

Тема 1 МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

1.3 Роль малого предпринимательства в экономике страны и региона

Для экономики в целом деятельность малых предприятий является важным фактором повышения ее гибкости. По уровню развития малого предпринимательства специалисты судят о способности страны приспосабливаться к меняющейся экономической обстановке.

Место и роль малого бизнеса в системе развитого рыночного производства определяется его функциями, к числу которых относятся следующие:

1 Более эффективное использование материальных, трудовых и финансовых ресурсов, невостребованных в крупном производстве.

2 Создание инновационного потенциала для внедрения технических новшеств. *Малое наукоемкое предпринимательство стимулирует научно-технический прогресс, принимая на себя риски вложений в технические проекты, которые не берут на себя крупные корпорации.*

3 Формирование конкурентной среды. МБ антимонополен по своей природе. *С одной стороны, ввиду многочисленности входящих в него МП он трудно поддается монополизации, с другой — ввиду глубокой специализации МП и высокой адаптивности их к многообразию потребительского спроса МБ.*

4 Содействие «открытости» экономики и рационализации внешнеэкономических связей. *Высокая эластичность МБ в отношении меняющейся конъюнктуры, возможность быстрого реагирования на спрос и перестройки в соответствии с ним своей организационно-хозяйственной структуры обеспечивают МБ высокую проникающую способность и быстрое заполнение ниш, возникающих на рынках.*

5 Снижение уровня безработицы. *В промышленно развитых странах на МБ приходится до 50–60% всех занятых и до 70–80% новых рабочих мест.*

6 Смягчение социальной напряженности и способствование демократизации рыночных отношений. *МБ является фундаментом формирования «среднего» класса и, следовательно, основой уменьшения социальной дифференциации.*

7 Подготовка кадров для большого бизнеса и для предпринимательства вообще.

8 Уменьшение негативного влияния так называемой теневой экономики путем частичной трансформации ее в легальный МБ. *Так, только в одной Германии насчитывается не менее 4 млн. самостоятельных предпринимателей черного рынка, функционирование которого*

инициировало в последнее десятилетие бум легального малого предпринимательства в этой стране.

По роли в развитии экономики, решении социальных задач малое предпринимательство России значительно уступает малому предпринимательству в таких развитых странах, как США, Япония, Италия и др. Для малого бизнеса России характерны следующие особенности:

1 Относительно слабое присутствие МБ в производственной и инновационной сферах хозяйственной деятельности ввиду того, что МБ сосредоточен, главным образом, в сферах коммерческих и посреднических операций.

2 Отсутствие заметного влияния МБ на формирование конкурентной среды. Негативную роль играет здесь неразвитость рыночной инфраструктуры, что мешает МБ проявить свои конкурентные преимущества перед крупным бизнесом.

3 Относительно слабое влияние МБ на снижение уровня безработицы и смягчение социальной напряженности. Это связано как с малой развитостью МБ, так и с менталитетом русского общества. *Квалифицированные кадры России в целом более инерционны и обладают меньшей гибкостью и мобильностью перетекания в такие сферы деятельности, которые приносят больший доход.*

4 Проблема кадров для предпринимательства в России — одна из наиболее острых. *Это объясняется тем, что в МБ пришла невостребованная часть населения, вынужденно покинувшая свои рабочие места и сменившая свою профессиональную деятельность из-за общего спада производства и кризиса экономики.*

5 Внешнюю среду, в которой приходится работать малым предприятиям, в целом можно охарактеризовать как нецивилизованный рынок с наличием разнообразных видов рэкета на всех уровнях, начиная от бандитских образований и мафиозных структур и завершая чиновничьим произволом. *Преодоление этой негативной тенденции возможно лишь путем совершенствования законодательства, усиления правоохранительных функций государства и развития рыночной инфраструктуры.*

Проблемы малого предпринимательства в Российской Федерации классифицируются по следующим признакам: организационно-правовые, социально-экономические и инвестиционно-финансовые (рис. 1).

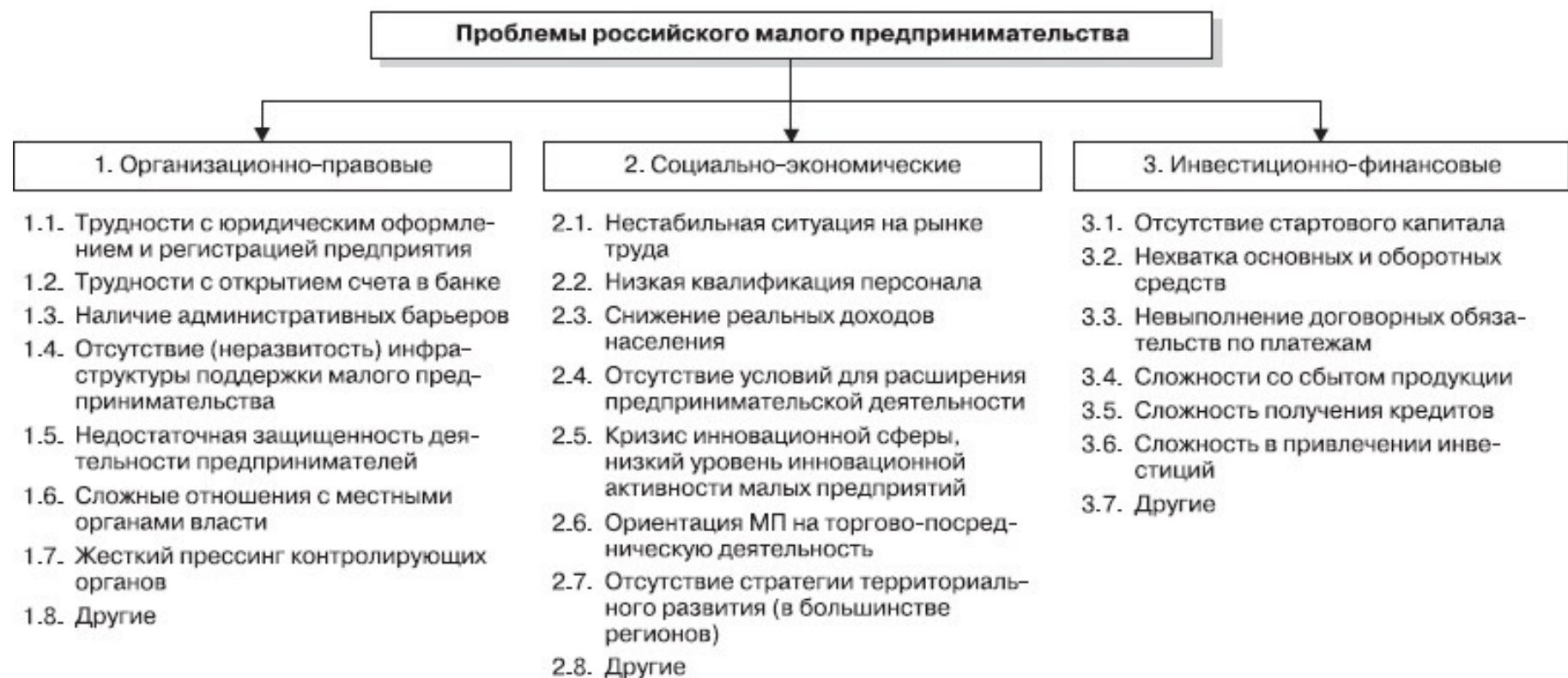
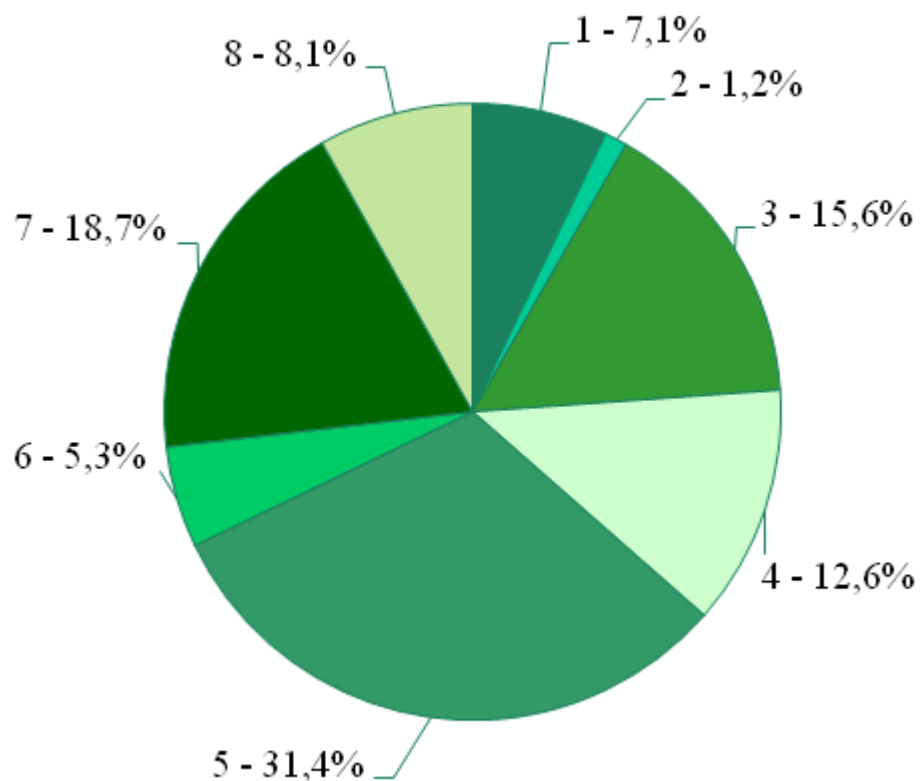


Рисунок 1 – Классификация проблем малого предпринимательства в Российской Федерации



- 1 – сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство; рыбоводство, рыбовловство
- 2 – добыча полезных ископаемых; производство и распределение электроэнергии, газа и воды
- 3 – обрабатывающие производства
- 4 – строительство
- 5 – оптовая и розничная торговля; ремонт
- 6 – транспорт и связь
- 7 – операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг
- 8 – другие виды деятельности

Рисунок 2 – Удельный вес малых предприятий по видам экономической деятельности в Костромской области

Приоритетным направлением развития экономики Российской Федерации является формирование и развитие эффективного сектора малого предпринимательства. Малый бизнес работает в тех рыночных нишах, где деятельность крупных предприятий невыгодна или даже невозможна. Экономическая маневренность, гибкость принятия решений, территориально-пространственная мобильность делает малый бизнес необходимым элементом современной экономики.

Нормативные акты в сфере государственной поддержки малого и среднего предпринимательства рассмотрены в разделе 1.1.

В Российской Федерации действуют различные программы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства. Поддержка может предоставляться в форме:

- денежных субсидий;
- обучения;
- стажировок;
- льготного лизинга;
- льготного/бесплатного аутсорсинга (внешнее бухгалтерское и/или юридическое обслуживание);
- льготного/бесплатного участия в выставках и ярмарках;
- грантов.

Инфраструктурой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства является система коммерческих и некоммерческих организаций, обеспечивающих условия для создания субъектов малого и среднего предпринимательства, и для оказания им поддержки.

Инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства включает в себя элементы, представленные в таблице 6.

Таблица 6 – Краткая характеристика различных структур поддержки российского малого предпринимательства

Тип инфраструктуры	Краткая характеристика структуры
Бизнес-школы	Структуры, осуществляющие подготовку, переподготовку и повышение квалификации предпринимателей, руководителей малых предприятий, специалистов для малых предприятий, безработных и других граждан, желающих создать собственное дело, государственных и муниципальных служащих, ответственных за развитие малого предпринимательства. Бизнес-школы осуществляют свою деятельность путем организации и проведения краткосрочных семинаров
Учебно-деловые центры	УДЦ по своим задачам имеют сходные функции с агентствами и бизнес-школами, однако, в отличие от агентств в большей степени нацелены на реализацию образовательных программ, а в отличие от бизнес-школ значительное внимание уделяют консалтинговому и организационному сопровождению проектов.
Агентства поддержки малого и среднего предпринимательства	Являются консалтинговыми фирмами, оказывающими широкий спектр услуг малым предприятиям в регистрации, обучении, получении инвестиций и др.
Бизнес - инкубаторы	Структуры, размещающие специально отобранные малые предприятия, на своих площадях и оказывающие им консалтинговые, образовательные и офисные услуги. Бизнес-инкубаторы могут действовать и в составе технопарков, технологических центров и других структур.
Социально-деловые центры	Структуры, создаваемые при центрах занятости. Цель СДЦ – создание новых рабочих мест через развитие МП среди незанятого населения и безработных. Как правило, СДЦ являются государственными предприятиями с единственным учредителем – соответствующим Центром занятости.
Технопарки	Структуры, создаваемые на базе высших учебных заведений с целью использования научного потенциала и коммерциализации разработанных технологий через создание и развитие размещающихся на территории технопарка малых инновационных предприятий.
Инновационно-технологические центры	Создаются на базе научно-исследовательских институтов и центров. Цели те же, что и у технопарков с той лишь разницей, что в ИТЦ превалирует направленность на коммерциализацию и трансферт технологий не столько малым предприятиям, сколько корпорациям, способным реализовать данные технологии.
Бизнес-центры	Оказывают сервисные услуги предпринимателям и бизнесменам. БЦ создаются при гостиницах, торговых центрах для обслуживания клиентов. В БЦ на платной основе оказывают офисные услуги, предоставляют помещения для переговоров, средства связи, компьютерную и оргтехнику. Некоторые БЦ сдают в аренду офисные помещения. В отличие от БИ БЦ оказывают услуги, как правило, физическим лицам и по коммерческим расценкам. Они объединяют комплекс услуг по работе с незанятым населением, желающим создать собственное дело, и в этом их деятельность подобна деятельности СДЦ.