СОДЕРЖАНИЕ

Введение......................................................................................................................3

1 Сущность и значение предпринимательской деятельности................................5

* 1. Понятие и сущность предпринимательства………………………………….5
	2. Особенности и значение предпринимательской деятельности в России...10

2 Комплекс мероприятий по совершенствованию государственной поддержки предпринимательства в России………………………………....…16

* 1. Макроэкономические факторы, препятствующие развитию предпринимательства в России………………………………………………16
	2. Оценка эффективности реализации программы развития малого и среднего бизнеса в регионе ……………………………...…………………23
	3. Комплекс мер по финансовой поддержке и развитию предпринимательской деятельности в регионе ……………......................26

Заключение……………………………………………………………………........33

Список использованных источников......................................................................36

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что предпринимательство служит важнейшим субъектом экономической системы Российской Федерации.

Предпринимательство – это инициативная деятельность граждан и юридических лиц, независимо от формы собственности, направленная на получение чистого дохода путем удовлетворения спроса на товары (работы, услуги), основанная на частной собственности (частное предпринимательство) либо на праве хозяйственного ведения государственного предприятия (государственное предпринимательство).

Итак, малый бизнес – один из главных секторов экономики. Малые предприятия наиболее легко переживают деформации внешней среды. Когда в России в начале 1990-х гг. начал происходить экономический спад, как раз предприятия малого бизнеса сумели дать России шанс подстроиться под новоиспеченную рыночную конъюнктуру. Это наглядно показывает гибкость и достаточную мобильность малого бизнеса, а также то, что он способен масштабно способствовать стабильности рыночной экономики. Так малый бизнес – это один из главных источников налоговых поступлений и главный участник в формировании бюджетов на всех уровнях. Они производят отчисления в бюджет, берущиеся из прибыли разных организаций, также малый бизнес оказывает большое влияние на создание рабочих мест, то есть служит источником доходов для населения страны. А еще малые предприятия оказывают поддержку в сборе налогов с физических лиц.

В свете выше представленных обстоятельств данная тема признана актуальной и целесообразной в качестве научного исследования.

Цель работы – исследовать значение и роль предпринимательской деятельности и пояснить практические предложения по совершенствованию и улучшению мероприятий по развитию предпринимательской деятельности в регионе

Исходя из поставленной цели, в работе были представлены и реализованы следующие задачи:

- исследовать особенности и роль предпринимательства в развитии экономики региона;

- изучить исторические аспекты становления предпринимательства в России;

- раскрыть проблемы предпринимательской деятельности в регионе;

- представить способы совершенствования и улучшения политики мероприятий стимулирования развития предпринимательства в регионе.

Объектом исследования является предпринимательская деятельность в системе потребительской кооперации.

Предметом исследования являются организационно-экономические механизмы регулирования предпринимательской деятельности организаций потребительской кооперации.

Информационной базой исследования служат исключительные федеральные законодательные акты Российской Федерации, законодательные акты Краснодарского края и отдельные статистические данные Государственного Комитета по статистике.

Новейшие тенденции развития малого и среднего предпринимательства в России в некоторой степени отображены в исследованиях отечественных ученых. Среди них советник председателя Совета Федерации, доктор экономических наук, профессор, академик Российской академии естественных наук (РАЕН) Б. Преображенский, знаменитый экономист Российской Федерации Н. Шинкарев, вице-президент Российской академии сельскохозяйственных наук (РАСН), директор Всероссийского Научно-исследовательского института (НИИ) экономики сельского хозяйства, академик И. Ушачёва и т.д. [20, с. 110].

Структура работы включает в себя введение, два раздела, заключение, список использованных источников.

1 Сущность и значение предпринимательской деятельности

1.1 Понятие и сущность предпринимательства

В период домонополистического капитализма любое предпринимательство сопоставлялось с малым, и лишь промышленная революция, возрастание капитала и конкуренции на рынках спровоцировали разделение товаропроизводителей по размеру предприятий.

Эволюцию понятий о малом и среднем предпринимательстве можно увидеть по терминологии, используемой для характеристики данного сектора. В Средние века произошло разделение ремесла и сельского хозяйства, что повлекло за собой образование новоиспеченного общественного слоя – ремесленников, а развитие товарного обмена способствовало появлению мелких торговцев и лавочников. Отмечается, что ремесло трактуется как мелкое промышленное производство, основанное на ручном труде, поэтому служит первой формой малого предпринимательства в современном понимании. Так, малый бизнес возрождается как новый уклад хозяйственной жизни общества [8, с. 78].

С совершенствованием капитализма появляется новое название группы ремесленников и торговцев, которые жили в городах, –буржуазия; она также разделяется на большую, среднюю и мелкую. В Большой советской энциклопедии мелкая буржуазия «класс мелких собственников города и деревни, живущих исключительно или главным образом собственным трудом». Отличительной чертой мелкой буржуазии тех времен является наличие частной собственности на средства производства. Мелкая буржуазия, как выделяют исследователи, неоднородна по своему имущественному состоянию и находится в промежуточном положении меж двух главными классами – пролетариатом и буржуазией. Классовая принадлежность мелкого буржуа указывает на то, что он выглядит на капиталистическом рынке не как продавец своей рабочей силы, продавец товаров и услуг, которые им произведены [13, с. 307].

В процессе классовой вражды между пролетариатом и буржуазией и буржуазией появляется отрицательное отношение к самому термину «буржуазия»; в будущем совершается трансформация данного понятия в наиболее привлекательные: «предпринимательство», «средний класс», «малый и средний бизнес».

В экономических исследованиях отечественных ученых является понятие «малые формы хозяйствования» (МФХ). Эти формы «служат выражением отличительных черт внутренней организации и особенных «внешних» условий деятельности предприятия, связанные с применением скрытых возможностей малых по размеру хозяйственных единиц. В категории МФХ показаны отличительные черты той или иной части мелких и средних фирм». Но данная терминология малого и среднего бизнеса, невзирая на точность описания природы малого бизнеса, не достигает популярности в экономической науке, что обусловлено не только не наличием критериев, но и масштабностью определения [18, с. 187].

Итак, в новоиспеченной экономической науке говорят о малом и среднем бизнесе, который появился из ремесленничества и содержащих в себе отличительных черт буржуазии. Вопреки большому количеству исследований в сфере малого и среднего бизнеса – как теоретических так и прикладных (прикладные доминируют), до настоящего времени не возникло совместной трактовки малого бизнеса, и это намного ограничивает и прикладные исследования, и эмпирические проверки предположений, а еще делает тяжелым проведение государственной политики по отношению к малому и среднему предпринимательству. Поговорим о главных подходах к анализу сущности малого и среднего бизнеса [24, с. 98].

Л. Колесникова выделяет три подхода к терминологии малого и среднего организации:

- количественный подход, который основан на критериях определения МСП (например, число занятых, объем продаж (оборот) и балансовая стоимость активов). Их основные минусы – абсолютность, нет в наличии теоретической базы, определяющей выбор того или иного показателя и границ его изменения и, в связи с этим, трудность применения сравнительного анализа;

- качественный подход, связанный с попытками описания масштабов малого, среднего и крупного организаций с помощью анализа эффектов или последствий влияния масштаба на характер деятельности организаций;

- комбинированные варианты определения МСП, используются как количественные, так и качественные критерии оценок. Они объединяют в себе достоинства количественного и качественного подходов и их недостатки.

При этом Л. Колесникова не выделяет трактовки малого и среднего бизнеса, а представляет «в роли главной отличительной черты малого предпринимательства, функционирующего в официальном (формальном) отделе экономики, высокую степень его экономической неформальности, проявляющееся в специфическом характере присущих ему экономических категорий, которые частично показывают качественную природу семейного товарного хозяйства, а частично – количественную природу корпоративных форм капиталистического типа» [20, с. 125].

Количественный подход, без сомнения, обязан быть производным от качественного подхода. Остановимся подробнее на сущностных подходах.

Первый подход определяет малый бизнес через масштабы деятельности. Например, в «Современном экономическом словаре» есть такая трактовка: «малое предпринимательство – предпринимательская деятельность в малых масштабах; под субъектами малого предпринимательства рассматриваются физические лица, которые заняты предпринимательством без создания юридического лица, а также малые коммерческие организации».

Такой же подход представлен в информационных ресурсах: малое предпринимательство представляется как предпринимательство, которое опирается на предпринимательскую деятельность малых фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения. На начальном периоде исследования малый бизнес понимался как особый тип бизнеса, который характеризуется объединением в одном лице собственника, управленца и производителя и который ограничивается некоторыми количественными характеристиками организации [23, с. 178].

Очень часто малый бизнес понимается через различие с большим бизнесом и с точки зрения масштабов, и с позиций рыночной политики. К примеру, Дж. К. Гэлбрейт делил бизнесменов «на тех, кто использует полный набор инструментов власти над ценами, издержками, поставщиками, потребителями, обществом и правительством, и не владеющие им».

Второй подход представляет малое предпринимательство как некий социальный институт. И.П. Долгорукова представила данное определение: «Малый бизнес – социальный институт, главной чертой которого выступает соединение функций собственника (распорядителя) имущества и менеджера, управляющего этим имуществом и обеспечивает самоокупаемость бизнеса». Но и в этом определении верх берет не институциональная характеристика, а определение малого предпринимательства с понятий управления и управленческой структуры.

С позиций независимости предлагает рассмотреть малый бизнес И.Н. Герчикова: «Малое предпринимательство – это совокупность независимых мелких и средних предприятий, которые выступают как экономические субъекты рынка».

А. Виленский предлагает два подхода к понятию малого бизнеса – управленческий и аналитический [16, с. 379].

С позиций управленческого подхода малое предпринимательство изучается «под углом анализа меры и степени заинтересованности социума в тех функциях, которые они выполняют в национальном хозяйстве». В нем используется понимание малого бизнеса с позиций масштабности и социального статуса, а нес точки зрения управления малым бизнесом.

Аналитический подход, который был также представлен А. Виленским, предполагает, что «малый бизнес – это полный набор экономических, социальных, культурологических, политических свойств и характеристик небольших субъектов хозяйствования». Похожее определение имеется у В.П. Буянова: «главное отличие малого бизнеса в некоем неформальном сочетании различных черт частного сектора». Так, в границах этой трактовки выделяются качественные черты малого предпринимательства.

Самый комплексный подход предложил Е.Б. Крылов: «под малым бизнесом подразумеваются такие фирмы, который характеризуются следующими чертами: являются юридически самостоятельными и независимыми в принятии хозяйственных решений (не представляют собой часть большого предприятия); не преобладают в какой-либо сфере хозяйственной деятельности и не могут диктовать покупателям цены на свои товары и услуги (предприятие влияет на частично малую долю рынка в рыночном пространстве ее сферы деятельности); управление предприятием производится непосредственно его хозяином (или соучредителями) лично, а не при помощи формализованной управленческой структуры; относительно малое число производимых продуктов (технологий, услуг, ноу-хау); в сравнении ограниченные ресурсы и мощности (капитал, человеческие ресурсы)» [5, с. 85].

Так, здесь показаны основные признаки малого бизнеса. Но количество признаков малого бизнеса велико, и это делает тяжелым формирование целостного, концентрированного определения малого бизнеса.

Для того чтобы понять сущность малого бизнеса, необходимо определить самые значимые признаки. Во-первых, все без исключения признаки малого бизнеса делятся на внешние и внутренние. Понятно, что управленческая структура, мощности организации (особенно при производстве интеллектуального продукта) служат внутренними признаками, а масштабы предприятия, размеры его деятельности, независимость – внешними признаками. И так как от определения малого бизнеса требуют наличие адекватной количественной оценки, то главными становятся именно внешние признаки, иными словами проявление малого бизнеса в структуре и оценка социального значения малого бизнеса.

Соединив в единое целое различные подходы, которые были предложены авторами, и признаки малого бизнеса, будем рассматривать малый бизнес как особенный вид предпринимательской деятельности, который основан на самостоятельности и независимости и имеет маленький масштаб по сравнению с другими видами предпринимательства, в бурной форме исполняющий общественные функции. Необходимо выделить также личное участие владельца в производственной деятельности и управлении, но, к глубочайшему сожалению, в настоящее время это уже не всегда является характерной чертой малого предпринимательства, а также как и инновационный характер, свойственный не каждому малому предприятию. Важнейшие функции выполняет малый и средний бизнес в становлении социальной структуры общества, зачастую в формировании и обеспечении устойчивости среднего класса.

1.2 Особенности и значение предпринимательской деятельности в России

Малое предпринимательство в России имеет ряд отличительных черт. Это его совмещение в границах единого малого предприятия множество видов деятельности, невозможность во многих случаях с ориентировать однопродуктовую модель развития, тяга ко все большей самостоятельности, при этом огромная часть зарубежных малых предприятий осуществляет свою деятельность на условиях субподряда и т.д.; общий заниженный технический уровень и заниженная технологическая оснащенность в сочетании с ключевым инновационным потенциалом [18, с. 208].

Российские малые предприятия имеют высокую степень приспособляемости к усложненной экономической обстановке, которая усугубляется дезорганизацией в системе государственного управления и нарастающей криминализацией социума. При этом неразвитость системы самоорганизации и инфраструктуры поддержки малых предприятий отрицательно влияет на работу данного сектора.

Одним из главных экономических условий развития малого предпринимательства, которое в большинстве своем зависит от эффективности методов государственного управления, регулирования и контроля является наличие и уровень совершенства рынков факторов производственной деятельности, например, рынок капитала, рынок труда, рынок инвестиционных товаров, включая землю и другие объекты недвижимости.

Кроме этого подразумевается не просто наличие в России данных рынков и наличие соответствующей инфраструктуры, которая обеспечивает эффективную деятельность, но и доступ на них малых предприятий, увеличения их роли в создании спроса и целой достоверной информации о положении рынков даже в зарубежном масштабе [19, с. 53].

Малое предпринимательство создает нужную мобильность в условиях рынка, предоставляет углубленную специализацию и кооперацию, без которых невозможна его повышенная эффективность.

Во-вторых, он может не только динамично заполнять места, которые образуются в потребительском секторе, но и значительно, динамично окупаться.

В-третьих, производить атмосферу конкуренции. В-четвертых, (и это, скорее всего, самое важное), он создает ту среду и дух предпринимательства, без которых рыночная экономика существовать не может.

Мелкие и средние предприятия выполняют огромную роль в занятости населения, создании отдельных товаров, исследовательских и научно-производственных разработках [12, с. 168].

Успешность малого предпринимательства в данной сфере объясняется следующими причинами. Углубление специализации в научных исследованиях повлекло за собой то, что в большинстве случаев мелкие фирмы выбирают наиболее простой и рискованный путь, осуществляют деятельность в неперспективных сферах. Небольшие фирмы также участвуют в освоении оригинальных нововведений, так как при производстве совершенно нового изделия понижается значимость больших лабораторий со стабильными направлениями изучений. Кроме того, мелкие фирмы тянутся как можно быстрее усовершенствовать массовое производство. И получается, что роль разработок, которые проводятся небольшими предприятиями, очень важна, прежде всего, с позиции увеличения рынка представленных товаров и услуг, что тем самым динамично стимулирует процесс производственной деятельности с целью более скорого удовлетворения (вновь появляющегося) спроса, который мотивируется нововведениями, проводимыми предприятиями малого и среднего бизнеса. Отношение новшеств к затратам на научные исследования и разработки небольших фирм в 3–4 раза больше, чем на больших предприятиях. Если отследить траекторию изобретения, которое было использовано большими монополиями, то зачастую оно является результатом деятельности отдельных ученых или небольших предприятий. Но дальнейшее внедрение производится фирмами, которые обладают нужными для этого финансовыми и материальными ресурсами [16, с. 300].

Объединив все вышеперечисленное, обратим внимание на то, что малый бизнес оказывает влияние на структуру рынка и увеличение рыночных связей, прежде всего в результате изменения числа субъектов рынка, повышения уровня квалификации и степени принадлежности все более крупных слоев населения к системе предпринимательства и делового администрирования.

Совершенствование специализации и кооперации привлекает малых и средних предпринимателей в сферу влияния больших объединений. По факту они утрачивают свою свободу и становятся отдельными звеньями наиболее больших монополий, при этом официальная статистика считает их обособленными единицами.

Большие фирмы завлекают узкоспециализированные небольшие предприятия, которые производят для них некоторые детали и узлы. Около монополий, в частности в отраслях машиностроения, электронной промышленности, создается множество десятков тысяч малых фирм, пользующиеся финансовой и технической поддержкой крупных [6, с. 40].

Для владельцев монополистических объединений и небольшие субподрядчики удобны и нужны: они занимаются поставкой своего товара по значительно, низким ценам. Их производственные, общественные и другие проблемы совсем не обременяют хозяев монополий.

В периоды неблагоприятной конъюнктуры и иных сложностей, монополии (владельцы) разрывают связи со своими мелкими поставщиками, не заботясь об их положении. В последнее десятилетие в большинстве стран развилась тенденция к соединению небольших фирм на основе специализации и кооперации производственной деятельности, в большие отраслевые системы, производящие огромные объемы различной продукции, также повышенного технического и технологического уровня, и значительно с успехом составляют конкуренцию на рынках большим фирмам и монополиям.

Значимость мелких фирм еще и в том, что, проводя жестокую конкурентную войну за выживание, они вынужденно должны постоянно совершенствоваться и адаптироваться к современным условиям рынка, так как чтобы функционировать, нужно получать средства к существованию, а отсюда следует, что необходимо быть лучше других.

Работа мелких фирм в менее развитых районах западноевропейских стран – это основа их общественной и экономической жизни и главная предпосылка их последующего хозяйственного совершенствования. В то же время, на небольших фирмах наблюдается повышенная эффективность деятельности, небольшие фирмы с наименьшими издержками удовлетворяют потребности в редких видах товаров и услуг на основе разработке местных источников (сырья) и создают при этом значительную занятость населения. Они повышают число поступлений в региональные бюджеты, стимулируют НТП, исполняют иные необходимые для хозяйства задачи.

Мировая практика показывает, что даже в государствах с рыночной экономикой малый бизнес сильно влияет на совершенствование народного хозяйства, решение общественных проблем, повышение количества занятых работников. По количеству работников, по объему производимых и реализуемых товаров, выполняемых работ и оказываемых услуг субъекты малого бизнеса в некоторых странах играют ведущую роль.

В настоящее время в экономике Российской Федерации одновременно функционируют крупные, средние и малые предприятия, а также осуществляется деятельность, строящаяся на личном и семейном труде.

Развитие мелкого бизнеса создает благоприятные условия для оздоровления экономики: развивается конкурентная среда, создаются дополнительные рабочие места, активнее идет структурная перестройка, расширяется потребительский сектор. Развитие малых предприятий ведет к насыщению рынка товарами и услугами, повышению экспортного потенциала, а также лучшему использованию местных сырьевых ресурсов.

Большое значение имеет способность малых предприятий расширять сферу применения труда, создавать новые возможности не только для трудоустройства, но, прежде всего для предпринимательской деятельности населения, расширения его творческих сил и использования свободных производственных мощностей.

Размеры организаций и предприятий зависят от специфики отраслей и их технологических особенностей. Есть отрасли, связанные с высокой капиталоемкостью и значительными объемами производства, а также отрасли, для которых не требуются крупные предприятия, а напротив, предпочтение отдается малым.

Для современной экономики характерна сложная комбинация различных по масштабам производств – крупных, с тенденцией к монопольным структурам, и небольших, создание которых определяется многими факторами.

С одной стороны, устойчивый научно-технический прогресс имеет тенденцию к концентрации производства. Именно крупные фирмы располагают большими материальными, финансовыми, трудовыми ресурсами, а также квалифицированными кадрами. Они способны вести крупномасштабные научно-технические разработки, которые и определяют важнейшие технологические сдвиги.

С другой стороны, в последнее время начало расти малое и среднее предпринимательство, особенно в сфере, где пока не требуется значительных капиталов, больших объемов оборудования и большое количество работников. Это особенно характерно для наукоемких производств, а также отраслей, связанных с производством потребительских товаров и услуг.

Возможность эффективного функционирования малых и средних форм производства определяется рядом их преимуществ по сравнению с крупным производством: близость к местным рынкам и приспособление к запросам клиентуры; производство малыми партиями, что невыгодно крупным фирмам; исключение ненужных звеньев управления и т.д. Развитию малого производства способствуют дифференциация и индивидуализация спроса в сфере производственного и личного потребления.

В одном из современных экономических словарей сущность малого предприятия трактуется следующим образом: «Малое предприятие – небольшое предприятие любой формы собственности, характеризующееся, прежде всего, ограниченным числом работников и занимающее крайне небольшую долю в общем по стране, региону объеме деятельности, являющейся профильной для предприятия».

Вышесказанное позволяет сделать вывод, что развитие малого и среднего бизнеса территории – одна из важнейших задач социально экономической политики страны. Предпринимательство в масштабе малого предприятия обладает рядом качественных особенностей. В первую очередь стоит отметить единство права собственности и непосредственного управления предприятием.

2 Комплекс мероприятий по совершенствованию государственной поддержки предпринимательства в России

2.1 Макроэкономические факторы, препятствующие развитию предпринимательства в России

На деятельность малых и средних предприятий в России оказывают влияние сразу несколько факторов. Их можно разделить на две группы: факторы внутренней среды, обусловленные особенностями предприятия, и факторы внешней среды. Примеры внутренних и внешних факторов представлены на рисунках 1 и 2.

Рисунок 1 – факторы внутренней среды

Рисунок 2 – факторы внешней среды

Хотелось бы остановиться на внешних факторах влияния на малое и среднее предпринимательство, поскольку исследуются вопросы решения проблем организаций на макроэкономическом уровне. Ниже приведено понятие внутренних факторов [15, с. 207].

Внутренняя среда организации – это совокупность всех внутренних факторов, определяющих этапы его функционирования. Разнообразные исследования указывают на связь внутренней среды с внешними условиями.

Внешняя среда является совокупностью внешних в отношении к этой организации факторов, варьирование показателей которых оказывает значительное влияние на ее положение и показатели деятельности.

Внешняя среда в организациях играет большую роль:

- как источник ресурсов;

- как потребитель результатов работы организации и показатель социальной популярности и анализа данных показателей;

- как фактор, который определяет работу, качество методов работы организации, которые отражаются в постановке целей и проведения различных стратегических работ.

Факторы внешней среды можно разделить на две группы. Первая – это угрожающие, которые создают множество рисков для работы организации; вторая – условия формирования, которые создают все новые возможности для их совершенствования. Прежде чем выбрать стратегию совершенствования организации, предприниматели стараются отыскать такой образ деятельности, позволяющий в полной мере воспользоваться возможностями, которые открываются и избавиться от рисков [7, с. 59].

Основной и оказывающей влияние на деятельность предпринимателей черт бизнеса является его построение на рисках. Так, предприниматели, которые решили заняться предпринимательской деятельностью, знают, что очень высок риск, поскольку начинают деятельность в неопределенности. Помимо этого, бизнесу, который осуществляет деятельность в небольших размерах помимо рисков, которые характерны для каждого хозяйствующего субъекта, и которые относятся к той или иной области деятельности, предназначены еще риски, которые относятся именно к малым масштабам самой организации.

Небольшие фирмы, как субъект управления на рынке, описывается, сначала, как нестабильная предпринимательская единица, которая в большей степени зависит от изменения показателей на рынке. Из этого следует, что непредвиденные неблагоприятные изменения внешней среды наиболее негативно влияют на деятельность малого бизнеса. В то же время внешняя среда малых предприятий отличается собой в сравнении с крупным бизнесом, а также с государственными экономическими структурами, особой степени неопределенности. Это объясняется тем, что малые предприятия, как правило, действуют на локальном рынке, который в отличие от рынков крупных корпораций характеризуется высокой степенью неопределенности. Ключевой особенностью внешней среды малого бизнеса служит, его объективно подчиненная роль в системе отношений с государством, крупным бизнесом, финансово-кредитными институтами. А также имеется специфическая черта, которая связана именно с периодом радикальных реформ, – это исключительная подвижность внешней среды, возрастание скорости, с которой в окружении малого бизнеса происходят изменения. И все это серьезно затрудняет для предприятия возможности адекватного на них реагирования [14, с. 88].

Кроме негативных изменений внешней среды на возрастание неопределенности и степени рисков в деятельности малых предприятий влияет и внутренняя среда предприятия, во многом зависящая от размера малого предприятия. Внутренняя среда малого бизнеса, как и внешняя, имеет ряд отличий, например:

- в способах разделения труда;

- расстановке кадров;

- распределения прав и ответственности;

- проведения маркетинговой политики.

В настоящее время, по оценкам самих предпринимателей, в своей деятельности они сталкиваются с проблемами, такими как высокие налоги, дороговизна материально-технических средств, отсутствие кредитных ресурсов, что негативно сказывается на финансовом состоянии их предприятий. Данные социологических опросов приведены на рисунке 3.

Рисунок 3 – социологический опрос на тему: «С какими проблемами сталкиваются предприниматели»

Значительным ограничивающим фактором является невысокий платежеспособный спрос жителей, которые являются главными потребителями товаров и услуг малого предпринимательства. По мнению ведущих экономистов, в настоящее время основной характерной особенностью пирамиды в Российской Федерации является – создание и постоянное воспроизводство возрастающей нищеты, она уже достаточно давно составляет около 30 % населения всего государства. Из них у почти 10% в рассматриваемой перспективе нет возможности поменять свой социальный статус и материальное состояние.

По результатам многочисленных работ, владельцы бизнеса, в частности небольших фирм, в один голос заявляют о наглой и ежедневной краже государственных работников. Государственные службы, можно сказать, требуют постоянно от них результаты их мелкой отчетности, терроризируют постоянными проверками и штрафами [13, с. 408].

Утрата административного управления, экономический беспорядок и хаос в законодательстве повлекли за собой то, что порядочные владельцы бизнеса, которые осуществляют свою деятельность в производственной отрасли, находятся в очень тяжелом положении, имеют огромные затраты, уплачивают повышенные налоги и постоянно попадают под государственный и частный рэкет. Отсутствие точной схемы осуществления государственных мер помощи малому бизнесу, проблемы в выдаче кредитов, производственных территорий и материальных ресурсов сравняли мелкие фирмы с крупными. Что повлекло за собой снижение численности предпринимателей и к ориентированности их более на торговую и посредническую сферу.

Оценка совершенствования бизнеса показывает, что часть организаций, которые работают в торговой области и области посреднических услуг, имеет преобладающее положение. Помимо этого, имеется огромное число организаций, которые зарегистрированы как производственные или многоцелевые (изготовление товаров народного потребления, оказания разнообразных услуг), но которые в той или иной степени осуществляют торгово-посредническую деятельность как приоритетную.

Повышенные налоги, постоянно растущая плату за аренду территории и оборудование, нужда в фондовом рисковом капитале – сильно ухудшает дальнейшее ведение эффективной работы предприятия и принуждает выбрать другое направление своих основных сил не на увеличение масштабов производства, а на право существовать на рынке.

Но основной причиной заторможенного развития малых фирм является пониженный уровень финансового состояния огромного числа мелких фирм, в результате помех с начальным пополнением капитала, отсутствие взятия кредитов на доступных условиях, не совершенность налоговой системы страны. Отрицательное влияют на совершенствование малого предпринимательства в области материального производства устаревание производственной инфраструктуры, небольшое количество специализированного оборудования, не совершенность информационной базы.

Из самых важных проблем, от результатов решения которых, в большинстве своем, обуславливается последующее ведение малого предпринимательства в Российской Федерации, служат проблемы в системе налогообложения. Но и, хотя эти вопросы рассматриваются с помощью ни один раз проведенного пересмотра и внесение корректировок в Налоговый кодекс Российской Федерации в части налогообложения субъектов малого предпринимательства. Итак, в своем послании Федеральному Собранию в декабре президент Российской Федерации Путин В.В. уверенно дал обещание, что с 2015 г. бизнес в Российской Федерации станет осуществлять деятельность по иным законам, облегчившим работу владельцам, но в настоящее время к этому еще не подошли [24, с. 76].

Население Российской Федерации с 01.01.2015 г. ожидает рост налога на имущество в соответствии с ФЗ №52 «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса РФ и отдельные законодательные акты РФ» от 02.04.2014 г.

В основном, плательщикам, которые используют простой вариант системы налогообложения или уплачивающие единый налог на вмененный доход (ЕНВД), будут вынуждены выплачивать налог на имущество с объектов недвижимости по кадастровой стоимости. До 2015 г. данные фирмы стали свободными от уплаты налога на имущество. Налогом на имущество теперь станут обложены офисные помещения, объекты, которые связаны с покупкой и продажей товаров и услуг, бытовым обслуживанием.

Выделять минимальный размер помещений, которые будут облагаться налогом, будут сами регионы. Возможно, что налог еще не станет взиматься с мелких территорий, но закон не дает такой гарантии. Для регионов Российской Федерации не поставлены рамки, и в следствие этого в региональных законах возможно установление различных положений, включая и положения, относящиеся к мелким помещениям субъектов малого и среднего предпринимательства.

C 2016 г. налоговая служба будет иметь доступ к информации о работе налогоплательщика в режиме реального времени, так, чиновникам станет намного легче рекомендовать владельцам бизнеса еще до заключения сделок обойти налоговые риски и быстро быть проконсультированными налоговиками.

До 01.07.2015 г. владельцы бизнеса, у которых совокупная сумма НДС, акцизов, налога на прибыль и налога на добычу полезных ископаемых прогнозных за год должна превышать 300 млн р., а общий объем доходов за год был бы не меньше 3 млрд р., при совокупной стоимости активов не меньше 3 млрд р., должны подать заявление участника в мониторинге.

Имеется множество иных проблем, неблагоприятно влияющих на совершенствование малого бизнеса, такие, к примеру, как: не развитость нормативно-правовой базы; помехи при разборе финансово-кредитных вопросов; вопросы, которые связаны с получением деловой информации и т.д.

Также одной из основных проблем является низкий уровень квалификации тех же владельцев малого бизнеса и рабочего персонала. Не квалифицированность кадров управления или не подходящий уровень умения работников принимать решения является основной причиной банкротства большинства мелких предприятий. В большинстве страна с рыночным укладом экономики выпускают специальные программы управленческой помощи малому предпринимательству, открываются центры развития или «инкубаторы» малого предпринимательства.

В Российской Федерации в процессе совершенствования малого и среднего предпринимательства и стабильности рыночных связей появились общественные организации малого и среднего бизнеса, к примеру, Союз предпринимателей Российской Федерации. Имеются еще федеральные и местные фонды финансовой поддержки, главной целью которых является мотивирование совершенствования наиболее актуальных производственных типов деятельности мелких фирм. Каждый год проходят разнообразные экономические форумы, которые посвящены проблемам малого предпринимательства на федеральном и на местном уровнях [26].

В настоящее время глубоко изучаются вопросы о самых эффективных видах и способов государственной помощи, которые не подрывают основ предпринимательства и интересов частного собственника, и в то же время могут оказать действительно поддержку в совершенствовании и развитии малого бизнеса в Российской Федерации.

2.2 Оценка эффективности реализации программы развития малого и среднего бизнеса в регионе

Эффективность принятия решений по вопросам совершенствования малого и среднего бизнеса в Краснодарском крае программно-целевым методом в полноценной мере показана в процессе долгосрочной краевой целевой программы «Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в Краснодарском крае» на 2013–2017 гг., которая реализуется в текущий момент.

В процессе проведения мероприятий программы «Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в Краснодарском крае» на 2013–2017 гг. в 2014 г. Выведены следующие результаты:

– увеличение числа субъектов малого и среднего бизнеса, если сравнивать с похожим периодом 2012 г. Произошла на 108,7 % (по плану – 101,2), прирост – 4623 субъекта малого и среднего бизнеса;

– увеличение роста количества работников, которые заняты в малом и среднем бизнесе, если сравнивать с похожим периодом 2012 г. Произошло на 104,5% (по плану – 100,9 %), прирост – 14357 человек;

– увеличение оборота малых и средних организаций, если сравнивать с тем же похожим периодом 2012 г. Произошло на 129,3 % (по плану – 104,5 %);

– увеличение объема изготовления товаров и оказания услуг предпринимателями без создания юридического лица, если сравнивать с похожим периодом 2012 г. Произошло на 121,4 % (по плану – 103,2 %);

– увеличение объема инвестиций в основной капитал малых и средних организаций, если сравнивать с похожим периодом 2012 г. произошло на 107,6 % (по плану – 102,5 %), прирост 2526 млн р. [28].

Основная цель Программы заключается в обеспечении условий для совершенствования малого и среднего бизнеса.

Для того чтобы достичь данной цели предлагают решение таких задач как:

- увеличение доли участия субъектов малого и среднего бизнеса в целом обороте хозяйствующих субъектов Краснодарского края;

- совершенствование структуры выдачи кредитов и финансовой помощи субъектам малого и среднего бизнеса;

- совершенствование инфраструктуры помощи и поддержки малого и среднего бизнеса

Мероприятия данной Программы планируют реализовать в период с 2013 г. по 2017 г. включительно.

Контроль за процессом реализации Программы и оценка ее эффективности будет проводить департамент инвестиций и проектного сопровождения Краснодарского края.

Если возникнет необходимость, то возможно скорректировать мероприятия в 2013–2017 гг. Это зависит от показателей оценки эффективности их проведения в прошлом году и постановки следующих задач в границах проведения Программы.

Программа обязана быть рассчитана на долгосрочный период, потому что большая часть ее мероприятий важна и имеет спрос у субъектов малого и среднего бизнеса уже много лет. Еще в целях повышения роста числа субъектов малого и среднего бизнеса, которые получили государственную помощь, увеличения эффективности результата мероприятий, которые определенны Программой, планируют привлекать денежные средства федерального бюджета.

Для того чтобы привлечь средства федерального бюджета планируется, чтобы Краснодарского края каждый год становился участником соответствующего конкурсного отбора субъектов Российской Федерации.

Расчет финансового снабжения реализации программных мероприятий сделан на основании ведения смет и расходов похожих типов деятельности, учитывая индексов-дефляторов показателя обеспеченности во время реализации прошлой долгосрочной краевой целевой программы «Государственная поддержка малого и среднего бизнеса в Краснодарском крае».

Общий планируемый объем финансирования Программы будет корректироваться, смотря на принятые, на федеральном и региональном уровнях решения об объемах денежных средств, которые выделили. Экономическая эффективность и результат проведения Программы в большей степени находятся в зависимости от уровня достижения целевых показателей.

При исполнении мероприятий, которые были намечены в Программе мероприятий, планируется добиться:

- среднегодовой прирост числа субъектов малого и среднего бизнеса не 500 единиц;

- среднегодовой прирост количества работников, которые заняты в малом и среднем бизнесе не меньше 1500 работников;

- среднегодовой прирост объема инвестиций в основной капитал малых и средних организаций не меньше 500 млн р.

Прямая и косвенная экономическая эффективность работ, проводимых Программой, состоит в значительном увеличении силы влияния роли малого и среднего бизнеса на совершенствование всех составляющих экономики Краснодарского края.

2.3 Комплекс мер по финансовой поддержке и развитию предпринимательской деятельности в регионе

Административные барьеры являются серьезным препятствием на пути развития предпринимательства в Краснодарском крае. Сложность, нелогичность многих согласований провоцирует предпринимателей уходить в «тень», осуществлять свою деятельность на незаконных началах.

Для преодоления административных барьеров повсеместно применяется журнал учета мероприятий по контролю субъекта предпринимательской деятельности. Администрация края заключила соглашение с 35 контролирующими и силовыми структурами, в том числе федеральными, которые разработали и довели до своих подведомственных органов соответствующие инструкции и основными моменты при проведении контрольной работы. В результате количество проверок сократилось практически на треть [19, с. 54].

При этом, иногда сотрудники органов контроля и в дальнейшем пользуются владельцами бизнеса как источником личного дохода и приходят к ним «с проверками», как к себе в кассу.

Еще одной проблемой является не по правилам предоставляемые льготы, исключительные права и преимущества единичному или некоторому количеству хозяйствующих субъектов. В настоящее время замечено повышение аналогичных фактов (в 2,5 раза). Не приемлемо данное выборочное отношение на муниципальном уровне к предпринимательской отрасли. Помимо этого, этот вопрос оказывает влияние на уровень конкуренции. Проблемой является и то, что не открыли центров поддержки развития малого бизнеса 7 населенных пунктов: Белоглинский, Динской, Красноармейский, Отрадненский, Тбилисский, Успенский и Щербиновский районы. Кроме того, Белоглинский, Отрадненский и Успенский районы, наряду с Крыловским, Кущевским, Новопокровским районами, не только находятся на очень низкой ступени совершенствование малого бизнеса, но и общем социально-экономического уровня.

В большинстве образований жители практически не проинформированы о существовании и целях, поставленных центром. Данную ситуацию необходимо срочно изменить. Населенные пункты, которые не имеют аналогичных систем, обязаны открыть свои центры на примере г. Армавира и Новокубанского района создать межрайонные структуры.

Услуги, которые оказываются центрами, результат их работы и местоположения нужно на стабильной основе постоянно раскрывать. К деятельности необходимо привлечь не только региональные, но большое количество городских и местных средств массовой информации.

Центры обязаны быть не просто консультационными пунктами, но и клубами владельцев малого и среднего бизнеса, где они будут иметь возможность узнать друг друга, поговорить о своих успехах и неудачах, предлагать нововведения. В настоящее время корпоративные интересы больших фирм динамично лоббируются, а интересы малого предпринимательства законодательство часто узнают лишь тогда, когда столкновение уже неизбежно.

Проблемой также осталось и привлечение инвесторов. Хотя и наблюдается сравнительно высокий прирост – 18 % – общий объем инвестиций, которые направлены фирмами малого предпринимательства в основной капитал, но в 2014 г. составил менее 6 % в региональном объеме инвестиций. Очень мало. Каждый год на совершенствование этой отрасли экономики нужно привлекать более 15 млрд р. Лишь при данном условии есть возможность решить вопрос удвоения объемов выпускаемой продукции, дополнительных рабочих мест, повышения производительности труда и роста заработной платы.

Нужно повысить имидж фирмы. Мелкие фирмы региона с удовольствием участвуют в международных экономических форумах, которые проводятся краем в Дагомысе, городе Сочи, днях малого бизнеса во Всероссийском выставочном центре в Москве, в результате которых награждены 15 предприятий Краснодарского края.

Но имеется и оборотная сторона медали. В регионе есть большое количество примеров, когда владельцы бизнеса работают в нарушение законодательства, уклоняются от постановки на налоговый учет, соответствующих расчетов по платежам в бюджет, приобретения лицензий, сертификатов на выпускаемую продукцию, иначе говоря, занимаются недобросовестной конкуренцией. В данной ситуации законный бизнес понесет большие потери, а нелегалы имеют сверхприбыль, при этом распространяют свой опыт и подрывают положение малого предпринимательства.

Например, для того, чтобы открыть объекты общественного питания или нестационарной розничной торговли во время курортного сезона владельцам бизнеса нужно проделать огромную подготовительную работу, получить все разрешительные документы, лицензии, стать на налоговый учет и многое другое. Но при этом в сезон рядом с ними появляются незаконные конкуренты, которые решили свой вопрос другим путем. В лучшем случае, если в таких точках не выполнено только часть обязательных требований, но даже ведение деятельности без регистрации в налоговых органах, привлечение рабочей силы с других регионов страны и ближнего зарубежья (без прописки и заключения договоров найма) сводят старания порядочных предпринимателей к нулю. По данным налоговых органов налоговые нарушения допускают более половины проверяемых субъектов малого предпринимательства.

Для эффективного противодействия недобросовестной конкуренции, на мой взгляд, необходимо создать постоянно действующие комиссии, в которые бы вошли предприниматели, представители общественных организаций, муниципалитетов, контролирующих структур, центров содействия бизнесу и других, заинтересованных структур. Такая комиссия должна оперативно выезжать на место и разбираться «по факту». Это не так сложно, тем более что практически все предприниматели знают «леваков», которые подрывают их бизнес. При необходимости информация о негативных фактах должна сообщаться в отраслевые структуры исполнительной власти края и управление по поддержке и развитию предпринимательской деятельности департамента экономического развития, инвестиций и внешних связей.

Информированность предпринимателей остается актуальной проблемой, и здесь не только вопросы информирования о созданных Центрах и других институтах инфраструктуры поддержки малого предпринимательства. Любой бизнес – малый, средний, крупный – не может обойтись без информационной поддержки. Ему нужна информация о поставщиках, о наличии товаров и многое другое. Например, в Москве создана единственная для России информационная система, которая охватывает все сферы деятельности малого бизнеса, начиная от нормативной базы и кончая сетью маркетинговых центров на территории страны. Более 60 регионов сегодня работают с этой системой через Интернет и получают необходимую информацию [25].

Подобную систему можно и нужно создавать на Кубани. Она должна позволить раскрыть информацию по каждому городу, району, довести ее до предпринимателей. Не знают предприниматели и условий предоставления помещений в аренду, а также застройки, сведений о свободных землях фонда перераспределения, так называемых «зеленых площадках».

Более того, есть территории, которые не только не дают сведений о возможностях размещения производств предпринимателями, но и считают, что у них нет свободных муниципальных площадей для малого бизнеса, все роздано. Считаю, что это просто не желание заниматься данной проблемой, создавать дополнительные рабочие места и пополнять собственные бюджеты.

Необходимо резко активизировать работу по информированию предпринимательского сообщества Кубани. Нужны пропаганда малого предпринимательства среди различных слоев населения. Не надо «стесняться» демонстрировать успехи и позитивные примеры работы, распространять передовой опыт. На краевом уровне выпущено второе издание «Справочника предпринимателя». Он не предлагает универсальные решения всех проблем, а содержит рекомендации по различным аспектам ведения бизнеса, перечень нормативных документов, ссылки на печатные издания, региональные организации, способные оказать помощь в решении широкого круга вопросов.

Необходимо так же самым тщательным образом проанализировать весь массив действующего законодательства по предпринимательству. Не секрет, что многие нормативы устарели, входят в противоречие с существующей практикой, конфликтуют между собой. Среди них важнейшее направление в этой работе сокращение налогового бремени. Необходимо понимание того факта, что малый бизнес без изменения законов в данном направлении все в большей мере оказывается перед суровым выбором – прекратить свое существование или под угрозой разорения в результате роста налоговых выплат все больше погружаться в болото «теневой экономики» [9, с. 85].

Назрела необходимость принять государственное решение по особому режиму ставки рефинансирования ЦБ РФ в отношении долгосрочных кредитов для малого бизнеса. В этой сфере можно и нужно использовать мировой опыт создания системы разделения рисков при кредитовании между коммерческим банком, государством и заемщиком. Давно уже известно, что микрокредитование субъектов этой сферы выгодно. Теперь оно должно стать интересным и для наших банков, превратится в широкодоступный способ финансовой поддержки малого предпринимательства.

Оказание поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства Краснодарского края по мероприятиям, связанным с содействием повышению энергоэффективности их производств в рамках подпрограммы «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности на территории Краснодарского края на период 2014–2020 гг.» государственной программы «Развитие топливно-энергетического комплекса», утвержденной постановлением главы администрации Краснодарского края от 14.10.2013 г. № 1183.

Субсидии предоставляются в соответствии с пунктом «б» ст. 53 Постановления Правительства Российской Федерации от 30.12.2014 г. № 1605 «О предоставлении и распределении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства», в пределах средств, предусмотренных на указанные цели законом Краснодарского края о краевом бюджете на соответствующий финансовый год и на плановый период, а также в соответствии с пунктом 8.1 подпрограммы «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности на территории Краснодарского края на период 2014–2020 гг.» государственной программы Краснодарского края «Развитие топливно-энергетического комплекса», утвержденной постановлением главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 14.10.2013 г. № 1183 «Об утверждении государственной программы Краснодарского края «Развитие топливно-энергетического комплекса».

 Для участия в отборе субъектов малого и среднего предпринимательства Краснодарского края – претенденты на участие в отборе должны оформить и представить необходимые документы, в соответствии с Приложением к подпрограмме «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности на территории Краснодарского края на период 2014–2020 гг.» государственной программы Краснодарского края «Развитие топливно-энергетического комплекса», утвержденной постановлением главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 14.10.2013 г. № 1183 «Об утверждении государственной программы Краснодарского края «Развитие топливно-энергетического комплекса».

Малый и средний бизнес служит неотъемлемой частью экономики Краснодарского края и оказывает существенное влияние на ее развитие. В тоже время предпринимательство испытывает немало трудностей, и существует множество проблем, которые необходимо решать. Предпринимателей интересуют возможности и перспективы участия в государственном заказе, так как государство, на сегодняшний день служит самым крупным и надежным заказчиком. Очень актуальны вопросы соблюдения прав предпринимателей при проведении проверок.

Таким образом, поддержка субъектов малого и среднего бизнеса должна включать в себя: финансовую, имущественную, информационную, консультационную; поддержку в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации их работников; поддержку в области инноваций и промышленного производства, ремесленничества; поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность; поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих сельскохозяйственную деятельность, а также иные формы поддержки в соответствии с законодательством Российской Федерации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Хотелось бы отметить, что высока перспектива развития 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.

Именно предпринимательская деятельность, 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.

С развитием предпринимательства в Российской Федерации связывается решение целого комплекса социально-экономических задач, а именно:

- реализация конституционного права на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной, не запрещенной законом, экономической деятельности;

- обеспечение устойчивого социально-экономического развития и увеличения доходов бюджета;

- увеличение занятости и повышение качества и уровня жизни населения.

Предпринимательский бизнес в России − уже реальность, от его развития, от отношения общества и государства к этой сфере экономики зависит и развитие всей России в целом.

По мнению экспертов Национального Фонда, Национального (экспертного) Совета, в финансово-кредитной системе России, особенно в ЮФО, на Кубани скопились большие объемы ресурсов, ищущих наиболее выгодного вложения, в связи с чем возникает необходимость создания независимого информационного центра (кредитного бюро) в Краснодарском крае.

Как свидетельствует международная практика, эффективное функционирование в экономике бюро кредитных историй позволяет кредитным организациям принимать более обоснованные решения о кредитовании субъектов малого предпринимательства, а малому предприятию − накапливать кредитную историю и деловую репутацию для использования в качестве нефинансового обеспечения кредитов, что в результате ведет к укреплению взаимовыгодного сотрудничества между малыми предприятиями и банками.

В регионе сформированы благоприятные условия для развития малого и среднего бизнеса, активно развивается инфраструктура поддержки малого предпринимательства, уменьшено администрирование. Край занимает первое место по объему производства продукции малых предприятий в Южном федеральном округе и в стране. В настоящее время в Краснодарском крае на долю малых предприятий в некоторых отраслях приходятся 40–45 % всего объема выпускаемой продукции. На малых предприятиях занято 224 тыс. человек. По видам деятельности около 60 % предприятий ведут торговую деятельность, 14 % – сосредоточено в строительстве, 15 % – в промышленности.

Проблемы поддержки предпринимательской деятельности в России подразделяются на две группы. Первая – формирование многоуровневой комплексной системы поддержки малого предпринимательства, обеспечивающей доступ его субъектов к производственно-технологическим, финансовым, трудовым и информационным ресурсам. Для этого необходимо создание муниципальных или межрайонных фондов поддержки малого предпринимательства, в том числе гарантийных, организация в качестве комплексных объектов межрегиональной и муниципальной инфраструктур агентств поддержки малого и среднего бизнеса, бизнес-инкубаторов, консультационных пунктов и т.д. Вторая – достижение позитивных изменений в количественных, качественных и структурных показателях предпринимательской деятельности в регионах.

Сложившаяся   экономическая   ситуация на современном этапе развития негативно воздействует на предпринимательскую деятельность по   всем направлениям.  Уровень инфляции и рост цен на все факторы производства ставят многие малые предприятия на грань банкротства. И в их числе в первую очередь оказываются предприятия, функционирующие в сфере производства товаров и бытовых услуг для населения, потребляющие сырье, материалы и др., стоимость которых постоянно растет.

Налоговый пресс давит на производственные предприятия в сфере малого предпринимательства в России. Сложившиеся экономические условия подрывают стимулы к предпринимательской деятельности, ослабляют предпринимательский настрой. Только перечисление проблем, с которыми сталкиваются отечественные предприниматели, свидетельствует о том, что пока не сформированы условия, необходимые для развития предпринимательства вообще, а малого и среднего бизнеса в особенности.

Комплексное решение задач развития предпринимательской деятельности в регионе программно-целевым методом позволит обеспечить согласованность, своевременность, финансирование и полноту реализации решений, тем самым обеспечив эффективность использования средств и требуемый результат.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: федеральный закон от 24.07.2007 г. №207-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс», 2018.

2 Об уполномоченных по защите прав предпринимателей в Российской Федерации: федеральный закон от 07.05.2013 г. №78-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс», 2018.

3 О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля: федеральный закон от 26.12.2008 г. №294-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс», 2018.

4 Об уведомительном порядке начала осуществления отдельных видов предпринимательской деятельности: постановление Правительства Российской Федерации от 16.07.2009 г. №584 // СПС Гарант, 2018.

5 Дудин М.Н., Лясников Н.В. Современное российское предпринимательство. Роль малого и среднего предпринимательства в экономике страны // Креативная экономика. 2013, – №5. – С. 81–93.

6 Жук А.А., Налоговая ловушка развития предпринимательства в России //Вопросы экономики. 2014, – №2. – С. 38–47.

7 Кирюшкин Р.Н. Выявление предпринимательских рисков в современных условиях хозяйствования // Предпринимательство. 2012, – №5. – С. 47–84.

8 Комарова О.В. Проблемы развития ремесленничества, малого и среднего бизнеса и среднего класса [Текст]: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2013. 163 с.

9 Лысаковская Е.В. Проблемы и перспективы государственной поддержки малого и среднего бизнеса // Право и образование. 2015, – №5. – С. 84–88.

10 Морозко Н.И. Финансовый анализ развития малого бизнеса в России // Финансы и кредит. 2014, – № 28. – С. 51–57.

11 Муняев О.С. Государственная политика в области малого предпринимательства и ее эволюция в России / под ред. О.С. Муняева, Б.Д. Ардаева // Экономическое и социальное развитие республик юга России: этапы становления, взаимосвязи, трансинформационные процессы, современное положение и перспективы: тезисы докладов международно-практической конференции, 24–25 января 2013 г. Элиста, 2013. № 1. – С. 21–25.

12 Павлов С.А., Голощапов А.И. К вопросу состояния малого предпринимательства в России. Международный сборник научных трудов. «Человек и общество», МГПУ. М.: ИНФА-М, 2012. 245 с.

13 Предпринимательство и предприниматели России от истоков до начала XX в. [Текст]: учебник / под ред. Е.А. Бовыкина М.: ИКФ Омега, 2016. 463 с.

14 Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФА-М, 2013. 122 с.

15 Розанова Н.М. Экономическая теория фирмы [Текст]: учебник. СПб.: Экономика, 2014. 447 с.

16 Сергеев И.В., Веретенникова И.И. Экономика организаций (предприятий) [Текст]: учебник. М.: ТК Велби, 2014. 560 с.

17 Сурганова С.О. Долгая дорога в Думах: кредитование малого бизнеса // Экономика и жизнь. 2014, – №6. – С. 86–89.

18 Сухова O.A. Предпринимательство и предприниматели в российской истории [Текст]: учебник. Пенза, 2014. 288 с.

19 Сковородова В. Некоторые проблемы участия малого предпринимательства во внешнеэкономической деятельности России // Внешнеэкономический бюллетень. 2013, – №12. – С. 52–55.

20 Токаренко О.В. Ценностные ориентации русского предпринимательства: экономико-социологический анализ [Текст]: учебное пособие. М.: Юнити-Дана, 2014. 212 с.

21 Чапек В.Н. Малое предпринимательство в России [Текст]: учебное пособие. Ростов-на-Дону: Феникс, 2013. 283 с.

22 Чирикова А.Е. Лидеры Российского предпринимательства: менталитет, мысли, ценности [Текст]: учебник. М.: Ин-т социологии РАН, 2012. 372 с.

23 Яковлев М.А. Основы предпринимательской деятельности [Текст]: учебник. М.: Юристъ, 2013. 278 с.

24 Щербатых Ю.В. Психология предпринимательства и бизнеса [Текст]: учебник. СПб.: Питер, 2014. 172 с.

25 Официальный сайт Федеральной Государственной службы статистики. URL: http://[www.gks.ru](http://www.gks.ru) (дата обращения 12.02.2018).

26 Министерство экономического развития Российской Федерации. URL: <http://www.economy.gov.ru>/ (дата обращения: 12.02.2018).

27 Официальный сайт администрации Краснодарского края. URL: <http://admkrai.krasnodar.ru/> (дата обращения: 17.02.2018).

28 Официальный сайт малого и среднего предпринимательства Краснодарского края. URL: <http://mbkuban.ru/> (дата обращения: 07.03.2018).

29 Федеральный образовательный портал Экономика. Социология. Менеджмент. URL:<http://ecsocman.hse.ru/text/19288226/> (дата обращения: 15.04.2018).