**1. Понятие и критерии малого бизнеса.**

Малый бизнес в России постепенно, медленно и непросто, но развивается, набирает опыт и завоевывает свое место в структуре экономики и является органической ее частью.

На начало 1997 г. в России насчитывалось около 1 млн. малых предприятий, на которых работало более 8 млн. человек, а с учетом вторичной занятости общая численность работающих в малом бизнесе превышает 15 млн. человек.

Рост малого бизнеса в условиях общего спада производства и кризисного состояния многих крупных предприятий свидетельствует о большом внутреннем потенциале малого предпринимательства.

Что же называют малым бизнесом?

Однозначного определения малого бизнеса нет. Обычно его связывают с объемом деятельности и численностью работающих на предприятии. Именно, исходя из этих критериев, различают малый, средний и большой бизнес. В разных странах мира эти критерии различны. Однако чаще всего используется следующее деление предприятий:

* крупное - предприятие с численностью работающих до 500 человек;
* среднее – от 100 до 500 человек;
* малое – до 100 человек.

В Российской Федерации этот критерий не одинаков для разных отраслей экономики. Предельные уровни численности ( в среднегодовом исчислении) в различных сферах деятельности, установленные Законом РФ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации», приведены в таблице:

Численность работников малых предприятий

|  |  |
| --- | --- |
| Отрасль деятельности | Предельный уровень численности работников, чел. |
| Промышленность | 100 |
| Строительство | 100 |
| Транспорт | 100 |
| Сельское хозяйство | 60 |
| Научно-техническая сфера | 60 |
| Оптовая торговля | 50 |
| Розничная торговля и бытовое обслуживание населения | 30 |
| Остальные отрасли и другие виды деятельности | 50 |

В соответствии с Законом под субъектами малого предпринимательства понимают также физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.

**Малые предприятия, осуществляющие несколько видов деятельности (многопрофильные), относятся к таковым по критериям того вида деятельности, доля которого является наибольшей в годовом объеме оборота или прибыли.**

# 2. Роль малого бизнеса в экономике.

Говоря о роли малого бизнеса, следует подчеркнуть, что малые предприятия – это побочная сфера экономики. Малый бизнес ограниченно включается в хозяйственную структуру, конкурентную среду и в общественное разделение труда. Причем роль его в современной динамичной жизни неуклонно возрастает. Как показывает опыт развитых стран, если в прошлом малые предприятия создавались, как результат стремления многих открыть собственное дело, то в настоящее время создание малых предприятий нередко инициируется крупными компаниями, которые поручают им вести отдельные виды производства или устанавливать тесные связи с рынком. Часть мелких и средних предприятий включена через контрактную и субконтрактную системы, через систему франчайзинга в крупные производственные комплексы, и большие компании являются клиентами малых фирм, а последние – поставщиками для больших.

Конкретно роль малого бизнеса проявляется в том, что его развитие способствует:

* созданию новых рабочих мест;
* внедрению новых товаров и услуг;
* удовлетворению нужд крупных предприятий;
* обеспечению специализированными товарами и услугами.

Создание новых рабочих мест - это важнейший фактор, который несет в себе развитие малого бизнеса. Фактор, не только обеспечивающий средствами к существованию значительную часть населения, но и способствующий стабилизации обстановки в обществе. Так, более 7 млн. малых фирм США обеспечивают работой более 100 млн человек.

Другая важнейшая сторона деятельности малых предприятий – это внедрение новых товаров и услуг. Достижения малого бизнеса в этой области затронули производство безопасных бритв, электронных наручных часов, вертолетов, нержавеющей стали, копировальных аппаратов и многого другого. В США, например, малый бизнес производит более 60 % всех услуг, половину всей продукции и почти половину всех идей и нововведений.

Помимо того, что малые предприятия внедряют новые товары и обеспечивают рабочие места, они играют важную роль в деятельности крупных корпораций, занимаясь сбытом их продукции, обслуживанием, снабжением. В частности, большие возможности для реализации продукции крупных предприятий через сеть мелких фирм имеет франшиза.

Франшиза, или лицензия, дает возможность использовать торговую марку крупной компании и продавать ее товары или услуги в определенном регионе.

Наконец, многие малые фирмы возникают и существуют потому, что способны удовлетворять особые нужды клиентов. Например, естественно, что для ремонта старинных часов, антикварных изделий и т.п. создаются малые предприятия.

Таким образом, малый бизнес обеспечивает необходимую мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию и разветвленную кооперацию производства, без чего немыслима его высокая эффективность.

**4. Проблемы становления малого бизнеса в России.**

Сдерживают развитие малого бизнеса ряд факторов.

Во-первых, это чисто технические проблемы, связанные с регистрацией предприятия, получением лицензий, открытием банковских счетов, сбором справок и другими административными барьерами.

Во-вторых, нормальное развитие малого бизнеса сдерживает слабая материально-техническая база: нехватка или недопустимость помещений, оборудования, современных технологий, квалифицированных кадров, правовой поддержки, достоверной информации, государственного участия в программах поддержки малого бизнеса.

В-третьих, серьезное влияние на малый бизнес оказывают финансовые проблемы, связанные с легализацией доходов и капитала, уклонением от уплаты налогов, ведением двойной бухгалтерии.

В-четвертых, это проблема получения кредитов для развития бизнеса и обслуживания оборота капитала. Основную роль в финансовой поддержке предпринимательства призвана сыграть налоговая политика. Система налогообложения должна стимулировать повышение технического уровня предприятий, насыщение потребительского рынка, развитие производств, использующих вторичные ресурсы и тем самым способствующих оздоровлению окружающей среды. В регионах с избыточными трудовыми ресурсами целесообразно стимулировать налоговыми льготами развитие предпринимательства, поглощающего свободную рабочую силу. Сегодня фактически идет откровенное подавление малого бизнеса. Падение малых предприятий идет в результате налогообложения, в принципе не позволяющего работать. И что из этого следует? А из этого следует то, что наиболее работоспособная деловая часть идет в основном в теневой оборот. По некоторым оценкам, эффективные предприниматели, как правило, 90% оборота держат в тени. В социальном плане они становятся финансовой основой криминального мира. Ведущую роль в развитии малого предпринимательства предстоит сыграть регионам. Ведь укрепление этого сектора будет способствовать не только росту доходов местного бюджета, но и улучшению социальных условий жизни населения и оздоровлению окружающей среды, не только природной. Финансовая поддержка частного, особенного малого предпринимательства должна стать задачей региональных фондов, учредителями которых наряду с местными органами власти могут выступать все заинтересованные предприятия и организации, расположенные в регионе и за его пределами. Фонды будут участвовать в разработке и реализации федеральных и региональных программ, направленных на поддержку предпринимательской деятельности, осуществлять финансовую, материально-техническую, организационно-методическую поддержку хозяйствующих субъектов, вступающих на монополизированные прежде рынки товаров и услуг, участвовать в привлечении отечественных и иностранных инвестиций и кредитов.

Малое предпринимательство в России не может сформироваться и окрепнуть без всемерной государственной поддержки. Как правило, любая постановка проблем, сопряженных с малым бизнесом, выходит на состояние, тенденции и задачи его государственной поддержки. В этом не может быть ничего удивительного или неожиданного: именно слабость, неопределенность, робость такой поддержки (особенно если иметь в виду не декларации, а реальные дела) является одним из важнейших факторов, не позволяющих малому бизнесу в России обрести твердую почву под ногами и тем самым создать важную опору для выхода страны из сковывающего ее затяжного экономического кризиса.

В пользу акцента на малый бизнес в современной России говорит, наряду с прочими, и то обстоятельство, что он служит верным средством погашения последствий чрезмерного укрепления производства, которое (отчасти, надо заметить, и по вполне уважительным причинам) было свойственно бывшему СССР. Внушительные, поражающие воображение, но крайне неповоротливые индустриальные гиганты, унаследованные нынешней Россией, не могут найти себе место в динамичной рыночной структуре. И пройдет еще немало лет, пока найдут, если это вообще произойдет. Между тем при хорошей государственной организации дела эти «заблудившиеся» огромные предприятия могли бы, войдя в плотный контакт с малым бизнесом, солидно ему помочь технологиями, кое – каким оборудованием и материалами, кадрами; возместиться же все это могло бы « прокладкой» для этих предприятий многих новых дорог на рынок, созданием для их оживления благоприятной конъюнктуры.

Другой поворот темы: «на шее» государства висит огромное множество убыточных предприятий, среди кандидатов в легализованные нынче банкроты впору хоть конкурс объявлять. А ведь быть признанным банкротом и излечиться – вещи очень разные; в лучшем случае первое через какое – то время (и немалое) выведет ко второму. Между тем «гиблые» для государства заводы или фабрики, вполне вероятно, могли бы быстро ожить, оказавшись, скажем, на началах аренды (или даже через продажу) в руках представителей малого бизнеса, - не исключено, что и объединившихся для того, чтобы поднять сравнительно крупное предприятие.

И еще одна проблема. Едва ли не все крупные предприятия страдают от инвестиционного голода; ни государство, ни частные лица явно не торопятся вкладывать капиталы в крупное производство: в одном случае их, как правило, попросту нет (государство), в другом – это на сегодня явно невыгодно или, во всяком случае, проблематично (частные лица). Видимо, дело бы обстояло иначе, если бы удалось действительно активизировать малый бизнес. Он не требует особо больших вложений капитала, как правило, обеспечивает высокую скорость его оборота и дает очень верные шансы на неплохую прибыль. Все это привлекло бы частных вкладчиков, включая и мелких, ищущих для своих очень скромных сбережений укрытия от инфляции. Результатом стало бы заметное ослабление инвестиционного голода при большом наполнении налогами доходной части госбюджета. В конечном счете это бы существенно расширило и возможности государства в области капиталовложений. Становится ясно, что курс на развитие малого бизнеса должен быть не чем – то «форсмажорным» в экономической политике государства, а ее органической составной частью, не мешающей, а, напротив, помогающей реализации других ее частей и общей стабилизации экономики, а затем и ее постепенному подъему. Малые предприятия – это занятость района, это устойчивые налоговые поступления в местный бюджет, это покупательная способность населения.

Люди, которые работают на малом предприятии, получают стабильную хорошую зарплату, могут купить услуги, более дорогие товары, что, естественно, лучше стимулирует производство.

Очень важно, что население убедилось в необходимости малого бизнеса, так как он может активно воздействовать на экономическую конъюнктуру, на обеспечение товарами народного потребления.

Главное условие для развития малого бизнеса - нормальное функционирование экономики. Иначе, он будет уходить в тень. Только при условии существенного ограничения коррупции и снижения налогового гнета примерно в 3 раза могут быть созданы предпосылки для выхода малого бизнеса из «теневой» экономики.

Малый бизнес является сектором выживания, втягивающим в реформаторский процесс людей, потерявших работу, военнослужащих, увольняемых в запас и практически единственным сектором оздоровления серьезно «больных» переходных общественных групп. Малые предприниматели все менее зависят от государства и могут, расширяя сферу своей деятельности, уменьшить остроту безработицы.

В результате сектор малого предпринимательства может способствовать обеспечению в определенной степени экономической и политической стабильности в обществе.

В странах, где малые и средние фирмы развиваются десятилетиями, эта сфера экономики устойчиво создает до 50-60% ВВП. По данным экспертов ООН, в мире малым бизнесом занято более 50 % населения.

Малое предпринимательство по территориальной принадлежности, своей сути - дело региональное, местное. Малое предпринимательство стало одним из существенных источников налоговых поступлений и насыщения региональных и местных рынков товарами и услугами на базе развития таких сфер, как производственная, агропромышленная, строительная, инновационная, медицинская. Сегодня свободный труд и свободный мелкий собственник быстрее вписываются в новые информационные и социальные технологии. Общество и экономика с крупномасштабными машинными и автоматизированными производствами, огромными производственными мощностями, сконцентрированными на больших площадях крупных предприятий, с десятками тысяч работников теряют социальную перспективу.

Малые предприятия создаются именно «под рынок», они способны быстро перестраиваться в связи с изменением конъюнктуры, диверсифицировать свою деятельность, они не держат лишних работников, ими, в конце концов, управляют, как правило, наиболее экономически активные и способные люди, которых сегодняшняя жизнь «рекрутирует» из состава общества. Все это создает предпосылки, благоприятствующие развитию малого предпринимательства.

Весьма существенными препятствиями на пути становления и развития малых предприятий в России являются нехватка квалифицированных кадров, отсутствие надлежащей системы материально-технического снабжения, условий для внешнеэкономической деятельности. В последние несколько лет, по крайней мере, после 1998г. и до первой половины 2001г., российское малое предпринимательство остановилось на «точке замерзания» - 875,5 тыс. малых предприятий(МП) и 3,5 – 4 млн. индивидуальных предпринимателей. Это свидетельствует о том, что данный сектор экономики столкнулся с рядом серьезных проблем, решение которых будет способствовать не только дальнейшему развитию малого бизнеса, но и совершенствованию его структуры.

Надо помнить, что так называемая малая экономика - важный сектор полноценного рынка. Без малого бизнеса невозможно становление цивилизованной рыночной экономики.

Создание малого предприятия.

Малые предприятия могут быть созданы в результате выделения из состава действующего предприятия, объединения, организации. В этих случаях та организация (предприятие), из которого выделилось малое предприятие, выступает его учредителем.

В России малые предприятия могут создаваться в любой организационно-правовой форме и почти во всех основных сферах предпринимательства.

Малое предприятие может быть создано и частным лицом и предприятием, организацией как государственной, так и общественной. Во-первых, оно может быть «одноклеточным» и более сложным, иметь филиалы, участки, представительства. Во-вторых, различаться разнообразием целей, ради которых может быть создано предприятие: художественных и подсобных промыслов, оказание всевозможных услуг населению, запуске практически любой деятельности, не запрещенной законом. В-третьих, привлекает относительно простая процедура учреждения и регистрации

Для отдельных граждан преимущества при создании малых предприятий состоят в получении всех тех прав в сфере хозяйственной деятельности, которыми обладает любое предприятие – юридическое лицо. Создав предприятие – юридическое лицо, гражданин (или группа граждан) отделяет от своего личного имущества то имущество, которым предприятие будет отвечать по своим обязательствам. Имущество учредителя и имущество предприятия разделены. При этом созданное предприятие будет пользоваться той поддержкой государства, которая предусмотрена для малых предприятий.

К преимуществу малых предприятий следует отнести и разрешение производить ускоренную амортизацию активной части производственных фондов.Также к преимуществу следует отнести и обеспечение их материально-техническими ресурсами предприятиями и организациями, на базе структурных единиц которых они образованы, а также создание специальных организаций, специализирующихся на сдаче в аренду машин и оборудования малым предприятиям.

Малый бизнес – основа современной рыночной инфраструктуры.

В России малый бизнес привлекает к себе внимание только в последнее время, в связи с переходом к рыночной экономике, поскольку предпринимательская деятельность возможна в условиях рыночной и невозможна в административной системе.

Экономические реформы в России положили начало интенсивному возникновению малых предприятий.

В странах западной экономики этот процесс начался задолго до этого. 70-80 годы ознаменовались пристальным вниманием экономистов к проблемам развития малого бизнеса. В это время обозначилась тенденция к увеличению числа малых предприятий. Поэтому правомерно утверждать, что в эти годы одновременно с укреплением позиций верхушки монополистического капитала в экономике Запада наметился процесс возрастания значения мелких и средних фирм в ряде областей как материальной, так и нематериальной сферы производства.

Например, относительно состояния промышленности Германии можно привести следующие цифры. Доля 10 ведущих концернов в общем промышленном обороте со второй половины 70-х гг. до середины 80-х не возрастала, а по экспорту даже несколько снижалась. Наиболее же наглядной эта тенденция была в США. Согласно официальным данным с 1980 по 1989 года доля фирм малого производства увеличилась с 18% до 37%.

В общем, в 70-80-е годы сначала наметилась, а затем еще очевидней стала проявляться тенденция, при которой доля крупнейших компаний в выпуске продукции, инвестициях, обороте и других показателях многих отраслей оставалась стабильной или даже несколько снижалась. Установилось сбалансированное состояние между мелким и средним бизнесом. Этот временный период можно считать звездным часом малого бизнеса, поскольку для предпринимательства все более важной становится быстрая гибкая инновационная адаптация внутренней среды и внешних взаимосвязей фирм к возрастающей неопределенности хозяйственной среды.

Большой плюс малых предприятий состоит в том, что многие из них оказались более приспособленными, чем крупные компании к условиям развития в кризисные периоды для экономик Запада. Крупные фирмы не столь чувствительно и быстро реагируют на какие-либо колебания или изменения в экономике. Не случайно в политике правительств Германии, США и многих других развитых капиталистических стран помощь мелкому бизнесу занимает особое место. Мировая практика убеждает: прорыв к рынку может быть осуществлен прежде всего через активное развитие малого бизнеса. Он является сегодня становым хребтом экономики развитых стран.

Активный рост доли малых предприятий в структуре экономики западных стран начал происходить с середины 70-х, начала 90-х годов. На сегодняшний день в наиболее развитых странах Запада малые фирмы составляют 70-90% от общего числа предприятий. Для сравнения можно взять, например, США, где в малом производстве занято 53% всего населения, Японию – с ее 71,7% и страны ЕС, где на аналогичных предприятиях трудится примерно половина работающего населения. В Индии число малых предприятий превышает 12 млн., а в Японии 9 млн. Малый бизнес только в США дает почти половину прироста национального продукта и две трети прироста новых рабочих мест.

Только эти цифры говорят об огромной важности предприятий малого бизнеса для экономики этих стран. В пользу эффективности этих фирм говорит тот факт, что на один доллар затрат они внедряют в 17 раз больше нововведений и разработок, чем крупные предприятия, которые дают жизнь лишь 10% новых технологий, остальные 90% внедряют малые предприятия и независимые изобретатели.

Но дело не только в этом. Малое предпринимательство, оперативно реагируя на изменения конъюнктуры рынка, придает рыночной экономике необходимую гибкость. Существенный вклад вносит малый бизнес в формирование конкурентной среды, что для высокомонополизированной экономики имеет первостепенное значение. Именно за счет малых предприятий можно преобразовать социально-экономическую структуру общества, осуществить плюрализм форм собственности, преодолеть монополизм , создать среду для конкуренции и развития рыночных отношений.

Всплеск появления малых предприятий в России приходится на 1994 год. Но буквально через несколько месяцев повышение цен и ужесточение налоговой политики резко сократили их прирост. Деловая активность замерла. Начался процесс выживания. Естественно, что в таких условиях малое предпринимательство не может реализовать те функции, которые присущи малому бизнесу в других странах, и, следовательно, выполнить свою задачу – формировать полноценный рынок товаров и услуг.

Достаточно сказать, что процесс образования малых предприятий в производственной сфере, начавший набирать силу в 1991 году, фактически прекратился. По данным Лиги кооператоров и предпринимателей РФ, «за 1992 год в России практически не возникло ни единого малого негосударственного предприятия в производственной сфере». Для сравнения, в развитой рыночной экономике процесс образования новых фирм идет нарастающим потоком. Если в США в 1970 году возникло 264 тыс. новых предприятий, то в 1980 – 532 тыс., а в 1988 году – 682 тыс. Всего же, по оценке, в американской экономике в 1992 году действовало около 18 млн.деловых предприятий прежде всего в малом бизнесе.

Мелкие фирмы действуют в условиях жесткой рыночной конкуренции, которую не все способны выдержать. Поэтому бурный рост числа новых предприятий сопровождается в то же время разорением многих из них. Среднее время жизни малого предприятия где-то 6 лет. В большинстве случаев (около 90%) фирмы разоряются не из-за нехватки капитала или неэффективной технологии, а из-за отсутствия управленческих знаний.

В США регулярно проводятся опросы, где главными причинами неудач чаще всего называются:

некомпетентность, несбалансированный опыт (например, опытный инженер, но неопытный коммерсант), нехватка опыта в коммерции, финансах, поставках, производстве и управлении;

незначительные объемы продаж;

конкуренция;

слишком большие эксплуатационные расходы.

Однако, чаще всего компании умирают от нерешенных управленческих проблем, нежели от нехватки капитала или инвестиций. Том Нели, которому удалось участвовать в становлении многих компаний, говорит: «причиной банкротства является потеря контроля за состоянием дел и не отвечающая потребностям производства система управления».

Но все же несмотря ни на что, количество вновь создаваемых фирм превосходит число ликвидированных, что говорит об абсолютном увеличении числа предприятий малого и среднего бизнеса в экономике. Причем достаточно важно то, что часто малое предприятие обанкрочивается не полностью, а лишь выкупается более крупной фирмой или само становится таковой.

Отсюда можно говорить о трех моделях развития малого предпринимательства:

консервация масштабов деятельности с последующим сохранением статус-кво;

медленное расширение деловой активности;

быстрое развитие малых предприятий и превращение в средние, а затем в крупные компании.

По данным опроса владельцев малых предприятий в Германии, 55% не планируют расширения, 35% - разрабатывают планы медленного устойчивого роста и только 10% - быстрого развития за счет производства новой продукции или вступления на новые рынки, что говорит о стремлении к сохранению своего статус-кво, видимо удовлетворяющего своих владельцев.

Развитие мелкого предпринимательства в России предполагает более внушительный процент разорившихся предприятий, чем в странах с развитой управленческой инфраструктурой. Малые предприятия объективно, по своей природе находятся в худших конкурентных условиях на рынке по сравнению с крупным бизнесом. У них выше издержки производства в связи с малыми сериями выпускаемой продукции, более низкий уровень научно-технической оснащенности, организации, квалификации кадров, сложнее обстоит дело с информационным обеспечением, им нередко не хватает средств для проведения маркетинга. Все это ставит малые предприятия в невыгодное положение на рынке. Поэтому создание развернутой и всесторонней системы государственной и общественной поддержки малого бизнеса – важнейшее условие его развития.

Малые предприятия стали своеобразным индикатором общего состояния дел в экономике. Небольшие предприятия наиболее чутко реагируют на изменения хозяйственной конъюнктуры, падение или повышение нормы прибыли в отраслях экономики.

Предприниматели все чаще осознают необходимость использовать не только преимущества специализации, особую атмосферу творчества и заинтересованности, традиционно царящую в малых фирмах, но и возможности, которые открываются при производственной кооперации: экономия на масштабах, совместные научно-исследовательские разработки, разделение риска.

Факторы, сдерживающие развитие малого бизнеса в России.

Однако, с большим сожалением, приходится констатировать, что больше всего не повезло в ходе развернувшихся в России экономических преобразований именно малому бизнесу. Действенной системы стимулирования образования малых предприятий не существует, как нет и хозяйственного механизма их поддержки. Не разработана государственная программа развития малых предприятий. Современная структура рыночной экономики в масштабах России предполагает 10-12 млн. малых предприятий, работающих на предпринимательских началах, в то время как их фактически насчитывается 300-400 тысяч. Это означает, что малое предпринимательство как особый сектор рыночной экономики еще не сформировалось, а значит, фактически не используется его потенциал.

Можно указать на четыре недостатка правительственной программы, сдерживающих сегодня развитие малого предпринимательства.

Первый фундаментальный недостаток – это сверхвысокие налоговые ставки с предпринимателей и населения, которыми правительство пытается обеспечить финансовую сбалансированность и бездефицитность бюджета. Малое предпринимательство душат многочисленные налоги и поборы, нередко оставляющие ему 5-10% прибыли. В результате малые предприятия становятся на грань банкротства, независимо от их народохозяйственной значимости.

Второй фундаментальный недостаток реформы связан с логикой развертывания преобразований. Основное противоречие сегодняшней политики – попытка обеспечить переход к рынку административно-командными методами сверху, игнорируя основу рыночной системы – интерес предпринимателя. Сама же логика создания рыночной экономики требует движения «снизу вверх» – от интереса предпринимателя к централизованному созданию рыночной инфраструктуры (налоговая, кредитная политика, биржы и т.д.), обслуживающей и реализующей этот интерес.

Третий недостаток реформы – практическая ликвидация источников формирования первоначального капитала для малого предпринимателя на старте. Существуют три источника капитала, необходимого для начала бизнеса: собственные сбережения населения, кредиты, приватизационные чеки. Первый источник (400-500 млрд.руб.) был уничтожен гиперинфляцией, сократившей данный ресурс во многие десятки раз. Второй источник практически закрыт для малого предприятия гигантским процентом за кредит и нежеланием коммерческих банков вкладывать деньги в малый бизнес из-за большого риска и отсутствия гарантий. Третий источник тоже пока не работает, кроме того, нужно учитывать их уровень – 10 тыс.руб. Выступать инвестиционным ресурсом они не могут, в лучшем случае это будет маленькое единовременное социальное пособие. Недостаток финансовых ресурсов и сложность их легального приобретения у государства могут подтолкнуть малые предприятия к контактам с теневой экономикой и мафиозными структурами и дать последним возможность постепенно внедряться в малые предприятия, постепенно подчиняя их себе.

Четвертый фундаментальный недостаток – отсутствие системы государственной и общественной поддержки малого бизнеса. С большим запозданием создан государственный орган, призванный содействовать становлению и развитию малого бизнеса – Комитет поддержки малых предприятий и предпринимательства при Госкомимуществе РФ. Статус этого комитета, его подчиненность одному из российских министерств, скудность его финансовых ресурсов свидетельствует о крайней ограниченности возможностей, предоставленных данному органу. Обращает на себя внимание и некоторая неопределенность в ориентации деятельности данного комитета. Судя по его наименованию, ему вменяется в обязанность поддержка не только малого бизнеса, но и предпринимательства в целом, а оно, как известно, опирается не на малый бизнес, но и на средний и крупный бизнес. Такая задача не по плечу никакому комитету. Ее в состоянии решить лишь целенаправленная политика правительства в целом и притом за весьма продолжительное время.

Местные власти отнюдь не обеспокоены тем, чтобы снизить уровень отчислений малых предприятий в местные бюджеты. Власти не желают связывать перспективы развития собственного района с малым бизнесом. Власти не всегда бывают заинтересованы в развитии наукоемких производств, т.к. они не приносят районам прямой выгоды. Местные власти охотней регистрируют предприятия, способствующие в благоустройстве района.

Очень часто малые предприятия создаются на базе старых государственных предприятий. Например, в Москве 60% кооперативных кафе преобразовано вместо государственных предприятий общепита. В итоге, количество кафе не увеличилось, а цены поднялись достаточно высоко. Такая форма кооперации приводит не к ослаблению государственной монополии, а к новым формам его проявления. Государственные научно-исследовательские и проектные учреждения - монополисты в своей области. Сотрудники этих организаций, объединившись в предприятия, сами решают какие заказы делать как государственное предприятие, а какие как фирма, по более высоким ценам.

Сложившаяся экономическая обстановка подрывает стимулы к предпринимательской деятельности, которые только и могут привести к образованию рыночной экономики. Ясно, что в сегодняшней экономической ситуации одной инициативы, идущей от малых предприятий, недостаточно. Должна быть мощная государственная поддержка малых предприятий. Только правильные шаги в области экономических реформ могут привести к развитию малого бизнеса, что и приведет к развитию рыночной экономики в целом. Поэтому необходимо дать свободу для развития предприятий малого бизнеса. Они могут дать России необходимую насыщенность рынка, тенденцию к устойчивости цен, среду конкуренции, которой так не хватало крупным монополистам-гигантам, из-за чего страдало качество и процесс внедрения новых технологий всегда был заторможен.

Глава I. Необходимость развития малого бизнеса в России, его характеристика. § 1 Исторические аспекты развития малого бизнеса.

Изучая сущность малого бизнеса, необходимо знать его истоки и процесс развития. Малый бизнес играл основную роль в распространении цивилизации, но его история никогда не занимала общественное сознание. Но теперь малый бизнес все больше признается как созидательная сила экономики. В течении 1980-х годов престиж малого бизнеса в мире начал повышаться в немалой степени благодаря его способности изобретать новые товары и создавать новые рабочие места. Вследствие этого в последние годы все чаще стали обращать внимание на его достижения и возможности, перспективы и проблемы. В российской истории малого бизнеса можно выделить ряд этапов. Для первого этапа (1985 1987 гг.) характерно зарождение и деятельность центров научно-технического творчества, временных творческих коллективов при общественных организациях, распространение бригадных подрядов, малочисленность участников предпринимательства и его экспериментальный характер, формирование эмоционально-психологических основ предпринимательской деятельности на базе частной собственности. Этот этап можно назвать экспериментальным. Во время второго этапа (1987 - 1988 гг.) сфера деятельности малого бизнеса расширяется, количество людей, принимающих в нём участие, увеличивается; предпринимательство приобретает характер активного многочисленного движения. Целью развития малого бизнеса является насыщение внутреннего рынка потребительскими товарами. Этот этап назвали этапом "кооперативного движения". Он послужил акселератором в накоплении и перераспределении капиталов, позволил обрести начальные знания, навыки работы малого предприятия. Третий этап (1989 - 1990 гг.) связан с принятием законодательных актов, направленных на активизацию малых предприятий. Началась подготовка к проведению так называемой малой приватизации. Она создавала необходимую базу для реального перехода к рыночным отношениям, повышения экономической эффективности российской экономики. Именно в это время было узаконено частное предпринимательство. Особую значимость в этот период имело развитие арендных отношений, которые можно рассматривать как российскую особенность малого предпринимательства. Для четвертого этапа (1991 - 1992 гг.) характерны коммерциализация и появление среднего и крупного бизнеса. Произошликоренные изменения в отношении государства к развитию предпринимательства. Были приняты многие законы, открывшие широкие возможности для масштабного развития предпринимательства. Пятый этап (1993 - 1994 гг.) стал полосой широкомасштабной приватизации и развития всех видов предпринимательства, появления множества собственников и интенсивного участия малого бизнеса в сфере услуг, торговли, общественного питания, легкой промышленности, производящей товары массового потребления и длительного пользования. Однако на этом этапе ещё не обеспечено стимулирование производства товаров и услуг. Тем на менее заложенные основы рыночных отношений, сформировавшиеся капиталы, их способность к инвестиционной деятельности дают возможность предположить, что очередной - шестой этап (с 1995 г.) развития предпринимательства сможет изменить соотношение деятельных сил в пользу инновационных процессов. Тогда предпринимательство сможет проявляться во всем многообразии и обнаруживать силы, способные двигать рынок, обеспечивать нормальное функционирование рыночной экономики, сосуществование различных субъектов, каждому из которых отведены свои сферы приложения деятельности и свои задачи. Государству же предстоит приложить усилия для всемирного развития и поддержания в долговременной перспективе конкурентной среды и её стабильности в качестве среды хозяйствования.