Московский Государственный университет сервиса

# Институт финансов и учета

Курсовая работа:

**« Основы экономической теории »**

**Тема : «Особая роль малого бизнеса в экономике России »**

Выполнил: студент заочной формы обучения

Специальность 060400

Группа ФЗК-1-2П I курса

Потапова Ю.К.

Москва – 2002 г.

**Содержание:**

#### Введение.

* 1. Особая роль малого бизнеса в экономике России.

Качественные характеристики российского малого предприятия.

* 1. Характерные особенности малых предприятий.

Гибкость приспособления к рыночной конъюнктуре.

Инновационная роль малого предпринимательства.

Особенности целеполагания.

Особенности менеджмента.

Особенности финансирования деятельности.

Особенности трудовых отношений.

Особенности налоговой политики государства по отношению к деятельности малого предприятия.

Прогноз развития малого предприятия.

* 1. Социальная значимость малого предпринимательства.

Заключение.

Список литературы.

Введение.

***Малый бизнес России — вопрос не мелкий.***

***Нельзя давать «малышей» в обиду.***

***Из выступления Президента России В. В. Путина на***

***Всероссийской конференции представителей малого бизнеса***

«Скорее живой, чем мертвый» - эта известная пого­ворка вполне применима к современному положению мало­го бизнеса в нашей стране.

Россия переживает тяжелейшие времена. Но не пере­велись те, кто готов, засучив рукава, взяться за тяжелей­шую работу по возрождению России. Для успеха им нужны не туманные рассуждения, а простые ответы на простые вопросы: откуда возьмутся рабочие места для всех сильных и энергичных? И не просто рабочие места, а в срок и хоро­шо оплачиваемые. Как избавить десятки миллионов слабых от нищеты и унижения? Как обеспечить граждан нормаль­ным жильем? Как задавить казнокрадство и организован­ную преступность?

Во многих развитых странах это самая активная часть населения, которая, делая свой бизнес аккуратно, пополня­ет государственную казну. А у нас при слове «предпринима­тель» возникает одна ассоциация - навьюченные тюками «челноки». А лозунг «Поддержим российского производите­ля» к ним абсолютно не относится. Эти ребята в основном поддерживают турецкого и китайского производителей, а все потому, что выгодно и им, и иностранцам. Да и налоги в этих странах божеские, точнее, в пять раз ниже наших. Что же, мы настолько отсталая страна, чтобы пополнять замор­скую казну? Пока так и получается, все оттого, что законно делать свой бизнес в России невыгодно. На данный мо­мент наши предприниматели тянут на себе четыре десятка налогов.

Прежняя государственная экономическая политика фак­тически уничтожила один из важнейших секторов рыночной экономики - малое и среднее предпринимательство.

Если бы только налоги... Как быть с государственным «рэкетом», который мешает развитию бизнеса? В *сравни­тельно благополучной Москве на открытие, например, химчистки, требуется до 600 дней!* Зарегистрировались? Но и после этого около 40 чиновничьих структур могут вас про­верить и приостановить, оштрафовать, закрыть. Абсурд? Значит, нужен новый закон - «О свободе предпринима­тельства».

Как утверждают многие предприниматели, есть целые регионы, где для начала дела надо идти к преступному «ав­торитету» и только потом к губернатору. При этом чисто криминальные отрасли (торговля оружием, наркотиками) развиты в России не более чем в других странах. Значит, у нашей организованной преступности должны быть другие источники. И они видны невооруженным глазом - это мощнейшая те­невая экономика. Закрытые опросы в одном из районов То­льятти выявили 98% теневого оборота! Откуда взялся такой громадный теневой оборот в России? Может, опять мента­литет мешает? Но почему те же россияне, став западными бизнесменами, чтят закон?

На старте реформ в 1992-1993 гг., когда нашим пред­принимателям установили рекордные налоги в 50% от вало­вого внутреннего продукта (ВВП), они даже попытались их платить. Но вскоре многие сообразили - и либо ушли, либо начали наращивать теневой оборот, доведя его постепенно от 30 до 50% и даже до 90%. Однако природа не терпит пустоты. Налоги с теневого оборота и есть мощнейшая фи­нансовая база криминального мира. И в теории, и на прак­тике эта проблема не может быть решена без кардинально­го сокращения налогового бремени. Большинство предпри­нимателей готовы выйти из тени - головная боль и внут­ренние издержки от тройной бухгалтерии им надоели.

Именно поэтому возникло общероссийское обществен­ное политическое движение «Развитие предприниматель­ства», участники которого в составе новой Думы заплани­ровали ряд законопроектов. К действующим федеральным законам, возможно, добавятся следующие : «О третейских судах в Российской Федерации», «О специальных режимах налогообложения субъектов малого предпринимательства», «О франчайзинге», «Об оценке земель» и др. Это необходи­мые правовые акты. Если они будут приняты, тогда-то рос­сийский производитель развернется! Предпринимателям крайне необходима поддержка в Государственной Думе.

Президент также обещает не давать «малышей» в оби­ду. Именно так заявил В. В. Путин, приняв участие во Все­российской конференции представителей малых предприя­тий в марте 2000 г. Тем самым он дал понять, что бизнес России - вопрос для него отнюдь не мелкий: ведь сегодня таких предприятий в стране 890 тысяч, а трудятся там бо­лее 7,5 млн россиян.

«Невозможно защититься как от бандитского рэкета, так и чиновничьего произвола», «опасно давит на них фис­кальный пресс, бюрократические сложности», - констати­ровал В. В. Путин. И перечислил целый ряд контрмер. Это и создание более эффективной судебной системы, для чего будет увеличено на 2 тысячи число арбитражных судей; и стимулирование банков к выдаче кредитов тем, кто хочет открыть свое дело; и передача малым фирмам бесхозных помещений, военного имущества; и щадящий режим на стар­те. Чтобы исключить чудовищный произвол чиновников, про­веряющих малые предприятия, В. В. Путин предложил со­здать специальное министерство контроля. Хотя сегодня недостатка в контролирующих организациях нет - работал бы закон.

По словам В. В. Путина, в 2001 г. на нужды малого и среднего бизнеса будет выделено не менее 10% бюджета и оказана всемерная поддержка предпринимательству1.

В очередной раз защитить интересы малого бизнеса ре­шили и московские городские власти, которые являются инициаторами многих прогрессивных идей в этой области. Плановые проверки деятельности малых предприятий, рас­положенных на территории первопрестольной, теперь бу­дут проводиться в два раза реже.

До недавнего времени подобные инспекции малых пред­приятий, в которых участвовали все уполномоченные орга­ны надзора и контроля - санэпидемстанция, пожарная ох­рана и др., - могли осуществляться два раза в год, а фак­тически значительно чаще. Теперь эта периодичность комплексных проверок оставлена только для фирм, чьи услуги или продукция напрямую связаны с жизнью и здоровьем москвичей, например, предприятия общепита, медицинские центры, частные производители продуктов питания и т. д. Остальные же малые предприятия Москвы будут подвер­гаться плановому контролю лишь один раз в год. При этом так называемые проверки «по сигналу» по-прежнему ста­нут проводить сразу по получении информации о некаче­ственной деятельности или продукции той или иной фирмы.

Примечательно, что штрафы, накладываемые при об­наруженных нарушениях на столичных предпринимателей, отныне будут перечисляться не на счета контролирующих органов, как это было раньше, а непосредственно в город­скую казну.

Все вышеперечисленное позволяет наконец надеяться, что так необходимому государству российскому малому биз­несу, которому сегодня вполне соответствует известная пого­ворка «скорее живой, чем мертвый», будет включен зеле­ный свет. А дееспособному многомиллионному населению на­шей страны этот вид бизнеса необходим как воздух не толь­ко для выживания и раскрепощения, но и для своего мате­риального процветания, морального самоутверждения и са­мореализации.

Россия располагает всеми возможностями для того, чтобы обеспечить хорошей зарплатой, пенсиями, жильем большин­ство своих граждан. Многое необходимо делать прямо се­годня, и сделать это может только раскрепощенный малый и средний бизнес.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. «Комсомольская правда » 27 января 2000г.

**1.1. Особая роль малого бизнеса в экономике России**

Качественные характеристики малого предприятия (МП) в рыночной экономике в целом присущи ему и в переходных российских условиях. Совокупность качественных характе­ристик МП трансформируется в специфическую роль мало­го бизнеса как сектора экономики, определяя его экономи­ческую и социальную значимость. Они - основа сильных и слабых сторон малого бизнеса. Сегодня преимущества мало­го бизнеса по сравнению с другими секторами экономики выражены четче, чем недостатки. В этом заключается спе­цифика малого предпринимательства - «оживать» в период общего экономического спада, «принимать на себя» реше­ние многих социальных и экономических проблем.

Такой вывод позволяет сделать анализ накопленных дан­ных: результатов опросов предпринимателей, статистичес­ких показателей. Следует, однако, помнить: предоставляют статистическую отчетность, участвуют в опросах достаточ­но успешные, по крайней мере, реально функционирую­щие, фирмы. Это те МП, которые прошли испытание вре­менем, нашли свою нишу, способы удержать, даже расши­рить рынок сбыта. Именно такие предприятия, по имею­щейся информации, достаточно устойчиво стоят на ногах. Но с 1994 г. их количество не растет, напротив, оно не­сколько уменьшилось. Очевидно, барьеры входа в малый бизнес стали слишком высоки, начать предпринимательскую деятельность стало значительно сложнее, чем поддер­живать стационарный режим уже запущенного дела. Про­цесс формирования рациональной структуры экономики, где на МП приходится значительная доля всех хозяйствующих субъектов и подавляющая - всех занятых, застопорился.

Функционирующие МП демонстрируют хорошую спо­собность адаптироваться к внешним условиям, своим разви­тием укрепляя рыночные отношения. По данным монито­ринга частного сектора, руководители МП считают общее состояние фирмы плохим в среднем в 1,3 раза реже, чем директора крупных и средних предприятий.

*Малый бизнес является надежным источником бюджет­ных поступлений.* Доля просроченной задолженности МП местным и федеральному бюджетам ниже, чем у крупных предприятий, соответственно в 2,3 и 2,8 раза. МП-лидеры практически вообще ее не имеют. Лидеры из числа круп­ных предприятий, напротив, имеют просроченную задол­женность по всем позициям, в том числе и поставщикам. Малые предприятия являются достаточно устойчивым ис­точником постоянной занятости, постоянных доходов насе­ления. Доля просроченной задолженности по заработной пла­те на малых предприятиях в 2,5 раза меньше, чем на круп­ных.

Для работников малый бизнес - возможность избавить­ся от прежнего стереотипного отношения к труду как к зат­рате времени, а не энергии, сил. Для руководителей - это школа рыночного предпринимательства. У МП-лидеров фор­мируются рыночные стандарты поведения практически во всех сферах деятельности. У крупных предприятий ус­пех в большей мере определяется отраслевой принадлежно­стью, а не рыночно-ориентированными решениями.

Малый бизнес активно формирует систему хозяйствен­ных связей, ее нижний, местный уровень. Хозяйственные связи МП более длительны, чем у крупных, особенно с по­требителями (продавцами), им лучше удается удержать рынок сбыта. Хозяйственная кооперация в малом бизнесе постоянно перерастает в интеграцию, особенно у наиболее успешных предприятий: 1/5 лидеров заинтересованы в интеграции с организациями по сбыту, производителями ана­логичной продукции. Очевидна ориентация на серьезное ос­воение рынка.

Вместе с тем большинство развивающихся МП не стре­мится перешагнуть формальный порог, отделяющий их от среднего бизнеса. Среди фирм-лидеров лишь 4% предприя­тий всерьез рассматривают возможность создания семейства дочерних фирм, выделения отдельных производств в само­стоятельные предприятия. Тем самым тормозится расшире­ние среднего бизнеса, формирование рациональной струк­туры экономики. Нельзя исключить, что данная ситуация - отчасти следствие льгот, предусмотренных исключительно для МП. Ставя целью, создание условий, способствующих развитию малого предпринимательства в целом, льготный режим функционирования МП становится своего рода барьером на пути конкретного динамично развивающегося бизнеса. Снять это противоречие можно, создав среду, благо­приятную для предпринимательской деятельности любых масштабов.

**Качественные характеристики российского малого предприятия.**

Используемые количественные критерии определения типа предприятия - это операционный инстру­мент, необходимый для проведения измерений, сопоставлений, прогнозов. Действующие параметры отнесения пред­приятий к разряду малых задавались без предварительного анализа, учета качественных особенностей малых предпри­ятий. Во многом поэтому российский малый бизнес вобрал в себя фирмы, относимые к категории средних в большин­стве промышленно развитых стран. Специфика МП в усло­виях рынка определяется его особенностями в таких сферах жизни, как целеполагание, менеджмент, финансирование, планирование выпуска, кадровая политика. Эти характери­стики предопределяют как преимущества, так и недостатки предприятий относительно небольшого размера по сравнению с более крупным бизнесом в контексте решения конк­ретных управленческих задач. Их недостатки - объектив­ная основа возникновения барьеров для развития малого бизнеса, изначально присущих ему в развитом рынке или вызванных переходными условиями, а потому в принципе устранимых. Меры государственной поддержки должны быть направлены на преодоление барьеров, обусловленных не­развитостью рыночных отношений в нашей стране.

Помимо преимуществ, у МП имеются и уязвимые мес­та. Главное для них - малая величина индивидуального капитала. Для подавляющего большинства МП основным источником стартового капитала или пополнения средств, уже вложенных в бизнес, является самофинансирование, и лишь в случае достаточно успешного ведения деловых операций появляется возможность использовать банковский кредит. Но коммерческие банки всегда неохотно взаимодействуют с МП, потому что для них мелкие ссуды менее выгодны, чем кре­диты КП, и сопряжены с гораздо большим риском. Малому бизнесу приходится платить за ссуды более высокий про­цент, чем платят крупные заемщики. Как свидетельствует опыт, трудности доступа к коммерческому кредиту порож­дают у многих МП хроническую нехватку оборотного капи­тала, что и становится причиной большинства банкротств. Финансовое положение МП особенно уязвимо в условиях инфляции, поскольку, в отличие от КП, они имеют лишь ограниченные возможности перекладывать рост своих из­держек на потребителей.

Вследствие названных причин *отличительной чертой малого предпринимательства является его неустойчивость, проявляющаяся в массовом разорении МП, «вымывании», вытеснении их из производства в процессе жесткого «ес­тественного отбора» в условиях рыночной конкуренции.* По данным Администрации по делам малого бизнеса США, почти каждая четвертая вновь созданная малая фирма тер­пит банкротство уже на первом году своей деятельности, а 90% не могут продержаться более четырех лет. Правда, разорение как утрата капитала происходит лишь в 20% слу­чаев: американское законодательство стимулирует «добро­вольное банкротство» МП — обмен или продажу ими своих акций для приобретения более выгодного бизнеса.

Американский рынок отличается повышенной требова­тельностью к начинающему предпринимателю. В других странах малый бизнес имеет больший шанс на выживание. Так, в Великобритании к концу четвертого года деятельности на рынке удерживаются около 40% МП. Однако и здесь для выживания фирмы критическим считается первый год, в течение которого разоряется половина всех создаваемых новых предприятий. В странах ЕС в среднем 7 из 10 новых МП выживают в течение первых трех лет своей деятельности.

**1.2. Характерные особенности малых предприятий**

**Гибкость приспособления к рыночной конъюнктуре.**

Главным преимуществом МП в условиях современного рын­ка является намного более гибкая, чем у КП, реакция на быстро меняющийся спрос: умение «уловить» возникающую потребность и отреагировать немедленной мобилизацией сво­их ресурсов и возможностей. Эта маневренность вытекает из краткого упоминания особенностей МП: оно не связано об­ширной производственной программой, разработанной на перспективу; не обременено многочисленным персоналом, требующим сложных навыков управления.; не отягощено финансовыми обязательствами перед акционерами, ожида­ющими дивидендов от вложенного капитала; ему проще пе­рестроить свою рыночную стратегию, как только найдена новая «ниша», и манипулировать ценами на свою продук­цию; перед ними вряд ли встанет проблема организованного противодействия наемных работников, отстаивающих спо­мощью профсоюза свои рабочие места или уровень заработ­ной платы.

Кроме того, *малое производство, как правило, более эко­номично.* У МП, по сравнению с КП, короче сроки капи­тального строительства, для их создания нужен относительно меньший стартовый капитал. Оборачиваемость средств у них в 2-2,5 раза выше, что обеспечивает достаточно высокую норму прибыли. Эти предприятия обычно лучше использу­ют свой капитал, оборудование и производственные площади, не держат крупных запасов. Они успешнее экономят на административно-управленческих расходах благодаря про­стоте и гибкости процедуры управления.

*Преимущества маневренности и экономичности ста­новятся особенно важными, когда предприятие достигает высокого уровня специализации.* Наиболее жизнеспособные МП, как правило, узко специализированы и именно в та­ком качестве полноправно участвуют в производственном процессе как его неотъемлемый компонент, в существова­нии которого крайне заинтересован крупный бизнес.

Почему же именно теперь все эти свойства малого биз­неса оказались столь широко востребованными? Внешними факторами, изменившими в лучшую сторону рыночный ста­тус МП, послужили компьютерная революция 70-х гг. и ми­ровой энергетический кризис. Они вызвали переход произ­водственных систем ведущих промышленных стран на но­вую технологическую базу.

С появлением качественно новой техники, основанной на широком применении микросхем, стало возможным за счет резкого ускорения переналадки оборудования перейти к выпуску продукции небольшими сериями, непрерывно обновляя ее номенклатуру. Для КП становится более выгод­ным передавать МП часть заказов на мелкосерийную про­дукцию, специальные модули или завершающие операции по сборке. Используя лизинг, малые специализированные предприятия быстро обзавелись современным оборудовани­ем. На основе субконтрактов многие из них получили доступ к технической документации, рабочим чертежам, производ­ственным ресурсам КП. Будучи заинтересованными, в «при­вязке» зарекомендовавших себя субпоставщиков, КП конст­руируют и проектируют для них новые изделия, помогают улучшать технологию производства, совершенствовать ме­тоды контроля за качеством продукции и т. п.

Перестраиваться стали и сами КП. Мотив «экономии на масштабах», т. е. укрупнение производства, бывший для них главным в течение десятилетий, отошел на задний план. Сверхконцентрация во многих случаях достигла пределов экономической целесообразности и стала давать обратный эффект - усиление неуправляемости, инертности, бюрок­ратизации, отставание от требований рынка и технического прогресса, падение производительности труда. Энергоемкость крупного производства обернулась огромным ростом издер­жек, убытками и задолженностью. Поэтому с 70-х гг. круп­ное производство в ведущих странах Запада, а сегодня уже и в России, вступило в фазу массовой реорганизации - вы­деления специализированных звеньев и участков в неболь­шие фирмы, самостоятельные в коммерческом отношении (т. е. вступающие в рыночную конкуренцию на свой страх и риск), но так или иначе ассоциированные с головным пред­приятием.

Многосторонняя кооперация небольших и совсем мел­ких специализированных предприятий, имеющих самое раз­ное происхождение и различный хозяйственно-правовой статус, стала доминирующей тенденцией современного про­изводства. Она приобретает все более широкий масштаб и разнообразные формы - субподряда в промышленности, франчайзинга в торговле и услугах, развития отдельных видов обслуживания (деловые и профессиональные услуги, автосервис, предприятия быстрого питания и т. д.), совмес­тного выхода на внешние рынки, венчурного бизнеса и т. п.

Благодаря возможностям кооперации малый бизнес пользуется рыночными преимуществами на основе деталь­ного знания своей клиентуры, близости к дифференциро­ванным рынкам. Это характерно прежде всего для пред­приятий, обслуживающих те сегменты рынка, которые из-за своей малой емкости не слишком интересуют крупный бизнес. К ним относится большая часть производства потре­бительских товаров, в том числе новейших. Номенклатура продукции здесь отличается стабильностью, технология про­изводства еще не отработана, что создает для МП много­численные рыночные «ниши».

*Малый бизнес чутко реагирует на растущую зависи­мость потребительского спроса от колебаний моды, успе­вая удовлетворять все новые, нередко индивидуальные зап­росы покупателей (работа на заказ).* Во многом его разви­тие предопределено глубокими изменениями, происходящими в современной культурной среде. Если несколько десяти­летий назад залогом успешного сбыта товаров было его со­ответствие рыночным стандартам, то теперь - новизна, оригинальность внешнего облика. Аналогичные тенденции присущи сфере услуг, в которой спрос все более определя­ется качеством и разнообразием сервиса.

Развитию малого бизнеса способствует и региональная дифференциация производства и потребления. Значительная часть МП создается для освоения ресурсов сырья, имеющих местное значение, с целью избежать повышения транспорт­ных тарифов, а также там, где велики сезонные колебания условий производства или спроса.

**Инновационная роль малого предпринимательства.**

Ин­новационная роль малого бизнеса часто реализуется в коо­перации с КП. Помимо производственной кооперации, о ко­торой говорилось выше, существует аналогичное разделе­ние труда в сфере НИОКР. Со стороны малого бизнеса оно осуществляется небольшими наукоемкими предприятиями - венчурными МП, которые занимаются поиском принципи­ально новых продуктов и процессов, работая в условиях высокого коммерческого риска, а также берут на себя до­работку и пробное освоение научно-технических новшеств, не требующих крупных и капитальных затрат.

Кооперация в сфере НИОКР позволяет КП значитель­но сократить период разработки принципиально новых ви­дов продукции (нередко с 10-15 до 4 лет) и увеличить долю новых товаров в общем объеме продаж. Экономически она высокоэффективна: по имеющимся оценкам, малыми фир­мами в США производится в четыре раза больше новинок в расчете на одного занятого, чем на КП, а затраты на одного инженера или исследователя - вдвое ниже. Поэтому вен­чурное предпринимательство получает широкое распрост­ранение. Концерн «Дженерал электрике», например, связан с более чем 200 независимыми исследовательскими фирма­ми, фактически целиком работающими на его потребности. Частный сектор инвестирует в малые инновационные пред­приятия огромные средства: ежегодный объем капиталовло­жений венчурных фондов США оценивается в 3-4 млрд. долл., совокупные инвестиции венчурных фондов Велико­британии, ФРГ, Франции и Италии составляют более чем 3,5 млрд ЭКЮ.

Однако определенная часть МП пытается вести само­стоятельную инвестиционную деятельность, в чем ей ока­зывает поддержку государство. Если крупный капитал зани­мается поиском и стимулированием отдельных перспектив­ных в коммерческом отношении малых инновационных форм, то государство поддерживает инновационную деятельность сектора МП как такового. В США федеральное правитель­ство финансирует 35% расходов МП на НИОКР в форме налоговых льгот и через государственные контракты, а на уровне штатов и органов местного самоуправления действу­ют программы, увязывающие поддержку инновационных МП с конкретными нуждами этих территорий. Значительное число МП осуществляет инновации в форме обновления тех­нологии, менеджмента, организации труда и номенклатуры продукции. В этом плане государственная помощь также играет большую роль. Она выражается в содействии различ­ным способам передачи технологии, прежде всего в форме участия в создании соответствующей инфраструктуры - бизнес-инкубаторов и технопарков (предоставление земельных участков, налоговые льготы и т. п.). Целью является «вы­ращивание» технически передовых предприятий, которые в перспективе смогут осуществить диффузию новейших тех­нологий во все сферы национальной экономики. Тем самым удается частично компенсировать характерную для МП не­хватку финансовых средств, необходимых для проведения научных исследований и разработок.

**Особенности целеполагания.**

*В рыночных условиях раз­личия между крупными и малыми предприятиями в воп­росах целеполагания определяются тем, что первые фор­мируют рыночную конъюнктуру, а вторые подстраиваются под нее.* У небольших фирм отсутствуют детальные стра­тегические планы. По мнению предпринимателей, достаточно и ориентировочных оценок основных параметров деятельно­сти, поэтому даже важнейшие решения зачастую принима­ются ситуативно.

Неразвитость стратегического мышления наиболее бо­лезненно сказывается в первые годы существования МП, когда на деле проверяется необходимость предлагаемых им товаров и услуг. Если МП нашло свою нишу, в дальнейшем из-за ее локальности надо лишь поддерживать стационар­ный режим функционирования на основе стандартных опе­ративных решений. Потребность в стратегическом плане по­является, если малый бизнес решил перешагнуть порог, от­деляющий его от среднего.

Ограниченный временной горизонт управленческих ре­шений МП в ситуации неустойчивой рыночной конъюнкту­ры переходного периода имеет определенные преимущества по сравнению со стратегическим планированием крупного предприятия. Когда успех бизнеса в большей мере обуслов­лен регулирующим воздействием государства (или отсутстви­ем такового воздействия), чем внутрифирменными факто­рами, стратегический план развития, разрабатываемый в скользящем режиме и включающий средне- и краткосроч­ные программы, может оказаться неэффективным в силу своей неизбежной жесткости. Позволяя надежно диагности­ровать, контролировать конъюнктуру в условиях стабиль­ности, такой порядок управления, присущий большому биз­несу, плохо приспособлен к необходимости быстрой адапта­ции в случае постоянно меняющейся внешней среды. На­против, оперативный режим управления МП, указывающий возможность существования, развития фирмы, главным об­разом с благоприятной внешней обстановкой, существенно повышает адаптационный потенциал малого бизнеса в пере­ходной экономике управленческой структуры, привлечения специалистов. Упрощенный менеджмент создает МП опре­деленное преимущество, проявляющееся в гибком, быст­ром приспособлении к меняющимся требованиям и услови­ям, что особенно важно в неустойчивой, переходной ситуации.

Выделение управленческих функций происходит на МП за счет персонификации их в узком кругу лиц и начинается с учетно-бухгалтерской. Это объясняется запутанностью, усложненностью официальной бухгалтерии, необходимостью зачастую вести вторую, неофициальную. Показательно, что у предпринимателей-индивидуалов, платящих низкие на­логи, имеющих упрощенную форму отчетности, нет жалоб на сложность бухгалтерской работы и желания, объединив­шись, нанять профессионального бухгалтера.

Основные решения почти всегда руководитель МП при­нимает единолично. Единоначалие имеет свои преимущества. Решения принимаются быстро, так как время на их обсуж­дение и согласование сведено к минимуму. ***Выполняется то, что задумано, решения не искажаются при их «трансляции».*** В случае удачи авторитет руководителя заметно повышается, что облегчает дальнейшее руковод­ство.

Вместе с тем сосредоточение всей полноты власти в одних руках может обернуться барьером для развития биз­неса. При таком порядке управления значительно возраста­ет роль предпринимателя, его врожденных качеств, про­фессиональных знаний, субъективных установок. Не будет преувеличением сказать, что количество стабильно функ­ционирующих МП не может превышать число людей, спо­собных к самостоятельной предпринимательской деятельно­сти.

Единоначалие имеет и негативные последствия, при­чем даже в режиме оперативного управления предприяти­ем. Неподконтрольность руководителя провоцирует ошибоч­ные решения. Совершенные промахи, подрывая его авто­ритет, снижают «управляемость» работников, а в конечном счете — внутренний потенциал бизнеса. ***Еще опаснее авторитарный менеджмент, когда речь идет о принятии стратегических решений.*** Именно поэтому с увеличени­ем масштабов бизнеса, горизонтов внутрифирменного планирования происходит усложнение структуры управления предприятием, размежевание прав собственности и контро­ля. В целом российские МП в вопросах целеполагания соответствуют рыночному стандарту. Из-за неразвитости рыноч­ных отношений, нестабильности внешней среды под этот стандарт зачастую попадает и более крупный бизнес. У ма­лых, средних и крупных предприятий сегодня есть общие проблемы, «разведенные» в ситуации благоприятной эконо­мической и политической конъюнктуры. Это сказывается на структуре, порядке разработки и реализации целей пред­приятия. Подчас возможность предвидеть и моделировать будущее в большей степени определяется не масштабом бизнеса, а его отраслевой принадлежностью. Даже неболь­шие торговые фирмы могут успешнее планировать деятель­ность на перспективу, чем средние, а то и крупные произ­водственные предприятия.

**Особенности менеджмента.**

Простота организационной структуры, личное участие и заинтересованность руково­дителя во всех делах фирмы - одни из наиболее ярких отличий российского МП от крупного. Специфика менедж­мента малой фирмы заключается в том, что руководитель может и вынужден принять на себя решение большинства проблем. Возможность концентрации власти определяется самим масштабом бизнеса: рынки локальны, номенклатура мала, объем производства невелик, число партнеров огра­ничено, небольшой штат сотрудников позволяет всех дер­жать в поле зрения. Наряду с этим МП не свойственно, да и не нужно, принимать нестандартные управленческие ре­шения, кардинально меняющие ситуацию внутри фирмы и вне

ее. Следовательно, и нет потребности в управленцах - специалистах высокого класса. Для руководства МП доста­точно средней квалификации в сочетании с доступностью информации, консультационных услуг.

Руководитель МП должен принять на себя всю полноту ответственности, так как услуги профессионалов-управлен­цев стоят дорого. Выгода, которую может дать постоянно работающий профессионал, как правило, несоизмерима с затратами на его содержание. Лишь когда фирма ориенти­рована на рост, на преодоление барьеров входа в группу предприятий более крупного бизнеса, требования к управ­лению возрастают, появляется необходимость усилить ру­ководство за счет создания более сложной структуры.

**Особенности финансирования деятельности.**

Одно из главных отличий МП от крупного предприятия - порядок финансирования, предполагающий использование в первую очередь и главным образом внутренних источников: доходов фирмы, личных средств руководителя, средств родных, друзей. В условиях развитого рынка для МП существует еще один источник - банковский кредит, предоставляемый как непосредственно, так и в рамках специальных программ, с привлечением специализированных программ, специализи­рованных финансовых структур, при поддержке государ­ства.

В сегодняшних российских условиях, как свидетельству­ют результаты всех опросов предпринимателей, возможность привлечения внешнего финансирования крайне ограничена. Чем хуже положение предприятия, тем эта возможность меньше. Кризисная ситуация, типичная для значительной части МП, носит застойный, подчас необратимый характер. Банковское кредитование МП сведено к минимуму. Сокра­щается число предпринимателей, планирующих привлечь краткосрочный и долгосрочный банковские кредиты. Банки не устраивают небольшая величина запрашиваемых ссуд и отсутствие гарантий их возврата. Предпринимателей отпу­гивают высокая ставка процента, короткий срок кредитова­ния, требование залога. Кроме того, пока сфера предприни­мательства остается рискованной (включая и политический риск), нет стимула расширять деятельность, привлекая сред­ства извне. Прежде всего это касается производства с его относительно меньшей ликвидностью.

Рассматривая особенность МП, заключающуюся в пре­имущественном использовании внутренних источников фи­нансирования, следует иметь в виду негативные последствия этого процесса как для отдельных фирм, так и для сектора малого бизнеса в целом. Это повышенный риск банкротства на этапе становления, трудности расширения производства, наконец, барьер, не позволяющий даже наиболее успеш­ным МП попасть в разряд средних.

Недостаток собственных средств, принципиально невос­полнимый в рамках отдельного МП, в сочетании с невоз­можностью привлечь внешнее финансирование нередко ог­раничивают масштабы перспективного бизнеса. Вот харак­терный пример. Предприятие вышло на рынок капиталоемкой продукции. Спрос на нее высок, но при таком уровне цен, когда рентабельно производство лишь средних масш­табов. Ситуация достаточно типична. Многие емкие рыноч­ные ниши опустели из-за деградации заполнявших их преж­де крупных предприятий. Свернув нерентабельные произ­водства, они не в силах «содержать себя» за счет оставших­ся прибыльных и, как правило, закрывают и последние. За­полнить образовавшийся вакуум мог бы средний бизнес, ко­торый либо отпочковался от крупного в процессе реструк­туризации, либо вырос из малого. Второй путь был не раз опробован в ходе развития рыночной экономики, но требу­ет финансовой подпитки извне, причем в относительно сжа­тые сроки, пока сохраняются конкурентные преимущества свободного рыночного пространства.

Другой пример. МП освоило выпуск продукции, чья кон­курентоспособность на внутреннем и внешнем рынках пред­полагает постоянное совершенствование технических пара­метров. Существующие на фирме технические разработки позволяют поддержать конкурентоспособность, создать ус­тойчиво развивающийся бизнес, потенциально выходящий за рамки малого. Но для этого требуется достаточно серьез­ное (по масштабам МП) единовременное финансовое влива­ние, отдача от которого в будущем возместит все затраты.

И еще один случай. Он типичен для инновационного предпринимательства. Если МП опирается в своей работе на научную разработку, то, как правило, оно станет прибыль­ным, когда замкнется цепь: разработка - организация про­изводства - сбыт. Чтобы «раскрутить» такой бизнес, необ­ходимо соответствующее стартовое финансирование. В си­туации, когда стартовый капитал формируется исключитель­но за счет личных средств предпринимателей, научные раз­работки, требующие высоких технологий, не могут быть надежным фундаментом малого предпринимательства. Эта проблема решается в рамках технопарков, где инновацион­ные МП доводят разработки до пробных образцов и конт­рольных испытаний. В случае удачи их внедрением занима­ются крупные фирмы. Другая возможность - привлечение венчурного капитала.

Предприниматели пытаются преодолеть узкие рамки внутрифирменного финансирования, перераспределяя по­лученный доход между заработной платой и инвестициями. На МП этот процесс, как и многие другие, упрощен, так как в большинстве случаев руководитель единолично рас­поряжается доходами. Другой вариант - ускорение оборота денежных средств - доступен главным образом МП непро­изводственной сферы. Руководители производственных фирм «размывают» профильную деятельность, занимаясь торгов­лей, посредничеством. Но относительное финансовое благо­получие предприятия оборачивается потерей времени в кон­курентной борьбе на рынке основного товара. Поэтому пред­приниматели, нацеленные на успешный бизнес именно в производстве, поэкспериментировав с торговлей, часто сво­рачивают ее.

Ослабить, а тем более снять финансовые ограничения для МП без вмешательства государства невозможно. Речь идет не о беспрепятственной раздаче бюджетных средств всем желающим. К тому же совершенно необязательно (и даже с народнохозяйственной точки зрения вредно), чтобы из каждой микрофирмы выросло малое, среднее, крупное предприятие. Но, как показывает опыт промышленно раз­витых стран, стартовая финансовая поддержка - лучшее условие для расширения масштабов малого предпринима­тельства. Привлечение внешнего капитала к финансирова­нию перспективного бизнеса - залог поддержания оптималь­ной структуры экономики, эффективно сочетающей малые, средние и крупные предприятия. Решается эта задача как за счет прямой финансовой помощи государства, так и пу­тем создания механизмов, косвенно направляющих частный капитал, индивидуальные накопления на финансирование МП.

**Особенности трудовых отношений.**

В рыночной эконо­мике для МП по сравнению с крупным характерна большая доля затрат живого труда на единицу продукции. Малые предприятия склонны к трудоемкой работе со средним и низким уровнем квалификации персонала. Поэтому, чтобы поддержать конкурентоспособность, МП вынуждены, с одной стороны, экономить на оплате труда, а с другой - ин­тенсифицировать труд работников. Решая первую задачу, предприниматели сталкиваются с трудностями при наборе высококвалифицированных кадров, что является несомнен­ным минусом для развития фирмы. Решая вторую, стремят­ся повысить степень вовлеченности работников в дела пред­приятия, создавая для этого особый тип внутрифирменных взаимоотношений - отношений членов большой семьи.

Рыночная специфика решения кадровых вопросов при­суща и российским МП переходного периода. За небольшим исключением, суть которого в том, что, хотя дефицит тру­довых ресурсов руководители МП отмечают значительно чаще, чем директора крупных предприятий, его основная причина - не более низкая зарплата работников, а повы­шенные требования к трудоотдаче. По мнению предприни­мателей, трудно найти того, кто стремится работать интен­сивно и добросовестно, предпочитая зарабатывать, а не получать. Это очевидное наследство плановой уравниловки не по карману небольшой фирме. Имея ограниченные ис­точники финансирования, МП не в состоянии содержать «лишних людей».

Руководители МП четко сознают, что успех дела во многом определяется взаимоотношениями внутри фирмы как по линии руководитель-работник, так и между работника­ми. От степени мотивированности работников к труду зави­сит возможность его интенсификации и, в конечном счете, потенциал предприятия. Наиболее действенный способ по­высить их заинтересованность в успехе фирмы - устано­вить тесный, неформальный контакт с руководителем, так как именно с ним в представлении работников отождествля­ются как победы, так и поражения. Тогда, если предприни­матель обладает даром сплотить, увлечь, повести за собой, появляется реальный шанс «переплавить» живой труд в фак­тор роста бизнеса.

Тесные личностные отношения руководителя МП и ра­ботников возможны, так как структура управления фирмы предельна упрощена. Это позволяет находить индивидуаль­ные стимулы, мотивы повышения производительности труда каждого работника. Их спектр широк: от угрозы лишить­ся работы, постоянного заработка до возможности самореа­лизации, вовлеченности в план предприятия. Гораздо ус­тойчивее те МП, где материальная заинтересованность со­четается с профессиональной, где работники рассчитывают на перспективу.

Дружеские отношения между работниками также не­обходимы для МП с их спецификой вынужденного совмеще­ния обязанностей. Наиболее жизнеспособны из них те, где каждый при необходимости готов заменить каждого. Некон­фликтные внутренние отношения - реальность большин­ства МП: коллективы небольшие, изначально формируются из числа лично знакомых, проверенных опытом общей ра­боты. Большинство работают постоянно. Это принцип руко­водителей: не брать временных работников, для которых проблемы предприятия далеко не личное дело.

В целом в представлении большинства предпринимате­лей внутрифирменные отношения ассоциируются со стерео­типом «большой семьи», где глава - руководитель фирмы. В большой дружной семье не должно быть места сепара­тизму. Так считают предприниматели и крайне негативно оценивают возможность создания СТК, профсоюза. Неконт­ролируемые объединения работников, формальные или не­формальные, есть лишь на тех предприятиях, руководите­ли которых сумели использовать их в своих интересах. На­пример, привлекая неформальных лидеров к обсуждению проблем, перспектив бизнеса, тем самым усиливая вовле­ченность всего коллектива, поднимая уровень его мотиви­рованности. Или отдавая на откуп СТК принятие непопу­лярных решений - перевод на другую работу, сокращение заработка, увольнение.

Реализовать принцип «большой семьи» несложно, так как дореформенный стереотип работника (а стереотипы по­ведения устойчивее условий, их порождающих) предпола­гал коллективизм, готовность к безвозмездной взаимопомо­щи, взаимовыручке. Проблема заключается в том, что не­пременным атрибутом семейных отношений в коллективе считалась комфортная обстановка, где первое место зани­мало общение по интересам, а не трудовая деятельность. Уровень мотиваций к самореализации, карьерному росту был невысок. Работа на МП дает возможность и предполагает необходимость пересмотреть отношение к работе, прийти к выводу: «никто мне не должен». Оптимальная ситуация, когда работник нацелен на карьерный рост, который отож­дествляется с ростом престижа фирмы.

Тесные отношения руководителей с работниками под­разумевают необходимость соблюдения их интересов, в час­тности, когда речь идет об оплате труда.

Особенности налоговой политики государства по от­ношению к деятельности малого предприятия.

Важнейший инструмент государственного воздействия на предпринима­тельство в рыночной экономике - налоговая политика, вы­полняющая две основных функции: *фискальную,* связанную с необходимостью формирования доходов государственного и местных бюджетов, и *стимулирующую,* направленную на поддержку конкретных сфер деятельности, секторов, хо­зяйствующих субъектов. В российской экономике государ­ство прежде всего реализует фискальную функцию.

С 1992 г. во всех опросах представителей малого бизне­са в целом и его различных групп проблема налогообложе­ния прочно занимает первое место. Налоги, сужающие фи­нансовые возможности фирмы, - это болевая точка пред­принимателей и в развитых рыночных экономиках. Однако специфика российского малого бизнеса состоит в том, что проблема налогообложения отнюдь не исчерпывается непо­сильным налоговым бременем. Для российских предприни­мателей налоги — это «государственный рэкет», поскольку собирая их, государство неудовлетворительно выполняет ряд своих функций. Руководители МП также подвергают крити­ке налоговую систему: механизмы и процедуру расчета и взимания налогов, как и работу налоговых ведомств и их персонала.

Так, в результатах проведенного опроса 180 предпри­нимателей отмечается как чрезмерный налоговый пресс, так и частое изменение соответствующих законов и норматив­ных актов, нечеткость формулировок, сложность восприя­тия инструкций и нормативных документов, а особенно по­рочная практика введения их «задним числом». Обращалось внимание на зависимое положение МП во взаимоотноше­ниях с налоговой инспекцией, работники которой монополизируют имевшуюся информацию, интерпретируют двусмысленности законодательства в пользу бюджета, часто сами принимают ошибочные решения. Некоторые предпринима­тели обвиняли чиновников в предвзятом отношении к мало­му бизнесу.

Эта характеристика относилась собственно к периоду становления налоговой системы, создаваемой на глазах у предпринимателей, которые к ней приспосабливаясь, вы­нуждены были нести сопутствующие издержки. Для начи­нающих предпринимателей преодоление названных проблем организационно-информационного плана всегда представляет организационные трудности.

Материалы интервью показывают, что предпринимате­ли, хотя и рассматривают налоги как непосильные, посте­пенно к ним приспособились, выработали пути адаптации уходя в теневую деятельность. Это подтверждается сравне­нием оценок остроты налогового бремени и экономического положения МП, данных их руководителями. Оказалось, в 1994 г. предприниматели, отметившие остроту налогового бремени, в среднем несколько хуже оценивали экономическое положение своих МП. Однако во всех последующих опросах подобной связи оценок уже не наблюдалось. Эти интервью показали, что примерно с начала 1995 г. предприниматели переместили основное острие своей критики налоговую систему в целом.

*Негативные оценки разных сторон налоговой системы были получены по трем важнейшим аспектам: механизм налогообложения (сюда включены нестабильность налоговой политики, сложность и нечеткость правил и процедур налогообложения, количество видов налогов); собственно величина налогов; институциональный аспект (он включает вопросы информационного обеспечения, организации работы* *налоговых служб, взаимоотношения с налоговыми ведомствами и отдельными чиновниками).*

Что касается селективной функции налоговой политики, то, как известно, малый бизнес имеет определенные льготы по налогу на прибыль, которые распространяю на МП в первые годы работы, а также в приоритетных ви­дах деятельности. По оценкам экспертов, данными льготами пользуются не более 30% МП. Предоставляют налоговые льготы и региональные (местные) органы власти. В то же время налоговые льготы всегда лидируют в перечне пред­почитаемых руководителями мер государственной поддер­жки малого бизнеса: за эту меру высказались почти 83% предпринимателей во всероссийском опросе вне зависимос­ти от экономического положения предприятий. В опросе по региональным программам поддержки предпринимательства необходимость снижения уровня местных налогов отметили почти 63% респондентов. При этом каждый пятый предпри­ниматель посчитал реальным добиться снижения уровня этих налогов для своего МП, тогда как каждый второй придер­живался противоположного мнения. Исходя из этого, необходимо оказывать всяческое содействие со стороны законодательной и исполнительной власти.

Для активизации производственной и инвестиционной деятельности малых и средних предприятий усилия Правительства Российской Федерации должны быть направлены на:

* создание необходимых условий для использования малыми предприятиями бездействующих и недозагруженных основных фондов, в том числе и при осуществлении санационных мероприятий в отношении предприятий-банкротов;
* концентрацию ресурсов государственной поддержки на формирование в малом предпринимательстве современного высокотехнологичного товаропроизводящего и инновационного секторов;
* формирование условий и стимулов для расширения производственно-технологической и инновационной кооперации малого предпринимательства с крупным производством;
* информационное обеспечение субъектов малого предпринимательства (развитие региональных банков данных на единой классификационной основе);
* упрощение налогообложения малого бизнеса, замену многочисленных налогов единым, упрощение системы бухгалтерского учета и отчетности для малых предприятий;
* формирование благоприятного порядка налогообложения организаций, входящих в инфраструктуру поддержки малого предпринимательства;
* создание нормативной базы, обеспечивающей государственную поддержку инвестиционных проектов субъектов малого предпринимательства, а также привлечение и использование для этих целей иностранных кредитов.

Для выработки основных направлений и определения приоритетов в развитии малых и средних предприятий в субъектах Российской Федерации с учетом основных характеристик можно выделить три группы регионов.

*Первая группа* характеризуется достаточно высоким уровнем развития малых предприятий, выполнением комплексных региональных программ и инвестиционных проектов с использованием бюджетных и внебюджетных источников финансирования.

Для *второй группы* характерны начальная стадия развития малого бизнеса и системы его государственной поддержки, незначительный объем бюджетного и внебюджетного финансирования региональных программ.

*Третья группа* характеризуется сложными общеэкономическими и социальными условиями, низким уровнем развития малых предприятий, региональные программы поддержки малого предпринимательства не подкреплены организационными структурами, нормативно-правовыми актами и финансовыми ресурсами.

В среднесрочной перспективе будет осуществлен перенос центра тяжести финансово-кредитной поддержки малого предпринимательства, построенной на принципах бюджетного федерализма, на региональный и муниципальный уровень. Это позволит направить налоговые сборы и платежи от малых предприятий в бюджеты субъектов Российской Федерации. Приоритетный комплекс задач связан с формированием целостной системы финансово-кредитной и инвестиционной поддержки малых предприятий, включающей создание гарантийно-инвестиционных банков, региональных и муниципальных гарантийных фондов, страховых компаний и обществ взаимного кредитования.

Планируется активизировать предоставление гарантий Правительством Российской Федерации по иностранным инвестиционным кредитам для быстроокупаемых инвестиционных проектов малых предприятий, *прежде всего производственного и инновационного направлений, по переработке сельскохозяйственной продукции, производству продуктов питания, других социально значимых товаров и услуг.*

Серьезное внимание уделяется укреплению собственной финансовой базы развития малых и средних предприятий, развитию микрокредитования, способствуя задействованию внутреннего потенциала экономического роста.

Важное место в реализации инвестиционной политики занимает *финансовый лизинг.*

Лизинговые операции позволяют привлечь значительные объемы негосударственных целевых инвестиций для перевооружения и модернизации основных фондов предприятий, в том числе малых, перераспределить часть финансовых потоков в реальный сектор экономики, расширить налогооблагаемую базу за счет развития нового вида хозяйственной деятельности.

В рамках реализации Федеральной программы государственной поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации, региональных программ поддержки малого предпринимательства, комплекса мер по развитию лизинга в Российской Федерации создается система межрегиональных опорных лизинговых центров в специализированных региональных лизинговых компаний. Эти процессы и факторы в наибольшей мере способствуют позитивным структурным изменениям в направлении дальнейшего увеличения числа малых предприятий в промышленности и строительстве. Возможна стабилизация и даже небольшое увеличение доли малых предприятий в сферах науки и научного обслуживания, транспорта и связи. При этом вероятно дальнейшее снижение доли малого предпринимательства в торговой и посреднической деятельности.

В этих целях необходимо в соответствии с законодательством предусматривать создание в регионах инновационных центров, которые будут обеспечивать координацию взаимодействия и поддержку участников инновационной деятельности. Наряду с активизацией инновационной деятельности в крупных организациях необходимо создать условия для привлечения к этому процессу субъектов малого предпринимательства, в том числе и за счет выделения малых организаций из крупных фирм.

Политика государственной поддержки малого бизнеса осуществляется на базе налоговых льгот, создания (хотя еще и в незавершенном виде) цивилизованного законо­дательного пространства, информационной поддержки, обучения кадров, форми­рования сети бизнес-парков, нала­живания эффективной координации в этой об­ласти между федераль­ным центром и субъектами Федерации, а также с мест­ными органами власти.

Практика государственного содействия немонополистическому сектору экономики развитых стран показывает, что правительственный выбор основных направлений этого содействия происходит на основе исследований данного круга проблем. Поэтому важнейшая задача органов власти определить *приоритетные направления развития малого бизнеса. В России к таким направлениям отнесены:*

* производство и переработка сельскохозяйственной продукции;
* производство продовольственных, промышленных товаров, товаров народного потребления;
* лекарственных препаратов и медицинской техники;
* оказание производственных, коммунальных и бытовых услуг;
* строительство объектов жилищного, производственного и социального назначения.

Соответственно, одним из важных инструментов государственного содействия развитию мелкого бизнеса является прямая финансовая помощь, которая осуществляется посредством льготного субсидирования малых фирм, предоставления гарантий при получении ими займов из других источников и льготного налогообложения.

Важным инструментом государственного содействия малым предприятиям в большинстве промышленно развитых стран является система государственных заказов. Данная форма отношений позволяет обеспечить малому бизнесу гарантированный рынок сбыта, ускорить процесс накопления капитала, расширить производственные мощности, укрепить конкурентоспособность, модернизировать оборудование и многое другое.

Достаточно широкое развитие получили организуемые государственными органами и частными предприятиями специальные службы по оказанию различных консультационных услуг малым компаниям.

**Прогноз развития малого предпринимательства.**

Хотя задача прогнозирования малого предпринимательства пред­ставляет значительный общественный интерес, в практике прогнозных расчетов она должного отражения не получила. Б программных документах Государственного комитета по развитию и поддержке малого предпринимательства (ГКРП) и в периодической печати приводятся количественные оценки будущего состояния малого бизнеса, но их трудно назвать научно обоснованным прогнозом прежде всего потому, что отсутствует ссылка на использованный метод прогнозирова­ния и его информационную базу. Так, в Основных направле­ниях развития малого предпринимательства России до 2000 года, разработанных ГКРП в 1996 г., число МП к концу 1997 г. оценивалось в 1150-1200 тыс., а к 2000 г. - 1400 - 1600 тыс. Этот не самый оптимистический из существующих прогнозов к началу 2000 г. значительно разошелся с динами­кой статистических данных.

**1.3. Социальная значимость малого предпринимательства**

Количественное определение МП удобно своей просто­той, но недостаточно для уяснения специфических особенностей малого бизнеса в той роли, которую он играет в про­изводственной системе. Его дополняют качественные опре­деления. Существенны, в частности, различия между МП и крупным бизнесом в том, что касается целей производства, характера менеджмента, организации производственного процесса, отношений руководства с персоналом предприя­тия, особенностей финансирования.

Для МП выбор целей и способов деятельности опреде­ляется окружающей средой. Если МП занимает или стре­мится занять на рынке доминирующее положение и строит свою стратегию на основе этой цели, то малый бизнес исхо­дит из имеющихся возможностей, приспосабливаясь и импровизируя в соответствии с меняющейся конъюнктурой. Раз­работка рыночной стратегии на перспективу становится для него целесообразной лишь по мере наращивания объема производства, перехода в статус среднего предприятия.

Управление МП обычно бывает единоличным или сосредоточенным в руках некоторых лиц, которые осуществляют прямой контроль над всеми сторонами деятельности фирмы. Очень часто совмещаются управленческие и инже­нерно-технические функции. Для выполнения более специ­альных операций (бухгалтерский учет, разработка рацио­нальных форм документооборота, организация офисной де­ятельности, закупка и эксплуатация конторской техники и т. п.), для решения нестандартных инженерных проблем МП может привлекать внешних консультантов, но постоян­но их в своем штате не содержит.

Отношения руководителей МП с персоналом нередко имеют патриархальную окраску и строятся по принципу «большой семьи», что усиливает трудовую мотивацию и вовлеченность наемных работников в дела предприятия. На МП обычно нет влиятельных профсоюзных ячеек, которые в крупных производственных комплексах в значительной сте­пени формируют деловой климат. Это отражается на интен­сивности трудового процесса (на МП она обычно выше), среднем уровне заработной платы (которая выше на КП) состоянии социального обеспечения (МП, не достигшие оп­ределенной численности занятых, как правило, не платят обязательных социальных взносов и не практикуют заклю­чения коллективных договоров). Во многих странах МП ин­тенсивно используют дешевый труд надомных рабочих, в том числе «теневых». Часто в таком качестве выступают иммигранты, нанимаемые на самых невыгодных для них условиях.

В то же время особая роль «человеческого фактора», присущая сфере малого бизнеса, привлекает в нее боль­шое число молодых, динамичных людей. Их влечет жела­ние стать независимыми, возможность реализоваться, быс­тро поднять благосостояние семьи, осуществить на практи­ке какую-либо техническую идею и т. п. Большинство гото­во ради этого идти на риск, работать с повышенной интен­сивностью. Для многих важно и то, что в периоды кризиса малый бизнес приспосабливается и выживает главным обра­зом за счет временного снижения заработной платы или уве­личения продолжительности рабочего времени, а не за счет сокращения производства и массовых увольнений, как обыч­но поступают крупные фирмы.

Отличительной чертой МП является характер его фи­нансирования: источниками инвестиций служат семейные сбережения и (что гораздо реже) банковские ссуды, а не выпуск акций, типичный для КП. С точки зрения возможно­сти получения банковских ссуд, к которым приходится об­ращаться предприятиям любого размера, МП находится не в самом выгодном положении. Доверие банков увеличивает­ся прямо пропорционально росту объема коммерческих опе­раций предприятия.

Формы малого предпринимательства чрезвычайно раз­нообразны - от традиционно торговой лавочки или ремес­ленной мастерской до инновационной фирмы, создаваемой двумя-тремя специалистами высокой квалификации и выра­стающей затем в транснациональную корпорацию с огром­ным объемом продаж (примерами могут служить «Сони», «Эппл»). Компьютерная революция, начавшаяся в ведущих странах Запада в 70-х гг., выдвинула на первый план МП, кооперированные с крупным производством на основе спе­циализации и субподряда. Имеются и независимые МП, играющие роль технологических лидеров в своей отрасли. Та­ковы, например, узкоспециализированные металлургичес­кие мини-заводы, которые не уступают КП по показате­лям качества и значительно превосходят их по экономично­сти (на них приходится около 13% мирового производства арматурной стали).

Социальная значимость МП обусловлена, прежде всего, самим фактом сосредоточения в этом секторе преобладаю­щей части рабочих мест. В годы энергетического кризиса, когда в базовых отраслях развернулась крупномасштабная структурная и технологическая перестройка, на первый план вышла способность малых и мельчайших предприятий впитывать рабочую силу, ускоренно высвобождавшуюся в ходе реорганизации КП. Во всех ведущих странах обнаружилась обратно пропорциональная связь между размерами предпри­ятий и динамикой численности их персонала: на КП заня­тость сокращалась, а на МП - росла. В США в 1980-1995 гг. на МП было создано 35 млн новых рабочих мест, в то время как КП и государственные структуры потеряли их около 6 млн; при этом почти 1/3 прироста пришлась на фирмы с числом занятых до 20 человек. В странах ЕС в 1994-1998 гг. сектор МП увеличивался в среднем почти на 300 тыс. пред­приятий ежегодно. Особенно быстро расширялась сфера производственных и потребительских услуг.

Сама природа малого предпринимательства содейству­ет тому, что немалая часть новых предприятий создается социально уязвимыми группами населения - женщинами, молодежью без особой квалификации, иммигрантами и т. п. Так, в ЕС на рубеже 80-90-х гг. женщины составили 27% начинающих предпринимателей. Часто мелкое предприни­мательство служит способом избавления от безработицы. Например, во Франции почти 1/3 новых предприятий со­здавалась в годы кризиса людьми, какое-то время оставав­шимися вне рынка труда.

Женский бизнес в его различных формах образует ве­сомую составляющую сектора МП. По имеющимся данным, в странах ЕС около 13 млн женщин ведут собственную предпринимательскую деятельность или работают на предприятиях своих мужей. Кроме того, наемный женский труд час­то используется как надомный, временный или «частичный» (неполный рабочий день). В ЕС в 1998 г. в режиме неполного рабочего дня трудились 30% экономически активного жен­ского населения и только 4% - мужского.

Характерно, что темпы роста производительности тру­да в расчете на одного занятого в секторе МП нередко оказывались выше, чем у КП, а темпы роста заработной платы - ниже. В этом проявляется та свойственная малому бизнесу экономия на трудовых издержках - сдерживание заработной платы при опережающем росте производитель­ности труда, которую крупным предприятиям с их сильны­ми профсоюзами осуществлять гораздо труднее и которая составляет одно из главных конкурентных преимуществ МП в периоды спада конъюнктуры.

Учитывая возможности сектора МП в плане расшире­ния занятости, правительства ведущих стран Запада счита­ют его поддержку одним из приоритетов своей экономичес­кой и социальной политики. Бюджетные программы и рабо­та специально созданных институтов направлены, с одной стороны, на стимулирование создания новых предприятий (при особой поддержке молодежи, женщин, представите­лей национальных меньшинств, инвалидов), а с другой - на организацию разнообразных систем профессионального обучения и переподготовки.

Эти меры особенно широко используются для возрож­дения экономики регионов, находящихся в депрессивном состоянии. Общепризнанно, что изменение экономического и социального климата в таких регионах возможно только при участии достаточно большого числа (критической мас­сы) МП. Какие бы конкретные цели ни преследовала регио­нальная политика, главным условием ее успеха всегда яв­ляется мобилизация местного «низового» предприниматель­ства.

Большую социальную и общественную ценность пред­ставляет накопленный малым бизнесом опыт кооперативно­го предпринимательства, история которого в Западной Ев­ропе насчитывает более ста лет. В некоторых странах оно стало внушительной силой. Например, во Франции в коопе­ративном секторе экономики занято более 1 млн человек; сельскохозяйственные кооперативы дают 50% националь­ного экспорта зерна, 60% - молока и молочных продуктов, а их годовой оборот превышает 140 млрд франков.

***Базовой ячейкой кооперативного сектора обычно является семейное МП, включенное в сетевую структу­ру, состоящую из десятков тысяч подобных предприя­тий.*** Эта структура функционирует на началах производ­ственной демократии - самоуправления, взаимопомощи и контроля «снизу вверх» над деятельностью выборных орга­нов, объединяющих предприятия-члены по отраслевому и региональному признаку. Производственная кооперация в ряде случаев опирается на развитую сеть кооперативных банков.

В Японии и Италии на такой основе сформировались десятки промышленных округов - территориально-произ­водственных комплексов, состоящих из множества малых и мельчайших узкоспециализированных предприятий. В окру­гах достигнут высокий уровень благосостояния населения, сложился особый социальный климат. Производство часто ориентировано на внешние рынки (один из округов Италии, Прато, считается «шерстяной столицей» ЕС).

Заслуживает упоминания и испанский территориально-производственный комплекс Мондрагон, объединяющий око­ло 200 кооперативов различной отраслевой принадлежности. Мозговым центром этой системы является кооперативный банк с функционирующим при нем отделом планирования производства. В комплексе происходит систематическое об­разование венчурных кооперативов; значительная часть про­дукции идет на внешние рынки. Как и в итальянских про­мышленных округах, большую роль играет фактор соци­альной общности, самоуправления.

Системы мер поддержки МП, сложившиеся к настоя­щему времени в различных странах, заметно различаются между собой в том, что касается лежащих в их основе кон­цепций экономической политики, выбора приоритетов и ис­пользуемых средств, объема вовлеченных бюджетных ре­сурсов. В ЕС, постепенно становящемся единым экономическим пространством, это расхождение создает определен­ные проблемы с поддержанием конкурентного рыночного порядка. Поэтому в последние годы здесь уделяется все боль­ше внимания разработке и проведению единой межгосудар­ственной политики в отношении сектора МП.

### Заключение

В данной работе сделана попытка 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. И как следствие – несовершенство налоговой системы.

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.

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; несовершенство налоговой системы.

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.

Динамизм, развитие и диверсификация форм малого бизнеса дают основания предполагать, что в обозримом будущем этот сектор хозяйствования в странах Запада будет развиваться.

Хотелось бы надеяться, что в ближайшее время и наша страна, учитывая обширный зарубежный опыт, пойдет по пути адаптации предприятий малого бизнеса к сегодняшним экономическим условиям хозяйствования в России. Тем более, что имеющий глубокие корни в экономической истории нашей страны малый и средний бизнес не используется в полной мере, как в увеличении объемов производства, так и в повышении его эффективности и сбалансированности. Малое предпринимательство ведет к оздоровлению экономики в целом, что наглядно видно из данной работы. Следовательно, лучшим выходом из создавшейся в России кризисной ситуации была бы государственная политика правительства, направленная на расширение и развитие предприятий малого предпринимательства в нашей стране.

Хотелось бы заметить, что несомненная перспективность сектора малого и среднего предпринимательства в современной экономике и, следовательно, большой интерес к нему не следует рассматривать лишь как очередную компанию в системе антикризисных мер, но и как долговременное направление структурной политики, естественным образом обеспечивающей органическую смычку воспроизводственных и рыночных процессов в российском хозяйстве, реализацию современной стратегии экономического роста в течение долговременного перехода. Ибо, именно малые предприятия, особенно в случае удовлетворительной разработки новой государственной политики в области малого предпринимательства, могут стать основой рыночных структур во многих отраслях, обеспечить перелив инвестиций в сферы наиболее эффективного приложения ресурсов и тем самым соединить процессы структурной политики и формирование всероссийского рынка.

**Список литературы:**

* Бабаева Л.Б. Малый бизнес в России.-М.: «Наука»,1993.
* Иванова М. Малый инновационный бизнес в странах с развитой рыночной экономикой. // Российский экономический журнал.1995, № 12.
* Краева Н.М., Минеев В.Н. Социально-экономические особенности российского предпринимательства. // Общество и экономика. 1996, № 9-10
* Малый бизнес: методика и результаты анализа.//Вопросы статистики.1999,№8.
* Чепуренко А. Проблема финансирования в российском малом бизнесе.// Вопросы экономики.1996, №7.
* Попов В.М., Ляпунов С.И. Практика малого бизнеса.- М. 2001.
* Архипов А., Баткилина Т., Калинин В. Государство и малый бизнес: финансирование, кредитование и налогообложение // Вопросы экономики - 1997 - №4
* Малый бизнес в России: оценка ситуации (из доклада Российской ассоциации развития малого предпринимательства) // Общество и экономика - 1996 - № 9-10, 11-12