

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Экономический факультет

Кафедра теоретической экономики

КУРСОВАЯ РАБОТА

Малый бизнес и его особенности

Работу выполнил:

Специалист I курса экономического факультета

направления подготовки «Экономическая безопасность»

Очной формы обучения

117 группа _____ Тонконоженко В.Д.

Научный руководитель:

канд. экон. наук, доцент _____ Пак О.А.

Дата допуска к защите _____

Дата защиты _____

Оценка _____

Краснодар 2018

Содержание

Введение.....	3
1. Общетеоретическая характеристика малого бизнеса	5
1.1 Понятие и функции малого бизнеса.....	5
1.2 Организационно-экономические особенности малого бизнеса	11
2. Особенности развития малого бизнеса в РФ	14
2.1 Преимущества и недостатки малого бизнеса в РФ.....	14
2.2 Развитие малого бизнеса в развитых странах	24
2.3 Государственная поддержка малого бизнеса	31
Заключение	39
Список используемой литературы:	42

Введение

Как показывает опыт развитых стран, малый и средний бизнес играет очень весомую роль в экономике, так как его развитие влияет на экономический рост, на ускорение научно-технического прогресса, на насыщение рынка товарами необходимого качества, на создание новых дополнительных рабочих мест, то есть решает многие актуальные экономические, социальные и другие проблемы. Опыт ведущих стран современного мира доказывает необходимость наличия в любой национальной экономике высокоразвитого и эффективного малого предпринимательского сектора. Развитие малого бизнеса является одним из условий превращения экономики России в конкурентоспособную, устойчивому развитию экономики, а также обеспечению стабильности в социальной сфере, поэтому тема курсовой работы актуальна в современной жизни Российской Федерации.

Цель данной курсовой работы – исследовать особенности малого бизнеса в РФ.

Для достижения цели, необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть понятие и функции малого бизнеса в экономике государства;
- раскрыть и охарактеризовать роль и особенности малого бизнеса;
- изучить организационно-экономические особенности малого бизнеса;
- проанализировать развитие малого бизнеса в развитых странах;
- рассмотреть перспективы развития малого бизнеса в России;
- выявить основные направления государственной поддержки малого предпринимательства в России.

Предмет исследования – отношения субъектов в процессе малого бизнеса в РФ.

Объектом исследования является малый бизнес и его особенности в РФ. Методическую основу исследования составляют эмпирические методы, теоретико-прикладные и технологии научного знания: сравнительный и системный анализ, методы группировки, экономико-статистический метод и другие общенаучные методы исследования.

Информационная база исследования представлена данными Федеральной службы государственной статистики РФ. Теоретическую основу работы составляют специальная и учебная литература.

Нормативно-правовая база представлена: Конституцией Российской Федерации, Федеральным законом от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 27.11.2017) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" и другими нормативно-правовыми актами.

Структура курсовой работы состоит из: введения, двух глав, структурированных на параграфы, в первой главе приводится теория по данной теме, во второй главе проводится анализ перспектив развития малого бизнеса в современной России и основные направления государственной поддержки малого предпринимательства, заключения, списка используемой литературы.

1. Общетеоретическая характеристика малого бизнеса

1.1 Понятие и функции малого бизнеса

С переходом экономики РФ на рыночные отношения, началом развития малого бизнеса стали входить такие понятия, как «малый бизнес», «малые предприятия», «предприниматели малого бизнеса», «предпринимательство и малый бизнес» и др. «*Бизнес* – это деятельность, осуществляемая частными лицами или организациями для извлечения природных благ, производства или оказания услуг в обмен на другие товары, услуги или деньги, ведущая к взаимной выгоде заинтересованных лиц или организаций». Бизнес в небольших масштабах на малых предприятиях называется малым [21, с. 109]. «*Малый бизнес* - это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики, направленная на получение прибыли от продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг и др.» [19, с. 78-81].

Из основных признаков можно выделить:

- небольшой рынок сбыта, не позволяющий фирме оказывать значительное влияние на цены и объемы реализуемого товара;
- правовая независимость - предприятие управляется не через формализованную управленческую структуру, а собственником или партнерами-собственниками, которые сами контролируют свой бизнес. Это условие дает возможность исключить мелкие филиалы крупных фирм;
- персональное управление, предполагающее, что собственник сам участвует во всех аспектах управления бизнесом и в процессе принятия всех решений и свободен от любого контроля извне. Сектор малого предпринимательства наиболее динамично осваивает новые виды продукции и рыночные «ниши», способствует приближению производства товаров и услуг к потребителю, развивается в отраслях, непривлекательных для крупного бизнеса. Важными особенностями

малого бизнеса являются: широкое использование маленьких местных источников сырья, способность к динамичному освоению инвестиций и высокая оборачиваемость оборотных средств. Еще одной характерной чертой этого сектора является активная инновационная деятельность, способствующая ускорению развития различных отраслей экономики. Малые предприятия формируют конкурентную среду, создают альтернативу на рынке труда, организуют множество новых рабочих мест. Присущие малому бизнесу гибкость и высокая приспособляемость к изменчивости рыночной конъюнктуры способствуют стабилизации макроэкономических процессов в стране, достижению оптимальной структуры экономики. Так *малое предпринимательство* — сектор бизнеса, во многом определяющий темпы экономического роста, состояния занятости населения, структуру и качество валового национального продукта государства.

Как правило, наиболее общими критериями, на основе которых предприятия относятся к малому бизнесу, является:

- численность персонала;
- размер уставного капитала;
- величина активов;
- объем оборота (прибыли, дохода).

Практически во всех странах определяющим критерием является численность работников за отчетный период. В России основными критериями отнесения к малому бизнесу служат: численность персонала предприятия и выручка. Многообразие критериев в разных странах связано с особенностями политического строя, структуры экономики, нормативно-правовой базы, а также отношением государства к роли малого предпринимательства в экономике и производстве того или иного государства, что отражается на удельном весе малых пред-

приятий в общем хозяйственном комплексе государств. Спектр видов деятельности, которыми вправе заниматься малый предприниматель, довольно широк и распространяется на многие отраслевые экономические сегменты. Исключения составляют лишь сферы деятельности, которые по тем или иным причинам запрещены законами, а также относящиеся к стратегическим отраслям экономики.

В условиях рыночной экономики предпринимательство призвано выполнять следующие функции:

Таблица 1 – Функции малого бизнеса

<p>Общеэкономическая</p>	<p>Обусловлена ролью предпринимательских организаций и индивидуальных предпринимателей как субъектов рынка, т.к. предпринимательская деятельность направлена на удовлетворение потребностей общества, которое в своем поступательном развитии определяет условия экономического роста.</p>
<p>Социальная</p>	<p>Чем эффективнее работают предпринимательские организации, тем больше поступлений денежных средств в бюджетные и внебюджетные фонды, тем большее количество рабочих мест появляется на рынке труда.</p>

Ресурсная	Развитие предпринимательства предполагает эффективное использование как воспроизводимых, так и ограниченных ресурсов.
Организаторская	Проявляется в организации собственного дела, в самостоятельном принятии решений, в формировании предпринимательского управления, в изменении стратегии фирмы.
Творческо-поисковая (инновационная)	Связана с использованием новых идей и выработкой новых средств для достижения поставленной цели.

Итак, рассмотрев понятие и функции малого бизнеса можно сделать вывод, что основой жизни стран с рыночной экономикой являются малые предприятия как наиболее динамичная, массовая и гибкая форма деловой жизни.

1.1 Роль малого бизнеса в экономике

Рассуждая о роли малого бизнеса, следует сказать, 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.

Ниже на рис 1. дается процентное соотношение присутствия малого бизнеса в той или иной отрасли экономики РФ (данные на 2017 г.).

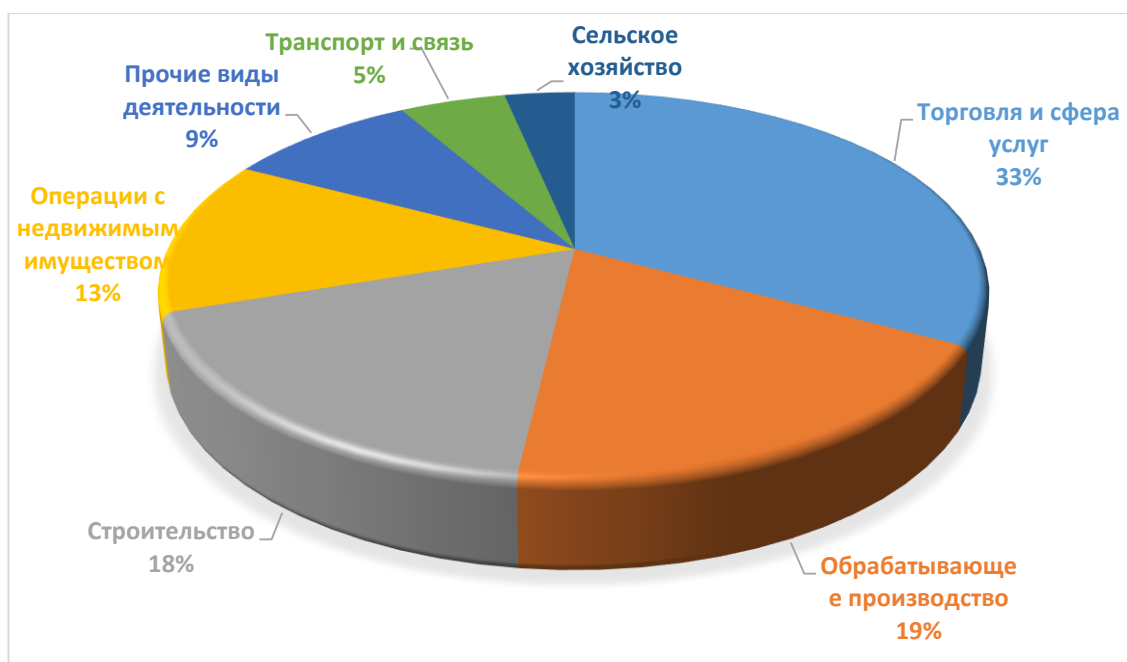


Рис. 1. Процентное соотношение присутствия малого бизнеса в той или иной отрасли экономики РФ.

Анализ развития предпринимательства Минэкономразвития показывает, что доля предприятий в России, работающих в сфере услуг и торговли, занимает лидирующую позицию. Как показывает опыт развитых стран, если в прошлом малые предприятия создавались, как результат стремления многих открыть собственное дело, то в настоящее время создание малого бизнеса нередко инициируется крупными фирмами, которые поручают им вести отдельные виды производства или устанавливать тесные связи с рынком. 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.

Роль малого бизнеса в рыночной экономике велика. Без него рыночная экономика не сможет функционировать и развиваться. Становление и развитие малого предпринимательства является одной из основных проблем экономической политики в условиях нормального функционирования рыночного механизма. Малый бизнес в рыночной экономике - ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта.

Малое предпринимательство содержит большой потенциал для оптимизации путей развития экономики и общества в целом. Характерной особенностью малого предприятия является высокая интенсивность использования всех видов ресурсов и постоянное стремление к оптимизации их количества, обеспечению их наиболее рациональных для данных условий пропорций. Практически, это означает, что на малом предприятии не может быть лишнего оборудования, избыточных запасов сырья и материалов, лишних работников. Данное обстоятельство является одним из важнейших факторов достижения рациональных показателей экономики в целом.

Малое предпринимательство – необходимый элемент рыночной экономики, позволяющий решать важные социально-экономические задачи. Это подтверждается опытом развитых стран, где малый бизнес занимает прочные позиции в развитии национальных хозяйств. Так, например, в США предприятия малого бизнеса, производящие около 40% валового продукта, обеспечивают занятость почти половины трудоспособного населения, осваивая вдвое больше нововведений, чем крупные фирмы. Они представляют собой основные генераторы инновационных процессов в промышленности. Роль малого бизнеса в России нельзя оценивать традиционным образом, как это делается в стационарной экономике, например, только по количественным показателям; такая оценка будет поверхностной. Малый бизнес характеризует малое предпринимательство как особый сектор общественного производства, удельный вес которого весьма незначителен. Российская модель взаимодействия малого и крупного бизнеса обладает значительной спецификой, обусловленной ходом развития экономических реформ и состоящей в том, что в складывающемся экономической симбиозе предприятий значительная доля нагрузки на первоначальном этапе ложилась на малые предприятия, которые зачастую обеспечивали «выживание» крупных фирм [18, с 205].

Из всего выше сказанного можно подвести итог, что роль малого бизнеса в современной динамичной жизни неуклонно возрастает.

1.2 Организационно-экономические особенности малого бизнеса

Согласно закону Российской Федерации, под субъектами малого предпринимательства понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия Российской Федерации, ее субъектов, общественных или религиозных объединений, благотворительных и иных фондов не превышает 25%, а доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектом малого предпринимательства, не превышает 25%¹.

При этом численность предприятия не должна превышать:

- для промышленности, в строительстве, на транспорте – 100 человек;
- в сельском хозяйстве, научно-технической сфере – 60 человек;
- в оптовой торговле – 50 человек;
- в розничной торговле, бытовом обслуживании населения – 30 человек;
- в остальных отраслях и видах деятельности – 50 человек;

Под *субъектами малого предпринимательства* понимаются также физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.

Малое предприятие имеет ряд особенностей:

- Его работники составляют единую небольшую команду, объединенную единством целей.
- В деятельности отдельного работника совмещаются функции управления и труда.
- Активно используется взаимозаменяемость и помощь.
- Каждый из работников стремится к постоянному совершенствованию, к повышению полезности своего труда.
- Интенсивность деятельности часто очень высокая, что вызвано обостренным чувством личной ответственности.

¹ Федеральный закон от 14.06.1995 N 88-ФЗ (ред. от 02.02.2006) "О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации"

- Новые решения руководителя быстро реализуются.

Малое предприятие является юридическим лицом. Это означает, что имеется его государственная регистрация, оно может выступать как участник хозяйственных сделок и договоров, его деятельность индивидуально учитывается и контролируется.

Юридическое лицо – учреждение, предприятие, фирма, отвечающие определенным законодательным признакам, (наличие устава, печати, счета в банке, государственной регистрации, названия). В качестве юридического лица может быть не только группа граждан, но и отдельный гражданин. Однако интересы малого предприятия представляют конкретные люди: владелец, руководитель, бухгалтер, работник. Они подписывают договора, покупают сырье, продают продукцию, совершают сделки, но при этом каждый из них действует только лишь как представитель предприятия и поэтому ответственность за действия конкретного работника несет предприятие. Таким образом, малое предприятие участвует в хозяйственной деятельности как единый коллектив. Малому предприятию принадлежит имущество (оборудование, автомобиль, мебель, здание). Оно может приобретать и продавать свое имущество, управлять его использованием. Малое предприятие может заниматься любой деятельностью, разрешенной законами страны, но имеются виды услуг и продукции, которые реализуются в основном малыми предприятиями. Всю совокупность малых предприятий можно разделить на две группы: помощники крупного предприятия и самостоятельные, ориентированные на индивидуальные услуги.

Первая группа - это самый массовый вид малого бизнеса. К ним относятся поставщики комплектующих и услуг для крупных предприятий. Этот вид малого предпринимательства необходим для нормального функционирования экономики; по мере роста производства, разделения труда и развития научно-технического прогресса его масштабы будут увеличиваться.

Малое предприятие, ориентирующееся на индивидуальные услуги, специализируется в конкретной области деятельности. Его клиентами оказываются от-

дельные граждане. Сферы деятельности традиционного малого бизнеса мелко-серийное и индивидуальное производство товаров, розничная торговля, гостиничное хозяйство и общественное питание, строительство, транспорт, здравоохранение. Динамичное развитие малого бизнеса обусловлено рядом преимуществ, которыми он обладает. Именно наличие существенных достоинств обеспечивает малым фирмам, находящимся в условиях куда менее привилегированных, имеющих гораздо меньше средств для проведения жизненно важных стратегических исследований, возможность отвоевать свою долю на рынке.

Итак, можно сделать вывод, что малый бизнес имеет как организационные, так и экономические особенности, которые необходимо учитывать при ведении малого бизнеса.

2. Особенности развития малого бизнеса в РФ

2.1 Преимущества и недостатки малого бизнеса в РФ

В реформировании российской экономики еще со времен перестройки и перехода отечественной экономики в рыночные условия малые предприниматели взяли на себя роль создателя почвы для новой системы хозяйствования. Доминирующий сегодня частный сектор зарождался именно в сфере малого предпринимательства. В последние годы малое предпринимательство превратилось во многих странах в один из важнейших секторов экономики. По данным главы Министерства экономического развития и торговли (МЭРТ) России доля малого бизнеса в ВВП развитых стран составляет порядка 50%, в Китае — более 60%, в России – пока не превышает 17% [5, с 18-24].

Особенностью российского малого бизнеса продолжает оставаться его высокая «теневи́зация». По разным оценкам, от 30 до 50% реального оборота субъектов малого предпринимательства укрывается от налогообложения. Следовательно, значительная часть потенциальных ресурсов не задействована в решении общегосударственных задач, сужается налоговая база, не снижается криминализация экономики [9, с 11-13]. Между тем переход российской экономики на траекторию динамичного роста требует изменения пропорций в её секторах.

Малый бизнес должен занимать более значимые позиции, придавая на макроуровне недостающие российской экономике характеристики. Это необходимо, так как малый бизнес способен при относительно небольших инвестициях стать хорошим «мотором» на микроуровне, который в малые сроки способен изменить институциональную и структурную несбалансированность на макроуровне.

Малый бизнес имеет свои преимущества и недостатки. Прежде чем начинать бизнес целесообразно проанализировать, с какими возможностями и проблемами столкнется начинающий предприниматель.

Преимущества малого бизнеса

Таблица 2 – Преимущества малого бизнеса

<p>Относительно низкий размер стартового капитала</p>	<p>Личные сбережения, гранты от государства, займы от друзей и родственников — этого бывает достаточно, чтобы открыть свой малый бизнес.</p>
<p>Простота в управлении</p>	<p>Из-за небольших размеров малым бизнесом проще управлять, чем большим. Учет товарно-материальных ценностей, движение финансовых потоков, отчетность перед государством — за этим не так сложно следить и контролировать владельцу малого бизнеса в сравнении с хозяевами крупных корпораций. Конечно, в последних за это отвечают конкретные специалисты — финансисты, бухгалтеры, юристы. Но нередки случаи, когда владельцы крупных компаний перестают понимать суть происходящих</p>

<p>Быстрый процесс принятия решения</p>	<p>В малом бизнесе решения принимаются быстро, поскольку отсутствует бюрократизм, присущий корпорациям.</p>
<p>Качество сервиса</p>	<p>Малые фирмы должны предоставлять более качественный уровень сервиса, чем крупные компании. В малом бизнесе предприниматель гораздо ближе к конечному потребителю, чем корпораций, годами сидящие в офисах и находящиеся в отрыве от рынка. В процессе принятия решения они руководствуются результатами дорогостоящих маркетинговых исследований или советами консультантов. Управляющие же малым бизнесом нередко сами общаются со своими клиентами, и благодаря этому они намного лучше ориентируются в рыночных условиях, способны интуитивно прогнозировать рыночные тенденции и лучше удовлетворять потребности клиентов.</p>

<p>Контроль над компанией</p>	<p>В малом бизнесе контроль над компанией в большинстве случаев принадлежит его владельцу на 100%. То есть хозяин фирмы волен сам принимать все стратегически важные решения ни с кем не советуясь и не перед кем не отчитываясь. В крупных корпорациях владелец не может решить что-то важное вне заседания Совета Директоров. Кроме того, в больших компаниях владелец уже не обладает 100% долей бизнеса. Это связано с тем, что в процессе привлечения капитала он вынужден делиться долей корпорации в обмен на предоставляемые деньги. Это влечет за собой уменьшение степени контроля над компанией.</p>
<p>Гибкость структуры</p>	<p>Малые фирмы более быстро могут реагировать на изменение рыночной ситуации, переориентировать свое производство, изменить его объем, внести корректировки, чем крупные корпорации, в которых решение касательно производства могут прини-</p>

	<p>маться месяцами. Малый бизнес более гибок, чем крупные компании с их бюрократическими процедурами.</p>
<p>Поддержка со стороны государства</p>	<p>В развитых капиталистических странах государство всячески заботится и поощряет малый бизнес, поскольку он составляет костяк, фундамент экономики. Малый бизнес сокращает безработицу, пополняет бюджет налоговыми отчислениями, вносит вклад в общественное развитие. В разных странах существуют различные программы стимулирования малого бизнеса — налоговые каникулы, гранты, льготное кредитование и т.д.</p>
<p>Микроклимат</p>	<p>В малых фирмах микроклимат в коллективе может быть (но не обязательно) более благоприятным и дружным, чем в больших корпорациях, где процветают интриги и борьба в процессе продвижения по карьерной лестнице.</p>

<p style="text-align: center;">Мобильность</p>	<p>Малый бизнес более мобильный в случае необходимости сменить месторасположение. Действительно, быстрее и легче переместить салон красоты или мини-производство, чем целый завод. Особенно это становится актуально во время форс-мажорных обстоятельств.</p>
--	--

Из вышеприведенной таблицы можно понять, что малый бизнес обладает большим количеством преимуществ.

Недостатки малого бизнеса

Таблица 3 – Недостатки малого бизнеса

<p style="text-align: center;">Ограниченность финансовых средств</p>	<p>Самый очевидный недостаток малого бизнеса — это низкий размер капитала. Ограниченность финансов сдерживает развитие малых фирм. Это сказывается на объемах производства, маркетинговом бюджете, инвестиция в инновации.</p>
<p style="text-align: center;">Угроза со стороны крупных фирм</p>	<p>Обратная сторона медали малого бизнеса заключается в том, что крупные, солидные клиенты вероятно предпочтут иметь дело с крупным</p>

	<p>поставщиком товаров или услуг, чем с малым. Ведь крупные корпорации имеют более раскрученную торговую марку, узнаваемость бренда и, в конце концов, более солидный уставной капитал, что внушает больше доверия и уважения. Кроме того, малому бизнесу сложнее конкурировать с большими компаниями ввиду ограниченности финансовых ресурсов. В странах с высоким уровнем коррупции появляется фактор недобросовестной конкуренции, когда руководство крупных компаний использует связи в правительстве для лоббирования своих интересов, что может создать угрозу для выживания малых фирм.</p>
<p>Лицензии и разрешения</p>	<p>Малому бизнесу сложнее получить от государства лицензии, патенты и разрешения на определенные виды деятельности, чем крупным фирмам.</p>
<p>Операционные издержки</p>	<p>Если малый бизнес производит товары, то его операционные издержки</p>

	<p>выше, чем у крупных компаний, использующих эффект от масштаба производства.</p>
<p>Угроза во время кризиса</p>	<p>Когда наступает экономический спад или даже кризис, малому бизнесу значительно сложнее выжить, чем крупным корпорациям. Последние могут добиться от государства налоговых послаблений или других бонусов. Малым фирмам получить это гораздо труднее. Во время экономических кризисов именно малый бизнес банкротится в первую очередь.</p>
<p>Недоверие банков</p>	<p>Малому бизнесу часто сложнее получить кредит в банке, чем крупным корпорациям. Малый бизнес может вызывать недоверие или сомнение в стабильности и платежеспособности у кредитных специалистов, поэтому они с неохотой берут на себя ответственность по выдаче кредитов небольшим фирмам.</p>

Угроза поглощения	Малые фирмы могут стать жертвой поглощения и захвата со стороны крупной компании, решившей таким образом избавиться от конкурента, который способен в будущем доставить немало хлопот.
-------------------	--

Высокие налоги, возрастающая арендная плата за помещение и оборудование, отсутствие фондового капитала - все эти факторы затрудняют продолжение эффективной деятельности и вынуждают направлять основные усилия не на расширение производства, а на борьбу за выживание.

Но основная причина сокращения числа малых предприятий - низкий уровень финансовой обеспеченности большинства малых предприятий вследствие трудностей с первоначальным накоплением капитала, невозможность получения кредитов на приемлемых условиях, неэффективность налоговой системы. Негативное воздействие на развитие малого бизнеса в сфере материального производства оказывают неразвитость производственной инфраструктуры, нехватка специализированного оборудования, слабость информационной базы. Еще один очень важный фактор негативного воздействия на малый бизнес - непрекращающийся глубокий спад производства.

Все это приводит к тому, что только часть зарегистрированных предприятий малого бизнеса оказывается в не состоянии приступить к реальному производству продукции. Как показывает изучение зарубежного опыта, непременным условием успеха в развитии малого бизнеса является положение о том, что малое предпринимательство нуждается во всесторонней и стабильной государственной поддержке. Она осуществляется в различных формах, в первую очередь путем стимулирования производства наиболее приоритетных видов продукции, предоставления налоговых льгот, дотаций льготного банковского кредитования,

создания информационно-консультативных и научно-технических центров, развития системы страхования, организации материально-технического снабжения. Важную роль играют принятие и исполнение законодательства, разработка и реализация конкретных комплексных программ.

По моему мнению, комплекс первоочередных мер по развитию малого предпринимательства в РФ, должен осуществляться в следующих направлениях:

- нормативно-правовое;
- финансово-кредитное;
- информационно-техническое;
- организационное;
- кадровое и консультационное обеспечение;
- внешнеэкономическая деятельность.

Также в государственной программе должны быть отражены механизмы денежно-кредитной, налоговой, бюджетной, и ценовой политики, материально-технического снабжения, системы официальных гарантий, которые обеспечивали бы создание равных стартовых условий в развитии предпринимательской деятельности. В программе необходимо предусмотреть формирование эффективных институтов рыночной инфраструктуры, товарного рынка и рынка ценных бумаг, инвестиционного и венчурного предпринимательства, информационной, консультационной и аудиторской деятельности, включая подготовку и переподготовку предпринимательских кадров, привлечение к этой сфере социально активных слоев населения. Следует также определить меры, обеспечивающие поддержку внешнеэкономической деятельности и привлечение иностранных инвестиций к развитию предпринимательства. Для реализации данных программ должны быть привлечены не столько средства государственного бюджета, сколько возможности отечественного, а при необходимости и иностранного капитала. Основным же направлением использования государственных ресурсов должно стать не выделение прямых инвестиций, а страхование и предоставление гарантий под кредит. Таким образом, малый бизнес имеет как преимущества, так и недостатки.

Малый бизнес идеально подходит для начинающих предпринимателей с небольшим стартовым капиталом. Показатель развитости рыночной экономики — большая доля малых и средних компаний, которые составляют фундамент хозяйственного комплекса государства.

2.2 Развитие малого бизнеса в развитых странах

Развитие малого бизнеса в экономически развитых странах идет более быстрыми темпами, поскольку национальные власти придают большое значение таким предприятиям и оказывают им всяческую поддержку в развитии и совершенствовании, разрабатывают огромное количество программ поддержки малого предпринимательства и предоставляют всяческие льготы. В экономически развитых странах малый и средний бизнес представляет собой средний класс, который служит базой для стабильного развития экономики, а также обеспечивается занятость большинства населения. В этих странах около 50–70% ВВП производится именно малыми и средними предприятиями. Рассмотрим ситуацию с развитием малого бизнеса в США и в Европе (на примере Испании и Франции).

Малый бизнес в США

Согласно американскому законодательству, к категории малого бизнеса относятся хозяйственные субъекты, на которых работает не более 100 человек.

Все малые и средние предприятия в США подразделяются на 2 категории:

- 1) Микропредприятия — фирмы с количеством работников до 20 человек;
- 2) Малые предприятия — от 20 до 100 человек;

Кроме того, можно отдельно выделить те предприятия, на которых используется труд наемных работников и те, где владелец фирмы обходится без привлечения наемного персонала. Малый бизнес в США начал свое развитие еще в

эпоху Великой Депрессии, поэтому его уровень остается стабильно высоким. В настоящее время в США насчитывается около 7 млн. предприятий с численностью наемных работников менее 500 человек, из них на 6 млн. предприятий занято менее 20 человек. Кроме того, действует 18,3 млн. индивидуальных несельскохозяйственных предприятий. В стране ежегодно регистрируется около 600 тыс. малых предприятий и ликвидируется около 500 тыс. Однако никого это не ужасает, так как владельцы малых и предприятий очень чутко и гибко реагируют на динамику спроса. Поняв, что в другой сфере или на другом месте их дела пойдут лучше, они сворачивают свой старый бизнес и открывают новый. Американцы в этом смысле очень адаптивны и умеют быстро перестраиваться. Даже если их бизнес попросту прогорел, они не теряют энтузиазма и считают конец старого бизнеса началом нового. Думается, что в этом психологическом феномене коренятся источники живучести всего американского бизнеса. Малое предпринимательство в США действует в различных сферах: в производстве, в торговле, в финансовом секторе, в области социальных услуг, а также в сфере инноваций. Численность малых предприятий в США неуклонно растет. Так за период с 1980 г. по 2018 г. их численность выросла с 13 до 36 млн. единиц, то есть почти в 3 раза. На сегодняшний день в США две трети рабочих мест созданы структурами и компаниями, принадлежащие к категориям малого и среднего бизнеса. Значителен вклад малого предпринимательства в развитие науки и освоение новой продукции: основная масса открытий и изобретений в США приходится на долю мелких и средних специализированных фирм. Освоение производства самолетов, вертолетов, кондиционеров, персональных компьютеров и многих других видов продукции начиналось именно на малых и средних предприятиях.

Не менее важна и государственная поддержка малого предпринимательства в США. Принцип и философия поддержки малого и среднего бизнеса в стране, которую традиционно считают «оплотом капитализма» появились не сегодня, не вчера, и даже не в 1953 г., когда официально была создана Администрация по делам малого бизнеса в США, а сформировалась намного раньше — во времена

Великой Депрессии и Второй Мировой Войны. Федеральные программы, которые только еще начинают разрабатываться в некоторых странах, в США датируются аж 1932 годом. В это время после времен Великой Депрессии государство стало субсидировать малые предприятия, пострадавшие в результате войны. В то время, именно малый бизнес обеспечивал в США создание рабочих мест, подчеркивая важную социальную значимость. В 1942 г. принимается Закон о малом бизнесе. В 1953 г. в США создается Федеральное агентство — Администрация по делам малого бизнеса (АМБ) в США, которая по сей день отстаивает и защищает интересы малого бизнеса на правительственном уровне. На эту организацию возложена обязанность оказывать предпринимателям финансовую и консультационную поддержку, содействовать в получении правительственных заказов и в заключении контрактов с крупными предприятиями. Причем филиалы АМБ расположены во всех крупнейших городах, таким образом, политика поддержки малого бизнеса распространяется на все штаты. Основными задачами АМБ являются:

- помощь в получении кредита и предоставление гарантий по кредитам для бизнеса;
- непосредственное субсидирование и кредитование малого бизнеса за счет средств собственного бюджета.
- техническая и информационная поддержка бизнеса;
- важнейшей задачей федерального правительства является сохранение и развитие конкурентной среды, которая через механизм снижения издержек производства побуждает производителей переходить на использование более эффективных технологий.

Особое место занимает программа финансового содействия малому бизнесу в случае чрезвычайных обстоятельств (стихийных бедствий, социальных беспорядков, террористических актов) и программа государственного гарантирования

аренды и страхования строительных подрядов, осуществляемых малыми предприятиями. На малый бизнес в США распространяются специальные налоговые льготы, например «бонус первого года», когда налог выплачивается не со всей, а с половины налогооблагаемой суммы. Снижение абсолютных и относительных размеров федеральных налогов способствует развитию малого бизнеса, стимулируя создание небольших предприятий, усиливая их позиции в американской экономике, а значит, увеличивая количество новых рабочих мест.

Реализуется также специальная правительственная программа содействия малому бизнесу, принадлежащему национальным меньшинствам (в основе лежит Закон о равных возможностях и Закон об общественных работах и экономическом развитии). Государственная поддержка малого бизнеса осуществляется и в условиях мирового финансового кризиса. Так, например, в сентябре 2016 г. президент США Барак Обама подписал закон о поддержке малого и среднего предпринимательства. Данный проект законов предусматривает увеличение финансирования местных банков для активизации процесса кредитования бизнеса, а также снижение процентных ставок по кредитам для малого и среднего бизнеса и частных предпринимателей. Законопроект также предусматривает расширение практики предоставления налоговых кредитов и частичное освобождение некоторых групп предпринимателей от налогов на прибыль.

Как видно из написанного выше, государственная поддержка малым предприятиям в США оказывается на очень высоком уровне. А она, в свою очередь, создает благоприятный климат для развития малого предпринимательства в стране.

Малый и средний бизнес в Европе (Испания)

Эксперты ЕС уже в течение многих лет склонны оценивать всю структуру малого предпринимательства Испании почти как образцовую не только по форме ее организации, но и по результатам деятельности. Едва ли не главный аргумент

для такой оценки — 72% ВВП, которые этот вид бизнеса дает. Малый бизнес в Испании начал формироваться и активно развиваться в 1970-е гг. Высокие экономические показатели были достигнуты благодаря высокой степени развития малого бизнеса. Малые и средние предприятия помогли избавить страну от безработицы, способствовали общему подъему.

Доля предприятий малого бизнеса Испании в некоторых отраслях достигает до 80% (сельское хозяйство), в остальных отраслях — в среднем 25-30% (строительство, промышленность, судостроение). Основные отрасли предприятий малого бизнеса — это агропромышленный комплекс (сельское хозяйство, зерно), черная и цветная металлургия, пищевая промышленность (производство продуктов, кондитерских изделий, виноделие), строительство, туризм и т.д. В Испании разработано большое количество программ поддержки и развития малого бизнеса. Для тех, кто собирается начинать свое дело, разработаны и успешно применяются различные программы по оказанию помощи. Первые пять лет предприниматель не платит налоги, а также имеет право на бессрочный кредит для развития бизнеса. Основное внимание испанского правительства обращено на предприятия малого бизнеса, которые имеют высокую социальную значимость для Испании, создают рабочие места для социально уязвимых групп населения (студентов, женщин, иммигрантов и т.д.), способствуют подъему слаборазвитых регионов и районов. В Испании государство стимулирует множество организаций и фондов для поддержки малого предпринимательства.

Как самый важный положительный фактор развития малого бизнеса в Испании стоит отметить минимальный уровень бюрократии. Оформить регистрацию предприятия, получить лицензию можно сделать за 24 часа без излишней волокиты со стороны чиновников. Притом это может сделать даже любой гражданин другого государства. И в то же время контролирующие функции государственных структур сведены к минимуму. К 2017 г., как свидетельствуют данные Института национальной статистики, почти 2/3 трудоспособного населения

страны было занято в частном секторе и лишь чуть больше 20% — в государственном. Кризис 2009 г. резко обострил ситуацию: спад деловой активности, финансовый крах сотен крупных и средних фирм и тысяч малых вызвали логически объяснимый рост увольнений работников многих отраслей, в первую очередь, строительной, мебельной, туризма и других. Но даже несмотря на это, малому бизнесу оказывается мощная государственная поддержка. И далеко не в каждой стране Евросоюза существуют настолько благоприятные условия для развития малого и среднего предпринимательства.

Малый и средний бизнес в Европе (Франция)

Во Франции к категории малых относятся предприятия, на которых трудится менее 50 наемных работников. В настоящее время во Франции зарегистрировано около 3 млн. малых и средних предприятий. Из них 1,5 млн. работает в сфере услуг, 780 тыс. — в торговле, 350 тыс. — в строительстве, 303 тыс. — в промышленности. Ежегодно в стране открывается около 250 тыс. малых предприятий, а банкротится 50 тыс. При этом 40–50% новых рабочих мест, создаваемых во Франции, приходится именно на малые предприятия. Из 3-х млн. малых предприятий около 1,5 млн. относится к индивидуальному или семейному бизнесу и обходится вообще без наемного персонала, а на 1200 предприятий трудится менее чем по 10 человек. Доходы фирм и малого бизнеса не имеют четких и законодательных ограничений.

В качестве государственной поддержки малого бизнеса во Франции можно отметить следующее. За последние четверть века в стране создана внушительная государственная система стимулирования малого бизнеса. Новые малые предприятия на два года освобождаются от налогов на акционерные общества и от местных налогов. Для них снижается подоходный налог и налог с инвестируемой части прибыли. Особую лояльность государство проявляет к тем, кто решил открыть свой бизнес в экономически депрессивных зонах. На таких предпринима-

телей распространяются скидки и отмены выплат в фонды социального обеспечения (здравоохранения, пенсионного фонда, фонда для многосемейных, в кассу пособий для безработных).

Для безработных, решивших создать собственный бизнес, разработана своя система поддержки. Они освобождаются от налогов уже не на два, а на три года и на год от обязательных социальных выплат в кассы соцстраха. Безработным, ставшим предпринимателями, выдаются специальные книжки, отрывными чеками из которых можно расплачиваться по менеджменту, юриспруденции, бухгалтерскому учету и т.п. Практически все владельцы малых предприятий могут рассчитывать на получение льготных кредитов, ссуд и субсидий. Поощрение и создание предприятий и предотвращение их банкротств, является одной из ключевых сфер сотрудничества государства и бизнеса. Этим занимается специальное учреждение — Национальное агентство по созданию предприятий, которое не только содействует будущим частным предпринимателям, но и изыскивает возможные скупки предприятий при возникновении угрозы банкротства. Также государственную помощь при создании предприятий оказывают органы министерств по обустройству территорий, торгово-промышленные палаты, выборные органы местного самоуправления — региональные и генеральные советы, а также частные фонды, созданные крупными корпорациями, получающими в свою очередь целевые налоговые льготы.

В целом же, можно сделать вывод, что условия для развития малого бизнеса во Франции довольно благоприятны, как и в Испании. Государственная поддержка таким предприятиям оказывается на высоком уровне, как и в США. Как мы видим, малый бизнес за рубежом успешно развивается и постоянно совершенствуется. В экономически развитых странах государство является не тормозом в развитии малого предпринимательства, а активным сторонником и помощником в его совершенствовании. Малому бизнесу оказывается значительная поддержка на государственном уровне, предоставляется масса всевозможных льгот.

Правительствами экономически развитых стран разрабатываются различные программы по поддержки такого предпринимательства, которые успешно доказали свою эффективность на практике.

В любом иностранном государстве есть свои плюсы и минусы в развитии малых предприятий. И любой опыт будет очень полезен для развития малого предпринимательства в России и для модернизации экономики, в целом.

2.3 Государственная поддержка малого бизнеса

Многие предприниматели считают, что в современных условиях малый бизнес развивать достаточно сложно. Мировой финансовый кризис отразился в той или иной степени на всех сферах экономики, у людей снизились доходы и, как следствие, уменьшился спрос на товары и предлагаемые услуги. Малым предприятиям приходится прилагать большие усилия, чтобы "остаться на плаву" и получать доходы от своей деятельности. Правительство Российской Федерации объявило о том, что намерено всячески поддерживать малый бизнес с помощью новых законов, кредитных программ, субсидий и льгот. Согласно высказываниям экспертов, представители малого предпринимательства оценивают сложившуюся в экономике ситуацию пессимистично, но большинство всё же настроены, продолжать своё дело, и считают, что перспективы малого бизнеса весьма оптимистичны.

К сожалению, многие предприниматели говорят о том, что не верят в поддержку государства и рассчитывают на собственные силы и ресурсы. На самом же деле, поддержка есть, и она достаточно ощутима. В этом году на софинансирование программ поддержки малого предпринимательства планируется выделить 10,5 млрд. рублей, и регионы уже получили более 5 млрд. рублей из федерального бюджета. Размер федеральной поддержки для большинства регионов составил 70%, а для некоторых регионов – 80%. Программа кредитования малого и среднего бизнеса Внешэкономбанком вызвала большой интерес у других кре-

дитных организаций. Сейчас уже 75 банков подали заявки на участие в этой программе, а общий объём заявок составил более 12 млрд. руб. Банки будут получать средства на кредитование малого бизнеса под 10,5-10,7%, а предприниматели будут платить за пользование кредитными ресурсами несколько больше (предполагается, что 13-14%). [6, с.44-49]

В июле 2013 года также вступил в силу новый Федеральный Закон, отменяющий использование контрольно-кассовых аппаратов для представителей малого бизнеса, уплачивающих единый налог на вменённый доход, что способствовало снижению издержек для предпринимателей. В прошлом году были подписаны и иные законодательные, и нормативные акты, касающиеся аренды, госзаказов, проверок малого бизнеса, и другие. Все эти действия со стороны государства показывают, что Программа поддержки малого предпринимательства действует, и государство прилагает достаточно сил для того, чтобы оказать максимальную помощь малому бизнесу. Кризис не может продолжаться бесконечно, а признание значения малого предпринимательства в экономике России, поддержка государства (при активном участии самих предпринимателей) помогут многим успешно развивать своё дело, и перспективы малого бизнеса в России, действительно, можно назвать оптимистичными. Нехватка денежных средств часто становится преградой для создания бизнеса.

Существует определенный перечень помощи, которую можно получить от государства:

- субсидии безработным, для открытия собственного бизнеса;
- помощь на развитие собственного дела, предусмотренная для начинающих предпринимателей;
- государство может выступать в качестве гаранта в кредитном или лизинговом договоре;
- частичная компенсация процентов по ссудам;
- частичное погашение задолженности по лизинговому договору;
- содействие выдаче льготного кредита;
- льготное налогообложение.

Для того, чтобы получить субсидию необходимо:

- Выбрать вид деятельности, которым планируется заниматься.
- Составить бизнес план для субсидии.
- Зарегистрироваться как ИП.
- Обратиться с заявлением в гос. орган, который проводит субсидирование малых предприятий.
- Подтвердить необходимость получения выплат.
- Составить приблизительные расходы на открытие и развитие бизнеса, предоставить для ознакомления комиссии.
- Собрать пакет документов, необходимых для оформления дотации (паспорт, ИНН, справку о доходах, др.).

В течение 60 дней комиссией принимается решение о предоставлении субсидии, как способа поддержки малого бизнеса государством, о котором предприниматель уведомляется по почте и посредством телефонной связи. В 2018 году система государственной поддержки малого бизнеса стала более усовершенствованной, которая позволяет выделять помощь различным слоям населения на любые виды деятельности. Становление, функционирование и развитие малого бизнеса, его структура и динамика в решающей степени зависят от целого ряда политических и социально-экономических условий данной страны. Из опыта стран с развитой рыночной экономикой известно, как влияет на положение малого бизнеса общее состояние и социально-экономический уровень развития страны. Быстрый рост в них числа малых предприятий обусловлен появлением новых технологий, видов оборудования и техники, научных разработок, качественными переменами в развитии многообразных отраслей инфраструктуры, возрастанием роли сферы услуг в обществе. Этому же способствовала и индивидуализация потребления, изменившая во многом направленность производства, его привычные и устоявшиеся приоритеты.

Производственные возможности малого бизнеса, конкретные направления его развития состоят из тех рыночных ниш, которые большие фирмы оставили

незанятыми, а малые видят возможность успешной деятельности и получения прибыли.

Перечислим важнейшие факторы, влияющие на развитие малого бизнеса:

- политическая обстановка в обществе;
- состояние экономики страны;
- политика государства в области экономики;
- меры поддержки малого бизнеса;
- правовое обеспечение малого бизнеса;
- налоговая политика;
- финансово-кредитная политика;
- уровень жизни населения.

Малый бизнес может стать той важной основой, с помощью которой будет осуществлен поворот к позитивным процессам в экономике, к созданию предпринимательской хозяйственной среды. Однако для того, чтобы малый бизнес смог выполнить все задачи, для решения которых он предназначен, для того, чтобы он мог в полном объеме реализовать заложенный в нем потенциал и использовать все свои преимущества, необходима его поддержка со стороны государства.

Формы государственной поддержки малого и среднего бизнеса:

Помощь предпринимателям оказывается в рамках федеральных программ. Присутствуют и региональные проекты. Мероприятия, проводимые в рамках федеральных программ, а также требования для участия в них устанавливаются приказом Минэкономразвития РФ. Он создается на основе действующего законодательства РФ, в частности ФЗ №209.

В рамках программ реализуются следующие *формы поддержки*:

Таблица 4 – Формы поддержки

Предоставление субсидий.	В ряде ситуаций государство оказывает финансовую помощь на без-
--------------------------	---

	<p>возмездной основе. Однако предприниматель должен соответствовать требованиям, предъявляемым к участникам программы. Размер субсидии может достигать до 300 000 рублей. Решение об ее предоставлении принимается после анализа бизнес-плана.</p>
<p>Оказание бесплатных консультаций</p>	<p>Мероприятия проводятся на базе центров занятости, ФНС или Фондов по развитию бизнеса. Работники учреждений готовы ответить на вопрос предпринимателя, связанный с налогообложением, ведением бухгалтерии, планированию и других сфер, касающихся взаимодействия с государственными органами.</p>
<p>Обучение ведению бизнеса</p>	<p>Региональные фонды по развитию бизнеса периодически проводят тренинги и лекции. Они направлены на оказание помощи начинающим предпринимателям. Посетить их может любой желающий. Однако потребуется предварительно записаться.</p>

<p>Предоставление земли и помещений в аренду на льготных условиях.</p>	<p>Предприниматель может получить во временное пользование участок земли или недвижимость. Это позволяет сэкономить на приобретении собственного помещения у частных лиц.</p>
<p>Выдача льготных кредитов.</p>	<p>Сегодня действует ряд программ, позволяющих получить деньги в долг на запуск и развитие своего дела под низкую процентную ставку.</p>
<p>Допуск к участию в выставках и ярмарках на безвозмездной основе.</p>	<p>Размещение продукции на бесплатных торговых площадках позволит уменьшить затраты на проведение рекламной компании.</p>

Использование доступных форм государственной поддержки позволяет облегчить запуск своего дела с нуля. Поддержка малого предпринимательства осуществляется в нескольких направлениях, направленных на решение основных проблем малого бизнеса. Первое направление включает подготовку законодательных и нормативных правовых актов, устанавливающих предельно упрощенный (заявительный) порядок регистрации, лицензирования предпринимательской деятельности, новые системы налогообложения и бухгалтерского учета; поддержку отечественных производителей; защиту от посягательств на безопасность функционирования малых предприятий и другое.

Второе направление включает формирование региональных центров поддержки предпринимательства на базе существующих структур для обеспечения

широкого спектра услуг, включая услуги в сфере безопасности, финансов, информации, консалтинга и иные. Предусмотрено создание информационной сети, помогающей предпринимателям получать сведения юридического и делового характера (о законах, налогах, конкурентах, клиентах, состоянии рынка).

Третье направление включает создание действенных финансово-кредитных и инвестиционных механизмов на основе оптимального сочетания средств государственной поддержки, привлечения инвестиционных ресурсов частного капитала и собственных накоплений малых предприятий, прежде всего для самофинансирования. Предусматривается проектное финансирование, предоставление гарантий, страхование, применение лизинга, залоговых операций, взаимного кредитования, организация в регионах специализированных финансово-кредитных и инвестиционных институтов для поддержки малого предпринимательства. Если индивидуальные предприятия в основном развиваются за счет собственных средств, то для более крупных предприятий малого бизнеса необходимо финансирование, за счет привлечения внешних источников средств. В этом случае возникают определенные проблемы.

На получение полноценного банковского кредита могут рассчитывать далеко не все малые предприятия. Для положительного решения чаще всего требуется успешное ведение бизнеса не менее полугода, а чаще всего 9 месяцев или год. Вложенный собственный капитал, прозрачность бизнеса, поставленный учет, перспективы развития, реальные источники погашения кредита. Если предприниматель может применить эти термины к своему бизнесу, тогда вероятность получения кредита высока [6, с. 21-23]. Таким образом, кредитуются в основном компании, успешно работающие на рынке, а для начинающих стоит порой непреодолимая проблема – отсутствие начального капитала. Отсюда следует, что одно из основных направлений поддержки малого бизнеса должно проходить в обеспечении предприимчивых людей финансированием в начальный период деятельности, что может быть обеспечено государством за счет принятия программ по поддержке малого бизнеса. Это позволит увеличить количество малых предприятий, что положительно скажется на экономике страны.

В настоящее время наблюдается положительная тенденция в данном направлении. Банковские требования к "малым" заемщикам постоянно снижаются. Многие уже не настаивают на открытии счетов и переводе оборотов фирмы в свой банк, не требуют бизнес-плана и технико-экономического обоснования проекта. Снижаются также минимальные размеры ссуд и ставки кредитования. Кредитование малого бизнеса предполагает определенный риск и высокие издержки, банки закладывают все это в процентную ставку. С другой стороны, рост конкуренции неизбежно ведет к снижению процента. Большую роль в государственной поддержке малого бизнеса должны сыграть государственные и муниципальные фонды. Фонды поддержки малого предпринимательства могут предоставить льготные кредиты, беспроцентные ссуды, краткосрочные займы, выполнять функции залогодателя, поручителя, гаранта в целях развития конкуренции и насыщения товарного рынка. Малые предприятия сталкиваются с большими трудностями при осуществлении инвестиционного проектирования и проведении оценок инвестиционных рисков. Для этого они должны знать конъюнктуру рынков, ожидаемый уровень инфляции, степень конкуренции, свободные рыночные ниши и тому подобное. Необходимо с целью защиты отраслей пищевой и легкой промышленности выстроить надежную систему правового и информационного обеспечения (включая стандартизацию, экологический мониторинг и другое.). Эта система может быть построена на принципах открытости и совместимости с другими государственными системами.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что для того, чтобы малый бизнес смог выполнить все задачи, для решения которых он предназначен, для того, чтобы он мог в полном объеме реализовать заложенный в нем потенциал и использовать все свои преимущества, необходима его поддержка со стороны государства.

Заключение

На основании вышеизложенного, хотелось бы подвести некоторые итоги. В процессе исследования развития малого бизнеса, было выяснено следующее:

1. *Малый бизнес* – это бизнес, осуществляемый в малых формах, опирающийся на предпринимательскую деятельность, прямо не входящих ни в одно монополистическое предприятие с целью получения прибыли. Сектор малого предпринимательства способен создавать новые рабочие места, следовательно, может обеспечить снижение уровня безработицы и социальной напряженности в стране. Малый бизнес обеспечивает необходимую мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию и кооперацию, без которых немыслима его высокая эффективность. Он способен не только быстро заполнять ниши, образующиеся в потребительской сфере, но и сравнительно быстро окупаться. А также создавать атмосферу конкуренции и ту среду предпринимательства, без которой рыночная экономика невозможна.

2. Малое предпринимательство ведет к оздоровлению экономики в целом и, следовательно, лучший выход для России - это создание такой политики государства, которая была бы направлена на расширение и развитие предприятий малого предпринимательства в нашей стране. Итак, при разработке действенных, конкретно-целевых мер государственной и негосударственной поддержки сектора малого бизнеса необходимо учитывать все выше рассмотренные особенности российского малого бизнеса. При этом меры по содействию малым предприятиям, осуществляемые на федеральном, региональном и муниципальном уровнях, должны не дублироваться, а органично дополнять друг друга.

3. Как показывает мировая практика, малое предпринимательство играет большую роль для государства. Анализируя зарубежный и отечественный опыт развития малого предпринимательства, можно указать на следующие его преимущества:

- Более быстрая адаптация к изменяющимся условиям хозяйствования.

- Значительная независимость действий субъектов малого предпринимательства.

- Гибкость и оперативность в принятии решений.

- Большая возможность для реализации собственных идей.

- Более низкая потребность в первоначальном капитале.

- Более высокая оборачиваемость собственного капитала.

Собственники малых предприятий более склонны к сбережениям и инвестициям, у них всегда высокий уровень личной мотивации в достижении целей. Предприниматели лучше знают уровень спроса, производя товары по заказу потребителя. Малые предприятия способствуют занятости большего количества работников по сравнению с крупными предприятиями. В то же время субъектам малого предпринимательства свойственны и определенные недостатки:

– более высокий уровень риска,

– зависимость от крупных компаний,

– слабый профессиональный уровень руководителей,

– трудность в получении кредита и субсидий.

На неудачах малого бизнеса сказывается невысокая профессиональная подготовка предпринимателей, а также размер финансирования на первом этапе.

4. В основе любого развитого государства, помимо крупных корпораций, также находится малый бизнес, так как является массовой, динамичной и гибкой формой экономической деятельности. Именно в секторе малого бизнеса сосредоточивается основная масса национальных ресурсов, которые являются питательной средой для среднего и крупного бизнеса. Малый бизнес пронизывает все сферы экономики, даже те, в которых на первый взгляд есть место только крупным корпорациям. В настоящее время, развитые страны стремятся создавать и

поддерживать экономический климат, что позволяет расти и развиваться малому предпринимательству. Таким образом можно извлечь не мало опыта из экономики развитых стран, который позволит создать и успешно развивать малый бизнес с корректировкой на реальности российской экономики.

5. Поддержка малого предпринимательства государством осуществляется в нескольких направлениях, направленных на решение основных проблем малого бизнеса:

Первое направление включает подготовку законодательных и нормативных правовых актов.

Второе направление включает формирование региональных центров поддержки предпринимательства.

Третье направление включает создание действенных финансово-кредитных и инвестиционных механизмов.

Одно из основных направлений поддержки малого бизнеса должно проходить в обеспечении предприимчивых людей финансированием в начальный период деятельности, что может быть обеспечено государством за счет принятия программ по поддержке малого бизнеса. Это позволит увеличить количество малых предприятий, что положительно скажется на экономике страны.

Из проделанной работы можно сделать вывод, что цель курсовой работы достигнута.

Можно считать, что данная тема является очень актуальной. Так как малый бизнес играет в экономике любой страны довольно большую роль. Он является неотъемлемой частью социально-экономической системы страны, обеспечивая стабильность рыночных отношений, втягивая большую часть граждан страны в эту систему отношений путем открытия ими собственного дела, обеспечивая высокую эффективность производства путем глубокой специализации и кооперации производства, что благоприятно сказывается на экономическом росте национальной экономики.

Список используемой литературы:

1. Бухвальд Е.М., Виленский А.В. «О роли малого предпринимательства в развитии экономики России» // Вестник РГНФ 2017г. №1
2. Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в январе-марте 2018 года. Подготовлен Ф.С. Сайдуллаевым и А.М. Шестоперовым. – М., 2018. с. 23-30
3. Доюронрапов А. Н. Финансово-кредитные механизмы поддержки малого предпринимательства / А. Н. Добронрапов // Дайджест-финансы. – 2015 - №2. – с. 2-11.
4. Егишянец С. Мировой кризис и Россия // Финансист, 2016. № 10. с. 21-23.
5. Егишянец С. Россия не готова к кризису // Финансист, 2015. -№ 34 (269). – с.18-24.
6. Заславская, О. Новые программы сделают кредит доступным для малого бизнеса // Финансовые Известия. 2017. №3.
7. Иванова М. Ситуация в российской экономике: оценки и прогнозы // Белый мир, 2018. №2. с.5-25
8. Информационно-аналитический обзор. №019 от 26.02.2017г. Влияние финансового кризиса на малый и средний бизнес / Департамент аналитики и мониторингов группы компаний «Интегрум»
9. Карпов С.А. Последствия мирового кризиса для российского малого предпринимательства: вызовы и возможности адаптации // Финансист, 2016. № 1. с. 11-13.
10. Костина Е.В., Марковкин А.А. Функции современного российского предпринимательства (на основе экспресс-опроса предпринимателей Волгограда) / Социокультурные исследования: Межвуз. сб. науч. тр. / Редкол.: Н. В. Дулина (отв.ред.) и др. – Волгоград. гос. техн. ун-т. – Волгоград, 2015. – Вып. 8. – с. 148-152.
11. Красавина С. Анализ развития малого предпринимательства в России // Регионы. 2017. № 6. с. 11.

12. Кудрин Л.А. Финансовый кризис в России 2014 года // Финансы, 2009. № 10. с. 21.
13. Орлов А. П. «Малое предпринимательство в России: развитие или стагнация?» // Вопросы экономики 2017г. №10
14. Попов В.М., Ляпунов С.И. Практика малого бизнеса.-М. 2017.с.58-66
15. Российский статистический Ежегодник 2017, М.: Росгостат 2018
16. Симонов А.В. Глобальный экономический кризис и планы внешнеэкономической экспансии российских ТНК // Власть, 2016. № 2. с. 11-12.
17. Ходов Р.В. «О структуре малого бизнеса и особенностях его мотивации» // Вопросы статистики 2017г. №7
18. Шепеленко Г. И. Объективные основы противоречий малого бизнеса в промышленности / Г. И. Шепеленко. – Ростов н/Д: РГЭУ, 2015. – 205 с.
19. Шулятьева Н. А. Малый бизнес в условиях рынка. "Деньги и кредит", 2018, N 9, с.22-27
20. Щетинин О. Развитие малого бизнеса в России. М.: Сфера, 2016.с. 5-12
21. Юрков С.А. Предпринимательство и нововведения в современных фирмах // Мировая экономика и международные отношения в современных фирмах, 2017. №9. с.109.
22. Энциклопедия предпринимательства / Под ред М.С. Серегина. СПб.: Русский север, 2016
23. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 27.11.2017) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации"
24. Федеральный закон от 14.06.1995 N 88-ФЗ (ред. от 02.02.2006) "О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации"
25. Базы данных Федеральной службы государственной статистики Официальный сайт [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.gks.ru>
26. Бородина М.А. Малый бизнес: значение и перспективы развития в России. – М.: НИУ Высшая школа экономики. 2016. — 256 с.
27. Бойко И. П., Мессенгиссер М. Российские и малые предприятия: история, тенденции, перспективы. – М.: Инфра, 2017. 261 с.