МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Факультет управления и психологии**

**Кафедра государственного и муниципального управления**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**РОЛЬ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ЭКОНОМИКЕ**

Работу выполнил \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.А. Заремук

Направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль) Региональное и муниципальное управление

Научный руководитель

д-р экон. наук, профессор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_К.В. Гетманцев

Нормоконтролер

д-р экон. наук, профессор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_К.В. Гетманцев

Краснодар

2024

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| Введение…………………………………………………………………….. | 3 |
| 1 Понятие малого предпринимательства…………………………………. | 5 |
| 1.1 Сущность и роль малого предпринимательства…………………… | 5 |
| 1.2 Виды малого предпринимательства………………………………… | 10 |
| 2 Малое и среднее предпринимательство в экономике России…………. | 14 |
| 2.1 Роль малых предприятий в экономике России……………………... | 14 |
| 2.2 Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства  органами государственной власти и органами местного  самоуправления………………………………………………………. | 17 |
| 2.3 Проблемы малого предпринимательства в России и пути их  решения……………………………………………………………….. | 19 |
| Заключение…………………………………………………………………. | 24 |
| Список использованных источников……………………………..………. | 25 |

# **ВВЕДЕНИЕ**

Малый бизнес является неотъемлемой частью рыночной экономики. Этот сектор экономики сыграл ключевую роль в формировании рыночной среды. Он был первичной исходной формой рыночного хозяйствования в виде мелкотоварного производства.

Малый бизнес является наиболее динамичным, постоянно изменяющимся элементом структуры народного хозяйства. Он, как источник прогрессивных экономических изменений, способствует развитию конкуренции, создает новые рабочие места, интенсивно занимается научными разработками. Малый бизнес является залогом демократизации экономики и общественной жизни, фактором поддержания социальной справедливости в обществе.

Актуальность. Малый бизнес является чрезвычайно значимой частью в становлении всей экономики страны. Именно поэтому государство предлагает поддержку частным предпринимателям в виде дотаций на формирование малого бизнеса. У государства есть несколько причин защищать малый бизнес. Прежде всего, малый бизнес - это самозанятость и создание новых трудовых мест. Кроме того, это рост валового внутреннего продукта и налогов. Наконец, это качество жизни жителей, поскольку именно малый бизнес быстрее всего откликается на самые насущные требования рынка и удовлетворяет их. Малый бизнес сегодня не вносит ожидаемого вклада в восстановление экономики регионов и России в целом. В связи с этим становится актуальным рассмотрение и мониторинг существующей системы государственной и общественно-полезной поддержки в стране, с целью выявления недочётов и недоработки структуры односторонней поддержки малого бизнеса, и формирования выводов об эффективности этой системы.

Цель исследования – изучить особенности малого предпринимательства как субъекта рыночной экономики в России.

Задачи исследования:

– рассмотреть сущность и роль малого предпринимательства;

– изучить функции малого предпринимательства;

– изучить виды малого предпринимательства;

– исследовать государственное обеспечение деятельности малого предпринимательства;

– выявить проблемы развития малого предпринимательства в России.

Информационная база курсовой работы включает в себя учебную литературу по экономической теории, статьи и рецензии современных авторов, связанные с проблематикой работы. Руководствуясь на трудах таких ученных как Адама Смита, Карл Маркс, Джона Кейнса можно понять и поразмыслить, что такое малое предпринимательство, насколько оно было значимым в экономики разного времени, её положительны и отрицательные качества, перспективы развития малого бизнеса.

Методологической базой исследования послужили как общенаучные, так и частные методы исследования, такие как наблюдение и сбор фактов, сравнение, анализ и синтез, графическое отражение данных. Структура курсовой работы представляет собой введение, две главы, в первой главе два подраздела, во второй главе три подраздела, заключение и список использованной литературы, в работе представлены 2 таблицы со статистическими данными, 25 источников. В первой главе курсовой работы исследованы теоретические основы, понятия, сущность, роль и виды малого предпринимательства.

Во второй главе было проанализировано нормативно-правовое обеспечение деятельности малого предпринимательство в России и проблемы малого предпринимательства в России. В заключении подведены основные результаты исследования.

# **1 Понятие малого предпринимательства**

## **1.1 Сущность и роль малого предпринимательства**

Малый бизнес (от англ. Small business) – это самостоятельная, систематическая предпринимательская деятельность, совершаемая на собственный риск, не противоречащая действующему законодательству, с целью получения прибыли, создающая относительно небольшое количество рабочих мест [1].

Для малого бизнеса характерны:

а) относительно небольшие размеры;

б) ограниченное количество работников;

в) ограниченный оборот капитала;

г) локальный район осуществления деятельности;

д) конкретное направление работы.

Малый бизнес играет важную роль в обеспечении занятости большинства развитых и развивающихся стран, в определенной степени обеспечивая насыщение рынка потребительскими товарами и услугами, способствуя ослаблению монополизма, развития конкуренции, структурной перестройке экономики, является средством достижения личного успеха и активно формирует средний класс людей.

Малый бизнес является важным источником инноваций. К изобретениям, сделанным им, относятся самолеты, вертолеты, персональные компьютеры, аэрозоль и многое другое.

Малое предпринимательство является наиболее динамичным элементом структуры национального хозяйства. Его роль в жизни общества при рыночной системе управления заключается в том, что оно:

а) является одним из ведущих секторов экономики;

б) формируется на основе мелкотоварного производства;

в) определяет темпы экономического развития, структуру и качественную характеристику ВВП;

г) осуществляет структурную перестройку экономики, характеризуется быстрой окупаемостью затрат, свободой рыночного выбора;

д) обеспечивает насыщение рынка потребительскими товарами и услугами повседневного пользования, а, следовательно, и спроса, реализацию инноваций, дополнительные рабочие места;

е) имеет высокую мобильность, рациональные формы управления;

ё) формирует новый социальный слой предпринимателей-собственников;

ж) способствует ослаблению монополизма, развитию конкуренции.

В рыночной экономике малое предпринимательство выполняет целый ряд жизненно важных функций:

а) формируют новый социальный слой предпринимателей-собственников;

б) способствуют формированию конкуренции и противостоят монополистическим тенденциям;

в) способствуют решению проблемы занятости;

г) удовлетворяют специфические потребности потребителей, формируют индивидуальный спрос;

д) вносят значительный вклад в научно-технический прогресс;

е) обеспечивают базу для становления средних и крупных предприятий в будущем;

ё) смягчают экономические кризисы;

ж) поддерживают социальную и политическую стабильность, утверждают демократизм в бизнесе.

Малое предпринимательство представляет собой предпринимательскую деятельность, которая может осуществляться субъектами рыночной экономики при конкретных условиях и критериях, установленных законами, представительными органами. Свыше пятидесяти показателей должны иметь предприятия, по данным Мирового Банка, чтобы они могли относиться к субъектам малого бизнеса. Наиболее распространенными критериями являются следующие:

а) средняя численность занятых на предприятии работников;

б) ежегодный оборот, полученный предприятием (как правило, за один год);

в) величина активов.

Нужно отметить, что в СССР не уделялось должного внимания развитию малого бизнеса. В приоритете были крупные и средние предприятия, что привело в конечном итоге к монополизации промышленного производства. С переходом на рыночные отношения это превратилось в значительный сдерживающий фактор для прогресса национальной экономики. Малый бизнес в РФ начал развиваться с 1988 г., а особенно интенсивно — начиная с 1990 г. На начало 2003 г. уже имелось 882,4 тыс. малых предприятий. За анализируемый период среднегодовая скорость их прироста составила 8,6 %. Малые предприятия в РФ уже формируют 10–11 % ВВП, в них занято свыше 7,3 млн человек, а с учетом индивидуальных предпринимателей — более 11 млн чел., что составляет 17 % общего количества занятых в экономике. В развитых зарубежных странах эти показатели выше в 5–6 раз, что свидетельствует о том, что имеющийся в РФ значительный потенциал для развития малого бизнеса реализуется минимально. Его осуществление возможно лишь при создании благоприятных условий, в том числе оказании государственной поддержки развитию малого бизнеса. [2]

Ключевым критерием, определяющим отношение предприятий различных организационно-правовых форм к субъектам малого предпринимательства, является средняя численность работников, занятых за отчетный период на предприятии. К субъектам малого предпринимательства относятся предприятия, которые осуществляют свою деятельность относительно небольшой группой лиц, или предприятия, управляемые одним собственником. Помимо этого, критериями отнесения предприятия к малому предпринимательству используются такие показатели как: объем оборота (прибыли, дохода), величина активов, размер уставного капитала и др. Субъекты малого предпринимательства подразумевают собой коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия Российской Федерации, ее субъектов, различных объединений и фондов не превышает 25 %, а доля, которая принадлежит юридическим лицам, которые не являются субъектами малого предпринимательства, не превышают 25 % и в которых численность работником за отчетный период не превышает установленных норм (уровней малого предпринимательства). Физические лица, которые занимаются предпринимательской деятельностью, но не имеющие образования юридического лица также могут относиться к субъектам малого предпринимательства.

Через социально-экономические функции МП может быть достигнута его сущность:

а) создание адекватных, конкурентных рыночных отношений, которые способствуют наилучшему удовлетворению потребностей людей в различных благах;

б) расширение ассортимента и повышение качества товаров, работ и услуг. Удовлетворяя нужды потребителей малый бизнес повышает качество потребляемых благ и обслуживание населения;

в) приближение производства товаров и услуг к конкретным потребителям;

г) содействие структурной перестройке экономики;

д) привлечение личных средств населения для развития производства.;

е) создание дополнительных рабочих мест, сокращение уровня безработицы;

ё) более эффективное использование творческих способностей людей, раскрытие их талантов, освоение различных видов ремесел, народных промыслов;

ж) вовлечение в трудовую деятельность отдельных групп населения, для которых работа на крупном производстве имеет определенные ограничения;

з) формирование социального слоя собственников, владельцев компаний, предприятий, фирм;

и) освоение и использование местных источников сырья и отходов крупных производств и др. [3]

Осуществление деятельности малого предпринимательства может протекать на всех уровнях народного хозяйства, путем выполнения одного или нескольких видов деятельности. Следует взять во внимание тот факт, что отдельные виды деятельности могут быть разрешены только государственным предприятиям, и лишь при наличии специального разрешения возможно производство некоторых товаров. В проведении хозяйственной деятельности МП обладают самостоятельностью в отношении производимых товаров, получаемой прибылью, которая остается после уплаты обязательств и иных платежей и др.

Малое предпринимательство является катализатором мобильности, быстроты предоставления услуг. Оно создает глубокую специализацию и кооперацию, без которых немыслима его высокая эффективность. Стремительно заполняя каналы, пробелы, которые образуются в потребительской сфере, оно создают высокую конкурентную среду бизнеса, без которой рыночная экономика неосуществима, и одновременно относительно быстро окупается.

Мелкие предприятия имеют значительные функции в занятости, производстве отдельных товаров, исследовательских и научно-производственных разработках. Существенные достижения малого бизнеса в этом направлениях объясняются несколькими основаниями. Углубление специализации в научных разработках привело к тому, что во многих случаях небольшие фирмы идут по более простому или рискованному пути, работают в неперспективных отраслях. Мелкий бизнес намного охотнее берется за продвижение оригинальных нововведений. Малые предприятия имеют стремление как можно более быстрого налаживания массового производства. Это порождает расширение рынка предлагаемых товаров и услуг, что в свою очередь активно стимулирует процесс производства с целью скорейшего удовлетворения спроса, мотивируемого разработками, проводимыми фирмами малого и среднего предпринимательства.

Большая значимость малого предпринимательства ещё и в том, что на фоне суровой конкурентной борьбы, им необходимо совершенствоваться и адаптироваться к текущим правилам рынка. Чтобы существовать, надо получать средства к существованию, а значит быть лучше других не только в количестве производимой продукции, но и в ее качестве, чтобы прибыль доставалась именно им.

## **1.2 Виды малого предпринимательства**

Малое предпринимательство весьма многообразно в своих проявлениях. В качестве оснований для классификации могут быть выбраны разные признаки – вид деятельности, форма собственности, число собственников, степень использования наемного труда и т.п.

По виду деятельности (или назначению) малое предпринимательство может быть разделено на: производственное, коммерческое, финансовое, консультативное и др.

Производственное предпринимательство является одним из ведущих видов предпринимательства. Это экономически активная деятельность субъектов рыночной экономики, предметом которой является производство товаров, выполнение работ, оказание услуг, и т. д. Подлежащих последующей реализации потребителям. К производственному предпринимательству относятся инновационная и научно-техническая деятельность, непосредственное производство товаров и услуг, использование их в дальнейшем производстве. Каждый предприниматель, готовый заняться производственной деятельностью, сначала должен определить, что конкретно он будет производить. Затем предприниматель ведет маркетинговую деятельность, занимается исследованием рынка и потребительского спроса. Следующий этап деятельности производственного предпринимательства – приобретение или аренда факторов производства. Далее предприниматель приобретает всю необходимую ему информацию о возможности привлечения ресурсов: материальных, финансовых и трудовых, о рынке сбыта намечаемой к изготовлению продукции или услуги и т.д.

Коммерческое предпринимательство характеризуется тем, что суть его содержания составляют товарно-денежные отношения и торгово-обменные операции. Основные составляющие коммерческого предпринимательства это операции и сделки по купле-продаже, другими словами, по перепродаже товаров и услуг. Коммерческое предпринимательство в определенной мере аналогично производственно-предпринимательской деятельности. Но в отличие от производственно-предпринимательской деятельности здесь нет необходимости обеспечения производственными ресурсами, связанными с выпуском продукции и др. Таким образом, вместо производства продукции здесь имеет место получение готового продукта. Такой вид предпринимательство мобилен, быстро приспосабливается к потребностям рынка, т. к. непосредственно связано с конкретными потребителями. Считается, что для развития данного вида предпринимательства необходимы как минимум два основных условия: устойчивый спрос на продаваемые товары (поэтому необходимо хорошее знание рынка); более низкая закупочная цена товаров у производителей. Коммерческое предпринимательство связано с относительно высоким уровнем риска, особенно при организации торговли промышленными товарами длительного пользования. В общем виде программа любой коммерческой сделки включает: наем работников для выполнения торгово-посреднических услуг (закупки товара, его транспортирования, продажи, проведения рекламной работы, оформления необходимых документов). Таким образом, коммерческое предпринимательство одно из самых выгодных видов предпринимательство, но и самое рисковое.

Финансовое предпринимательство является третьим видом предпринимательства. Это специализированная область предпринимательской деятельности, характерной особенностью которой является то, что предметом купли-продажи выступают ценные бумаги (акции, облигации и другое), валютные ценности и национальные деньги. Основным полем деятельности финансового предпринимательства являются коммерческие банки и фондовые биржи.

Консультативное предпринимательство (консалтинг) - предпринимательская деятельность, сущность которой составляет консультирование производителей, продавцов, покупателей по обширному кругу юридических и экономических вопросов (финансы, создание и регистрация фирм, внешнеэкономические связи, исследование и прогнозирование товаров, ценных бумаг, инноваций), а также подготовка документов, необходимых при создании новых организаций и фирм.

По организационно-правовой форме законодательством России предусмотрены следующие разновидности: предпринимательство (ИП), самозанятость, унитарные организации, ОАО, ООО, кооперативы, крестьянские хозяйства и др.

От выбора той или иной формы многое зависит, это важный этап в создании дела. Часто предприниматели принимают в расчет только налоговый режим, и это действительно важно, но в период кризисов экономисты рекомендуют выбирать ту организационную форму, которая оставит вам максимум свободы при принятии решений.

По числу собственников малые предприятия могут быть разделены на: индивидуальные, коллективные. Индивидуальное предпринимательство имеет место, когда вся собственность принадлежит одному физическому лицу, коллективное – когда собственность принадлежит нескольким субъектам с выделением долей (долевая собственность) или без него (совместная собственность).

По степени использования наемного труда различают предпринимательство: без наемных сотрудников (когда предприниматель работает сам), с наемными сотрудниками. [4]

# **2 Малое и среднее предпринимательство в экономике России**

## **2.1 Роль малых предприятий в экономике России**

Малое предпринимательство является важным субъектом экономической деятельности страны, ведь без его участия развитие и формирование самой структуры экономики практически невозможно. Большое количество социально-экономических задач выполняет данный вид бизнеса: создание рабочих мест, повышение конкуренции в стране, участие в формировании бюджетов всех уровней. Из-за того, что малый бизнес в России развит не настолько эффективно, как, например, в США, где от малого предпринимательства рыночная экономика получает в целом около 36 %, государство вводит дополнительные льготы и финансирование. Правительство Российской Федерации устанавливает следующие способы и меры помощи:

а) меры финансовой поддержки;

б) упрощенный порядок составления статистической отчетности;

в) меры для развития инфраструктуры поддержки;

г) применение специальных налоговых режимов. [5]

Всё это помогает развивать малое предпринимательство, а в дальнейшем и экономику России. Нельзя не упомянуть о том, что многое зависит от системы государственной поддержки предпринимательства с учетом особенностей государственного и политического устройства, традиций и направлений экономического развития. В связи с данными особенностями, не рационально прямое перенесение в нашу страну американскую, германскую или другую модель государственной поддержки малого бизнеса. В то же время исследование механизмов поддержки малого бизнеса, организационных структур в других странах помогает выявить и бороться с проблемами Российской системы. С учетом зарубежного опыта можно выделить следующие системы формирования и поддержки малого бизнеса:

а) наличие правовых актов, которые определяют цели государственной политики и регулируют комплекс вопросов для поддержания малого предпринимательства.

б) разработка систем и программ государственного финансирования, консультационного, внешнеэкономического, информационного и технологического содействия малому бизнесу.

в) сочетание прямых и косвенных мер поддержки малого предпринимательства. То есть решение и управление недостатков, присущих той или иной системе поддержки бизнеса, а также создание благоприятных условий для развития предпринимательской активности.

г) наличие развитой системы учреждений и организаций, обеспечивающих скоординированное выполнение комплекса задач, для поддержки предпринимательства.

д) распределение функций между центральными, региональными и местными органами государственной власти, с сохранениями основных функций за центром. [6]

Малый бизнес в развитых странах занимает прочные позиции в торговле, строительстве, сфере деловых услуг. Около половины изобретений создаются именно малыми предприятиями, также малое предпринимательство уже проникает в новые отрасли производства (машиностроение, энергетика, приборостроение, коммуникации, телекоммуникации и т. д.). Кроме того, малый бизнес формирует среду и дух предпринимательства, без которых рыночная экономика невозможна. Немаловажно, что зарубежный опыт демонстрирует, что особенно велика роль государственной поддержки малого бизнеса в кризисных условиях, когда экономика нуждается в коренной перестройке и требуется снижение социальной напряженности. Для развития экономики России, малый бизнес имеет большое значение. Рассмотрим, почему так происходит.

Малый бизнес – важный сектор экономики. Малые предприятия легче переносят изменения внешней среды, демонстрируя гибкость и мобильность малого бизнеса. Ведь когда в России в начале 90-х годов начался экономический спад, именно малые предприятия помогли в укреплении и становлении рыночной экономики.

Малый бизнес – один из основных источников налоговых поступлений. Малый бизнес принимает большое участие в формировании бюджета. Предприниматели совершают отчисления в бюджет, которые берутся из прибыли различных организаций, также малый бизнес играет большую роль в формировании рабочих мест, то есть являются источников доходов для населения.

Малый бизнес оказывает огромное влияние в сфере создания рабочих мест для населения, тем самым повышая уровень занятости населения, уменьшая уровень безработицы. На предприятиях малого бизнеса работает небольшое количество человек, что оказывает положительное влияние на мотивацию персонала, способствует образованию достаточно тесных связей в трудовом коллективе. Кроме того стоит заметить, что часто малые предприятия обеспечивают работой социально-нестабильные слои населения.

Вместе с преимуществами у малого предпринимательства есть и свои недостатки, проблемы, с которыми также необходимо ознакомиться. Для предпринимателей, задавшихся целью основать малый бизнес необходим постоянный поиск инвестиций, чтобы создать собственное дело, а в дальнейшем продолжить и не разориться:

− затрудненное инвестирование. Государство оказывает поддержку малым предприятиям с помощью различных программ помощи, но этого не достаточно и не всегда государственные структуры вкладывают деньги и силы в начинающие предприятия. Кроме того, криминализация предприятий малого бизнеса частично связана непосредственно с отсутствием интереса к нему со стороны крупных инвесторов;

− малодоступные кредиты. Несмотря на бизнес-проекты, идеи малого бизнеса, банки не имеют достаточного стимула, чтобы кредитовать такие предприятия. Не помогают и проводимые государством программы;

− лизинг или приобретение дорогого оборудования в кредит тоже затруднены. К тому же и первые взносы являются слишком высокими для начинающих предпринимателей. [8]

Итак, малое предпринимательство в России испытывает трудности, чтобы их преодолеть, необходима последовательная работа по совершенствованию законодательства, финансовой поддержки малого предпринимательства, а также повышению эффективности региональных программ и преодолению коррупции. Сейчас необходима долгосрочная стратегия развития малого бизнеса, которая сможет решить социально-экономические проблемы страны.

## **2.2 Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства органами государственной власти и органами местного самоуправления**

Основными принципами поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства являются:

1) заявительный порядок обращения субъектов малого и среднего предпринимательства за оказанием поддержки;

2) доступность инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства для всех субъектов малого и среднего предпринимательства;

3) равный доступ субъектов малого и среднего предпринимательства, соответствующих условиям, установленным нормативными правовыми актами Российской Федерации, нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации, муниципальными правовыми актами, принимаемыми в целях реализации государственных программ (подпрограмм) Российской Федерации, государственных программ (подпрограмм) субъектов Российской Федерации, муниципальных программ (подпрограмм), к участию в указанных программах (подпрограммах).

Поддержка не может оказываться в отношении субъектов малого и среднего предпринимательства:

1) являющихся кредитными организациями, страховыми организациями (за исключением потребительских кооперативов), инвестиционными фондами, негосударственными пенсионными фондами, профессиональными участниками рынка ценных бумаг, ломбардами;

2) являющихся участниками соглашений о разделе продукции;

3) осуществляющих предпринимательскую деятельность в сфере игорного бизнеса;

4) являющихся в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о валютном регулировании и валютном контроле, нерезидентами Российской Федерации, за исключением случаев, предусмотренных международными договорами Российской Федерации. [8]

При обращении субъектов малого и среднего предпринимательства за оказанием поддержки субъекты малого и среднего предпринимательства должны представить документы, подтверждающие их соответствие условиям, предусмотренным нормативными правовыми актами Российской Федерации, нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации, муниципальными правовыми актами, принимаемыми в целях реализации государственных программ (подпрограмм) Российской Федерации, государственных программ (подпрограмм) субъектов Российской Федерации, муниципальных программ (подпрограмм).

Не допускается требовать у субъектов малого и среднего предпринимательства представления документов, которые находятся в распоряжении государственных органов, органов местного самоуправления либо подведомственных государственным органам или органам местного самоуправления организаций, за исключением случаев, если такие документы включены в определенный Федеральным законом от 27 июля 2010 года N 210-ФЗ "Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг" перечень документов. [9]

## **2.3 Проблемы малого предпринимательства в России и пути их решения**

Собственник бизнеса рано или поздно столкнется с проблемами. Кто-то легко решит их, получит опыт и станет сильнее, для кого-то они станут соломинкой, ломающей спину верблюду, и тогда их бизнес пойдет на дно. Многое зависит от того, как человек воспринимает возникшие трудности. Правильным отношением к проблемам в бизнесе будет умение видеть в них последствия собственных решений. В любом случае у каждой ситуации есть причины, ее вызвавшие. Уберете причину – уйдет проблема.

Выделяют несколько основных проблем малых предприятий.

а) Владелец бизнеса и его сотрудники ведут бизнес без удовольствия. Эту проблему можно убрать двумя способами: Исключить зависть. Не нужно проводить сравнение с другими людьми и стараться быть тем, кем вы не являетесь. Зависть привносит разрушение в бизнес, отношения и саму личность человека. Помните, со стороны всегда видно, кто есть кто на самом деле. Также потеря удовольствия сигнализирует о том, что цель и смысл бизнеса утеряны. В таком случае обычно бизнес сам по себе проблем не имеет, это трудность владельца и сотрудников. Решением может стать продажа бизнеса, нахождение новых задач для себя и для дела либо поиск человека и передача ему полномочий по управлению бизнесом.

б) Дефицит оборотных средств либо небольшое поступление денег. Для решения этой проблемы есть три пути: Необходимо определить наиболее маржинальные товары и сделать акцент на их продаже. Как правило, владельцы стараются получить доход со всех представленных в бизнесе товаров, но такой путь требует временных затрат и не гарантирует успеха. Гораздо быстрее и прибыльней найти покупателя на кассовый товар. Прибыль от этих сделок можно пустить в развитие бизнеса и расширение клиентской базы. Запуск в продажу товара-локомотива, который будет представлять интерес для клиентов. Сделав упор на раскрутку такого продукта, можно отбить затраты на его запуск. Когда покупатели начнут стабильно приобретать товар-локомотив, стоит начать расширение линейки продаж. Таким образом будет обеспечено снижение рекламных затрат и увеличен средний чек. Найдите повод для монетизации своих клиентов. Откажитесь от займов и кредитов, попробуйте сделать так, чтобы они заплатили вам. Обычно во время таких поисков находятся ответы для прочих проблем в бизнесе.

в) При наличии высокого дохода все равно ощущается дефицит средств. Есть два варианта данной проблемы: Непрофильные активы. На их долю приходится до 85 % утечки средств из бизнеса. Люди инвестируют в те области, в которых плохо разбираются либо не разбираются вообще. Причина таких «вложений» кроется либо в жадности и стремлении заработать быстрые деньги, либо следовании советам друзей. Необходимо вкладывать только в то дело, которые знаете лично вы. Проблем и просто нюансов хватает в любой сфере. Плохая бухгалтерия. Оборот одного человека на фирме составлял более 16 миллионов рублей в месяц, что позволяло ему думать о себе как об обеспеченном человеке. Траты и образ жизни при этом были соответствующие. Однако при проведении аудита выяснилось, что беспорядочные вложения, наличие кредитов, странные обязательства перед банками, дебиторка и банальное воровство сотрудников поставили перед фирмой вопрос банкротства, а владельца сделали должником. Нужно очень внимательно и скрупулезно вести счет всем доходам и расходам и только после этого оценивать свой достаток.

г) Взаимоотношения персонала фирмы. Не секрет, что внутри бизнеса распространены разного рода интриги, подсиживания, порой люди скатываются до хамства и агрессии. Нездоровый климат внутри организации приводит к повышенной нагрузке на ее сотрудников. Работая в неблагоприятной, недружелюбной и конфликтной среде, люди тратят гораздо больше энергии. Для решения этой проблемы поможет три шага: Необходимо снизить уровень критики до минимально возможного. Количество ее напрямую влияет на отношения и проблемы с людьми. Многие предпочитают выдавать зарплату в конвертах, чтобы минимизировать раздоры из-за зависти. Возложите на руководителей подразделений ответственность за микроклимат в их коллективе. Наиболее проблемными являются те компании, где весь спектр вопросов решается только одним человеком – собственником бизнеса. Такую структуру еще называют «солнышком». Объедините коллектив общим делом. Когда люди работают для достижения совместной цели, то это значительно увеличивает их эффективность и снижает напряженность в отношениях. Каждый знает, что и ради чего он делает. При этом цели могут быть любые: лидерство на рынке, ввод нового товара, применение новых стандартов качества и т.д. Важно только наличие побудительной энергии в этой цели.

д) Профессиональное развитие сотрудников. Перед тем как предложить человеку пройти курсы повышения квалификации, стоит задуматься, подходит ли он для этого. По уровню пригодности к обучению сотрудников можно условно разделить на три категории: Человек «+» – имеет желание учиться, позитивен. Человек «-» – желания учиться не имеет, при этом эмоционально нейтрален. Человек «0» – такой тип помимо негативных эмоций еще и не приспособлен к учебе. Учитывая эти типы сотрудников, вы никогда не столкнетесь с проблемой при выборе того из них, кто наиболее эффективно отобьет деньги, потраченные на его учебу.

е) Наличие высокой конкуренции. Эту проблему можно решить, используя три шага: Выясните, какой аспект вашего бизнеса нужно развивать, чтобы опередить конкурентов. Любой дефицитный ресурс с 95 % вероятностью можно восполнить, правильно ведя деловые переговоры. Вам нужно либо стать хорошим переговорщиком, либо найти такого. Так как рынок не резиновый, то увеличение ваших продаж автоматически ведет к их снижению у конкурентов. Вам нужно лишь определить наиболее привлекательный для ваших нынешних и потенциальных клиентов товар или сервис. Необходимо обеспечить насыщение информацией рынка о вашем предложении. О нем должна быть информация как в текстовом, так и в аудио- и видеоформатах. Чем больше о нем будет известно, тем больше становятся шансы на получение прибыли. Для такой информационной атаки бюджет может быть не очень большим. [10]

Еще одна серьезная проблема для малого бизнеса – бюрократия. Именно она создает искусственные препятствия на пути развития предприятий. Для того чтобы эффективно управлять компанией, необходимо получить ряд разрешений от государства, осуществить согласование ведения бизнеса со сферой государственного управления. Для этого важно иметь определенные знания, дабы не допустить возможность осуществления чиновниками манипулирования малым бизнесом посредством коррупционных схем, превышения должностных полномочий и иных корыстных побуждений. На мой взгляд, государство должно более плотно заниматься регулированием системы взаимодействия бизнеса с государственными структурами, ликвидируя возможные лазейки в законодательной базе, позволяющие представителям бюрократического аппарата осуществлять самоуправство. Необходимо ужесточать контроль ведением финансовых операций, осуществляемых не только самими чиновниками, но и представителями их ближайшего окружения: родственниками, близкими друзьями и деловыми партнерами. Кроме того, важно обеспечить проведение всестороннего анализа деятельности тех, кто претендует на занятие государственных должностей. Прежде всего, это касается вопросов наличия судимостей, привлечения к административной ответственности или ведения недобросовестной экономической деятельности. [11]

Таким образом, рассмотренные проблемы понижают перспективность занятия предпринимательской деятельностью на уровне малого бизнеса. Решение данных проблем позволит повысить не только экономические показатели нашей страны, но и поднимет ее авторитет на международной арене. Малый бизнес, не обремененный излишними противоречиями, позволит амбициозным представителям молодого поколения реализовать свои планы на жизнь и достичь счастливого будущего.

Если обратить внимание на степень развития малого бизнеса в развитых государствах, то получится следующая картина:

Таблица 1 – Степень развития малого бизнеса в различных государствах [12]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Страны | Количество субъектов малого бизнеса | | Доля малых предприятий | |
| единиц, тыс. | на 1000 жителей | в численности занятых, % | в ВВП, % |
| США | 19400 | 74 | 54 | 50-53 |
| Япония | 6450 | 50 | 79 | 52-55 |
| Германия | 2290 | 37 | 46 | 50-54 |
| Великобритания | 2930 | 45 | 49 | 50-54 |
| Франция | 1980 | 35 | 54 | 55-62 |

# **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В результате проведенного нами исследование можно сделать следующее выводы:

а) Малое предпринимательство необходимая составляющая в экономике любой страны, малый бизнес необходимо развивать и поддерживать.

б) Малое предприятие положительно влияет на развитие страны, на рост её экономики, на потребительскую способность граждан положительно влияет на их благосостояние.

в) На данный момент развитие малого предпринимательство в России стоит на очень низком уровне. Причины этого опрометчивое законодательство, которая оказывает давление на малый бизнес; высокая налоговая нагрузка; отсутствие поддержки; монополистический строй; тяжелая экономическая и политическая ситуация не надаёт развитию и нормальному функционированию малому предпринимательству.

В качестве выводов можно предложить на федеральном уровне усовершенствовать статистический и методический инструментарий оценки с целью определения роли малого бизнеса в экономике страны. Так же с целью совершенствования государственной поддержки малого предпринимательства необходимо выработать согласованные механизмы поддержки малого предпринимательства на федеральном и региональном уровнях, используя нефинансовые и финансовые инструменты, которые уже имеются в российской экономике. Система стимулирования малого бизнеса должна быть нацелена на развитие и расширение производства высокотехнологичной и инновационной продукции. Для создания условий развития малого предпринимательства необходима координация элементов инфраструктуры малого бизнеса на региональном уровне.

# **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Атамазова, А.А. Сущность малого предпринимательства / А.А. Атамазова // Молодой ученый. – 2016. – № 3 (107). – С. 450–452.

2. Борисов, С.Р. Почему малый бизнес еще не стал драйвером экономического роста России? / С.Р. Борисов // Бизнес, общество и власть. –2018. – № 2. – С. 51.

3. Васеева, А.А. Налогообложение малого предпринимательства в России / А.А. Васеева, Е.А. Разумовская // Вестник молодежной науки. – 2018. – №8. – С. 21–28.

4. Гвоздева, О.М. Развитие субъектов малого бизнеса как предпосылка создания рабочих мест: правовой аспект / О.М. Гвоздева // Сибирское юридическое обозрение. – 2013. – №1. – С. 11–17.

5. Гильманов, Д.В. О роли предпринимательства в повышении темпов промышленного роста в посткризисных условиях / Д.В. Гильманов // Проблемы современной экономики. – 2015. – №5. – С. 41.

6. Глазьев, С.Н. Россия в новых технологическом и мирохозяйственном укладах / С.Н. Глазьев // Книжный мир. – 2018. – №6. – С. 768.

7. Григорян, К.Г. Внешнеэкономическая деятельность инновационных предпринимательских структур в современной мировой экономике / К.Г. Григорян, А.В. Кириллов // Вестник университета. – 2016. – № 2. – С. 44–48.

8. Ермакова, Н.С. Сообщество малых предприятий как современная форма организации сотрудничества / Н.С. Ермакова // Дискуссия. – 2012. – №8. – С. 253.

9. Комолов, О.О. Крупный и малый бизнес: роль и место в современной экономике / О.О. Комолов // Экономическое возрождение России. – 2015. – №2. – С. 185.

10. Конищева, Д.В. Критерии определения малого и среднего бизнеса в России и за рубежом / Д.В. Конищева // Молодой учёный. – 2018. – № 9. – С. 83–86.

11. Кононкова, Н.И. Развитие малого бизнеса и экономический рост / Н.И. Кононкова // Экономические и социальные проблемы России. – 2004. – №2. – С. 142–157.

12. Кононкова, Н.И. Малый бизнес как источник экономического роста / Н.И. Кононкова, С.П. Ширяева // Проблемы теории и практики управления. – 2014. – № 9. – С. 114–119.

13. Мазур, Л.В. Роль федеральных налогов в формировании доходной части бюджета РФ / Л.В. Мазур, А.В. Плахов // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №2. (32). – URL: https://old.orelgiet.ru/images/vest2015/02\_32/30-mazur-plahov.

14. Малый бизнес: сущность и современные проблемы развития. – URL: https://discovered.com.ua/business/malyj-biznes-sushhnost-i-sovremennye-problemy-razvitiya/.

16. Малый и средний бизнес как фактор экономического роста России. / Ин-т экон. Политики им. Е.Т. Гайдара. – М.: Изд-во Ин-та Гайдара. – 2019. – №4. – С. 17.

17. Мальцева, Е.С. Проблемы и перспективы развития малого бизнеса в России / Е.С. Мальцева // Бизнес и дизайн ревю. – 2016. – Т. 1. – №4. – 332 с.

18. Лабунец, К.А. Особенности организации менеджмента в малом бизнесе /К.А. Лабунец, Н.Р. Пашук // Азимут научных исследований: экономике и управление. – 2019. – №1. – С. 197–205.

19. Гиоева, А.Г. Развитие малого бизнеса в условиях кризиса / А.Г. Гиоева, Л.М. Рубаева // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2011. – №3. – С. 16.

20. Хисматулина, А.М. Социально-экономические аспекты развития малого бизнеса / А.М. Хисматулина // Вестник Казанского технологического университета. – 2013. – №3. – С. 98–121.

21. Ширишова, Е.С. Эффективность поддержки государством субъектов малого предпринимательства / Е.С. Ширишова // Вопросы науки и образования. – 2019. – №9. – С. 49–58.

22. Черкасов, Д. О. Роль малого предпринимательства в экономике России / Д. О. Черкасов // Молодой ученый. – 2016. – № 2 (106). – С. 626–629.

23. Ильин, П. А. Проблемы малого бизнеса в современной России и пути их решения / П. А. Ильин, Н. С. Кандакова // Юный ученый. – 2020. – № 4 (34). – С. 47–49.