российский государственный
торгово – экономический университет

Междисциплинарная кафедра экономики

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Экономическая теория» на тему

**Проблемы становления малого бизнеса в России.**

Работу выполнил

студент  1 курса очно – заочного отделения,

группы *14 в сокр.*

 Научный руководитель:

 Москва – 2013

**Проблемы становления малого бизнеса в России**

**Содержание**

**Введение . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .стр. 2**

**Глава I. Характеристика малого бизнеса и необходимость его развития в России.**

**§ 1 Исторические аспекты развития малого бизнеса . . . . . . . стр. 4**

**§ 2 Необходимость разделения предприятий на крупные, средние и мелкие . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .. . . . . . . . . . . . . .стр.7**

**§ 3 Критерии выделения малых предприятий . . . . . . . . . . . . .стр. 8**

**§ 4 Виды малых предприятий. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . стр. 10**

**§ 5 Правовые основы малого бизнеса . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . стр. 12**

**§ 6 Особенности и функции малого предприятия . . . . . . . . . . стр. 14**

**§ 7 Сфера деятельности малых предприятий . . . . . . . . . . . . . .стр. 16**

**§ 8 Малый бизнес и большая промышленность . . . . . . . . . . . .стр. 18**

**Глава II. Проблемы развития малого бизнеса в России на современном этапе и пути их решения**

**§ 1 Итоги развития и структура малого бизнеса в экономике России . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . стр. 22**

**§ 2 Основные проблемы малого бизнеса . . . . . . . . . . . .. . . . . . стр. 28**

**Глава III. Государственная поддержка малого бизнеса**

**§ 1 Государственная поддержка малого бизнеса . . . . . . . . . . . . стр. 33**

**Заключение . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .стр. 37**

**Список литературы . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . стр. 39**

**Введение**

Современное российское общество переживает чрезвычайно сильный кризис, который проявляется в политике, экономике, идеологии и других сферах жизни общества. Россия в очередной раз стоит перед необходимостью выбора ориентиров для своего дальнейшего развития, и здесь нельзя ошибиться.

Переход к рыночным отношениям в отечественной экономике определяет необходимость организационно-экономических новаций во всех областях хозяйственной деятельности. Одним из важнейших направлений экономических реформ, способствующих развитию конкурентной рыночной среды, наполнению потребительского рынка товарами и услугами, созданию новых рабочих мест, формирование широкого круга собственников является развитие малых форм производства.

Опыт ведущих стран современного мира со всей очевидностью доказывает необходимость наличия в любой национальной экономике высокоразвитого и эффективного малого предпринимательского сектора. Поэтому возрождение России невозможно осуществить без соответствующего этому развитию данного сектора экономики, так как именно он является тем локомотивом, который буквально тащит за собой экономическое и социальное развитие.

Хозяйственная практика в малом бизнесе находится в причинно-следственной зависимости углубляющейся специализацией общественного производства и дифференциацией товаров и услуг. Экономическая маневренность, гибкость принятия решений, территориально-пространственная мобильность делает малый бизнес необходимым в современном, постиндустриальном обществе.

Разработке проблем становления и функционирования малых предпринимательских структур посвящены исследования отечественных и зарубежных экономистов: Мягкова П., Зяблюка М., Хайера В., Эрхарда Л., Аллена Л., Брокхауса А., Дынкина А., Стерлина А., Ниндайка Р., Лукьянова Ю., Рубе В., Горбунова Э., Иорданской Э., Медведева А., Татаркина А., Фегенно Е. и др. Ими обоснована необходимость изучения проблем малого бизнеса, исследованы основные направления реализации государственной политики поддержки малых фирм, выявлены некоторые особенности развития малого производства, определены подходы к оценке инвестиционных проектов и разработке бизнес-планов и т.д.

Но в то же время недостаточно внимания уделено изучению влияния малого предпринимательства на структурные преобразования региональной экономики; формированию рациональной структуры индустриальных центров на основе развития малого бизнеса; разработке экономического взаимодействия территориальных органов власти и малого бизнеса; методологии комплексной оценки предпринимательских проектов и проведению их экспертизы в отдельных городах и регионах нехарактерных для промышленно развитых стран условиях, условиях переходного периода, переживаемого Россией.

Основная цель данной работы состоит в том, чтобы охарактеризовать малое предпринимательство в России на современном этапе его развития, выявить его специфические особенности и обозначить наиболее острые проблемы стоящие перед отечественным малым бизнесом.

**Глава I. Необходимость развития малого бизнеса в России, его характеристика.**

**§ 1 Исторические аспекты развития малого бизнеса.**

Изучая сущность малого бизнеса, необходимо знать его истоки и процесс развития. Малый бизнес играл основную роль в распространении цивилизации, но его история никогда не занимала общественное сознание. Но теперь малый бизнес все больше признается как созидательная сила экономики.

В течении 1980-х годов престиж малого бизнеса в мире начал повышаться в немалой степени благодаря его способности изобретать новые товары и создавать новые рабочие места. Вследствие этого в последние годы все чаще стали обращать внимание на его достижения и возможности, перспективы и проблемы.

В российской истории малого бизнеса можно выделить ряд этапов.

Для *первого этапа*(1985 – 1987 гг.) характерно зарождение и деятельность центров научно-технического творчества, временных творческих коллективов при общественных организациях, распространение бригадных подрядов, малочисленность участников предпринимательства и его экспериментальный характер, формирование эмоционально-психологических основ предпринимательской деятельности на базе частной собственности. Этот этап можно назвать*экспериментальным.*

Во время *второго этапа*(1987 - 1988 гг.) сфера деятельности малого бизнеса расширяется, количество людей, принимающих в нём участие, увеличивается; предпринимательство приобретает характер активного многочисленного движения. Целью развития малого бизнеса является насыщение внутреннего рынка потребительскими товарами. Этот этап назвали этапом "кооперативного движения". Он послужил акселератором в накоплении и перераспределении капиталов, позволил обрести начальные знания, навыки работы малого предприятия.

*Третий этап*(1989 - 1990 гг.) связан с принятием законодательных актов, направленных на активизацию малых предприятий. Началась подготовка к проведению так называемой малой приватизации. Она создавала необходимую базу для реального перехода к рыночным отношениям, повышения экономической эффективности российской экономики. Именно в это время было узаконено *частное предпринимательство*. Особую значимость в этот период имело развитие *арендных отношений*, которые можно рассматривать как российскую особенность малого предпринимательства.

Для *четвертого этапа* (1991 - 1992 гг.) характерны *коммерциализация и появление среднего и крупного бизнеса.* Произошли коренные изменения в отношении государства к развитию предпринимательства. Были приняты многие законы, открывшие широкие возможности для масштабного развития предпринимательства.

*Пятый этап* (1993 - 1994 гг.) стал полосой *широкомасштабной приватизации и развития всех видов предпринимательства*, появления множества собственников и интенсивного участия малого бизнеса в сфере услуг, торговли, общественного питания, легкой промышленности, производящей товары массового потребления и длительного пользования. Однако на этом этапе ещё не обеспечено стимулирование производства товаров и услуг.

Тем на менее заложенные основы рыночных отношений, сформировавшиеся капиталы, их способность к инвестиционной деятельности дают возможность предположить, что очередной - *шестой этап* (с 1995 г.) развития предпринимательства сможет изменить соотношение деятельных сил в пользу *инновационных процессов*. Тогда предпринимательство сможет проявляться во всем многообразии и обнаруживать силы, способные двигать рынок, обеспечивать нормальное функционирование рыночной экономики, сосуществование различных субъектов, каждому из которых отведены свои сферы приложения деятельности и свои задачи. Государству же предстоит приложить усилия для всемирного развития и поддержания в долговременной перспективе конкурентной среды и её стабильности в качестве среды хозяйствования.

**§ 2 Необходимость разделения предприятий на крупные, средние и мелкие.**

В хозяйственной практике широко применяются традиционные схемы деления экономики на составные элементы, позволяющие всесторонне изучить закономерности и направления развития народного хозяйства, своевременно заметить нарождающиеся проблемы и принять меры по их решению. Это –деление экономики по отраслевому признаку, по территориальному, по формам собственности и т.д.

Существовало и деление предприятий по критерию их размера в зависимости от численности работающих, стоимости основных и оборотных фондов, объема производства продукции и других показателей. Такое деление использовалось для определения категории предприятий, что является базой для формирования оплаты труда. Реформа оплаты труда, казалось бы, сделала ненужными определения “категорийности” предприятия. Однако жизнь дает другой вывод: необходимо резко повысить роль деления предприятий на крупные, средние и малые и положить его в основу специальной системы организации дифференцированного внимания со стороны государства к финансовому, материально-техническому благополучию различных по размеру предприятий.

Функциональное назначение предприятий, их роль в экономике в значительной мере меняются в зависимости от размера предприятия. Крупное и мелкое производства, даже в рамках одной территории и отрасли, как правило, не являются взаимозаменяемыми. Отсутствие одного из них – это незаполненная ячейка экономики, имеющая своим следствием общее снижение эффективности производства. Крупные, средние и малые предприятия дополняют друг друга, создают целостный организм экономики.

**§ 3 Критерии выделения малых предприятий**

Человечество накопило достаточно богатый опыт распределения предприятий на группы в зависимости от их размера. При этом не существует какого-то единого для всех стран универсального критерия выделений малых предприятий. Каждое государство в зависимости от национальности, производственных градаций, отраслевой культуры экономики устанавливает свои критерии распределения предприятий по их размерам.

Например, во Франции очень малыми предприятиями считаются производства с числом занятых до 10 человек, малыми – от 10 до 100, средними от 100 до 500 и крупными свыше 500 человек. Малые и средние предприятия составляют около 99% численности всех предприятий и на них трудится примерно 67% всех занятых.

В Японии к категории малых и средних предприятий относятся юридически самостоятельные компании с числом занятых до 300 человек или объемом основного капитала до 100 млн. иен в отраслях обрабатывающей промышленности, строительстве, транспорте, связи, в коммунальном хозяйстве; до 100 человек (или до 30 млн. иен капитала) – в оптовой торговле и до 50 человек (или 10 млн. иен капитала) – в розничной торговле и сфере услуг. Мелкие и средние компании составляют более 99% общего их числа и на них трудится свыше 80% всех занятых.

В нашей стране, согласно принятому 14 июля 1995 г. Федеральному закону “О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации”, под субъектами малого предпринимательства понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия РФ, субъектов РФ, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов не превышает 25%; доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимися субъектами малого предпринимательства не превышает 25% и в которых численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней:

в промышленности, строительстве и на транспорте – 100 человек;

в оптовой торговле – 50;

в розничной торговле и бытовом обслуживании – 30;

в других отраслях и при осуществлении других видов деятельности – 50 человек.

Таким образом, определен критерий выделения малых предприятий – по численности работающих. Несовершенство данного критерия, да и других критериев также, очевидно. Например, на электростанции, где многомиллионные основные фонды приводятся в действие несколькими работниками.

Видимо универсальных критериев выделения малых предприятий, позволяющих безошибочно сортировать предприятия, не существует. Поэтому представляется целесообразным, ориентируясь точно на численность работников, определять по каждой отрасли, с учетом специфики производства, какие предприятия нельзя относить к малым. В случае возникновения спорных вопросов, решать их в индивидуальном порядке.

**§ 4 Виды малых предприятий.**

Те, кто впервые сталкивается с малыми предприятиями, обычно допускают типичную ошибку: считают малые предприятия одним из видов предприятий, подобно государственным, арендным, совместным, семейным и т.д. Это неверно, малые предприятия в этот перечень не могут быть включены. Малые – это не вид, не организационно-правовая форма, а размер предприятия. Малое предприятие – всегда какое-то применительно к выделяемым в законодательстве видам предприятий. Из всех имеющихся видов предприятий: государственных, коллективных, совместных, кооперативов и т.д., выделяется их часть по критериям численности работающих. Таким образом, существуют малые государственные, малые совместные, малые частные и прочие виды малых предприятий.

В этой связи становится очевидным, для малых предприятий не существует какой-то универсальной , общей для всех их видов системы ценообразования, материально-технического снабжения, оплаты труда, управления и т.д. Все эти системы функционирования предприятия определяются по их видам.

Бытует и еще одно широко распространенное заблуждение, будто бы вид малого предприятия предопределяется тем, какая организация является его учредителем. Безусловной связи здесь нет. Малые предприятия могут создаваться гражданами, членами семьи и совместно с другими лицами, государственными, арендными, совместными предприятиями, общественными организациями и т.д. Кроме того, малые предприятия могут создаваться совместно указанными органами, предприятиями, организациями и гражданами.

Если учредителем малого предприятия является государственная организация, то это отнюдь не означает, что новое образование будет именно малым государственным предприятием. Имущество, выделяемое из состава государственного предприятия, может быть сдано в аренду кооперативом. Вид созданного предприятия – кооператив. Могут быть и другие варианты.

В то же время индивидуальные и семейные частные предприятия, названные так именно применительно к учредителям, не могут быть иного вида. То есть по таким видам малых предприятий учредительство и вид малых предприятий совпадают.

**§ 5 Правовые основы малого бизнеса**

Малый бизнес в России как самостоятельное социально-экономическое явление существует уже свыше 10 лет. Действующие законодательные и нормативно-правовые акты направлены на государственную поддержку малых предприятий с целью создания благоприятных условий для их функционирования, в первую очередь предоставления льгот по налогообложению. Так, постановлением Правительства Российской Федерации от 18.07.91 г. № 406 “О мерах по поддержке и развитию малых предприятий в РСФСР”, были определены критерии отнесения предприятий к категориям малых, предусмотрена возможность установления определенных налоговых льгот, а также создания фондов финансовой поддержки за счет бюджетных средств.

В соответствии с законом РСФСР “О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках”, Правительство РФ в апреле 1993 г. приняло постановление об образовании фонда поддержки предпринимательства и развития конкуренции (с декабря 1995 года он был переименован в Федеральный фонд поддержки малого предпринимательства).

А в июне 1995 г. был принят федеральный закон “О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации”, определивший общие положения поддержки малых предприятий, формы и методы государственного стимулирования, а также регулирования деятельности субъектов малого предпринимательства.

Указом Президента РФ в июне 1995 г. был образован Государственный комитет РФ по поддержке и развитию малого предпринимательства. В апреле 1994 г. Правительством РФ одобрена целевая Федеральная программа государственной поддержки малого предпринимательства в России на 1994 - 1995 гг.

В ней были определены основные направления, цели и приоритеты в данной области, включая совершенствование законодательства, развитие системы финансово-кредитной поддержки, информационное и консультационное обеспечение малых предприятий, содействие в реализации контрактов для обеспечения государственных нужд и др.

В 1996 г. Государственной Думой была утверждена вторая Федеральная программа государственной поддержки предпринимательства на 1996-1997гг.

Остается надеяться, что действующий с 01.01.99г. Налоговый Кодекс РФ, в содержании которого нет особых приоритетов для малого и среднего предпринимательства, не будет препятствовать дальнейшему развитию малого бизнеса в России.

Кстати на реформу налогообложения и рост частного предпринимательства в России, Агентство США по международному развитию затратило в 1992-1996 годах около 435 млн. долларов – это больше, чем в других странах СНГ. Средства на поддержку малых и средних предприятий исключены из федерального бюджета на этот год. Несмотря на то, что в процессе проведения реформ стала очевидной важная роль этих предприятий: они выполнили роль буфера, который смягчил экономический спад.

**§ 6 Особенности и функции малого предприятия.**

Предпринимательство в масштабе малого предприятия обладает рядом качественных особенностей. В *первую*очередь стоит отметить единство права собственности и непосредственного управления предприятием.

*Вторая*характеристика – так называемая обозримость предприятия: ограниченность его масштабов вызывает особый, личностный характер отношений между хозяином и работником, что позволяет добиваться действительной мотивации работы персонала и более высокой степени его удовлетворенности трудом.

*Третья*– относительно небольшие рынки ресурсов и сбыта, не позволяющие фирме оказывать сколько-нибудь серьезное влияние на цены и общий отраслевой объем реализации товара.

*Четвертая* – персонифицированный характер отношений между предпринимателем и клиентами, поскольку, как еже отмечалось, малое предприятие рассчитано на обслуживание сравнительно узкого круга потребителей.

*Пятое* – ключевая роль руководителя в жизни предприятия: он полностью ответственен за результаты хозяйствования не только из-за имущественного рынка, но и вследствие своей непосредственной включенности в производственный процесс и все связанное с его организацией.

*Шестая*специфическая черта – семейное ведение дела: оно наследуется родственниками хозяина, чем диктуется прямая вовлеченность последних во всю деятельность предприятия.

Наконец, *седьмая* особенность связана с характером финансирования. Если “гиганты” черпают необходимые ресурсы главным образом через фондовые биржи, то малые предприятия полагаются на сравнительно небольшие кредиты банков, собственные средства и “неформальный” рынок капиталов (деньги друзей, родственников и т.д.).

Также, как одну из особенностей, можно выделить высокую долю оборотного капитала по сравнению с основным фондом. Если у крупных предприятий это соотношение 80:20, то у малых оно составляет 20:80.

В ряду функций малого предприятия, прежде всего, важно отметить *экономические функции,* определяемые его ролью как, во-первых, работодателя; во-вторых – производителя продукции и услуг, в-третьих – катализатора научно-технического прогресса, в четвертых – налогоплательщика, в пятых – агента рыночных отношений.

Не менее значимы функции *социальные.* Во-первых, через малые формы предпринимательской деятельности многие люди раскрывают и реализуют свой творческий потенциал. Во-вторых, в основном здесь используется труд социально уязвимых групп населения (женщин, учащихся, инвалидов, пенсионеров, беженцев и т.д.), которые не могут найти себе применение на крупных предприятиях. В – третьих, малые предприятия являются главным продуцентом мест производственного обучения, своеобразным “полигоном” для обкатки молодых кадров. В-четвертых, небольшие предприятия, прежде всего в сфере обслуживания, удовлетворяют потребности людей в общении (но его они лишены, например, в супермаркетах).

Уже сегодня актуальна и будет актуализироваться и далее экологическая функция малого бизнеса, которая уже имеет место в странах с развитой рыночной экономикой.

**§ 7 Сфера деятельности малых предприятий и их взаимодействие с большой промышленностью.**

Малые предприятия, как правило, появляются при необходимости изготовления небольших партий продукции с постоянно обновляемой номенклатурой и ассортиментом выпускаемых изделий, использования незначительных источников сырья и материалов в условиях ограниченного количества потребителей. Таким образом, малые предприятия при сравнительном насыщении рынка, находят себя в доработке продукции с учетом индивидуальных запросов заказчика, производстве мелочей или продукции, изготовление которой в технологическом отношении является преимущественно ручным, не автоматизированным. Малые предприятия утилизируют отходы крупных производств, изготавливают комплектующие изделия для сборочных предприятий. Кроме того, малые предприятия доминируют во всех сферах деятельности с высоким риском получения нулевого результата. Это и инновационная деятельность, и освоение новой технологии, новых видов изделий.

Хотелось бы особенно обратить внимание на две большие группы малых предприятий, имеющих разные функции и соответствующие результаты. Это предприятия, деятельность которых направлена на интенсивное и экстенсивное развитие экономики.

Малые предприятия *интенсивного направления* призваны давать мощный импульс развитию крупных предприятий, именно здесь закладывается основа глобальных структурных изменений. Поощрение малых инновационных предприятий в приоритетной сфере, целенаправленно избранной государством, призвано подготовить научно-технический прорыв в этой области, апробировать рынок сбыта новой продукции, отладить технологические процессы, отработать основные вопросы переподготовки кадров для крупных предприятий. Интенсивная малая экономика – это полигон для отработки всех аспектов научно-технической политики. Однако нет возможности, да и нет необходимости учитывать все до мелочей при глобальных изменениях в экономике.

Эту “доводку крупных преобразований” призваны обеспечивать малые предприятия, но только *экстенсивного направления*. Наполнением новыми товарами рынков небольших населенных пунктов, отдаленных районов будут также заниматься малые предприятия данного направления.

Каждое крупное структурное изменение в экономике сопровождается массовым высвобождением работников с предприятий отмирающих отраслей, их переподготовкой и привлечением на новые рабочие места. В значительной мере груз сглаживания социальных конфликтов в этот период, обеспечение временной занятости берут на себя малые предприятия экстенсивного типа. В данном случае они выполняют функции стабилизации общественного развития.

Важно учитывать, что малые предприятия занимают традиционную только для них сферу деятельности, в которую крупные предприятия редко вмешиваются. Это производства с применением ручного труда, к которым относятся ремесленные виды работ, народные промыслы и аналогичные виды деятельности. При хорошей организации снабжения необходимыми материалами и сбыта изделий, такие малые предприятия дают значительную отдачу.

Но так же важно отметить, что крупное производство и не противопоставляется малому, что является одной из причин успешного развития малого бизнеса в странах с развитой рыночной экономикой. В развитых странах культивируется принцип кооперирования крупных и малых предприятий, причем крупные объединения не подавляют малые фирмы, а взаимно дополняют друг друга, особенно в сфере специализации отдельных производств и в инновационных разработках. Не случайно в США, к примеру, девять из каждых новых десяти технологических идей рождаются в малых фирмах.

Предприниматели стремятся быть индивидуалистами. И часто именно это позволяет им раздвигать границы знаний. Идеи являются их “товарными запасами”. Хотя, по словам экономиста Леонарда Вайса: “большинство исследований показывает, что… размеры предприятия мало влияют на интенсивность исследований, но могут снизить ее в некоторых отраслях”

Компания “Дженерал электрик”, относит на счет малых предприятий многие новые идеи, в том числе изобретение электротостеров, кухонных плит, холодильников, пылесосов. Малые предприятия дали миру персональный компьютер, вертолет, бритву, транзисторный приемник, фотокопировальную машину, реактивный двигатель и многое другое.

В самом деле, трудно рассчитывать на устойчивое развитие экономики, если в ней не могут развиваться конкурентные начала, или крупный и малый бизнес существуют параллельно. Это неизбежно выталкивает малый бизнес на обочину каких-то торгово-посреднических операций, которые характерны для современной России. А крупный бизнес становится либо неповоротливым, либо практически отрывается от потребностей экономики и переходит на обслуживание потребностей мирового рынка. То есть возникает схема, которая известна по ряду, так скажем, не очень благополучных стран третьего мира.

Совсем другая ситуация в странах, где налажены устойчивые связи крупного и малого бизнеса. Часто приводят наглядный пример автомобильной промышленности Германии, не менее крупных японских концернов, которые имеют развитую сеть субподрядчиков, куда входят малые и мельчайшие предприятия – сотни и тысячи таких предприятий. Вот это все создает, с одной стороны, стыковку малого и крупного бизнеса, формирует у малого предприятия уверенность в том, что его продукция, его ноу-хау будут востребованы. И, поскольку крупные компании являются операторами мирового рынка, естественно, они воспринимают какие-то инновационные импульсы, стремятся их транслировать. И таким образом у малого бизнеса возникает потребность держать шаг вровень с потребностями времени, обновлять свою технологию и т.д. К сожалению реалии российской экономики пока далеки от этой идеальной картины.

Опыт взаимодействия крупных предприятий с малым бизнесом – это в первую очередь взаимодействие с малыми предприятиями, которые создавались на базе раскрупления или аккумуляции каких-то финансовых ресурсов материального предприятия. И вторая группа – это малые предприятия, возникшие извне, с которыми в дальнейшем удалось установить связи крупным предприятиям.

Сотрудничество это прошло в два этапа. Первый этап – это период поздней перестройки, период так называемой “приватизации”, когда малые предприятия создавались главным образом с вполне известными целями – чтобы каким-то образом сосредоточить ресурсы для последующего участия в действительной приватизации, выполняли роль своего рода таких фиктивных структур, которые обеспечивали первоначальное накопление капитала.

Второй период – это уже период приватизации, когда малые предприятия создавались на ряде крупных предприятий путем выделения объектов инфраструктуры, в том числе социальной, в самостоятельные малые предприятия.

Как показали беседы с руководством крупных предприятий и анализ ситуации, подавляющая часть этих малых предприятий, сегодня либо умирают, либо стали полностью самостоятельными и фактически превратились в серьезного конкурента материнским предприятиям.

Чаще малые предприятия, оставаясь на орбите крупного, вместе с ним медленно агонизируют. Все это сформировало негативное или выжидательное отношение к какому бы то ни было взаимодействию с малым бизнесом.

Здесь нужно иметь ввиду ряд обстоятельств. Во-первых, низкая конкурентоспособность среды приводит к тому, что если транспортный или ремонтный цех выделятся в отдельное предприятие, оно становится фактически монополистом на инфернальном рынке и несколько месяцев спустя материнское предприятие начинает получать от малого такие прейскуранты, от которых разводят руками. И ничего не поделаешь – других фирм, которым можно передать заказы, в регионе попросту нет. Обжегшись на таких случаях, крупное предприятие стремится сохранить такие цены внутри своей структуры, применяя при регулировании потоков и ресурсов расчетные цены. И как только такой цех выходит в самостоятельное плавание, то тут же во взаиморасчетах возникает разрез. Этих двух фактов хватает, чтобы загубить все взаимодействие на корню.

Выяснилось, что и малые предприятия не в восторге от сотрудничества. Во-первых, все отмечают забюрократизированность самого процесса принятия решения на крупных предприятиях. Во-вторых, формирование таких устойчивых корпорационных связей по этой цепочке передает на экономику малого предприятия воздействие неблагоприятного финансового положения крупного предприятия. Например, когда крупное предприятие размещает заказ и не может расплатиться. Вообще малые предприятия стараются иметь долю крупных предприятий в своих договорах возможно более низкой, потому что если крупное предприятие упадет на колени, то малое – ляжет ничком.

Стимулировать кооперацию можно только путем разумной промышленной политики и стимулирования развития малого предпринимательства самого по себе. Будет здоровый малый бизнес, поднимется немного крупная промышленность, – и эти кооперационные связи возникнут сами собой. Тогда, очевидно, можно будет уже ставить вопрос о том, что или мы нуждаемся в развитии определенных отраслей, то надо будет уже говорить о стыковке малого и крупного бизнеса в этой отрасли и в этом комплексе. Искусственно такие конструкции создавать нельзя.

**Глава II. Современные проблемы развития малого бизнеса в России и пути их решения**

**§ 1 Итоги развития и состояние малого бизнеса на данном этапе.\***

\*-(все данные, приведенные в этой главе, являются предварительными итогами, установленными Госкомстатом России)

Как показало время, малое предпринимательство постепенно (хотя и не настолько быстро, как предполагалось) начинает занимать определенное место в хозяйстве страны.

Незначительный спад числа малых предприятий на территории РФ, наблюдаемый в 1996-1997 гг., в 1998 г. практически прекратился. По состоянию на 1 января 1999 г. в России действовало 868 тыс. малых предприятий (по сравнению с их количеством на 1 января 1998 г. прирост составил лишь 6,9 тыс. малых предприятий, или 0,8%).

Вместе с тем следует отметить стабильный рост числа предприятий в таких отраслях, как здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение (на 39,8% - в 1997 г., на 12,1% - в 1998 г.), операции с недвижимым имуществом (на 19,9% и на 26,8% соответственно), торговля и общественное питание (на 3,8% и на 3,6%). Продолжало сокращаться число малых предприятий, работающих в отрасли "наука и научное обслуживание" (на 6,2% и на 11,4%).

Отраслевая структура малого бизнеса постепенно меняется в сторону увеличения доли предприятий торговли и общественного питания и уменьшения доли строительных организаций, предприятий, занимающихся общей коммерческой деятельностью по обеспечению функционирования рынка, наукой и научным обслуживанием.

О динамике изменения количества малых предприятий и их отраслевой структуры за последние годы свидетельствуют данные Госкомстата России, приведенные в таблице 1.

Таблица 1

(тыс. ед. на конец года

в % к общему числу МП)

**Распределение числа малых предприятий РФ по отраслям экономики в 1996 - 1999гг.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Предприятия | 1.01.96 г. | 1.01.97 г. | 1.01.98 г. | 1.01.99 г. |
| Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % |
| Всего | 877,3 | 100,0 | 828,0 | 100,0 | 861,1 | 100,0 | 868,0 | 100,0 |
| В том числе: |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Промышленные | 128,5 | 14,65 | 129,3 | 15,62 | 135,2 | 15,7 | 136,1 | 15,7 |
| Строительные | 145,5 | 16,58 | 137,0 | 16,54 | 136,1 | 15,8 | 137,5 | 15,8 |
| Торговли и общепита | 374,6 | 42,70 | 353,1 | 42,65 | 386,3 | 44,5 | 386,1 | 44,5 |
| Коммерческие | 42,4 | 4,83 | 35,0 | 4,23 | 34,4 | 4,0 | 35,2 | 4,0 |
| Науки и научного обслуживания | 48,8 | 5,56 | 46,0 | 5,55 | 38,74 | 4,5 | 38,8 | 4,5 |

Малый бизнес ориентируется, прежде всего, на потребности местного рынка, объем и структуру локального спроса, поэтому именно он должен стать основным фактором оптимизации структуры региональной экономики. Структура распределения малых предприятий по экономическим районам России на конец 1998 г. представлена в таблице 2.

Таблица 2

**Распределение числа малых предприятий по территории России на конец 1998 г.**

|  |  |
| --- | --- |
| Экономические районы | Количество предприятий |
| Тыс. ед. | %, к общему числу |
| Российская Федерация | 868,0 | 100,0 |
| Северный | 20,7 | 2,4 |
| Северо-западный | 129,3 | 14,8 |
| В том числе г. Санкт-Петербург | 111,8 | 12,9 |
| Центральный | 266,1 | 30,7 |
| В том числе г. Москва | 175,2 | 20,2 |
| Волго-вятский | 27,2 | 3,1 |
| Центрально-чернозёмный | 26,2 | 3,02 |
| Поволжский | 78,0 | 8,9 |
| Северо-Кавказский | 79,4 | 9,1 |
| Уральский | 85,5 | 9,8 |
| Западно-Сибирский | 75,8 | 8,7 |
| Восточно-Сибирский | 35,5 | 4,1 |
| Дальневосточный | 35,1 | 4,0 |
| Калининградская область | 9,2 | 1,1 |

По состоянию на 1 января 1998 г. треть от общего количества малых предприятий концентрировалась в двух городах - Москве (20,2% от общего числа) и Санкт-Петербурге (12,9%). По другим регионам малые предприятия наиболее широко представлены в Московской (4,1%), Ростовской (3,1%) и Свердловской (3,0%) областях.

В 1998 г. продолжало возрастать число малых предприятий в Северо-Западном (на 13,3% - в 1997 г., на 9,1% - 1998 г.) и Уральском (на 9,5% и на 4,5% соответственно) районах. Сокращалось количество малых предприятий в Восточно-Сибирском (на 16,8% и на 3,9%) и Дальне-Восточном (на 8,9% и на 1,9%) районах.

Анализируя таблицу 2 можно заметить, что распределение малых предприятий по экономическим районам очень неравномерно. Например, свыше четверти малых предприятий промышленного профиля сосредоточено в Центральном районе, в котором наблюдается также наибольшая концентрация малых строительных предприятий, половина которых находится в Москве. Безусловно, существуют объективные предпосылки для такой концентрации малых предприятий в этом районе, но все же эффективность функционирования малого предпринимательства в целом по стране должна определяться с учетом не только центральных, но и периферийных районов.

Количество малых предприятий на 1000 человек постоянного населения не изменилось и составило в среднем шесть предприятий. Среднероссийский уровень превышен в Москве (21 предприятия на 1000 человек), Санкт-Петербурге (24), Магаданской (9), Ленинградской, Самарской, Новосибирской и Сахалинской областях (по 7 предприятий).

Предприятия, указанные в таблицах, официально зарегистрированы. Однако, как показывает практика, количество действующих и регулярно представляющих статистическую отчетность предприятий несколько меньше. Поэтому более реальны финансово-экономические показатели малых предприятий, отражающие конечный результат их деятельности.

Доля работников малых предприятий в общей численности занятых (без совместителей и работающих по договорам гражданско-правового характера) на предприятии и в организациях всех отраслей экономики России составила 12,1% (в 1997 г. - 12,5%). А в таких отраслях, как общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка она составила 88,4% (85,4%), операции с недвижимым имуществом - 56,1% (78,8%), информационно-вычислительное обслуживание - 43,5% (50,8%), строительство - 36,3% (36,8%).

По сравнению с предыдущим годом среднесписочная численность работников всех малых предприятий в 1998 г. уменьшилась на 4,7%. Распределение среднесписочной численности работников малых предприятий по отраслям экономики характеризуется данными, представленными в таблице 3.

Таблица 3

**Распределение среднесписочной численности работников малых предприятий РФ по отраслям экономики в 1998 г.**

|  |  |
| --- | --- |
|  | 1998 г. |
| Тыс. человек | В % к итогу | В % К 1997 |
| Всего | 6207,8 | 100,0 | 95,3 |
| Промышленность | 1357,6 | 21,9 | 90,8 |
| Сельское хозяйство | 138,7 | 2,2 | 87,7 |
| Транспорт | 177,3 | 2,9 | 81,4 |
| Строительство | 1344,9 | 21,7 | 85,7 |
| Торговля и общественное питание | 2202,9 | 35,5 | 106,6 |
| Общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка | 193,6 | 3,1 | 118,8 |

Окончание таблицы 3

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Жилищно-коммунальное хозяйство, непроизводственные виды бытового обслуживания населения | 92,3 | 1,5 | 76,5 |
| Наука и научное обслуживание | 146,3 | 2,4 | 83,9 |

В 1998 г. среднемесячная заработная плата всех категорий работников малых предприятий составляла 816,5 рубля (по крупным и средним предприятиям - 1100,7 рубля). Следует отметить также, что общим для всех экономических районов является значительный рост среднемесячной оплаты труда работающих по сравнению с ростом их численности. Поэтому, говорить о решении проблемы занятости в стране ещё рано, так как основная часть работающих в народном хозяйстве занята на уже действующих предприятиях.

В 1998 г. малыми предприятиями было произведено продукции, работ, услуг по всем видам деятельности на 261,9 млрд. рублей, это по оценке, составило около 7% выпуска продукции, работ и услуг всех отраслей экономики России, занимающихся производством товаров и оказывающих рыночные услуги. Обьём произведенной малыми предприятиями продукции в фактических ценах уменьшился по сравнению с 1997 г. на 13,6%.

По основному виду деятельности предприятий было произведено продукции, работ, услуг на 231,8 млрд. рублей, три четверти этого объема приходиться на валовой доход предприятий торговли и общественного питания (26,1%), выпуск промышленной продукции (24,2%) и объем произведенных строительных работ (26,1%).

Инвестиции малых предприятий в основной капитал в 1998 г. составили 22,5 млрд. рублей, или 5,6% всех инвестиций на развитие экономики и социальной сферы России. По сравнению с 1997 г. в сопоставимых ценах они уменьшились на 3,5%. В 1998г. произошли изменения в отраслевой структуре инвестиций



малых предприятий в основной капитал. Если в 1997 г. преобладали инвестиции по отрасли "строительство" (40,9%), то в 1998 г. - по отрасли "торговля и общественное питание" (38,2%).

Распределение инвестиций отображено в ниже представленной диаграмме.

Рис.1.

В большинстве экономических районов имеет место несоответствие долей объемов прибыли и платежей. Действие указанных факторов снижает объем поступлений в доходную часть бюджетов всех уровней.

**§ 2 Проблемы малого бизнеса**

Многие характерные особенности становления малого предпринимательства в России напрямую связаны с основными проблемами, мешающими развитию нормальных рыночных отношений и частного предпринимательства в целом. Для оценки уровня значимости этих проблем можно использовать данные социологических опросов (таблица 4).

Таблица 4

**Основные проблемы частного предпринимательства в России**

|  |  |
| --- | --- |
| Порядок значимости по мере упоминания | Основные проблемы |
| 1 | Налоги |
| 2 | Законодательство |
| 3 | Инфляция |
| 4 | Экономическая ситуация в целом |
| 5 | Поставки, дефицит |
| 6 | Трудности получения и высокая ставка за кредит |
| 7 | Неплатежеспособность партнёров, клиентов |
| 8 | Несовершенство банковской системы |
| 9 | Политическая ситуация |
| 10 | Бюрократия |
| 11 | Действия правительства, властей, ЦБ; коррупция, взятки |
| 12 | Трудности с арендой, недостаток площадей, офисов |
| 13 | Недостаток информации, культуры, опыта |
| 14 | Кадровые проблемы |
| 15 | Рэкет |
| 16 | Отрицательное отношение к предпринимателям |

Августовский кризис в России показал, что в нашей стране средний класс, класс собственников, существует как реальность. И наша беда, что мы поняли это такой ценой.

Наличие прослойки, пусть очень маленькой, собственников-предпринимателей обозначило и их проблемы. Так в Резолюции I Всероссийского съезда предпринимателей малых предприятий были выделены следующие проблемы:

* Медленно идет процесс создания инфраструктуры малого бизнеса;
* Низкими темпами происходит увеличение числа малых предприятий, особенно в производственной сфере;
* Не во многих регионах разработаны и приняты органами власти нормативные акты, региональные программы развития малого предпринимательства, а там где они приняты реализация их происходит далеко не в полной мере;
* Недостаточно налажено взаимодействие регионов, как в плане обмена информацией и опытом по развитию малого предпринимательства, так и в организации практического хозяйственного взаимодействия предпринимателей различных регионов между собой.

На состоявшейся, в рамках Всероссийского экономического форума, научно-практической конференции, Президент Российской ассоциации развития малых предприятий Александр Иоффе отметил, что властям нужны очень простые инструменты – ум, воля, совесть. “Ни Министерство антимонопольной политики и развития предпринимательства, ни Фонд поддержки, ни другие надстроечные структуры не смогут радикально изменить положение, если по-прежнему идеи совершенствования правового поля малого бизнеса будут звучать только на словах. Малый бизнес, - заявил А.Иоффе, - есть только тогда, когда его много, и только в этом случае он становится действенной силой экономики, важным социальным инструментом. Этого не будет пока, государство не скажет, что поддержка экономической инициативы граждан является важнейшим приоритетом. Лишь после этого будут возможны диалог бизнеса и власти, и обратная связь. И тогда удастся разобраться с налогами и административными барьерами”.

Резко высказался по поводу чиновнических методов управления малым бизнесом председатель Российского профсоюза работников малого и среднего бизнеса Александр Попов:

- Жирующие чины власти, сказал он, придумывают ежегодное лицензирование, причем, на второй год могут и не дать работать. А это значит, что предприятие, заключившее договора, оказываются не в состоянии их выполнить, и попадает в отношения, связанные с расправой. На самом деле, эти препятствия создаются ради поборов.

Малый бизнес совершенно лишен и социальной защиты. Фонд социального развития, - считает А.Попов, - вследствие применяемой системы транзитных счетов, не дает возможности малым предприятиям использовать перечисляемые ими средства для оплаты лечения, отдыха. Материальной поддержки персонала.

О вреде некомпетентности в бизнесе говорил проректор академии менеджмента и рынка Вениамин Каганов. "Чтобы принимались правильные решения чиновниками всех уровней, - считает В. Каганов, - их нужно вовлечь в систему обучения, может быть, даже восстановив прежнюю систему повышения квалификации. Сейчас все некомпетентны в бизнесе: и предприниматели, и налоговые инспекторы, и работники правовых органов. Должно стать правилом, что чиновники проходят подготовку для работы в поле предпринимательства".

Если затронуть проблему финансирования, то до октября 1995 года проблемой финансирования малого бизнеса никто официально не занимался. Многие банки, не проявляя особого желания вкладывать инвестиции в малые предприятия, объясняют это тем, что количество затрачиваемого времени и усилий на оформление кредита размером 100 тыс.долл. и 10 млн.долл. одинаково, а получаемый доход разнится во много раз. Кстати, здесь наши проблемы не отличаются от западных, и там финансовые структуры неохотно занимаются этим родом деятельности.

Большинство кредитных организаций, имеющих связи с малым бизнесом, находятся в регионах и не имеют достаточного оборотного капитала. В первую очередь кредиты получают те производства, продукция которых пользуется наибольшим спросом: переработка продуктов питания, деревообработка, разлив напитков, складские и транспортные услуги, легкая промышленность. И очень немногие занимаются финансированием инновационного бизнеса – новых наукоемких технологий, которые определяют будущее технологического прогресса.

Перейдем от общих проблем к более частным, которые непосредственно затрагивают предпринимателей и являются причиной развала предприятия.

Многие малые предприятия угасают уже в самом начале своей деятельности. Например, из 600 тысяч новых предприятий, ежегодно возникающих в США, только половина дотягивает до 18 месяцев и только одно из пяти доживает до 10 лет.

Возможно, главной причиной является легкость создания предприятия. Но ведь свобода выбора означает не только свободу успеха, но и свободу неудач.

Сами же руководители малых предприятий выделяют следующие причины:

44% опрошенных главной причиной называют некомпетентность;

17% - отсутствие управленческого опыта;

16% - несбалансированный опыт: недостаток опыта в маркетинге, финансах, снабжении и производстве;

15% - отсутствие опыта работы в отрасли;

1% - небрежность в ведении дел;

1% - мошенничество или бедствие;

6% - иные причины, с которыми сталкиваются руководители малых фирм.

Стоит также отметить, что лишь 20% руководителей предприятий имеют соответствующее образование.

Конечно, основной проблемой из всех выше названных является проблема, главным образом представляющая отношения малого бизнеса и государства.

**Глава III Государственная поддержка малого бизнеса**

**§ 1 Государственная поддержка малого бизнеса.**

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

* Производство и переработка сельскохозяйственной продукции;
* Производство продовольственных, промышленных товаров, товаров народного потребления;
* Лекарственных препаратов и медицинской техники;
* Оказание производственных, коммунальных и бытовых услуг;
* Строительство объектов жилищного, производственного и социального назначения.

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

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

Следует заметить, что государственные органы власти в Удмуртской Республике предусматривают резервирование для субъектов малого предпринимательства определенной доли заказов на производство и поставку отдельных видов продукции и товаров (услуг) для государственных нужд (не менее 15% от общего объема поставок).

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

Особая система государственной поддержки существует для предприятий, занимающихся научно-исследовательскими работами. Главное место в этой системе занимают финансовая помощь и информационное обеспечение исследовательских работ

В нашей республике система государственной поддержки отражена в Законе “О государственной поддержке и развитии малого предпринимательства в Удмуртской Республике”. Данная программа включает в себя следующие положения:

* Меры по формированию инфраструктуры и поддержке малого предпринимательства на республиканском и территориальном уровнях;
* Меры по вовлечению в предпринимательскую деятельность социально незащищенных слоев населения;
* Предложения по установлению налоговых и иных льгот и выделению средств на поддержку малого производства, создающего новые рабочие места;
* Меры по передачи результатов научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ, а также инновационных программ;
* Меры по обеспечению передачи субъектам малого предпринимательства объектов незавершенного строительства и пустующих объектов, а равно нерентабельных и убыточных предприятий на льготных условиях.

Сейчас, при корректировании многими политическими партиями и движениями своих программ, в них можно заметить меняющееся отношение к малому бизнесу. Так из всех программ можно выделить главные общие идеи:

* Приоритетное развитие малого предпринимательства – не самоцель, а одно из основных условий экономического и социального возрождения России.
* Массовое широкомасштабное развитие малого предпринимательства позволит предоставить работу миллионам граждан, высвобождающихся из государственных и приватизированных предприятий. По оценкам И.Хакамады: около 50 млн. человек.
* Реализация мероприятий по обеспечению производственной и инновационной поддержки малых предприятий позволит создать значительное количество новых малых предприятий, до 12 млн. предприятий, и новых рабочих мест, прежде всего, для социально незащищенных слоев населения.
* Малое предприятие, играющее все большую роль в региональных социально-экономических процессах, учитывает своеобразие каждого региона, формирует значительную долю доходной базы бюджета и является решающим фактором экономической стабилизации через создание местных потребительских рынков и новых рабочих мест.

Если не вдаваться в подробности, то сегодня выделяют четыре основных направления для решения проблем малого бизнеса. Первое – поменять психологию власти к малому бизнесу. Отойти от мнения, что малый бизнес не платит налоги и находится в серой экономике. Второе – реформирование и упрощение налогообложения. При сегодняшней системе, когда отнимается львиная доля дохода, предприятия вынуждены уклоняться от налогов.

В-третьих, сделать прозрачными и внести ясность в акты купли-продажи имущества. И, наконец, решить вопрос с землей, иначе аграрная Россия будет питаться импортом. Четвертое – стимулировать инвестиции населения, которое уже не доверяет ни банкам, ни государству, в малый бизнес. А это, по некоторым оценкам, заставить работать от 20 до 40 млрд. долл., хранящимся под подушками и матрасами.

Россия должна жить по принципу, что государство обслуживает потребности и запросы общества, а не наоборот.

**Заключение**

В своей работе я постарался охарактеризовать малое предпринимательство в России в настоящее время, выделить особенности малого предпринимательства и обозначить основные и наиболее острые его проблемы.

Отметив необходимость разделения фирм на крупные, средние и мелкие, я выяснил, что основным критерием разделения предприятий является количество работающих на данном предприятии, которое зависит от отрасли, которой принадлежит предприятие.

Необходимо отметить, что малый бизнес в России уже имеет довольно широкую правовую основу, но она недостаточна. Проблема состоит в том, что она однобока и принятые правовые аспекты не реализуются, что делает абсурдным принятие каких-либо новых нормативно-правовых актов.

Что же касается сферы деятельности, то малый бизнес имеет свою нишу в экономике, которая обеспечивает наиболее эффективную отдачу от работы, как с целыми предприятиями-гигантами, так и с отдельным человеком. Данная позиция обусловлена особенностями и функциями малого предприятия.

Особенности малых фирм, в первую очередь, определяются их размером. Отсюда вытекает и особая роль руководителя, и небольшой рынок сбыта, и исключительная гибкость в предоставлении товаров и услуг и высокая доля оборотного капитала и многие другие черты, присущие только субъектам малого бизнеса.

Исходя из особенностей определяют и функции: экономическая, характеризуется очень высоким процентом в общем количестве предприятий и в ВВП, а также инновационной деятельностью; социальная, функция, позволяющая раскрыть индивидуальные черты человека, более полно реализовать себя как личность и сгладить социальные конфликты; экологическая, особенно актуальна в наши дни, когда всеобщая экологическая катастрофа, позволяет более рационально использовать ресурсы и использовать в производстве отходы.

Говоря о малом бизнесе надо сказать, что он наиболее эффективен лишь при взаимодействии с крупными предприятиями и наоборот. Это единое целое, из которого нельзя исключать отдельные части.

Я выяснила, что на данном этапе развития малого бизнеса в качестве основных проблем выделяют: бюрократизм и коррупцию, которые поразили всю Россию; развитие среди субъектов малого бизнеса в основном торгово-посреднических фирм; неравномерность и непредсказуемость развития всей экономики, как в территориальном плане, так и во временном; недостаточность и недоработанность правовой базы, которая является однобокой. Негативное отношение к малому предпринимательству государства и общества, также является очень серьезной проблемой, хотя в последние годы отношение меняется. Это связано с тем, что даже в данных условиях малый бизнес оказывает положительное влияние на экономику. Если затронуть проблему финансирования, то ее разрешение находится на нулевой стадии. И как следствие - очень высокая криминализация малого бизнеса.

Говоря о взаимоотношениях малого бизнеса и государства, можно заметить, что здесь происходит монолог со стороны государства, которое не хочет услышать малый бизнес и вывести взаимоотношения на более качественно высокий уровень. Но будем надеяться, что ситуация измениться.

Подводя итог, можно сказать, что малый бизнес в России - уже реальность, от его развития, от отношения общества и государства к этой сфере экономики зависит и развитие всей России в целом.

**Литература**

1. Бабаева Л.Б. Малый бизнес в России. – М., 1993, стр.80
2. Горфинкель В.Я., Швандар В.А. Экономика предприятия. - М., "Банки и биржи", 1998 , стр. 742
3. Дороженко С.В. Малое предпринимательство: Развитие в условиях старопромышленного района. – Екатеринбург, 1994, стр. 25
4. Закон Удмуртской Республики “О государственной поддержке и развитии малого предпринимательства в Удмуртской Республике”. // Человек и труд, 1997 № 1
5. Иванова М. Малый инновационный бизнес в странах с развитой рыночной экономикой. // Российский экономический журнал, 1995, № 12
6. Индивидуальная предпринимательская деятельность. Справочное пособие. – М., 1992, стр. 234
7. Краева Н.М., Минеев В.Н. Социально-экономические особенности российского предпринимательства. // Общество и экономика, 1996, № 9-10
8. Кротова Е.Л. Малый бизнес в условиях формирования рынка рекреационных услуг. – Екатеринбург, 1993, стр.20
9. Малое предпринимательство (нормативные документы, комментарий, информационные материалы по финансово-кредитной поддержке). – М., 1994, стр.87
10. Малый бизнес: методика и результаты анализа.//Вопросы статистики,8/1999
11. Малый бизнес в России: оценка ситуации.// Общество и экономика, 11-12/1996,
12. Матвеев В.В. Особенности предпринимательства в сфере коммерции, - Ижевск, 1996, стр.320
13. Мягков П.А. Малые предприятия, - М., 1992, стр.156
14. Наумов Л.А. Основы предпринимательской деятельности, - Чебоксары, 1993
15. Радаев В. Малый бизнес и проблемы деловой этики: надежды и реальность. // Вопросы экономики, 1996, № 7
16. Рекомендации секции “Малый бизнес и занятость”. Ресурсный центр МП’98 (http: IIWWW.resme.rvi).
17. Ровенский Ю.А. Эволюция малого предпринимательства в России.// Социально-политический журнал, 1996, № 2
18. Романюк В. Малый бизнес и большая промышленность должны взаимодействовать.// Бизнес для всех, 1998 № 6
19. РФ – Малый – Бизнес – Проблемы – Круглый – Стол.// Интерфакт - АиФ, 1998, № 37
20. Сальникова В. Этот бесхозный малый бизнес. (http // jile: A: FORUM2.НТМ)
21. Сирополис Н.К. Управление малым бизнесом. М., 1997, стр.673
22. Чепуренко А. Проблема финансирования в российском малом бизнесе.// Вопросы экономики, 7/1996
23. Шулус А. Субъекты малого предпринимательства и система его государственной поддержки.// Российский экономический журнал, 5-6/1997