяет более рационально использовать ресурсы и использовать в производстве отходы.

Говоря о малом бизнесе надо сказать, что он наиболее эффективен лишь при взаимодействии с крупными предприятиями и наоборот. Это единое целое, из которого нельзя исключать отдельные части.

Я выяснила, что на данном этапе развития малого бизнеса в качестве основных проблем выделяют: бюрократизм и коррупцию, которые поразили всю Россию; развитие среди субъектов малого бизнеса в основном торгово-посреднических фирм; неравномерность и непредсказуемость развития всей экономики, как в территориальном плане, так и во временном; недостаточность и недоработанность правовой базы, которая является однобокой. Негативное отношение к малому предпринимательству государства и общества, также является очень серьезной проблемой, хотя в последние годы отношение меняется. Это связано с тем, что даже в данных условиях малый бизнес оказывает положительное влияние на экономику. Если затронуть проблему финансирования, то ее разрешение находится на нулевой стадии. И как следствие - очень высокая криминализация малого бизнеса.

Говоря о взаимоотношениях малого бизнеса и государства, можно заметить, что здесь происходит монолог со стороны государства, которое не хочет услышать малый бизнес и вывести взаимоотношения на более качественно высокий уровень. Но будем надеяться, что ситуация измениться.

Подводя итог, можно сказать, что малый бизнес в России - уже реальность, от его развития, от отношения общества и государства к этой сфере экономики зависит и развитие всей России в целом.

**Список использованной литературы**

1. Лапуста М. Г., Старостин Ю. Л. Малое предпринимательство, М. Инфо – М, 1998
2. Малый бизнес: выход из экстремальных ситуаций/ Р. Брюк, Е. В. Калинкин, Ж. Виане, Д. Десхулместер – М. ЗАО «Издательство «Экономика»», 2001
3. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: учебное пособие для ВУЗов/ Под редакцией проф. В. Я. Гарфинкелл, проф. В. А. Шванда, - 2е издание переработанное и дополненное – М.,: Юнити - ДАНО, 2003
4. Малое предпринимательство в России: прошлое, настоящее, будущее/ Под редакцией Е. Г. Ясина, А. Ю. Чепуренко, В. В. Буева – М.: Фонд «Либеральная миссия», 2003
5. Муравьев А. И., Игнатьев А. М., Крутин А. Б. Малый бизнес: экономика, организация, финансы/ учебное пособие для ВУЗов, -2е издание переработанное и дополненное. – СПб,: «Издательский дом «Бизнес пресса»», 1999
6. Новости малого бизнеса. Электронный журнал, 1998 №4
7. Оноприенко В. И. Малые предприятия: Опыт, проблемы, М.: Профиздат, 1991
8. Серегин А. С. Эффективность малого бизнеса, М.: Экономика, 1990
9. Шулятьева Н. А. Малый бизнес в условиях рынка // Деньги и кредит, 1992 №1
10. Ресурсы Internet