

**Л.С. Мурыгина**

**Теория малого  
предпринимательства в  
условиях рыночной экономики**

**Монография**

**Челябинск, 2018**

УДК 33.04

ББК 65.012.1

М 91

Мурыгина, Л.С. Теория малого предпринимательства в условиях рыночной экономики [Текст] : монография / Л.С. Мурыгина. – Челябинск : Изд-во ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2018. – 212 с.

ISBN 978-5-93162-126-5

В данной монографии проведен теоретико-методологический анализ различных концепций предпринимательства; представлен генезис развития предпринимательства; раскрыто состояние научной разработанности данной темы; систематизированы виды предпринимательской деятельности; обобщены основные характеристики предпринимателя; выявлены динамика и актуальные проблемы развития малого предпринимательства в российской экономике; предложена методика комплексной оценки состояния и развития малого предпринимательства, его потенциала, конкурентных преимуществ и эффективности.

**ISBN**

*Рецензенты:*

В.С. Антонюк, - д-р экон. наук, профессор ЮУрГУ

П.Г. Рябчук, - канд. экон. наук, доцент ЮУрГГПУ

© Мурыгина Л.С., 2018

## Оглавление

<b>Введение</b> .....	3
<b>ГЛАВА 1. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ОСОБЫЙ ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>	
1.1. Теоретические основы исследования предпринимательства.....	8
1.2. Трансформация характеристики предпринимательства в условиях постиндустриального общества.....	29
1.3. Предпринимательство как экономический феномен .....	46
1.4. Критерии выделения малого предпринимательства в предпринимательском секторе.....	67
<b>ГЛАВА 2. ЗНАЧЕНИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ</b>	
2.1. Роль малого предпринимательства в развитии экономики .....	92
2.2. Малое инновационное предпринимательство как фактор устойчивого роста экономики .....	119
2.3. Региональные особенности развития малого инновационного предпринимательства.....	134
2.4. Оценка эффективности малого предпринимательства на региональном уровне .....	146
<b>Заключение</b> .....	166
<b>Библиография</b> .....	171
<b>Приложения</b> .....	184

## Введение

Данная монография расширяет научные представления о содержании предпринимательства и его важной формы – малого бизнеса, его природе и эволюции, состоянии и развитии, значении и месте в рыночном сегменте. Так же популяризирует роль малого и среднего бизнеса в современной экономической системе.

В современной экономике России малое предпринимательство не выполняет всех тех функций, которые характерны для него в странах с развитой рыночной экономикой. Как показывает мировая практика, малое предпринимательство имеет значительный вес в экономике и роль данного сектора с каждым годом растет. Так, в развитых странах на долю малого бизнеса приходится не менее 50% ВВП, в малом бизнесе сосредоточено более 50% занятых, доля числа малых и средних предприятий в общем количестве предприятий составляет свыше 95%. Современные масштабы развития малого предпринимательства и его доля в экономике России остаются весьма скромными по сравнению с развитыми странами. Малое предпринимательство не получило в России должного развития, темпы его роста за последние десять лет остаются неизменными – 2-3% в год, что может вызвать стагнацию данного сектора. В российской экономике в должной степени не реализуется потенциал малого предпринимательства. Причины этого явления недостаточно изучены в научных кругах, что требует теоретического исследования.

Понимание роли малого предпринимательства требует четкого представления о том, какое место оно занимает в экономике страны, какой его потенциал развития. На современном этапе актуальным становится вопрос международного сопоставления состояния и развития малого предпринимательства, что на данный момент является проблематичным.

Необходимо привести критерии отнесения предпринимательства к малому и среднему в соответствии с международными стандартами.

Развитие малого предпринимательства и повышение его эффективности в современных условиях приобретает все большее значение. Малое предпринимательство, как показывает мировая практика, является важным фактором стабилизации экономики. Создание благоприятных условий для ускоренного развития малого предпринимательства, поддержка его как со стороны общественности, так и государства позволит ему динамично развиваться. В связи с этим, практическую значимость для экономики приобретает эффективная деятельность малых предприятий. Поэтому представляется необходимым проанализировать состояние и тенденции развития малых предприятий на национальном и региональном уровнях, определить возможности и конкурентные преимущества данного сектора.

В монографии разработаны теоретические основы малого предпринимательства, оценки его эффективности, выявлении проблем, препятствующих его развитию и выработке основных направлений дальнейшего развития.

В монографии уточнено содержание понятия «предпринимательство» на основе теоретического анализа различных концепций, которое, в отличие от существующих трактовок подчеркивает его динамичный, инновационный и творческо-поисковый характер, способный стимулировать экономический рост. Предпринимательство как сложное явление раскрыто в его многогранном проявлении, которое позволяет его характеризовать не только как особый вид хозяйственной деятельности, но и как специфический фактор производства, динамичный процесс, инновационный вид деятельности.

В данной научной работе на основе социологического исследования раскрыты основные социально значимые характеристики предпринимателя, его мотивация, обобщены личностные качества предпринимателя и предложена их классификация; разработана модель современного

предпринимательства на основе новых духовно-нравственных принципов; определены место и роль предпринимательства в системе факторов производства и системе экономических отношений, где по-новому показан процесс взаимосвязи всех факторов производства и показана особая роль предпринимателя в эффективном использовании всех экономических ресурсов. Установлены субъекты, объекты предпринимательской деятельности на основе анализа нормативных документов и различных концепций.

Кроме этого, дополнена и расширена классификация предпринимательства на основе систематизации различных видов предпринимательской деятельности, которая позволяет более точно, по сравнению с существующими классификациями, отразить сущность предпринимательства; установлены количественные и качественные критерии выделения малого и среднего предпринимательства, на основе которых уточнены определения данных категорий, даны их характерные особенности. Предложена классификация малых предприятий по различным признакам, сгруппированным по уровню значимости, что явилось новым подходом к анализу данных субъектов.

Так же в монографии выявлены состояние и динамика развития малого предпринимательства на основе анализа статистических данных и определены проблемы, препятствующие развитию данного сектора на основе проведенного социологического опроса. Разработана методика комплексной оценки состояния и развития малого предпринимательства, его эффективности и потенциала применительно к национальному, региональному и отраслевому уровням. На основе ряда показателей, характеризующих развитие и состояние малого предпринимательства, выведен комплексный индекс развития данного сектора применительно к национальному и региональному уровням. Предложена система показателей для оценки экономической эффективности деятельности малых предприятий. Дана методика определения конкурентных преимуществ малых предприятий

по отраслям экономики применительно к региональному уровню. Предложены рекомендации по дальнейшему развитию малого предпринимательства в рамках выделения приоритетных направлений и мероприятий, а также основных форм его государственной поддержки, которые могут быть внедрены в практику.

# **Глава 1. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ОСОБЫЙ ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

## **1.1. Теоретические основы исследования предпринимательства**

Важнейшей предпосылкой развития экономики является совершенствование предпринимательства как особого вида хозяйственной деятельности. Российское общество все более осознает, что предпринимательство является одним из важнейших факторов развития национальной экономики. Более того, предпринимательство является предпосылкой инновационного типа экономического роста, который базируется на предпринимательской инициативе в сфере научно-технической и организационно-экономической деятельности.

Без развитого, цивилизованного предпринимательства, которое направлено на рациональное природопользование, учет интересов социального равенства, служение обществу, инновации, эффективное использование всех факторов производства, России не встать на путь устойчивого экономического развития, не войти в мировую экономику в качестве равного субъекта международных отношений.

Предпринимательство, концентрируя в себе наиболее характерные свойства рыночных отношений, выступает движущей силой жизнедеятельности и развития рыночной экономики. Содействуя росту общественного благосостояния, создавая условия для реализации экономических интересов, способностей, талантов людей, предпринимательство способствует также национальному единению, возрождению национального самосознания.

Предпринимательство, будучи явлением чрезвычайно богатым по содержанию и многосторонним, заслуженно привлекает внимание ряда различных научных направлений. Мировая экономическая мысль на протяжении продолжительного времени активно занималась и теорией, и



практикой предпринимательства. Изучение проблемы развития и сущности предпринимательства в России возродилось в 90-х гг. XX в., к сожалению, в советский период ни теоретики, ни практики не уделяли должного внимания к данной теме. Понятие «предпринимательство» не найти в Советском энциклопедическом словаре. Советские обществоведы рассматривали предпринимательство как сугубо классовое явление. В толковом словаре русского языка С.И. Ожегова предприниматель соответствует понятию капиталист, а предприимчивый человек – дельцу [78, С.502]. В старинном словаре русского языка В.И. Даля (1866г.) мы находим, что «предпринимать – значит затевать, решаться исполнить какое-либо новое дело, приступать к совершению чего-либо значительного», а сам предприниматель- человек, «склонный, способный к предприятиям, крупным оборотам, смелый, решительный, отважный на дела этого рода» [116, С.388].

На сегодняшний день еще не сложилась общепринятая экономическая теория отечественного предпринимательства, хотя потребность в такой теории давно уже стала весьма насущной. С развитием рыночной экономики роль предпринимательства усиливается и это привлекает отечественных исследователей, в работах которых рассматриваются те или иные аспекты предпринимательства. Хотелось бы подчеркнуть вклад в развитие отечественной теории предпринимательства таких ученых, как Л.И. Абалкин, О.А. Платонов, А.И. Агеев, А.В. Бусыгин, В.Я. Горфинкель, В.В. Радаев, Ю.М. Осипов и др. Многочисленная научная литература в этой области создает теоретическую базу для принятия конкретных решений практической направленности. Вместе с тем, ряд проблем функционирования и совершенствования предпринимательства является недостаточно разработанным, в частности, это относится к вопросам развития малого предпринимательства в постиндустриальной экономике. В научной литературе нет однозначного определения сущности предпринимательства, что объясняется многогранностью проявления этого понятия. Кроме этого, стоит отметить недостаточность широты охвата современных отечественных

и зарубежных исследований, разработок по определению экономической специфики предпринимательства и его воздействия на экономику в целом.

На наш взгляд, многообразие определений предпринимательства имеет положительное значение, т.к. позволяет выявить различные формы проявления и функционирования изучаемого явления, отражает степень его изученности, показывает наличие множественности подходов к поиску его сути. Кроме этого, разномыслие в толковании содержания термина «предпринимательство» свидетельствует не только о неоднозначности экономической, социальной, финансовой роли предпринимательской деятельности в рыночной экономике, но и об открытости предпринимательства как системы хозяйствования.

Экономические реалии XXI в. со сложнейшими внутривладельческими и межгосударственными отношениями значительно усложнили практику предпринимательства. В его развитии возникли новые закономерности, что требует постоянного углубления и совершенствования соответствующей теории. Сегодня остро стоит проблема теоретического осмысления сущности предпринимательства и его методологического обеспечения.

Предпринимательство – это сложное социально-экономическое явление, связанное тысячами нитей с различными сферами общества – экономической, политической, социальной, культурной, правовой и др. Представления о предпринимательстве складывались в течение длительного времени и изменялись в зависимости от уровня развития производительных сил, отношений собственности, степени развития производственных отношений, форм научно-технического прогресса, развития рыночных отношений и т.п. Таким образом, понятие «предпринимательство» постепенно изменялось по мере развития экономической жизни общества, приобретая новые современные черты.

В экономической теории понятия «предпринимательство» и «предприниматель» (англ., фр. – entrepreneur) появились в XVIII веке, в эпоху капитализма. Учеными экономистами эпохи капитализма дается

первое систематическое, научное описание этих категорий. Так, родоначальником научного понятия «предпринимательство» явился английский экономист Р. Кантильон (1680 –1730), который в своей работе «Опыт о природе торговли вообще» (1725) рассмотрел предпринимательство как особый вид деятельности, связанный с элементами риска. Согласно Р. Кантильону, предприниматель есть особый субъект, наделенный способностями предвидеть, рисковать, брать на себя всю полноту ответственности за принимаемые решения [46, С.26]. В целом, концепция риска по Р. Кантильону сводилась к тому, что предпринимательский доход является платой за риск [138, С.270].

Важно отметить, что нельзя отождествлять время появления в научном обороте термина «предпринимательство» со временем его возникновения как вида хозяйственной деятельности. Предпринимательство имеет давнюю историю и первоначально оно выступало в многообразных формах, и отношение к нему на разных этапах развития было различным. Так, в античные и средневековые времена предпринимательство сводилось к деятельности торговца, купца, ремесленника, ростовщика и даже самозабвенного искателя несметных богатств. Характерно, что Р. Кантильон включал в их число, в частности, бродяг и разбойников. Все эти фигуры трудно отнести к предпринимательскому типу с современной точки зрения. Древнегреческий философ Аристотель (384-322 гг. до н.э.) умение наживать состояние называл искусством. По его мнению, нажить состояние можно за счет торговли, дачи денег в рост, захвата какой-либо монополии. Аристотель сумел заглянуть на пару тысячелетий вперед [122, С.12].

Отношение к предпринимательской деятельности в доиндустриальных цивилизациях было неодинаковым и вызывалось различными обстоятельствами. Но основными в то время, на наш взгляд, были, во-первых, господствующие формы собственности и хозяйствования, во-вторых, политическое и идеологическое устройство общества, в-третьих, религиозное толкование окружающего мира. Так, в христианском

средневековые деятельность купца, ростовщика оценивалась как «недостойное», «греховное» средство наживы и мошенничества. Такое отрицательное отношение восходит к Св. Хризостому, Ф. Аквинскому и др. В учебниках канонического права Gratians в XII в. утверждалось, что «купец лишь в малой степени угоден Богу или вовсе противен ему» [91, С.14]. Некоторым авторитетом в те времена пользовалась предпринимательская деятельность лиц, которые занимались организацией и руководством крупномасштабных строительных проектов. Это были, как правило, духовные лица, поскольку им обычно поручалось возведение замков, соборов и монастырей. Так, религия и власть сливались в общих интересах.

В доиндустриальных цивилизациях господствовала общинная или частная форма собственности и представляла собой или натуральное, или простое товарное производство. Предпринимательская деятельность в те времена только зарождалась, и ее вторжение в неизменный, привычный и размеренный ритм жизни обуславливало враждебное отношение к ней. Инициативная деятельность, направленная на изменение устоявшегося уклада, не могла восприниматься иначе.

На смену средневековому торговцу – вечному страннику, обладающему духом риска и авантюризма, приходит вполне оседлый человек, который уже обладает духом устойчивого развития и рационального использования возможностей рынка. По мере эволюции предпринимателя менялась и его социальная оценка. Силуэт современного предпринимателя вырисовывается уже в Новое время (XV-XVI вв.), с развитием экономических отношений. Появляется предприниматель, для которого древняя жажда богатства соединяется с самим делом, принимает форму стремления к прибыли на вкладываемый капитал как универсальной хозяйственной стратегии.

В связи с углублением товарного характера общественного хозяйства, особенно с переходом к индустриальной стадии производства, приоритетной сферой приложения предпринимательства становятся отрасли материального

производства. Усложнение деятельности повлекло за собой усложнение и предпринимательских функций. Со становлением индустриального типа производства, когда предприниматель стал применять инновации, рационально использовать ресурсы, общественное восприятие предпринимательства становится более адекватным. В исследованиях того времени появляется интерес к этому виду деятельности. Теоретики прошлого при рассмотрении предпринимательства первостепенное внимание уделяли прежде всего самому предпринимателю, тем самым персонифицируя в нем основные характеристики этой сферы деятельности.

Так, А. Смит (1723-1790) в своей работе «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776) охарактеризовал предпринимателя как собственника, идущего на экономический риск ради реализации какой-то коммерческой идеи и получения прибыли. Он сам планирует и организует производство, при этом предпринимательский доход является вознаграждением за его труд и риск. По мнению ученого, предприниматель большей частью является капиталистом, собственником капитала, вкладывающим этот капитал в собственное дело. А. Смит был сторонником развития конкуренции между предпринимателями и противником крупных монополий, полагая, что «потребление – единственный конец и единственная цель всякого производства» [107, С.36-37].

Значительный вклад в становлении теории предпринимательства внес французский ученый Ж.Б. Сэй (1762 –1832), который изложил свою точку зрения на сущность и функции предпринимательства в «Трактате политической экономии» (1803). Ж.Б. Сэй разработал теорию факторов производства (земля, труд, капитал) и уделил большое внимание предпринимательству, которое осуществляется посредством постоянного комбинирования этих факторов. При этом, предприниматель «перетаскивает» ресурсы из сферы низкой производительности и прибыльности в сферу, где они могут дать наибольший результат. Ж.Б. Сэй признавал активную роль предпринимателя, как лица, «которое берется за

свой счет и риск и в свою пользу произвести какой-нибудь продукт» [113, С.60-62]. При этом, ученый подчеркивает инновационный характер предпринимательства, связанный с необходимостью создания новых комбинаций факторов производства, поиска новых возможностей для достижения наилучших результатов.

По мере развития промышленного производства все более явственно проявляется различие между собственно предпринимателем и собственником капитала. Формируется система капиталов, общенациональная система железных дорог, появляются крупные корпорации. Этот процесс нашел отражение в экономических трудах К. Маркса (1818-1883), который разграничил капитал-собственность и капитал-функцию. Капитал-собственность, по Марксу, есть «титул собственности», «собственность на капитал вне процесса производства», а капитал-функция есть собственность в виде функционирующего капитала. Субъект, применяющий капитал, неизбежно распадается на «простого собственника капитала и лицо, применяющее капитал: сам его капитал ... распадается на капитал-собственность, капитал вне процесса производства, сам по себе приносящий процент, с одной стороны, и, с другой стороны, на капитал в процессе производства, который как капитал, совершающий процесс, приносит предпринимательский доход» [64, С.406-410]. В основу теории К. Маркса легло представление о предпринимателе как о капиталисте – эксплуататоре, приводящий к поляризации труда и капитала, бедности и богатства.

Значителен вклад в развитие теории предпринимательства немецких ученых М. Вебера (1864-1920) и В. Зомбарта (1863-1941), которые обращают внимание на исторические и социальные корни предпринимательства. Для М. Вебера капиталистическое предпринимательство есть воплощение рациональной организации свободного труда и использование возможностей предпринимательского духа. Этот новый предпринимательский дух имеет, по мнению ученого, религиозную основу, поскольку вырос из недр протестантизма. Религиозная этика способствовала, по мнению М. Вебера,

формированию особой хозяйственной этики. Хозяйственная деятельность для протестанта стала основной формой служения Богу. Успех, накопленное богатство рассматриваются как подтверждение богоизбранности, спасения верующего [28, С.61]. Поэтому, как показал М. Вебер, именно протестантизм дал предпринимательской деятельности высшие нравственные санкции. В прямой полемике с М. Вебером В. Зомбарт утверждает, что все основы предпринимательского духа были заложены католичеством, а протестантизм чуть ли не препятствовал его зарождению. Но наиболее глубокие корни развития предпринимательства уходят в иудаизм, где религия Талмуда - единственная среди мировых религий, никогда не содержала идеала бедности, а напротив, проповедовала идеал торговой свободы [42, С.6-18]. В. Зомбарт рассматривал личностные качества предпринимателя, в котором должны соединяться воедино качества завоевателя, организатора и торговца. Ученый выделил главную цель предпринимателя как стремление к процветанию, росту своего дела и подчиненную – рост прибыли, поскольку без него невозможно процветание [42, С.19].

Анализ воззрений ученых о предпринимательстве в XVIII – XIX вв. позволяет сделать вывод о том, что в них заложены фундаментальные положения о предпринимательстве и предпринимателе, которые не потеряли актуальности и сейчас. Следуя за классиками экономической теории, автор монографии обобщает главные характеристики предпринимательства и дает следующее определение сущности этого понятия. Предпринимательство – это особый вид хозяйственной деятельности, связанный с риском, неопределенностью и ответственностью, основанный на самостоятельности и рациональном комбинировании факторов производства, на постоянном поиске инноваций и имеющий главной целью – рост своего дела, и следствием этого – рост прибыли. Выводы из теорий классической экономической мысли имеют решающее значение для развития современного российского предпринимательства.

Новые экономические условия начала XX в. привели к тому, что с начала 30-х гг. на смену эпохе массового производства пришла эпоха сбыта, характеризующаяся быстрой диверсификацией продукции на базе активной борьбы за потребителя. Одной из важных причин капиталистических кризисов стала причина перепроизводства товаров. С необычайной остротой встал вопрос о необходимости изучения факторов, влияющих на рынок. Движение к использованию новых возможностей рынка было сложным и противоречивым. Именно в этот период страны с рыночной экономикой переживают « великую депрессию» 1929-1933 гг. Предпринимательство стало рассматриваться как важный фактор экономического роста. Изменения в экономике обусловили и изменение методов исследования хозяйственной жизни: на смену анализу статического состояния равновесия пришел динамический метод.

Идеологами предпринимательства на тот период явились выдающиеся ученые: Й. Шумпетер, А. Маршалл, Д. Кларк, Ф. Найт, Ф. Хайек, П. Друкер, Г. Форд, Д. Макклелланд и др.

Известный американский экономист австрийского происхождения Й. Шумпетер (1883-1950) в своих исследованиях исходил из связи предпринимательства с так называемой динамической неопределенностью. В 1911 г. впервые увидела свет его работа «Теория экономического развития», которая явилась основой учения о предпринимательстве как инновационной деятельности. Изучая закономерности общественного прогресса, Й. Шумпетер приходит к выводу, что движущей силой экономического развития является предприниматель как активный хозяйственный субъект, функция которого «заключается в создании и воплощении новых комбинаций факторов производства» [124, С.169-170]. Следствием новых комбинаций является нововведение, инновация. Инновация трактовалась Й. Шумпетером как внедрение в производство новых технологий и изобретений, использование разнообразных возможностей для выпуска новых товаров или прежних товаров, но новым методом, благодаря



открытию новых источников сырья и новых рынков сбыта готовой продукции. «Задача предпринимателей, - писал Й.Шумпетер, - реформировать и революционизировать производство... вплоть до создания новой отрасли промышленности» [124, С.186].

Современная инновационная деятельность не обязательно сводится лишь к поиску какого-то нового дела или возможности производства нового для рынка товара. Это может быть и новая схема комбинирования производственных факторов, которая подразумевает изменение и развитие организационных структур (создание нового предприятия, реорганизация старого, установление новых партнерских связей и т.д.), а также обновление производственной базы на новом научно-техническом уровне.

Феномен предпринимателя сводится к тому, что он является постоянным «возмутителем» общественного производства. Он не позволяет производству «топтаться» на месте, застаиваться. Предприниматель в такой ситуации призван «... делать не то, что делают другие», и «... делать не так, как делают другие», кроме этого, предприниматель ломает прежние формы производства, т.е. осуществляет «созидательное разрушение», являясь «революционером в экономике» [124, С.187]. По Й. Шумпетеру, предприниматель – не обязательно физическое лицо, им может быть и группа лиц; предприниматель – не обязательно собственник, в этом качестве способен выступить и менеджер. К тому же предпринимательский статус непостоянен, субъект рыночной экономики является предпринимателем только тогда, когда он осуществляет функции инноватора. И утрачивает этот статус, коль скоро переводит свое дело на рельсы рутинного процесса. Взгляд на предпринимателя как на новатора, феномена общественного развития, впервые предложенный Й. Шумпетером, стал своеобразным фундаментом теории предпринимательства. Следуя за Й. Шумпетером, зарубежные авторы [140, С.247] в своих работах нередко «инновационное» предпринимательство противопоставляли «рутинному» предпринимательству.

Обобщая все вышеуказанные концепции на данном этапе исследования, автор считает возможным выделить три необходимых элемента предпринимательства: осуществление инновационной деятельности; инициирование изменений; получение прибыли как основной цели. Следует подчеркнуть, что именно постоянная работа в направлении поиска новых способов комбинации ресурсов отличает предпринимателя от обычного делового человека, бизнесмена, а предпринимательство от обычного дела, бизнеса.

Английский экономист А. Маршалл (1842-1924) в работе «Принципы экономической науки» (1890г.) считал предпринимательство четвертым фактором производства и доказывал, что при относительном равенстве остальных трех факторов будет тем богаче, чем значительнее развитие предпринимательства в экономике страны [65, С.208-213].

Американский экономист Дж. Б. Кларк (1847-1938) также несколько видоизменил «триединую формулу» Сэя. По его мнению, в процессе производства постоянно участвует четыре фактора: 1) капитал; 2) капитальные блага – средства производства и земля; 3) деятельность предпринимателя; 4) труд рабочего. При этом каждому фактору должна быть вменена специфическая доля производственной выручки: капитал приносит капиталисту процент; капитальные блага – ренту; предпринимательская деятельность - прибыль, а труд рабочего обеспечивает ему заработную плату [47, С.24].

Говоря о предпринимательстве как о факторе производственной экономической деятельности, современные теоретики имеют в виду предпринимательскую способность, предприимчивость, предпринимательскую активность участника этой деятельности. Это в известном смысле качество другого фактора производства, т.е. труда, трудовых ресурсов. Но при этом, необходимо понимать, что не всякий труд является творческо-поисковым, инновационным, он может быть и репродуктивным, направленным на получение уже известных результатов

известными же средствами и в результате он окажется рутинным. На различие между двумя типами экономической деятельности: творческо-поисковой (инновационной, продуктивной) и репродуктивной (рутинной, шаблонной) указывал А. И. Агеев в своей работе [9, С.10]. Именно предприниматель, с присущими ему предпринимательскими способностями, чье поведение на рынке отличается поисковым характером, находит лучшее сочетание ресурсов, принимает разумные решения, применяет нововведения в области техники, технологии и организации труда. В этой связи, не каждый деловой человек, бизнесмен, может быть назван в полной мере предпринимателем. Таковым нельзя, к примеру, считать рантье, отдающему свой капитал банку под проценты, или владельца фирмы, которая из года в год производит один и тот же товар (услугу). Эти субъекты осуществляют не предпринимательские, а репродуктивные, как уже выше отмечалось, функции, но в обыденной жизни часто называют предпринимателями всех, кто занят бизнесом. В строгом, научном смысле слова предпринимателями являются только активные деловые люди, поведение которых на рынке отличается поисковым и инновационным характером.

Предпринимательство можно считать самостоятельным фактором и с той точки зрения, что оно представляет движущую силу, способную активизировать, усиливать действие всех остальных факторов производства. Именно благодаря предпринимательским способностям, умениям, предприниматель эффективно использует все экономические ресурсы, стимулируя при этом экономический рост.

Мы согласны с ученым А.С. Булатовым, который включает в предпринимательскую способность как в один из экономических ресурсов, прежде всего, предпринимателя, т.е. непосредственного носителя этой способности, предпринимательскую этику и культуру, а также предпринимательский дух [129, С.257]. Поэтому предпринимательский ресурс можно охарактеризовать как особый механизм реализации

предпринимательских способностей людей, основанный на действующей модели рыночной экономики.

В данном случае удачным, по нашему мнению, будет то определение предпринимательства, где оно трактуется как специфический (по сравнению с землей, трудом, капиталом) фактор общественного воспроизводства, который способен особым образом комбинировать все ресурсы и тем самым стимулировать экономическое развитие [71;72 ].

Как указывалось выше, предпринимательство настолько емкое, многогранное понятие и при этом динамично развивающееся на каждом этапе развития экономических отношений, что его невозможно втиснуть в одно определение. Поэтому мы не ограничиваемся одним кратким определением, а прибегаем к раскрытию этого понятия поэтапно, через изложение ряда свойств, признаков, присущих данной категории. Предпринимательство – историческая категория и не является чем-то окончательно сложившимся и застывшим. Так, меняются его содержание и форма, расширяется сфера приложения. Развитие предпринимательства, являющегося продуктом рыночного хозяйства, неразрывно связано с эволюцией последнего. Изменение оценки понятия «предпринимательство» с течением времени мы наблюдаем и в теориях видных ученых экономистов.

Спустя двести лет, следуя за теорией Р. Кантильона, Ф. Найт (1885 – 1972) в своей работе «Понятие риска и неопределенности» (1921г.) наиболее полно продолжил теорию риска, кроме этого он впервые провел границу между категориями «риск» и «неопределенность», а под предпринимательским доходом понимал разницу между ожидаемой (прогнозной) и реальной денежной выручкой фирмы. С его точки зрения, люди, берущие на себя риск и непросчитываемую неопределенность, а также гарантирующие работающим их заработную плату, получают право управлять деятельностью и присваивать соответствующую часть дохода [69, С.26-27]. Повышенную склонность к риску со стороны предпринимательства отмечали и другие зарубежные ученые [134, С.43].

По-новому взглянул на сущность предпринимательства австрийский экономист Ф. Хайек (1899-1992). По его мнению, предпринимательство - это поиск и изучение новых экономических возможностей, характеристика поведения в условиях высокой рыночной конкуренции, где побеждает сильнейший. Кроме этого, он замечает, что «отсутствие духа предпринимательства во многих молодых странах является не прирожденным свойством их жителей, а следствием ограничений, налагаемых существующими обычаями и институтами» [118, С.47]. Предприниматель по Ф.Хайеку – главная фигура экономической деятельности, интерес которого направлен на ожидаемый доход в течение короткого периода [119, С.173].

Теоретическое значение имеют научные труды американского ученого П. Друкера. Он подчеркивает роль предпринимателя, который использует любую возможность с максимальной выгодой. По мнению ученого, базой предпринимательства являются современные знания: «знания в предпринимательстве являются средством для достижения цели» [35, С.38]. П. Друкер считает, что предпринимательству следует учиться, т.к. некомпетентность предпринимателя ведет к разорению фирмы. Предпринимательство, по его мнению, это конкретная практическая деятельность, где нововведения являются основным инструментом предпринимателя, средством, при помощи которого он использует изменения как благоприятную возможность для осуществления своих замыслов в сфере бизнеса. Функцией предпринимательства является нововведение во всех сферах деятельности, в том числе и в управлении, поэтому «управление - это новая технология, которая делает американскую экономику предпринимательской» [137, С.205].

Известный американский предприниматель Г. Форд (1863-1947) дает практические советы предпринимателям: «Задача предприятия – производить для потребления, а не для наживы и спекуляции. А условие такого производства – выпуск доброкачественных и дешевых продуктов, которые

приносили бы пользу народу, а не только одному производителю» [117, С.10]. Г. Форд ставит границу между настоящим делом и спекуляцией готовыми продуктами. Он говорит о труде как главном условии выхода из нищеты, при этом выделяет труд управляющего, который должен быть специалистом своего дела, творческим и активным в условиях экономической свободы. Г. Форд приходит к выводу, что преобладающая забота о деньгах, а не о работе влечет за собой неудачу. Главный девиз успеха он видит в том, чтобы «поставить в основу производства не прибыль, а производительность и качество труда» [119, С.47]. Г. Форд выделяет господствующим принцип служения обществу: «... нравственность – простое практически развитие жизни согласно ее природе. Социальное действие этой морали находит выражение в обращении предприятий на служение всему народу вместо служения немногим» [119, С.441].

Интересна концепция Д. Макклелланда, связывающего появление предпринимателей с повышенной потребностью в достижении: «...жажда наживы не внесла серьезного вклада в экономическое развитие, а вклад жажды достижения действительно велик» [142, С.230].

Изучение экономических научных работ зарубежных ученых помогает шире заимствовать положительный опыт развития предпринимательства, а также избежать многих ошибок. Анализ зарубежной литературы показывает, что сторонники западной экономической теории выделили одно из важнейших свойств предпринимательства – рисковый характер этой деятельности. Поэтому, чтобы добиться успеха при реализации предпринимательского проекта, необходимо научиться предвидеть риск и заранее разработать меры по предупреждению его последствий. Также в их трудах фактически изложена точка зрения о новаторской, инновационной функции предпринимательства, базирующейся на постоянном комбинировании факторов производства, на поиске новых возможностей для достижения наилучших результатов. Кроме этого, большое значение приобретают выводы ученых о необходимости развития конкуренции в

предпринимательской среде, об ограничении монополистической деятельности, а также вмешательства государства в свободную предпринимательскую деятельность с помощью таких регуляторов, как налоги, пошлина, проценты и др. На это справедливо обращали внимание представители кейнсианской школы и ее последователи (Дж. Кейнс, Дж. Хикс, П. Самуэльсон).

Как известно, многие десятилетия предпринимательство в России запрещалось, а учение о предпринимательстве было предано забвению. Отечественная экономическая наука советского периода если и рассматривала проблемы развития предпринимательства, то исключительно в связи с критикой тех или иных буржуазных теорий. Конечно, было бы неверно не отметить русскую экономическую мысль дореволюционного периода и ее видных представителей. В русской культуре традиции частного предпринимательства формировались и развивались в течение многих веков, начиная со времен правления князя Рюрика (IX в.) и были прерваны социалистической революцией 1917 г. Коренная русская мысль отчетливо прослеживается в первом своде законов «Русская правда» (1072), летописи Нестора «Повесть временных лет» (1110), документах русских князей, уставах («Устав Владимира Мономаха» XII в.), «Домострое» (XVIII в.), произведениях Ф. Аквинского, А.Л. Ордин-Нащокина, И.Г. Посошкова, В.Н. Татищева, В.А. Кокорева, И.К. Бабста, А.И.Чупрова, И.В. Вернадского и многих других. Вклад этих мыслителей велик и еще в должной мере не оценен.

Вопреки сложившимся на Западе трактовкам труда как проклятия Божьего, отношение к труду в Древней Руси носило иной характер. Труд рассматривается как нравственное деяние, богоугодное дело и добродетель с самого начала зарождения православия на Руси. Главные хозяйственные принципы выражались в стремлении к автономности, независимости, самообеспечению и хозяйственной бережливости. Труд носил целостный, духовно-нравственный характер, где человек – субъект бытия – соединяется

с природой, объектом бытия. Западная цивилизация несет в себе много элементов, разрушающих эту целостность, ведущих к отчуждению труда и разрушению личности человека [87, С.138].

Русская экономическая мысль рассматривает капитал как излишек сверх определенного уровня потребления человека или общества, включающий в себя стоимость неоплаченного труда других людей. Капитал может быть произвольным, когда ориентируется на производство, или паразитическим, ростовщическим, когда ориентируется только на увеличение потребления его владельца сверх разумного достатка. Русской этикой одобряется собирание капитала ради нового производства.

Особенно важно для российских предпринимателей, капитал которых в наши дни уходит за границу, положение о необходимости капитализации прибыли в национальную экономику как непременном условии экономического роста. По некоторым данным, утечка капитала из России составляет 60-80 млрд. долл. [94, С.97]. Российский бизнес по-прежнему предпочитает тратить деньги за границей. Об этом свидетельствуют данные Центробанка в 2015г. объем чистого вывоза зафиксирован на отметке 5,5 млрд. долл. [10, С.2]. В дореволюционной России при успешном проведении протекционистской политики, экспорт товаров преобладал над экспортом капитала. В Западную Европу, в восточные страны российские предприниматели экспортировали как продовольственные, сырьевые товары (лес, лен, хлопок, кожу, хлеб, мед, яйца и др.), так и промышленные товары (ткань, шерсть, нефтепродукты, марганцевую руду, стекло, металлические изделия и др.). Экспорт же капитала не практиковался российскими предпринимателями. Напротив, иностранные предприниматели активно инвестировали нашу экономику, что сыграло положительную роль в развитии российской экономики на тот период. Иностранные инвесторы вкладывали свой капитал преимущественно (3/5 от общей суммы) в горную, металлургическую и металлообрабатывающую отрасли российской промышленности. Этому способствовала экономическая политика



государства того времени, которая защищала как внутренний рынок, так и отечественных предпринимателей.

Касаясь традиционных факторов производства – труд, земля, капитал, важно отметить различия русской и западной экономической мысли. Стоимость рассматривалась с трудовой точки зрения, как количество труда, вложенного в его производство. Капитал был не первостепенным фактором. Земля не была капиталом, а только средством приложения труда. Труд занимает приоритетное место среди всех факторов.

В отличие от русской, западная экономическая мысль смотрит на стоимость продукта через призму капитала и в земле тоже видит форму капитала. Преклонение перед капиталом, а не перед трудом характерно именно для западной цивилизации.

Говоря о мотивации к труду, важно отметить довольно высокий уровень оплаты труда, который сложился еще в XI-XII вв. в России. И вплоть до начала XX века на порядок опережал уровень оплаты в Европе. Перед I Мировой войной уровень оплаты труда в промышленности России был выше, чем в Германии, Англии, Франции, составляя примерно 85% от уровня, достигнутого в США.

Кроме того, отечественные предприниматели в дореволюционный период добились немалых успехов. Российская промышленность росла быстрее, чем промышленность ведущих промышленных держав. По подсчетам специалистов Немецкого конъюнктурного института, продукция всей российской промышленности возросла в 1860-1900 гг. более, чем в семь раз.

Важно подчеркнуть, что русская экономическая мысль – одна из перспективных альтернатив выживания человечества, т.к. вместо экономики западного типа, ориентированной на гонку потребления и истощения ресурсов, предлагает модель хозяйственного развития, предлагающую разумный достаток и самоограничение. Русская мысль защищала частную инициативу как законную и общественно полезную форму деятельности.

Предпринимательство характеризовалось как служение обществу, при этом присутствовал дух нестяжательства, идеала трудолюбия, служения высокой духовности и благотворительности.

Русские исследователи стремятся обосновать самобытный «русский путь» развития хозяйства, ориентированный на соборность, гармонию интересов индивида и общества, разумный достаток в противоположность безудержной жажде обогащения и агрессивному индивидуализму «западного пути». При анализе традиционной российской хозяйственной культуры они обращают внимание на ценности справедливости, моральных стимулов к труду, бескорыстия и взаимопомощи, а также на идеологию самоограничения, презрения к наживе, богатству [86, С.28].

Большой интерес в данном контексте представляют взгляды А. Соболевской [108, С.88] и Н. Зарубиной [41, С.82] на духовные истоки российского предпринимательства. В своих работах они отмечают, что для большинства русских предпринимателей материальное благосостояние, обогащение не были чем то самодавлеющим. Развивая свое дело, предприниматели ставили перед собой задачи его религиозного осмысления, видели необходимость улучшения жизни народа, его просвещения и образования. Этому способствовало православие, в котором были заложены установки на честность, справедливость, трудолюбие и нестяжательство как высшие ценности. Православие не сформировало хозяйственной и предпринимательской этики. Безразличие православной церкви к хозяйственной деятельности не разделяло старообрядчество, которое породило рациональные установки, аналогичные протестантским. Старообрядческие общины действительно были весьма сильными и рациональными хозяйственными организациями. О причинах трудолюбия и предприимчивости старообрядцев упоминали в своих работах ряд зарубежных авторов [133; 144]. Старообрядцы в России сыграли роль своеобразных «протестантов». Причем две секты – скопцы и хлысты – достигли на предпринимательском поприще наибольших успехов. На

сходство старообрядчества с протестантизмом обращал внимание и В. Соловьев в статье «О расколе в русском народе и обществе» (1901г.) [71 , С.221]. Так, в России с XVII в. было заложено начало раскола в русской православной церкви. Раскол посягнул на самые основы церкви, отделив от нее, превратив приверженцев «старой» веры в сектантов. Раскол также расчистил путь для продвижения капитализма в России.

«Социальной и политической причиной высокой хозяйственной активности старообрядцев явились гонения со стороны государства. Староверы в дореволюционной России были лишены возможности сделать политическую или военную карьеру, из всех сфер им оставалась только предпринимательская деятельность. Трудлюбие и предприимчивость старообрядцев стали устойчивой нормой их поведения» [132, С.193].

В течение XVIII-XIX вв. родились и окрепли купцы-старообрядцы. Так, достаточно вспомнить купеческие династии Морозовых, Гучковых, Рябушинских, Кокоревых, Солдатенковых, Строгановых и др., которые составляли элиту российского дореволюционного предпринимательства. Русское купечество того времени было проникнуто христианским мирознанием во всей его полноте. Основы мировоззрения и морали у русских предпринимателей покоились на религиозных началах.

Сохранение свойственного дореволюционной России приоритета духовных ценностей над материальными вовсе не исключает развития личной инициативы и предпринимательских способностей на современном этапе.

На наш взгляд, важным представляется то, что идеи справедливости, духовности и общественного служения могут занять достойное место на новом историческом уровне развития российского предпринимательства.

Кроме этого, новое цивилизованное предпринимательство должно иметь социальную ответственность, которая состоит в том, чтобы своей деятельностью не способствовать обострению социальных противоречий, не усиливать такие неизбежные негативные последствия рыночной экономики,

как нарастание безработицы, бедности, дискриминации в сфере занятости и оплаты труда, загрязнение окружающей среды и т.п. Стремление к рациональному использованию ресурсов должно приводить к берегающим технологиям, а новаторство – к решению экологических проблем посредством перехода от борьбы с загрязнением к предотвращению самого загрязнения.

Как показывает современная практика, именно в этих областях новое российское предпринимательство пока мало себя проявило и именно в таком направлении должна развиваться его социальная деятельность. Возникает необходимость сделать традиционной социальную деятельность и социальную ответственность бизнеса.

Важным является и осознание предпринимателями своей социальной ответственности. В такой стране, как Россия, где чувство социальной справедливости обострено, а от руководителя ждут решения социальных проблем его подчиненных, предприниматели могут стать потенциально важным элементом общественно-политической жизни, чем в некоторых странах с развитой рыночной экономикой [129, С.260].

Таким образом, обобщая вышесказанное, мы выделяем авторское определение предпринимательства: это особая творческо-поисковая и рациональная деятельность, характеризующаяся высокой степенью хозяйственного риска и социальной ответственностью, направленная на удовлетворение общественных потребностей и получение прибыли как средства достижения коммерческого успеха за счет оптимальных способов хозяйствования в определенной системе экономических интересов [70].

## **1.2. Трансформация характеристики предпринимательства в условиях постиндустриального общества**

С начала 60-х годов XX века получила широкое распространение концепция постиндустриального общества. Среди его конкретных обозначений – «информационное общество» И. Массуды, «общество информатики и высокой технологии» Дж. Нэбита, «общество услуг» Ж. Фурастье и др. [55, С.71]. Идея постиндустриального общества отразила реальные процессы, обозначившиеся в послевоенный период в развитых странах и характеризующиеся развитием принципиально новой техники и технологии, формированием новой структуры производства, превращением науки в производительную силу, усилением творческого характера труда и стимулов творческой самореализации личности, выдвиганием на первый план научных знаний, информации, духовных благ и т.п.

Мы наблюдаем, что с течением времени происходила трансформация понимания сущности предпринимательства и личностных характеристик предпринимателя. В 50-е годы XX века развитые страны вступают в постиндустриальную эру, которая означала переход к бурному развитию науки и техники. Главным фактором экономического развития на этом этапе явилась научно-техническая революция, изменившая системную ориентацию экономики и подходы к анализу роли предпринимательства в общественном развитии. Произошла активная смена используемых в производстве технологий, сформировалась новая структура производства, получила развитие нематериальная сфера деятельности и т.д. Указанные факторы кардинально изменили процесс расширенного воспроизводства, осуществив переход к его интенсивному типу, базирующемуся на использовании достижений научно-технического прогресса. Все это привело к тому, что предпринимательство оказалось в условиях усиления конкуренции,

экономической неопределенности, в мире изменяющихся и незнакомых технологий, новых запросов потребителей все более высокого порядка.

Постиндустриальная стадия экономики с характерным для нее ростом динамичности и социализации производства установила иные ориентиры и приоритеты хозяйствования. Важнейшим в предпринимательской деятельности становится не приспособление к меняющимся условиям, а способность преобразовывать сами условия хозяйствования, предугадывая перспективу развития общественного производства. Не просто рациональное использование ресурсов, а рационализация самой формы и способа хозяйствования выступает ключевым моментом деятельности предпринимателя. Предпринимательство все в большей степени охватывает сферу финансов и научной деятельности, где его инновационная функция раскрывается наиболее полно, становясь, в то же время, коллективно выполняемой функцией. Устремления предпринимателя приобретают стратегический характер, а главной целью становится не максимизация частного результата, а обеспечение финансовой устойчивости фирмы (организации). Достичь указанного результата можно, только мобилизовав усилия всего коллектива организации, что предусматривает вовлечение в предпринимательский процесс всех его участников. Дух рационализма сменяется духом демократизма и социальной интеграции [55, С.493].

Интерес вызывает несколько иной взгляд на изменение функций предпринимателя у В.В. Радаева [95, С.95]. Он выделяет «золотой век» для «среднего класса», когда предприниматели гармонично сочетали наличие собственности и организационно-хозяйственные полномочия, когда собственники предприятий были их непосредственными работниками. И выделяет настоящий век, который характеризуется нарастающим акционированием капитала, появлением крупных организаций различных правовых форм, когда малые фирмы все более уступают место корпорациям, собственность которых расплывлена по тысячам и сотням тысяч вкладчиков, все более обезличивается и концентрируется в руках различных лиц

(физических и юридических). Численность и доля независимых собственников уменьшается, а пропасть между крупным и малым бизнесом неумолимо расширяется. В итоге, происходит размежевание. На одной стороне оказывается основатель малой фирмы, сохраняющий за собой формально позиции независимого собственника, который сталкивается с трудными проблемами выживания. Инновации ему часто просто не под силу из-за нехватки ресурсов. Мелкий предприниматель нацелен скорее всего не на социальные изменения, а на сохранение «статус кво». На другой стороне – владельцы крупного капитала и производства (не говоря уже об основной массе рантье – держателей акций) лишены таких проблем. Кроме этого, они перекладывают функцию организации на менеджеров, которые вынуждены подчиняться корпоративным интересам. Мотив извлечения прибыли начинает отступать перед мотивами устойчивости финансовых показателей и личного карьерного продвижения. В итоге, владелец крупного производства начинает утрачивать подлинно предпринимательские черты. Происходит расчленение предпринимательской функции. Вместо одной фигуры появляется несколько: финансист (поставщик капитала); новатор (поставщик новой идеи); юрист (поставщик оформления документов); и, наконец, менеджер (поставщик управленческой функции).

И чем дальше идет время, тем менее вероятно такое совмещение ролей в одном лице. Функция предпринимателя расщепляется на специальные сферы деятельности, и все труднее становится обнаружить действительного лидера и инициатора инноваций [95, С.96]. Можно сказать, что в сегодняшних условиях понятие «предприниматель» и «менеджер» нередко совпадают, хотя один из них – собственник, а другой – наемный управляющий. Хотя на практике, многие собственники выполняют и управленческую функцию, в том числе, и немало менеджеров становятся собственниками управляемых ими компаний. В мировой экономической науке спектр мнений по этому вопросу чрезвычайно широк: от полного

отождествления понятий «предприниматель» и «менеджер» до полного разграничения этих понятий [66, С.46; 120, С.37].

Следует отличать предпринимательство от менеджмента, а предпринимателя от менеджера. Предприниматель выполняет больше функций, чем менеджер, имея при этом большую ответственность и большую прибыль. Если на стадии генерирования идеи предприниматель незаменим, то на последующих этапах, по мнению некоторых экономистов, предпринимательскую функцию могут выполнять наемные менеджеры [18, С.97-98]. Менеджер распоряжается, управляет имуществом компании, не являясь ее собственником. В то же время, собственник факторов производства в крупных компаниях не всегда выступает в роли непосредственного предпринимателя.

Таким образом, следует различать безусловное, суверенное распоряжение факторами и результатами производства, и условное. Условное распоряжение факторами и результатами производства предполагает оперирование ими уполномоченными собственником лицами.

Исторически первоначально понятия «собственник» и «предприниматель» совпадали. Однако, в дальнейшем, в связи с развитием кредита, объединение в одном лице собственника и предпринимателя стало разрушаться: любой коммерческий банк не являлся собственником большей части капитала, которым он распоряжается. Отделение собственности от предпринимательства обнаруживается и в акционерных обществах, где собственник-акционер фактически отделен от распоряжения, хозяйственного использования имущества акционерного общества. Владельцы акционерных обществ передают часть функций по сохранению и приумножению собственности менеджерам, но последние не становятся от этого владельцами фирмы.

Следует подчеркнуть, что в современном, особенно в крупном производстве в основе рассредоточения предпринимательской функции лежит обособление управления и собственности. Однако, если



управленческая функция ограничивается вопросами организации и контроля производства, то функции собственности значительно шире и связаны с созданием и закрытием предприятия, постановкой целей его деятельности и контролем за их выполнением. Поскольку определяющие параметры предпринимательской деятельности регулируются собственником, то очевидно, что и предпринимательская функция в целом лежит на стороне собственника и он выступает ее непосредственным носителем. В этом смысле можно заключить, что предпринимательство есть деятельность, реализующая интересы собственника. Но, стремясь к удовлетворению собственных интересов, предприниматели вынуждены обеспечивать условия для соблюдения интересов других слоев общества. Не удовлетворив интересы потребителя, не может удовлетворить свои интересы и производитель.

В данном контексте необходимо выделить экономические интересы и других субъектов предпринимательского процесса. В условиях рыночного общества экономические интересы приобретают достаточно сложную структуру. Каждый вовлеченный в предпринимательский процесс субъект имеет свои собственные интересы, которые отражены в таблице 1.

Многообразие интересов участников предпринимательского процесса необходимо реализовать бесконфликтно, при этом, успех в предпринимательской деятельности зависит от того, насколько удастся минимизировать разрыв между этими интересами. В данном случае, предприниматель оказывается в центре реализации данной задачи.

## Экономические интересы участников предпринимательского процесса

Участники предпринимательского процесса	Экономические интересы
1. Предприниматель как собственник факторов производства	<p>Реализовать предпринимательскую идею на практике.  Материальный интерес, выраженный в получении предпринимательского дохода.  Сохранение и умножение капитала.  Обеспечение финансовой устойчивости своей фирмы.  Расширение производства, обновление техники.  Подчинение интересам потребителей.</p>
2. Предприниматель как менеджер	<p>Собственные интересы в вознаграждении, карьере, независимости и власти.  Развитие фирмы и получение прибыли.  Подчинение интересам фирмы.</p>
3. Наемные работники и профсоюзы	<p>Высокое вознаграждение (зарплата).  Высокий уровень социальной защищенности и стабильности (надежность рабочего места, хорошие условия труда).  Подчинение интересам фирмы.  Защита интересов работников.</p>
4. Госучреждения и общественность	<p>Получение налоговых доходов.  Создание рабочих мест, социальные меры.  Экономический рост.  Конкурентоспособность на мировом рынке.  Стабильность цен.  Антимонопольные меры.  Защита окружающей среды.  Защита интересов потребителей.  Подчинение общественным интересам.</p>
5. Партнеры (поставщики)	<p>Стабильность договорных связей.  Высокие доходы и низкие расходы.  Подчинение интересам партнеров.</p>
6. Рыночные институты (банки, инвестиционные компании, фонды и др.)	<p>Объединение финансовых ресурсов.  Выгодные проценты.  Гарантированность возврата кредита (ссуды).  Концентрация капитала и инвестирование его с максимальной отдачей.  Возможность влияния на фирмы.</p>
7. Потребители (домохозяйства)	<p>Удовлетворение собственных потребностей.  Информация о товаре (работе, услуге), широкий выбор, высокое качество, низкие цены.  Высокий уровень различных сервисных услуг.</p>

Важно выделить основные характеристики предпринимательства на современном этапе. Последние десятилетия XX века и начало XXI века характеризуются развитием цивилизованного, технологического и инновационного предпринимательства. Широкое внедрение нововведений стали нормой современной экономической жизни. Отсюда и особое значение технологического и инновационного предпринимательства, обеспечивающего технико-технологические прорывы, а, следовательно, и процветание национальной экономики. Предприниматель становится главной фигурой, наделенной способностью принимать нестандартные новаторские решения; генерировать новые идеи и проекты; оперативно оценивать рыночную конъюнктуру; уметь предсказывать риск, прогнозировать будущее, выбирать наиболее совершенную технологию; анализировать информацию и др. Каждый этап развития общества ставит перед предпринимателем новые социально-экономические задачи.

Характеристика современного предпринимательства требует исследования личностных характеристик предпринимателя. На данный аспект обращали внимание в своих работах ряд авторов [67; 68; 69]. Исторический опыт развития цивилизованного предпринимательства позволяет сделать некоторые обобщения и выделить основные черты преуспевающего предпринимателя. Среди них – целеустремленность и настойчивость, образованность и компетентность, инициативность, видение перспективы, готовность рисковать и нести ответственность, умение преодолевать трудности и рутину, способность вносить изменения и улучшения, самостоятельность и независимость в принятии решений, честность и высокая нравственность, ориентация на качество и эффективность, трудолюбие и высокая работоспособность, широкая информативность, творческая активность и др.

Конечно, этим перечнем не исчерпываются важнейшие характеристики современного предпринимателя, и не случайно в работах экономистов нередко их число дополняется и детализируется. Обобщая важные

характеристики предпринимателя, автор монографии предлагает классификацию личностных качеств предпринимателя, которая приводится в приложении (см. Приложение 1). В данной классификации на первое место выдвигается профессиональная культура предпринимателя, которая включает в себя деловую (экономическую), правовую, организационно-управленческую, экологическую культуру, опыт предпринимательства. Немаловажное значение имеют и такие качества, как предприимчивость, нравственность, стратегическое мышление, организаторские способности, политическая культура, работоспособность и др.

Мы разделяем мнение А.В. Горшкова о том, что деловая (экономическая) культура – важнейшая сторона общей культуры личности, которая определяет успех дела. Деловая культура – это система экономических ценностей, закрепленных в виде профессиональных этических кодексов, норм и образцов делового поведения. Основой деловой культуры являются экономические способности предпринимателя, включающие экономические знания, умения и навыки [31, С.5-7].

Поскольку знания, умения и навыки являются основой и других видов культур, то мы считаем необходимым их выделить в категорию первичных качеств. Психологический аспект анализа феномена предпринимательства фокусирует внимание не только на личностных характеристиках предпринимателя, но и на мотивах, побуждающих человека заняться этим видом деятельности. Изучение экономической литературы дает основание утверждать о существовании некоторой совокупности целей и мотивов предпринимательской деятельности. Данный вывод подтверждается, например, мнением международных экспертов о существовании нескольких источников мотивации предпринимательской деятельности: «максимальный контроль за своим собственным будущим; надежда в гораздо большей мере объединить в одно целое работу и личную жизнь; стремление распространить свой собственный стиль и образ жизни на сферу деловой

активности; желание получить вознаграждение за труд и обеспечить рост личного благосостояния в ближайшее время» [68, С.57].

А. Апишев, анализируя деятельность начинающих российских предпринимателей выделяет три основные группы мотивации:

- «Деньги ради денег» - сюда он включает тех предпринимателей, кто создал свое дело для быстрого извлечения прибыли и скорейшего личного обогащения. Они сколачивают свое состояние на незамысловатом бизнесе. Эти люди энергичны, предприимчивы, стремятся к престижу. Они формируют среду, существующую по своим законам, противоречащим государству.

- «Деньги ради дела» - сюда входят те, кто стремится к самореализации, самовыражению в своем деле и к власти над ситуацией. Эти люди отличаются широтой взглядов, стремлением к постижению нового и гибкостью мышления.

- «Деньги ради выживания» - носители этой формы чаще встречаются в малых предприятиях, при различных структурах оборонно-промышленного комплекса. Представители этой группы пришли в бизнес поневоле, по необходимости [13, С. 30].

На взгляд других авторов [99; 117; 118], среди наиболее важных целей предпринимателя – производство товаров и услуг, престиж, развитие бизнеса, реализация мечты, самоутверждение личности, когда предпринимательство становится не просто деятельностью, а образом жизни. М. Стори, автор монографии «Самые быстрорастущие компании США. Взгляд изнутри», размышляя о качествах и целях преуспевающих предпринимателей, выделяет тех, которые нацелены на успех, реализацию собственной идеи, изобретений; нацелены на прибыль, но при этом деньги не являются для них главным и единственным побудительным мотивом. По мнению М. Стори, тот человек, который своей целью поставит добиться только больших доходов, обязательно доведет свою фирму до финансового

краха [141, С.6]. Внедрение новой технологии в нужную нишу рынка – главная цель энергичного предпринимателя [45, С.143].

Однако было бы наивно думать, что предприниматель ставит перед собой только общественно полезные цели – в большинстве случаев его к этому побуждают сами условия производства, социальная среда, законодательство или новые «правила игры» на рынке. Бесспорно, являясь общественной по своему характеру, предпринимательская деятельность направлена на удовлетворение общественных потребностей. Но предприниматель принимает на себя имущественный риск не из благотворительных побуждений. Выраженный в доходе материальный интерес – побудительный мотив предпринимательской деятельности. Следует, правда, иметь в виду, что не всякий доход есть результат предпринимательства. Он выступает таковым лишь в том случае, когда представляется результатом лучшего использования факторов производства. Поэтому различного рода рентные доходы, проценты на капитал не могут рассматриваться в качестве доходов от предпринимательства. В реальной действительности предпринимательский доход представляется в форме экономической прибыли, выступающей непосредственной формой мотивации предпринимательства.

Целевые установки предпринимателя могут быть различны, и к тому же меняться под влиянием внутренних и внешних факторов, но любая из них допустима при одном неременном условии – обеспечении приемлемой нормы прибыли. Принято считать таковой от 15 до 50 процентов, а свыше 100 процентов - относить к сверхприбыли [99, С.217]. Прибыль является источником дохода предпринимателя и развития его фирмы, служит показателем эффективности использования ресурсов и оценкой успеха. Это говорит о том, что, даже внешне не проявляясь, прибыль, все же, занимает главенствующее место в иерархии целей предпринимателя. В данном случае следует подчеркнуть, что прибыль – это объективный критерий эффективности предпринимательской деятельности и одновременно

объективная цель этой деятельности. В связи с этим, можно выделить чисто экономический мотив предпринимательской деятельности – предпринимательский доход.

Собственники капитала заинтересованы увеличивать свои доходы, повышая норму прибыли. Один из английских публицистов XIX века, Т.Дж. Даннинг, которого цитирует К. Маркс, метко подметил в журнале “Quarterly Reviewer” характер капитала: «Капитал боится отсутствия прибыли или слишком маленькой прибыли, как природа боится пустоты. Но раз имеется в наличии достаточная прибыль, капитал становится смелым. Обеспечьте 10 процентов, и капитал согласен на всякое применение, при 20 процентах он становится оживленным, при 50 процентах положительно готов сломать себе голову, при 100 процентах он попирает все человеческие законы, при 300 процентах нет такого преступления, на которое он не рискнул бы, хотя бы под страхом виселицы. Если шум и брань приносят прибыль, капитал станет способствовать тому и другому. Доказательство: контрабанда и торговля рабами» [64, С.770]. Стратегическая цель и мотив предпринимательства в данном случае весьма красочно подчеркнуты, но подтверждение этих слов мы видим на примере наркобизнеса, где норма прибыли достигает 300 процентов и выше. И, конечно, игнорировать этот факт недопустимо. Доход не может быть получен криминальным путем, и преступный бизнес надо отличать от полезной деятельности предприимчивых граждан.

С нашей точки зрения, в российской экономике сложилась определенная мотивация предпринимательской деятельности, которая представлена на рис.1.

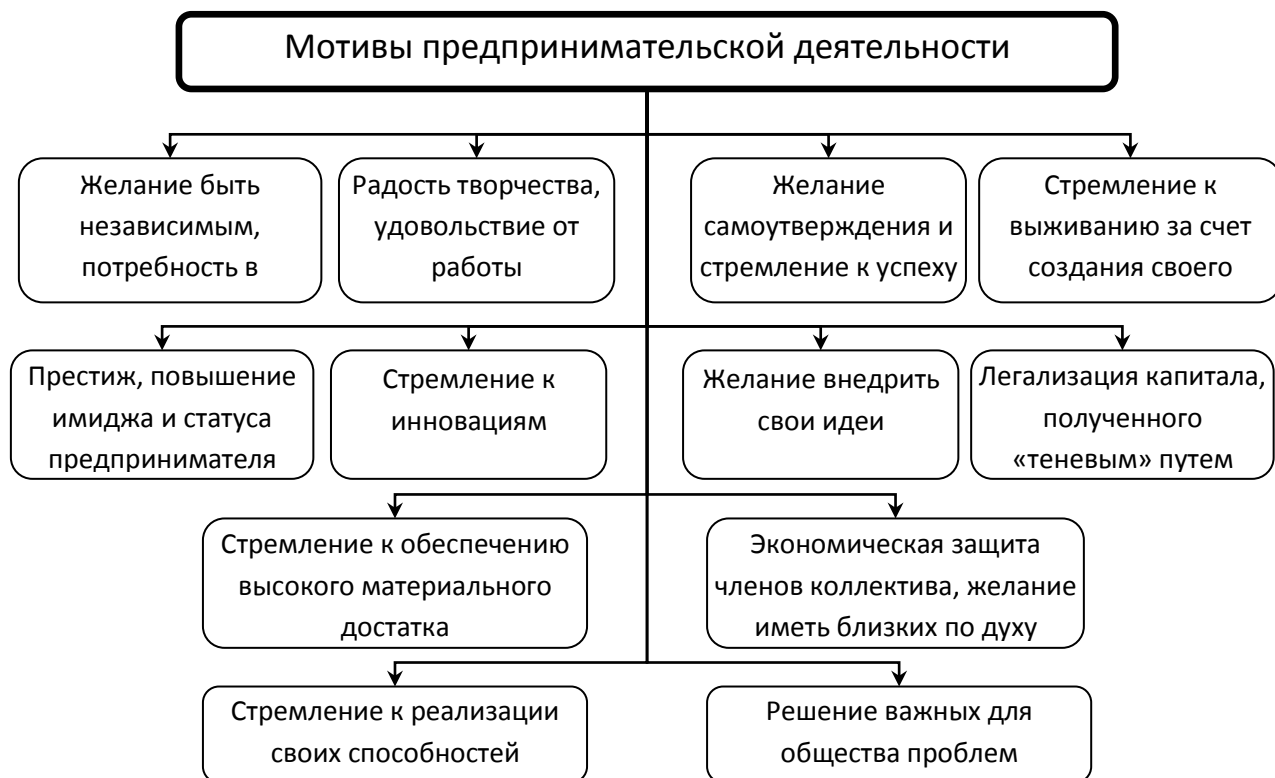


Рис. 1. Мотивация предпринимательской деятельности

Значительную роль в предпринимательской деятельности играет мотивация каждого конкретного предпринимателя. Можно отметить различие и несовпадение мотиваций российского и зарубежного предпринимателя. Так, по данным опросов по программе «Российский Экономический Барометр», руководители российских предприятий отмечали в качестве главного мотива своей деятельности: желание иметь свой бизнес, а в качестве главных целей своей хозяйственной деятельности: улучшение финансового состояния предприятия и развитие бизнеса (60% от числа опрошенных), расширение выпуска продукции (50%). В Нидерландах аналогичный опрос привел к другому результату: мотив прибыли отмечали 80% опрошенных [14, С.16]. В данном случае, мотив и цель предпринимательской деятельности совпали. Для американских руководителей первичной целью является прибыль, а для японских – доля рынка (доля продаж) [85, С.20].



Исторически российское предпринимательство имеет глубокие традиции, основывающиеся на нравственных принципах честности, порядочности и высокой социальной ответственности перед обществом. Именно в силу этих причин, важно привести «Семь принципов российских предпринимателей 1912г.» [87, С.74], которые могут послужить примером:

1. Уважай власть;
2. Будь честен и правдив;
3. Уважай право собственника;
4. Люби и уважай человека;
5. Будь верен своему слову;
6. Живи по средствам;
7. Будь целеустремлен.

Кроме того, у русских предпринимателей существовал и негласный кодекс чести, осуждающий все виды паразитического, ростовщического, спекулятивного капитала, мошенничества и различных махинаций.

Опыт формирования и поддержания нравственного климата в предпринимательской среде дореволюционной России весьма полезен для современной российской экономики. В России необходимо сформировать цивилизованное предпринимательство на основе духовности, нравственности и деловой этики. Это связано с тремя основными причинами: во-первых, с расплывчатостью представлений о морально-нравственных принципах в деловой среде; во-вторых, с отсутствием религиозного воспитания, формирующего внутренние ограничения морально-нравственного характера; в-третьих, с тем, что пока не сложились юридические нормы хозяйственного поведения, как это имеет место в странах с развитой рыночной экономикой. Данные проблемы широко обсуждаются на Всероссийских конференциях представителей малого предпринимательства, ставятся задачи формирования общих этических правил деловой этики в предпринимательской среде, на основе которых необходимо разработать этические кодексы. Реализация данной задачи в современном обществе актуальна, т.к. сложившаяся

ситуация дает серьезную угрозу состоянию предпринимательской среды и не способствует сдерживанию криминализации экономической сферы страны.

В России необходимо сформировать цивилизованное предпринимательство на основе нравственности, для этого необходимо разработать и утвердить на государственном уровне нормативно-правовую базу по укреплению нравственной и деловой этики в предпринимательстве.

В связи с вышесказанным, автор монографии предлагает модель современного предпринимательства (см. рис.2).

Данная модель выделяет духовно-нравственное самоопределение как основу устойчивого развития общества. Представленная модель – это не только совокупность принципов, основ предпринимательства, характеристик предпринимателя, где подчеркнуты его особые качества, но и основных приоритетных направлений предпринимательской деятельности, что может послужить базой для формирования конкурентной среды и тем самым, устойчивого развития общества.

В западной предпринимательской среде сформированы определенные принципы предпринимателя, в которых в основном уделено внимание коммерческому успеху, где, к сожалению, не выдвигается нравственной и духовной позиции предпринимателя, а так же его служения обществу [67, С.2].

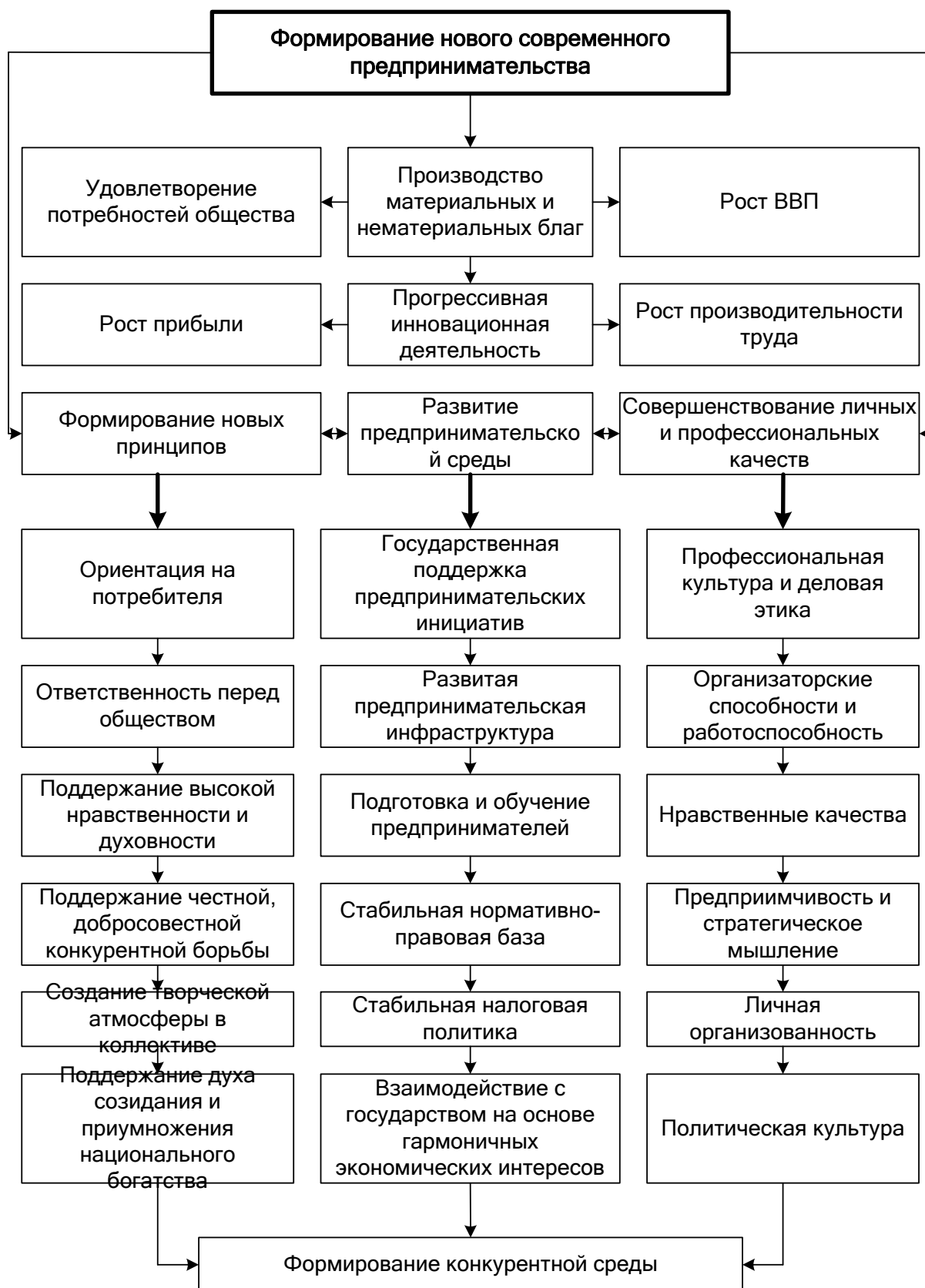


Рис. 2. Модель современного предпринимательства

Обобщая все вышесказанное, учитывая отечественный опыт, мы предлагаем ряд принципов, которыми должен руководствоваться современный предприниматель:

1. Ориентация на потребителя. Уважение к потребителю порождает ответную реакцию. В таких условиях возникает гармония интересов.

2. Ответственность перед обществом. Предприниматель существует благодаря обществу, при этом он должен подчинять личные интересы общественным.

3. Создание и поддержание высокой нравственности и духовности. Честность и правдивость – фундамент предпринимательства. Предприниматель должен соответствовать определенной системе ценностей, норм и модели поведения.

4. Превзойти конкурента путем поддержания честной, добросовестной конкурентной борьбы. Предприниматель должен постоянно обновлять свои знания, повышать свой интеллектуальный уровень и на этой основе вводить инновации, совершенствовать технологию, тем самым обеспечивая устойчивость и конкурентоспособность предприятия. Постоянное стремление к заветной цели. Всегда иметь перед собой ясную цель и в стремлении достичь ее не переходить границ дозволенного. Разумный недостаток ставить в противовес безудержной жажде обогащения.

5. Создание деловой и творческой атмосферы в коллективе. Предприниматель должен иметь творческий подход к работе, изменять и повышать уровень культуры труда, создавать имидж своей фирмы быть ответственным перед коллективом.

6. Взаимодействие с государством на основе гармоничных экономических интересов.

7. Поддержание духа созидания и ответственности за последствия своих действий. Предпринимателю необходимо стремиться к защите материальных и духовных ценностей национальной экономики,

приумножению национального богатства при сохранении окружающей среды и возобновлении всех факторов производства.

Следуя этим принципам, предприниматель на практике может добиться хороших результатов в работе. По мнению автора, данные принципы дают основу для формирования новой философии предпринимательства (рис.3).



Рис. 3. Основные принципы предпринимательства

По нашему представлению, данные принципы будут содействовать возрождению предпринимательских традиций, которые были в дореволюционной России, а также формированию нравственного климата в коммерческой среде, что повлияет на корпоративную культуру в целом.

Для того, чтобы выявить личностную характеристику предпринимателя, его мотивацию мы предлагаем в качестве практического применения тест (см. Приложение 2) и анкету (см. Приложение 3). В результате, тестовая проверка и анкетирование позволят выделить среди кандидатов в предприниматели самых перспективных, которые смогут организовать свое дело и тех, кому не стоит заниматься предпринимательством. Исходя из набранного количества баллов и определенных (положительных/отрицательных) ответов на анкету можно

выделить три уровня способностей к предпринимательству: высокий (от 61 до 70 баллов), средний (от 18 до 60), низкий (с 17 и менее).

Нами было проведено социологическое исследование в рамках Международной программы «Свободное предпринимательство» с целью выявления социально-психологических характеристик современного предпринимателя и его проблем в малом бизнесе. В результате исследования было опрошено 30 человек административно-управленческого персонала, получено 10 интервью от руководителей малых предприятий Челябинской области, что нашло отражение в отчете (см. Приложение 4). Проведенное социологическое исследование подтвердило наличие всех тех качеств, что мы обозначили ранее.

Обобщая все вышеизложенное, к предпринимателю как главному субъекту предпринимательства следует отнести делового и творческого человека, наделенного предпринимательскими способностями, сознательно идущего на экономический риск путем самостоятельного принятия инновационных решений, содержание которых сводится к производству и поставке на рынок таких товаров (работ, услуг), которые могут принести предпринимательский доход и общественную пользу. В современных условиях предприниматель приобретает новые качества и определенную мотивацию своей деятельности.

### **1.3. Предпринимательство как экономический феномен**

Различие подходов к выявлению сущности и содержания понятия «предпринимательство» проявляется в том, что данный феномен рассматривается нами как экономическое явление и категория, как метод хозяйствования и процесс, как тип экономического мышления. Вместе с тем, необходимо определить место предпринимательства в системе факторов производства и системе экономических отношений. Рассмотрение категории

«предпринимательства» предполагает также установление его субъектов и объектов.

Предпринимательство как экономическое явление отражает всю совокупность отношений (экономических, социальных, организационных, личностных и др.), связанных с организацией хозяйственной деятельности и получением желаемого результата. Предпринимательство как явление отражает всю систему отношений, которые субъективно возникают у предпринимателей как хозяйствующих субъектов друг с другом, с потребителями, поставщиками всех факторов производства, кредитно-финансовыми учреждениями (банками, фондами и др.), наемными работниками, государством и другими субъектами рынка. Предпринимательство как экономическое явление отражает товарный характер отношений предпринимателей с другими хозяйствующими субъектами на основе действия экономических законов рыночной экономики и всех инструментов товарного хозяйства.

Для характеристики предпринимательства как экономической категории центральной проблемой является установление его субъектов и объектов. Ряд авторов [51; 53; 67; 68] считают, что субъектами предпринимательства могут быть отдельные частные лица, группа лиц и государство. Отсюда, по их мнению, в рыночной экономике существуют три формы предпринимательской деятельности: государственная, коллективная, частная, каждая из которых находит свои «ниши» в хозяйственной системе.

Предпринимательство представляет собой неотъемлемую часть общеэкономических и социально-экономических процессов. Как общеэкономические процессы, так и предпринимательская деятельность, по мнению ученого А.В. Бусыгина [25, С.16], включает в свою орбиту следующих субъектов: предпринимателя как организатора производственного процесса; потребителя как основного его контрагента; партнеров, если деятельность не носит изолированного характера; наемных работников, если предприниматель работает не в одиночку; государство в

качестве помощника или противника. Перечисленных субъектов указанный автор относит к категории субъектов предпринимательской деятельности (рис.4) [25, С.17].

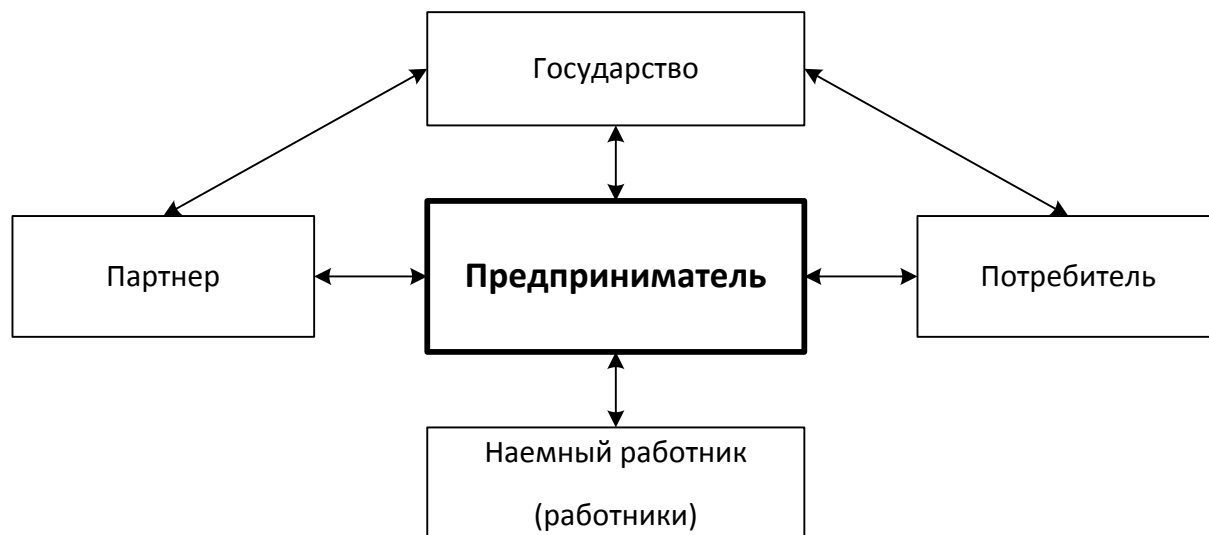


Рис. 4. Субъекты предпринимательской деятельности

В данном случае, следует конкретизировать понятие «субъекты предпринимательской деятельности». К субъектам предпринимательской деятельности мы относим непосредственных носителей данной деятельности, т.е. самих предпринимателей. К субъектам рыночных отношений предпринимательского процесса мы относим участников этого процесса. И если говорить об участниках предпринимательского процесса, то, на наш взгляд, приведенную выше схему следует расширить и дополнить, т.к. она носит упрощенный и неполный характер (рис.5).



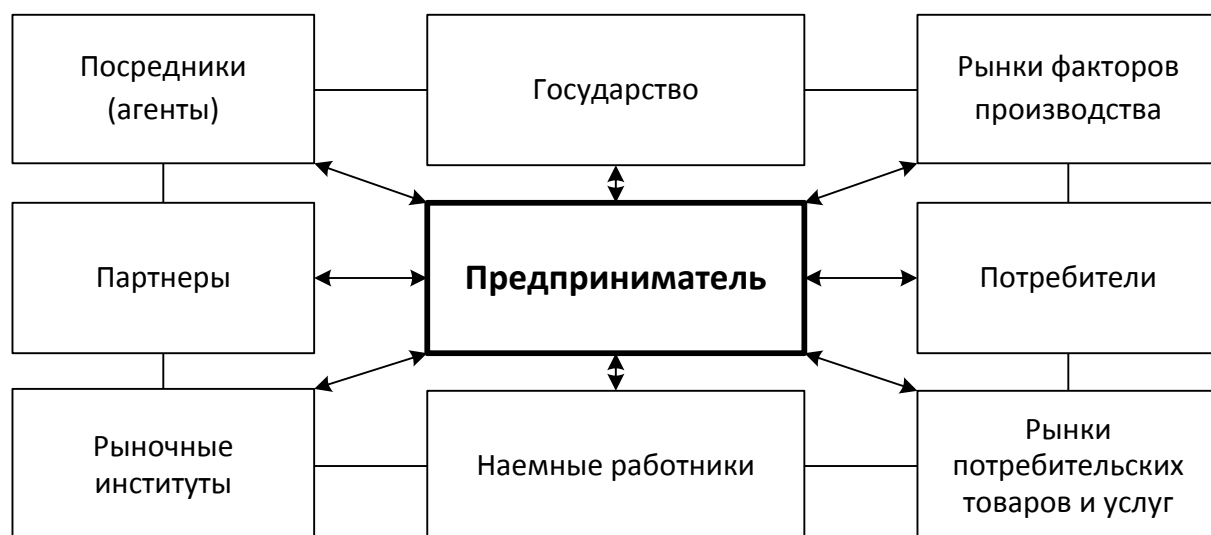


Рис. 5. Участники предпринимательского процесса

Участники предпринимательского процесса имеют свои специфические, отличительные черты. В представленной схеме мы видим, что не только предприниматель взаимодействует с каждым субъектом в отдельности, но и все субъекты взаимосвязаны между собой. Основой их взаимодействия является принцип взаимной выгоды сторон.

Инициатором и организатором предпринимательского процесса является предприниматель. Он относится к категории основного субъекта предпринимательской деятельности. Статус предпринимателя приобретает только посредством государственной регистрации. Но этого, как мы отмечали, явно недостаточно для дальнейшей успешной деятельности. Предприниматель должен обладать особыми предпринимательскими способностями, быть новатором, иметь предпринимательскую идею и реализовать ее на практике. В процессе самостоятельной деятельности предприниматель вступает во взаимные деловые отношения с другими субъектами.

Потребитель выполняет роль индикатора предпринимательского процесса. Поэтому все то, что составляет предмет деятельности предпринимателя, имеет право на реализацию только в случае позитивной

«экспертной» оценки потребителя. Такая оценка выступает как готовность приобрести тот или иной товар. В центре внимания предпринимателя оказывается потребитель и его интересы. Основной задачей предпринимателя является принятие такого решения, которое вызвало бы интерес потребителя. Предприниматель, как новатор, может воздействовать на спрос потребителя, создавая новые покупательские потребности за счет выпуска новых товаров лучшего качества. Поэтому возникают взаимовыгодные отношения между предпринимателем и потребителем.

Когда говорят о стремлении предпринимателя создать команду, то на первый план выступает необходимость вовлечения наемного работника в производственный и коммерческий интерес фирмы. Предпринимателю следует установить приемлемый уровень заработной платы и привязать его к личному результату работника и общему результату работы коллектива. Реализуя свои интересы через трудовую деятельность и получение адекватной заработной платы (вознаграждений), наемные работники вступают в деловые отношения с предпринимателем. Существуют объективные противоречия в экономических интересах предпринимателя и наемных работников. Дальновидные предприниматели идут навстречу требованиям работников наемного труда, используя разнообразные формы вознаграждения и стимулирования труда.

Любой предприниматель нуждается в эффективных партнерских связях. В условиях рынка от предпринимателя требуется умение действовать в союзе с другими предпринимателями и вести постоянный поиск наиболее эффективных партнерских связей, в ходе которых предприниматель осуществляет переориентацию своей деятельности, если это необходимо в хозяйственном процессе. Партнерские связи играют весьма важную роль в предпринимательстве. Каждый предприниматель при планировании своей деятельности обязательно учитывает возможность установления необходимых партнерских связей. Таким образом, предприниматель рассматривает партнера как необходимого субъекта своего

предпринимательского процесса, от формы взаимоотношений с которым зависит уровень эффективности его деятельности.

Роль государства как субъекта экономических отношений предпринимательского процесса может быть различной в зависимости от общественных условий, складывающихся в сфере деловой активности, и тех целей, какие ставит перед собой государство. В зависимости от конкретной ситуации государство может быть тормозом развития предпринимательства, когда запрещает его; посторонним наблюдателем, когда государство прямо не противодействует развитию предпринимательства; ускорителем предпринимательского процесса, когда государство поддерживает и ведет активный поиск мер по вовлечению в предпринимательский процесс новых экономических субъектов, что приводит к «взрыву» предпринимательской активности. В рыночной экономике государство играет роль ускорителя предпринимательской инициативы. Государственные структуры предоставляют государственные заказы предпринимательству, определяют льготы, финансовую поддержку новым, вновь открывшимся предприятиям, особенно, малым, берут на себя образовательные функции, функции создания необходимой предпринимательской инфраструктуры и др. Государственные органы мы также рассматриваем как участников деловых отношений по причине того, что они непосредственно выходят на рынок с деловыми предложениями.

В предпринимательском процессе могут участвовать и лица, представляющие интересы производителя или потребителя, т.е. посредники. Предпринимательская активность в сфере посредничества позволяет совместить в самые сжатые сроки экономические интересы как производителя, так и потребителя. Посредничество, с точки зрения производителя, повышает степень эффективности работы последнего, поскольку дает возможность сосредоточить свою активность только на самом производстве, передавая посреднику функции по продвижению товара к потребителю. Кроме того, включение посредника в отношения между

производителем и потребителем существенно сокращает срок оборачиваемости капитала, а значит, повышает прибыльность производства. С другой стороны, потребитель платит большую цену за посреднические услуги.

Рыночными институтами, участвующими в предпринимательском процессе могут быть банки, инвестиционные компании, фонды, биржи и т.д. Специализированные финансовые институты (банки) объединяют финансовые ресурсы и предоставляют временно свободные денежные средства предпринимателю во временное пользование в виде кредитов (займов, ссуд). Финансовые учреждения (инвестиционные компании и фонды) концентрируют как свои, так и чужие капиталы и инвестируют их с максимальной отдачей в функционирующие и новые производства или в перспективные проекты. Такого рода взаимоотношения требуют от предпринимателя детальной разработки бизнес-плана на основе продуманной и выверенной схемы размещения привлекаемых капиталов.

И, наконец, экономические отношения между всеми участниками предпринимательского процесса осуществляются посредством функционирования различных рынков. Те или иные виды рынков составляют основу рыночных отношений, в том числе, деловых отношений.

В данном случае, мы раскрыли взаимоотношения между участниками предпринимательского процесса, тем самым подчеркнули роль каждого из них. Система деловых отношений должна обладать необходимыми условиями, благодаря которым эти отношения строятся: это социально-экономическая независимость всех субъектов деловых отношений, установление общих и приемлемых экономических интересов на началах взаимной выгоды сторон.

Далее следует остановиться более подробно на субъектах предпринимательской деятельности, закрепленных в российском законодательстве. В соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации [1, гл.1, ст.2] к субъектам предпринимательской деятельности

относят физических лиц (дееспособных граждан Российской Федерации), юридических лиц, иностранных граждан, лиц без гражданства и иностранных юридических лиц. Статья 34 Конституции Российской Федерации гласит, что «право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности» предоставляется «каждому», т.е. не только гражданам Российской Федерации [3, гл.2., ст.34]. Законодательство Российской Федерации устанавливает для иностранцев национальный режим. Это значит, что физические лица – нерезиденты обладают правоспособностью наравне с российскими гражданами. В гражданском и ином законодательстве имеют место случаи ограничения правоспособности иностранных граждан в сфере предпринимательской деятельности. На территории России неуклонно увеличивается присутствие иностранных физических лиц, являющихся субъектами предпринимательской деятельности. Это объясняется открытостью российской экономики для зарубежных инвесторов, отменой многих административных запретов для въезда и передвижения иностранцев, изменением порядка внешнеторговой деятельности и т.д.

На практике предпринимательская деятельность в России осуществляется в конкретных организационно-правовых формах, отражающих не только функциональные особенности самих организационных форм, но и национальные особенности правового режима страны. В Российской Федерации структура организационно-правовых форм определена Гражданским кодексом Российской Федерации, который подразделяет всех участников (субъектов) предпринимательской деятельности по юридическому статусу на физических и юридических лиц, а по цели деятельности – на коммерческие и некоммерческие организации. Представим наглядно схему субъектов предпринимательской деятельности в Российской Федерации в зависимости от юридического статуса и цели этой деятельности (см. Приложение 5).

В соответствии с гражданским законодательством все коммерческие организации (кроме казенного предприятия) можно считать предпринимательскими. Поэтому предпринимательство как особая форма экономической активности может осуществляться как в государственном, так и в частном секторе экономики. В соответствии с этим различают государственное и частное предпринимательство.

Государственное предпринимательство есть форма осуществления экономической активности от имени предприятия, учрежденного: а) государственными органами управления, которые уполномочены в соответствии с действующим законодательством управлять государственным имуществом (государственное предприятие), или б) органами местного самоуправления (муниципальное предприятие). Частное предпринимательство есть форма осуществления экономической активности от имени предприятия (юридического лица) или индивидуального предпринимателя (физического лица).

Конечно, каждый из этих видов – государственное и частное предпринимательство – имеет свои отличительные признаки, но основные принципы их осуществления во многом совпадают. И в том и в другом случае, осуществление такой деятельности предполагает инициативность, ответственность, стремление к максимизации прибыли.

В отношении объекта предпринимательства в экономической литературе также существуют разночтения. Так, некоторые исследователи [54, С.220] считают, что объектом предпринимательства является осуществление наиболее эффективной комбинации факторов производства с целью максимизации дохода. Вспомним Й. Шумпетера, который подчеркнул, что главным делом предпринимателя является поиск новых способов комбинации экономических ресурсов с целью изготовления нового товара, открытия новых способов технологий, изменений в организации производства, освоения нового рынка сбыта, открытия нового источника сырья [126, С.169-170].

Другие [26, С.17] отстаивают точку зрения, что объектом предпринимательской деятельности является товар, продукт, услуга, т.е. то, что может удовлетворять чью-либо потребность и что предлагается на рынке для приобретения, использования и потребления. Наконец, в экономической литературе встречается точка зрения [51, С.134], что объект предпринимательства – определенный вид экономической деятельности.

На наш взгляд, объектом предпринимательства является инновация, т.е. результат инновационной деятельности, которым является новый или усовершенствованный товар (продукт, работа, процесс, услуга), реализованный на рынке, а также нововведения в области техники, технологии, организации труда и управления, что в наибольшей степени соответствует сущности данной категории. Именно через нововведения проявляется сущность предпринимательства, т.к. новаторство является отличительным признаком последнего. Наглядно субъекты и объекты предпринимательской деятельности представлены на рис.6.



Рис. 6. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности

Предпринимательство как процесс представляет собой сложную цепочку целенаправленных действий предпринимателя, начиная с момента зарождения предпринимательской идеи и заканчивая воплощением ее в конкретный предпринимательский проект. Представим этапы последовательных действий предпринимателя в следующей схеме (см. рис.7).

Предпринимательство – это процесс создания новых товаров (продуктов, работ, услуг), обладающих ценностью для потребителей; процесс удовлетворения постоянно растущих потребностей; процесс, осуществляемый на основе эффективного и рационального использования имеющихся ресурсов для достижения наилучших результатов. Этот процесс является непрерывным, постоянно возобновляемым, поскольку постоянно изменяются потребности. Следовательно, предпринимательство как процесс включает в себя поиск новых идей, их анализ и оценку с точки зрения потребностей рынка и экономической выгоды, формирование целей по реализации идей, воплощение идей в новом предприятии, в освоении производства новых товаров.



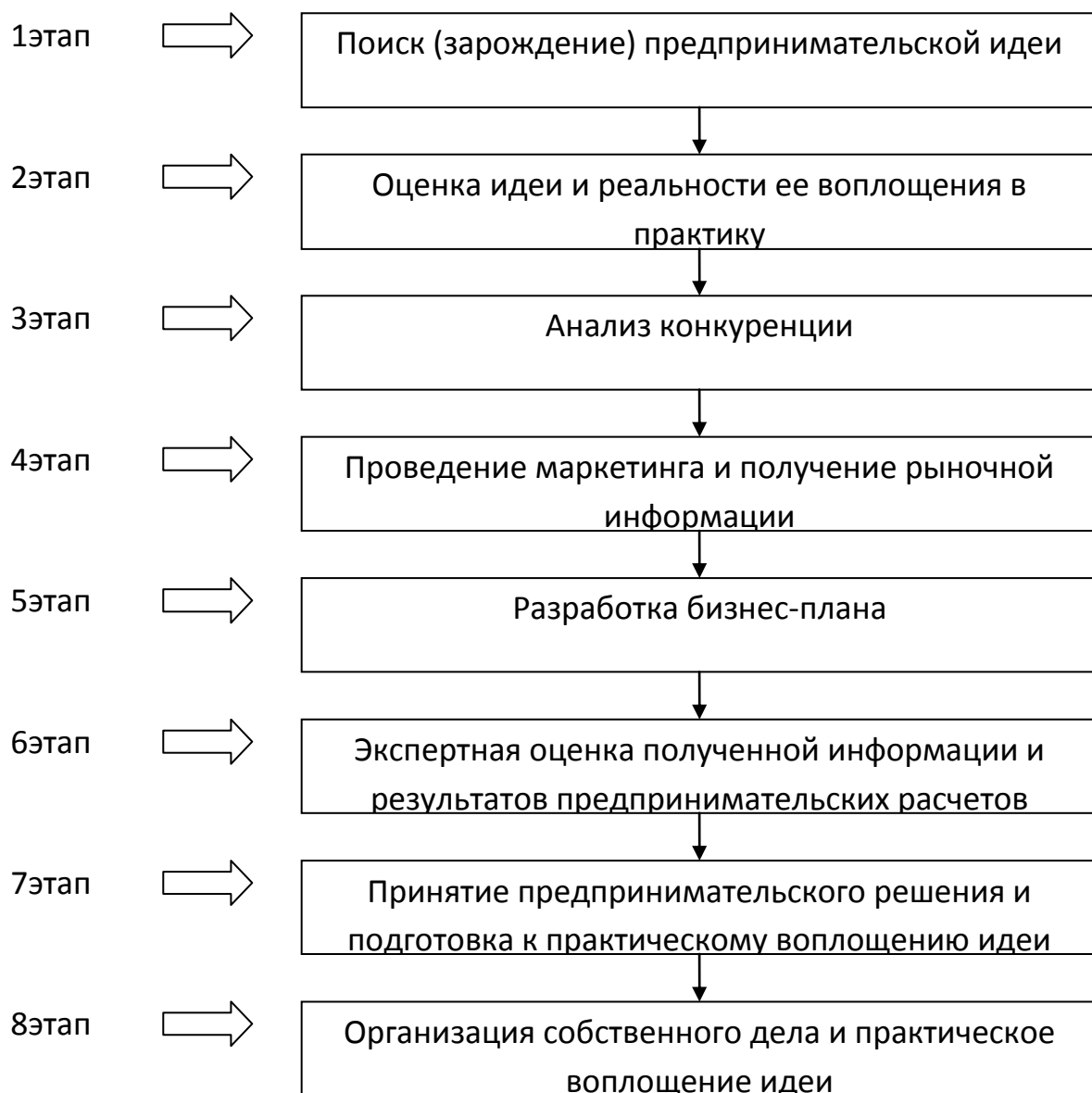


Рис. 7. Алгоритм предпринимательских действий

Для характеристики предпринимательства, как метода ведения хозяйства или вида хозяйственной деятельности необходимо выделить следующие отличительные признаки:

- 1) Самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов (экономическая свобода), т.е. наличие у них определенной совокупности свобод и прав;
- 2) Коммерческий риск и ответственность за принимаемые решения и их последствия;

3) Стремление к прибыли, ориентация на достижение коммерческого успеха. Сущность предпринимательства подменяется целью предпринимательской деятельности в России и, к сожалению, такой подход закреплен у нас законодательно. В Гражданском кодексе РФ подчеркивается основная цель предпринимательства - систематическое получение прибыли. Но такая установка не является самодовлеющей в современных условиях. Целевыми устремлениями предпринимательских структур могут быть и рост объема продаж или освоение нового сегмента рынка, достижение лидирующего положения в отрасли, решение социальных проблем общества и другие;

4) Новаторство, т.е. творческо-поисковая деятельность, направленная на достижение принципиально новых результатов хозяйствования. Инновационный характер предпринимательства должен проявляться во всех сферах деятельности, ибо в противном случае эту деятельность по всем критериям трудно причислить к истинно предпринимательской. Новаторский характер предпринимательства заставляет рассматривать его в качестве исключительно активного фактора научно-технического прогресса и движущей силы экономического роста.

5) Комбинирование факторов производства, суть которого состоит в поиске наиболее рационального варианта сочетания факторов путем замещения одного фактора другим. Варьируя факторами производства, предприниматель не просто обеспечивает переход к более эффективному применению ресурсов, но и, проявляясь в новых технологиях, обеспечивает поступательный ход общественного производства. Основной задачей предпринимателя выступает необходимость выбора самой эффективной формы комбинирования факторов производства, позволяющей организовать процесс производства.

Поэтому предпринимательство как инновационный вид деятельности сводится не только к поиску какого-либо нового дела или производству нового товара, но и к поиску новых идей, осуществлению новых комбинаций

факторов производства, использованию новых технологий, техники и организации труда.

В этом же контексте, необходимо сказать, что процесс предпринимательской деятельности на современном этапе в эпоху научно-технической революции сопровождается обязательным наличием и комбинированием множества факторов производства: как классических (труд, земля, капитал), так и специфических (информация, предпринимательская идея, знания, технология реализации идеи, менеджмент, маркетинг, предпринимательские способности и др.).

В эпоху информационного развития общества главными его приоритетами становятся знания и информация. Цивилизация вступила в информационный век, где информация является важнейшим экономическим ресурсом наряду с другими ресурсами. Жизнеспособными оказываются сегодня те предприятия, которые сумели выработать и развить механизмы информационных взаимодействий. Современный предприниматель должен уметь использовать информацию различного характера. Как экономический ресурс можно выделить и время. Предприниматель в своей производственно-экономической деятельности располагает ограниченным количеством этого невозпроизводимого ресурса. Часто предприниматель принимает решения в условиях большого дефицита времени. Ресурсом можно считать технологию и организацию производства. Первая представляет собой конкретные способы обработки предметов труда (сырья), определенный порядок производственных процессов; вторая обеспечивает функционирование всех ресурсов производства. Не меньшую роль в рыночной экономике играют такие ресурсы как менеджмент, маркетинг, а также современная инфраструктура. Все перечисленные факторы в процессе предпринимательской деятельности имеют всевозрастающее значение. Все факторы производства находятся в развитии и изменении; взаимосвязаны и взаимообусловлены и до определенной степени являются взаимозаменяемыми.

Особое место в экономической системе занимает взаимодействие производственных факторов, которые в рамках предприятия объединяются за счет предпринимательской деятельности. С этой точки зрения, процесс взаимосвязи всех факторов производства мы можем изобразить следующим образом (рис.8):

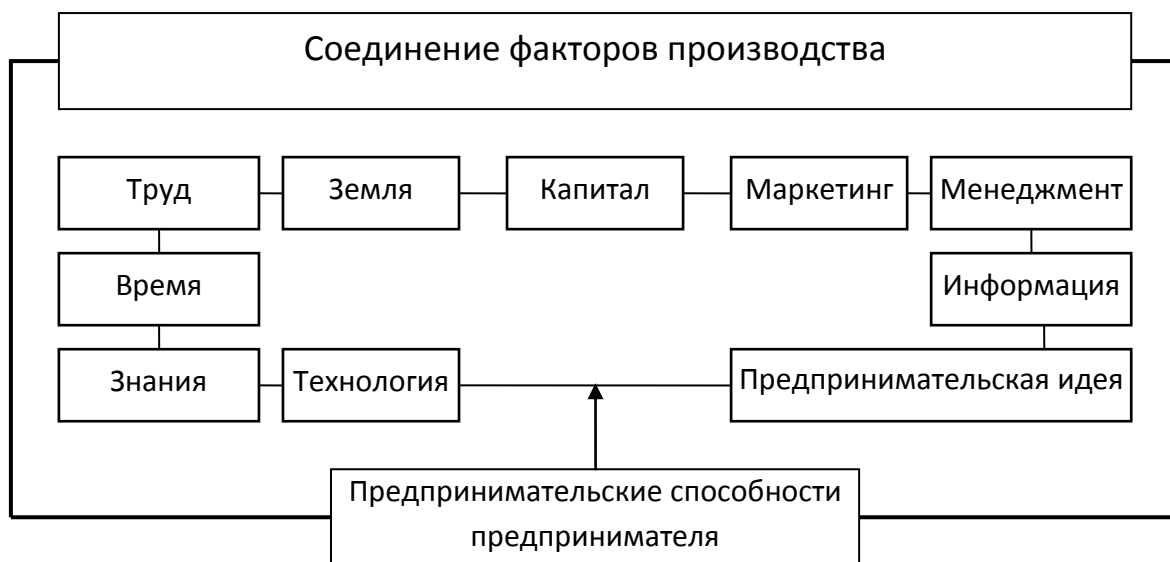


Рис. 8. Взаимосвязь факторов производства

Процесс комбинирования факторов производства невозможен без предпринимателя, поэтому предприниматель, наделенный особыми способностями, занимает центральное место в системе факторов производства. Предприниматель стремится к эффективному использованию всех экономических ресурсов. Наиболее очевидной формой повышения эффективности располагаемых ресурсов является их перемещение туда, где они принесут больший доход. Обобщая вышесказанное, автор предлагает модель, которая отражает всю систему экономических ресурсов, их использование, где центральное место занимают предпринимательские способности (рис.9).



Рис. 9. Основные и специфические экономические ресурсы

На основании всего вышеизложенного, можно определить особое место предпринимательского ресурса (предпринимательских способностей) в системе экономических отношений, тем самым и в общественном производстве (рис.10).

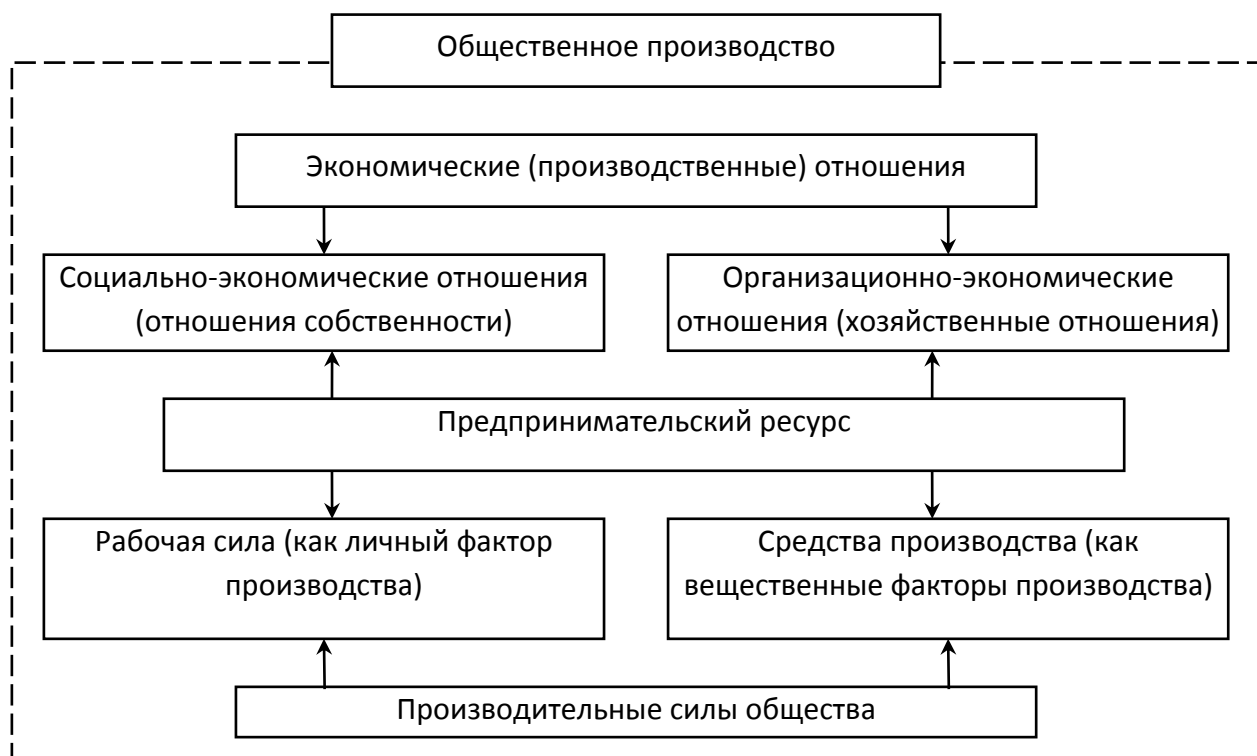


Рис. 10. Предпринимательский ресурс в системе экономических отношений

Всякое производство является общественным, в процессе которого складываются производственные (экономические) отношения между хозяйствующими субъектами. Производственные (экономические) отношения не ограничиваются собственно производством как таковым, а включают в себя и отношения, складывающиеся в процессе распределения, обмена и потребления благ. Производство выступает в качестве исходного пункта, где создаются блага с целью удовлетворения общественных потребностей; распределение устанавливает долю, получаемую каждым субъектом; обмен предполагает куплю-продажу созданных благ; потребление предусматривает процесс использования благ для удовлетворения личных потребностей и производственных нужд. Удовлетворенная потребность создает предпосылку для возобновления производства. В данном случае, мы говорим о процессе воспроизводства (возобновления) четырех стадий общественного производства. Экономическая деятельность предпринимателя проникает во все стадии воспроизводства (производство, распределение, обмен, потребление) и за счет его предпринимательских способностей,

эффективного ведения дел, инновационных решений предполагает ускорение данного процесса воспроизводства.

Социально-экономические отношения реализуются через отношения собственности. Для того, чтобы реализовать предпринимательскую деятельность, предприниматель, будучи собственником капитала, нанимает работников, т.е. покупает на рынке труда рабочую силу (способность к труду) и объединяет их в едином процессе труда. В экономических отношениях между предпринимателем и наемными работниками возникает противоречие, вытекающее из объективного противостояния экономических интересов по поводу результата труда. Совершенно очевидно, что отчуждение части продукта труда наемных работников предпринимателем имеет место. И чем больше отчуждение предпринимателем части продукта труда наемных работников, тем сильнее противоречие. По теории К.Маркса, там, где используется живой труд наемных работников, где часть результата труда этих работников отчуждается предпринимателем, там имеет место эксплуатация наемного труда предпринимателем как собственником капитала. Предприниматель должен обеспечивать тот уровень заработной платы, который обеспечивает воспроизводство рабочей силы. Отношения между предпринимателем и наемными работниками есть лишь один аспект деятельности предпринимателя, но они не исчерпывают всех связей, в которые предприниматель вступает с другими хозяйствующими субъектами. Вместе с тем, складываются и организационно-экономические отношения в процессе разделения и кооперации труда, организации хозяйственной деятельности, управления, развития техники, технологии и т.п. Таким образом, приходим еще раз к утверждению, что предпринимательство как экономическое явление отражает всю совокупность отношений.

Очевидно, что важнейшие черты и признаки предпринимательства, отмеченные выше, должны быть отражены в его определении и в законодательстве Российской Федерации. В этой связи рассмотрим полное

определение предпринимательской деятельности, данное в Гражданском кодексе РФ: «это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке» [1, ч.1, ст.2].

В данном определении присутствуют важные черты, которые характеризуют предпринимательство, но, по мнению автора, не менее важная отличительная черта – инновационная направленность - упущена. Кроме этого, в определении ничего не сказано о производственной деятельности. Как видим из определения, первой характерной особенностью предпринимательства является пользование имуществом, второй – продажа товаров. Возникает вопрос о наличии деятельности по производству товаров (продукции). Фактически в законодательстве Российской Федерации установлена только торгово-коммерческая деятельность. В продолжение этого, также упущен тезис об ответственности предпринимателей за результаты и последствия своей деятельности. В Конституции Российской Федерации указывается на то, что каждый гражданин имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской деятельности, при этом не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию [3, ст. 34, п.2]. Следует обратить внимание на то обстоятельство, что не все способности должны поощряться со стороны общественности и законодательства, а только те, которые приносят общественную пользу. Это означает, что использование способностей человека в предпринимательской деятельности в некоторых случаях должно вызывать осуждение и влечь санкции со стороны государства. Примерами таких видов «предпринимательства» служат: деятельность по организации азартных игр, притонов, торговля наркотиками, людьми, кустарное изготовление денег, контрабанда и т.п. Таким образом, некоторые из



способностей человека не могут свободно использоваться в предпринимательстве и иной экономической деятельности. Следует подчеркнуть, что предпринимательские способности человека должны быть полезными для общества, что должно быть оговорено в российском законодательстве. Удачной, на наш взгляд, является следующая формулировка предпринимательства: «Предпринимательство ... является деятельностью, которая связана с вложением средств в целях получения прибыли на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой» [103, С.48]. В данной формулировке подчеркнуто, что предпринимательство – это непосредственно деятельность, которая связывает личные и общественные интересы. Еще раз подчеркнем, что в гражданском законодательстве для определения предпринимательства важно указание о необходимости сочетания личной выгоды с общественной пользой.

Таким образом, на основании всей логики раскрытия сущности и содержания предпринимательства мы приходим к следующему определению: предпринимательство – это инициативная и рискованная деятельность, включающая производство товаров, оказание услуг, выполнение работ и доведение их до потребителей, направленная на поиск и реализацию инноваций с целью удовлетворения разнообразных потребностей общества и получения прибыли как средства достижения социально-значимых целей на основе рационального ведения хозяйства, творческого поиска и нововведений, способных стимулировать экономический рост. Главным субъектом предпринимательской деятельности является предприниматель, рационально соединяющий экономические ресурсы, управляющий процессом на инновационной основе, хозяйственном риске, ответственности за конечные результаты с целью получения коммерческого успеха, сочетая личную выгоду с общественной пользой [67]. Следовательно, понятие предпринимательской деятельности в российском законодательстве нуждается в уточнении и дополнении, которые автор монографии приводит выше.

Предпринимательство можно рассматривать и как особый тип экономического мышления, характеризующийся совокупностью оригинальных взглядов и подходов к принятию решений, которые реализуются в практической деятельности. Центральную роль здесь играет личность предпринимателя, его склад ума и свойство натуры, особое воображение, дар предвидения, предприимчивость и способность создавать, применять новшества, т.е. все то, что мы называем предпринимательскими способностями [68].

В мире существует устоявшееся мнение, что предпринимательский слой в любом обществе довольно тонок. По разным оценкам, предпринимательством на высоком профессиональном уровне могут заниматься не более 6-8 процентов самодельного населения. В России предпринимательство носит чаще вынужденный характер и здесь речь идет о желании людей выжить, не потеряться в меняющихся условиях. В данном случае следует говорить о поиске данными людьми своего места в системе экономических отношений. Усложнение современных экономических отношений, научно-технические изменения предполагают от каждого вступающего в сферу предпринимательства овладение новыми знаниями, навыками и умениями, без которых осуществление предпринимательских функций немислимо. Отсюда, предпринимательство можно рассматривать и в профессиональном смысле как умение организовать собственное дело и достаточно успешно осуществлять функции, связанные с предпринимательским процессом.

Автор монографии подчеркивает, что предпринимательство – это многосложное понятие и многофункциональное явление. Предпринимательство – сложный экономический феномен, представляющий не только особый вид деятельности, особую форму экономической активности, социально-экономическое явление, но и определенный стиль и тип поведения, образ мысли, особый настрой души, неотъемлемыми составляющими которого являются инициатива, независимость, творчество,

профессионализм, поиск нетрадиционных решений, постоянное стремление к инновациям, продуманный риск, деловая хватка, мобильность и ответственность за последствия своих действий. Предпринимательская деятельность должна учитывать не только личные, но и общественные интересы, не только личное обогащение, но и повышение благосостояния всего общества. Именно эти начала должны стать основой предпринимательства.

#### **1.4. Критерии выделения малого предпринимательства в предпринимательском секторе**

Рассмотрение категории «предпринимательство» предполагает, по нашему мнению, и характеристику важнейших видов предпринимательской деятельности. Каждый вид предпринимательства имеет свою специфику и особенности. Будучи относительно самостоятельными видами предпринимательской деятельности, они пронизывают и дополняют друг друга, постоянно взаимодействуя.

Наиболее распространено в экономической литературе выделение следующих видов предпринимательства: производственное, коммерческое, финансовое, посредническое [53]. При этом их часто связывают с фазами воспроизводства: производство - распределение – обмен - потребление. При таком подходе первый вид предпринимательской деятельности охватывает производство и потребление товаров (услуг), второй – распределение, обмен и потребление, третий – обмен, обращение стоимостей. Четвертый вид предпринимательской деятельности способствует ускорению объединения разных видов деятельности в единый экономический процесс и может проявить себя в любой из фаз воспроизводства.

Другие ученые приводят типологию предпринимательства, которая включает в себя следующие виды: производственное предпринимательство, консультативное (консалтинг), коммерческо-торговое, финансово-

кредитное, посредническое, предпринимательство образовательного учреждения [67]. В то же время каждый из названных видов предпринимательства распадается на некоторое число подвидов. В общем представлении существующие виды и подвиды предпринимательства представим в виде таблицы (см. Приложение 6).

Различные виды предпринимательства рассматриваются как взаимодополняющие и необходимые для общества. При этом приоритет надо отдать производственному предпринимательству, т.к. от его развития зависят экономический рост и жизненный уровень населения. К производственному предпринимательству относится производство конкретных товаров, работ и услуг, производственное их потребление, инновационная и научно-техническая деятельность, предоставление информации, создание духовных ценностей и т.п., подлежащих последующей реализации потребителям. В целом производственное предпринимательство направлено на производство материальных и нематериальных благ (услуг). Соответственно, следует различать материальное производство (промышленность, сельское хозяйство, транспорт и т.д.) и нематериальное производство (образование, здравоохранение, культура и т.д.). Структурная перестройка российской экономики не обеспечила необходимых условий для развития производственного предпринимательства, поэтому в России оно является наиболее рискованной деятельностью. Риск нереализации продукции, высокие налоги, сборы, пошлины, хронические неплатежи тормозят развитие производственного предпринимательства. Но именно производственное предпринимательство может обеспечить устойчивое развитие экономики.

Коммерческое (коммерческо-торговое) предпринимательство характеризуется прежде всего тем, что определяющую роль в нем играют товарно-денежные, торгово-обменные операции и сделки. Его суть заключается в операциях и сделках по купле-продаже товаров и услуг. Полем деятельности коммерческого предпринимательства служат товарные биржи и торговые организации. Отличие коммерческого предпринимательства от

производственного состоит в том, что коммерческий предприниматель приобретает готовый товар для перепродажи.

К числу следующих видов предпринимательства относится финансовое (финансово-кредитное). Финансовое предпринимательство является разновидностью коммерческого. Выделяется оно в отдельный вид потому, что занимается своеобразным товаром – деньгами, валютой, ценными бумагами. Суть этого вида предпринимательства состоит в обмене (купле-продаже) одних ценных бумаг на другие. Оно выявляет и привлекает потенциальных покупателей денег, валюты, ценных бумаг. В финансовом предпринимательстве участвуют коммерческие банки, фондовые, валютные биржи, индивидуальные предприниматели и другие финансово-кредитные организации. В Федеральном законе «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» сформулировано такое понятие, как финансовая услуга. Под финансовой услугой понимается деятельность, связанная с привлечением и использованием денежных средств юридических и физических лиц, в том числе осуществление банковских операций и сделок, предоставление страховых услуг и услуг на рынке ценных бумаг, заключение договоров финансовой аренды (лизинг) и договоров по доверительному управлению денежными средствами или ценными бумагами, а также иные услуги финансового характера [6].

Посредническое предпринимательство появилось в рыночной среде, оно способствует ускорению оборачиваемости капитала, уменьшению издержек, росту производительности труда за счет его специализации и т.д. Субъекты посреднической деятельности непосредственно не производят и не продают товары, а выступают в качестве посредников между производителями и потребителями, представляющие интересы того или другого. В качестве посреднических предпринимательских организаций выступают оптовые снабженческо-сбытовые организации, торговые представительства, аукционы, биржи, кредитные организации и др. Некоторые авторы определяют посредническое предпринимательство как

спекулятивно-посредническую сферу, которая «отрицательно воздействует на экономику, генерируя и углубляя ее крах ... оттягивает на себя почти все свободные деньги, лишая, тем самым, денег реальный сектор экономики ...» [12, С.105-107].

В соответствии с Законом Российской Федерации «Об образовании» [7, Ст.47] образовательное учреждение Российской Федерации имеет право вести предпринимательскую деятельность. В своей предпринимательской деятельности образовательное учреждение приравнивается к предприятию и подпадает под действие законодательства Российской Федерации в области предпринимательской деятельности. Учредитель или органы местного самоуправления могут приостановить предпринимательскую деятельность образовательного учреждения, если она идет в ущерб образовательной деятельности, предусмотренной уставом.

Следует отметить, что соотношение вышеописанных видов предпринимательства в структуре экономики должно быть разумным и равномерным, чего нельзя сказать о сегодняшней экономике России, где сфера производства сокращается, а сфера купли-продажи непомерно раздута.

Представим более полную, на взгляд автора, классификацию предпринимательства в зависимости от нескольких критериев, которая позволит наиболее точно, по сравнению с существующими классификациями, отразить сущность данного субъекта (см. рис.11). В качестве критериев мы выделяем: территориальный признак; формы собственности; законность осуществления; размер предприятия, где учитываются критерии численности персонала и удельный вес других субъектов в уставном капитале; юридический статус; отраслевая принадлежность; цели предпринимательской деятельности; содержание и направленность труда; сферы деятельности.

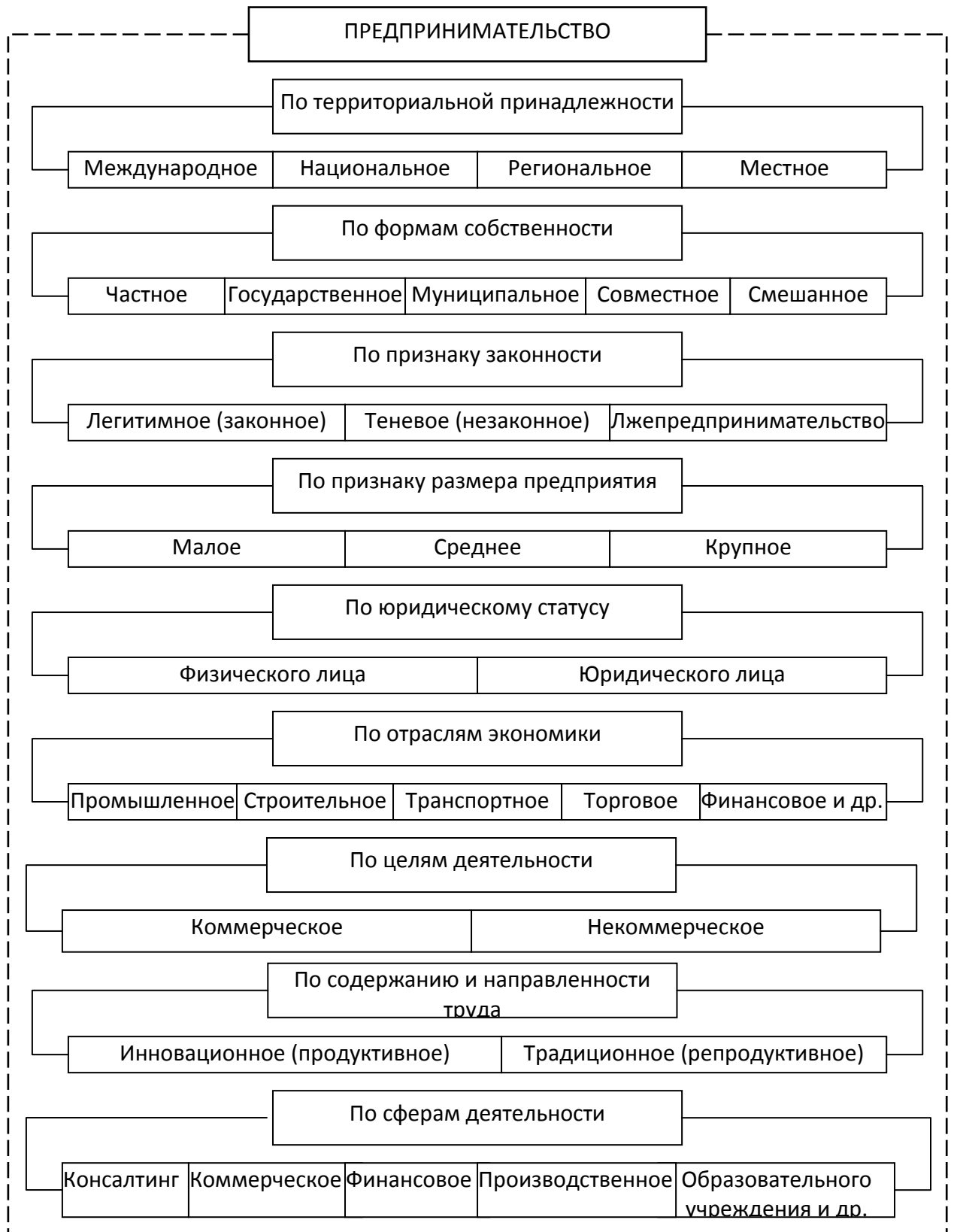


Рис. 11. Классификация предпринимательства

Среди отмеченных на рисунке видов предпринимательства особую роль играет малое и среднее предпринимательство, которое в мировой практике объединено в одну группу малого и среднего предпринимательства (МСП). В российской практике выделяется малое, среднее и крупное предпринимательство, исходя из критерия численности работающих на предприятии и выручки.

На современном этапе актуальной является задача унификации определения малого и среднего предпринимательства в соответствии с зарубежной практикой. Существует ряд примеров крупных исследований по различным аспектам развития малого предпринимательства [69; 70; 117; 118], но при этом отсутствует единый подход в соответствии с зарубежной практикой к определению критериев выделения сектора малое и среднее предпринимательство.

Общепризнанными в мировой практике критериями выделения малых предприятий являются численность занятых в них, величина годового оборота, величина балансовой стоимости активов, размер уставного капитала и др. По данным Всемирного банка, общее число таких показателей в различных странах, достигает пятидесяти [16, С.40]. В зарубежной практике часто малое и среднее предпринимательство рассматриваются как единое явление, и поэтому к его объектам употребляется термин «малое и среднее предпринимательство», «малые и средние предприятия» (МСП).

В Европейском Союзе (ЕС) были приняты следующие критерии определения микро-, малых и средних предприятий, которые в совокупности составляют сектор SME экономики: к микропредприятию относят предприятия с числом занятых до 10 человек; к малым – до 50 человек, с годовым оборотом менее 4 млн. евро, величиной годового баланса менее 2 млн. евро; к средним – до 250 человек, с годовым оборотом менее 16 млн. евро, величиной годового баланса менее 8 млн. евро [56, С.5]. Верхняя граница SME по числу занятых в 250 человек обусловлена следующим обстоятельством. Результаты исследований, экономическая практика



доказывают, что на предприятиях, где количество работающих превышает число 250, существенно более сильный менеджмент во всех сферах предпринимательской деятельности: в производстве, маркетинге, исследованиях и разработках и т.д. Там, где количество работающих меньше 250 человек, менеджмент во всех сферах значительно слабее. Таким образом, пороговое значение в 250 человек занятых отражает качественное отличие сектора SME от сектора крупных предприятий. Для всех категорий SME важным критерием является критерий экономической независимости. Под независимыми понимаются предприятия, в капитале которых доля, принадлежащая одному или нескольким предприятиям, не являющимися малыми или средними, не превышает 25 процентов [57, С.91]. Если изначально действующее как малое (среднее) предприятие в течение двух лет превышает установленный критерий по численности занятых или по структуре капитала, то оно утрачивает статус малого (среднего) предприятия [40, С.69].

Международная организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), в которую входят экономически высокоразвитые страны, определяет предприятия с числом до 20 человек как «весьма малые», до 100 человек – как «малые», от 100 до 500 человек – как «средние», свыше 500 – как «крупные».

В США нет единого подхода к выделению малого, среднего, крупного предпринимательства. Первый федеральный закон о малом бизнесе, принятый в США в 1953г. не содержал количественных критериев, ограничиваясь лишь качественными: экономическая независимость, самостоятельность, недоминирование в отрасли. Позже, в 1958г. к закону была принята поправка, которая четко разграничила параметры малого и среднего бизнеса. В зависимости от количества нанятых работников и отраслевой принадлежности «малые и средние» предприятия США делятся на пять категорий: наименьшие (1-24 человека), малые (25-99), промежуточные (100-499), крупные (500-999), крупнейшие (1000 и более).

Оптовое торговое предприятие попадает в эту категорию (МСП), если его годовой оборот находится в пределах 3-18 млн. долл. В розничной торговле и сфере обслуживания этот предел равен 1-5 млн. долл. [39, С.19].

Администрация малого бизнеса США (SBA) дает несколько иные критерии (см. Приложение 7). В указанном приложении сформулированы стандарты размера предприятия по каждой отрасли. Данные стандарты установлены Отделом SBA по стандартизации (Office of Size Standards) в соответствии с Северо-американской промышленной классификационной системой (NAICS). Учитывая определение малых, средних и крупных предприятий США можно сказать, что SBA объединяет малые и средние предприятия в общую подгруппу. Приведем таблицу, где перечисленные критерии классифицированы в более широкие отраслевые группы и где показано изменение одного из критериев (см. табл. 2).

Таблица 2

Критерии SBA для отнесения предприятий основных групп отраслей к категории малых и средних

Основная группа отраслей	Максимальное количество работников, чел.	Максимальная годовая выручка от продаж (млн. долл.)	
		В 1987г.	В 2012г.*
Производство	250-1500	-	-
Оптовая торговля	100	-	-
Розничная торговля	-	3,5-13,5	6-24,5
Услуги	-	3,5-14,5	6-21

\*Добавлено автором по данным: [www.rcsme.ru](http://www.rcsme.ru)

Федеральное статистическое бюро США в качестве основного показателя избрало постоянную величину среднесписочного состава работников, где максимальная планка - 500 человек. Некоторые

отечественные авторы считают вполне обоснованным определение верхних пределов количественных показателей, так, А.В. Чудова замечает, что число 500 – не случайное число, это эмпирически установленный предел административной управляемости [125, С.3].

В упомянутом первом американском законе о малом бизнесе сказано: «Защита и поощрение свободной конкуренции составляют основу не только экономического благосостояния, но и безопасности страны» [146, С.3]. Данная трактовка малого бизнеса как основы конкурентной экономики заставляет правительство оказывать поддержку и содействие ради сохранения конкурентного преимущества.

В Японии к малым относятся предприятия с числом работников до 300 в отраслях промышленности, строительства, транспорта, связи, кредита, коммунального хозяйства; до 100 – в оптовой торговле, до 50 – в розничной торговле и сфере услуг, размер уставного капитала, соответственно 100, 30 и 10 млн. йен.

В Италии к микропредприятиям относят предприятия с числом работающих не более 19 человек, к малым – с числом работающих от 20 до 99 человек, к средним предприятиям (малым) от 100 до 199 человек, к средним предприятиям (большим) – от 200 до 499 человек, свыше 500 человек – к крупным. Как правило, в Европе малыми считают фирмы с количеством работников до 200 (250), средними – от 200 (250) до 500 [100, С.57-62]. Серьезная теоретическая работа в области малого предпринимательства ведется в Великобритании, где делаются попытки определить не только количественные, но и качественные параметры этого феномена. При этом выделяют три основных признака малых предприятий: небольшая доля на рынке, не позволяющая фирме оказывать влияние на цены и объемы реализуемого на нем товара; правовая независимость в том смысле, что они не составляют части более крупных предприятий; персонифицированное управление, когда собственник персонально управляет фирмой и принимает решения [147]. В этих признаках заложена

важнейшая особенность малого предпринимательства, когда происходит соединение собственности и управления, и соответственно соединение понятий собственник и менеджер.

В течение ряда лет зарубежные исследователи [136; 148] делают попытки создания единой системы статистических наблюдений за развитием МСП. В то же время в каждой стране существуют свои национальные подходы к определению МСП. Ученый Ван Хорн (Нидерланды, 1979г.) при анализе особенностей малых фирм выделяет пять качественных критериев:

- 1) относительно небольшое число производимых продуктов (услуг, технологий и др.);
- 2) сравнительно ограниченные ресурсы и мощности;
- 3) менее развитые системы управления;
- 4) несистематичность менеджмента;
- 5) главные управленческие должности и большинство акций удерживаются основателями предприятия (их родственниками) [49, С.53].

На базе этих качественных критериев Ван Хорн предложил считать средними предприятия с численностью занятых от 50 до 500 человек и оборотом в 1-33 млн. ф.ст.

Другим примером качественного подхода является методика, разработанная Х. Велу (1980г.) на основе исследований процессов развития организаций (см. Приложение 8). Х. Велу идентифицирует ряд характеристик, присущих предприятиям разного размера – от малых до крупных, однако, при этом мы наблюдаем расплывчатость переходных границ между качественными определениями «малый – средний – крупный бизнес». В этом исследовании делается вывод о том, что британские средние по размеру компании (малые и средние) – это предприятия с численностью занятых от 25 до 500 человек.

В нашей стране на сегодняшний день при рассмотрении проблемы определения и выделения критериев МСП внимание специалистов и политиков концентрируется в основном на связанных с ней вопросах

налогообложения и государственной поддержки малого предпринимательства.

Заметим, что попытки размерной классификации предприятий в нашей стране имеют давнюю историю: «Вопрос о том, что считать ... большим заведением и что малым, в сущности, неразрешим вполне правильно. Можно в этом случае принять признаком или число рабочих и свойство механических снарядов, или капитальную стоимость, или годовой оборот заведения» (Труды комиссии, учрежденной для пересмотра уставов фабричного и ремесленного. 4.Ш. СПб. 1864 г.) [8, С.15]. Дискуссии на эту тему не прекращаются и по сей день.

Согласно российскому законодательству под субъектами малого предпринимательства понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, общественных и религиозных организаций (объединений), 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 средняя численность работников за отчетный период не превышает предельного уровня в 100 человек. Малые предприятия, осуществляющие несколько видов деятельности (многопрофильные), относятся к таковым по критериям того вида деятельности, доля которого является наибольшей в годовом объеме оборота или годовом объеме прибыли. Под субъектами малого предпринимательства понимаются также физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица и крестьянские (фермерские) хозяйства, внесенные в единый государственный реестр.

В Налоговом кодексе Российской Федерации [4, глава 26.2, ст. 8] с 2003г. были особо выделены малые предприятия с величиной годового оборота в 15 млн. рублей, что позволяло им перейти на упрощенную систему налогообложения. Следует оговориться, что данный порог в 15 млн. руб.

давал льготы по налогам таким организациям как парикмахерские, химчистки и другие подобные, а предприятия промышленности, сельского хозяйства при указанном пороге лишались этих льгот. При таком пороге малые предприятия обречены были оставаться «карликами» или 4-5 раз в год «клонироваться», чтобы сохранять льготы. Ввиду этого, необходимо было повысить величину годового оборота малого предприятия, которая позволила платить налоги по упрощенной системе. Увеличение годового оборота дает возможность перейти на упрощенную систему налогообложения многим производственным, строительным, а главное – инновационным предприятиям. Данные вопросы не раз обсуждались в ходе проведения Форумов по малому и среднему бизнесу Общероссийской общественной организацией «ОПОРА России».

Сегодня российское законодательство закрепило несколько критериев для отнесения предприятия к разряду субъектов малого предпринимательства: 1) принадлежность к коммерческим организациям; 2) структуру уставного капитала (долю участия в уставном капитале); 3) численность работников в зависимости от рода деятельности; 4) выручка от реализации продукции (товаров, услуг, работ). Например, выручка малых предприятий за предшествующий год за без учета НДС должна составить не более 800 млн. руб..

В российской практике до 1995г. в соответствии с постановлением Совета Министров РСФСР от 1991г. «О мерах по поддержке и развитию малых предприятий» к категории малых были отнесены предприятия любой организационно-правовой формы со средней численностью работающих в промышленности, строительстве – до 200 человек, в науке и научном обслуживании – до 100, в других отраслях производственной сферы – до 50, в отраслях непромышленной сферы – до 25, в розничной торговле – до 15. Далее, в соответствии с Федеральным законом «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» к малым предприятиям стали относить только коммерческие организации с

преимущественно частным уставным капиталом, где допустимая численность персонала малого предприятия в промышленности и строительстве была необоснованно вдвое сокращена, а в торговле – вдвое увеличена. Промышленное предприятие с числом занятых до 200 человек в рыночной экономике, как правило, предприятие конкурентное, не являющееся монополистом. Именно по этому признаку такое предприятие резонно было оставить в разряде малых. Подобные изменения усугубили кризисное состояние промышленности и строительства, послужили дополнительным фактором миграции капитала из сферы производства в сферу обращения. Для находящейся на грани научно-технической сферы критерий численности занятых также был снижен на 40%, что было крайне недопустимым.

Кроме того, изменение критериев привело к осложнению проведения реальной оценки динамики развития малого предпринимательства в России за все годы рыночных реформ, равно как и проведение международных сопоставлений с российской статистикой в последующие периоды. Многие показатели развития малого предпринимательства, используемые в России не соответствуют индикаторам, принятым в международной практике, что тоже осложняет сопоставления. Статистика Российской Федерации содержит весьма ограниченный перечень показателей, характеризующих малое предпринимательство: 1) число малых предприятий и индивидуальных предпринимателей; 2) численность занятых на малых предприятиях; 3) объем продукции (работ, услуг); 4) выручка от реализации товаров (работ, услуг); 5) инвестиции в основной капитал; 6) удельный вес малых предприятий в основных экономических показателях. Неплохая статистическая практика появилась с разбивкой данных показателей по видам экономической деятельности и учетом инноваций в малом и среднем бизнесе. При этом, следует сказать, что существуют особенности агрегации отечественной и зарубежной статистики. Так, в статистике ЕС используются такие показатели, как оборот малых, средних и крупных предприятий в

сопоставлении, размер произведенной добавленной стоимости в расчете на одного работника, доля затрат на рабочую силу в добавленной стоимости и другие [37, С.36]. При этом перечисленные индикаторы агрегируются в зависимости от числа занятых по различным категориям предприятий: «микро», «малым», «средним» и «крупным», что позволяет выявлять соответствующие различия, чего нет в российской практике. Также было неплохим начинанием ввести показатели поддержки малого и среднего бизнеса.

Кроме этого, российское законодательство ограничило категорию малого и среднего предпринимательства чисто количественной характеристикой, упуская из внимания качественные критерии. Мало того, вплоть до 2000г., российская статистика публиковала только данные о малых предприятиях – юридических лицах, оставляя без внимания индивидуальных предпринимателей и средние предприятия. В действительности в России на тот момент насчитывалось 879,3 тыс. малых предприятий [58, С.9] и 4236,9 тыс. индивидуальных предпринимателей, включая глав К(ф)Х<sup>1</sup>, т.е. фактически к субъектам малого предпринимательства относилось 5116,2 тыс. единиц, что не нашло отражения их должной роли в статистике того времени. По состоянию на 2018г. по данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства микро и малых предприятий насчитывается порядка 2947704 единиц и индивидуальных предпринимателей – 3253592 единиц, что в сумме составляет порядка 615 1,2 тыс. единиц. Все это говорит о недостаточных темпах роста данного сектора экономики за последние десятилетия.

На основании распоряжения Правительства Российской Федерации от 2000г. №476-р с 2001г. на территории Российской Федерации проводилось сплошное статистическое обследование малых предприятий (по формам №ПМ-1; ПМ-2), что давало более достоверные сведения о деятельности

---

<sup>1</sup> По данным Министерства Российской Федерации по налогам и сборам. 2001г.



малых предприятий. В настоящее время текущее статистическое наблюдение за деятельностью малых предприятий осуществляется в режиме выборочных квартальных обследований (по форме № ПМ). Данные текущих статистических наблюдений (по выборочному методу) Росстата не дают возможности точного выявления доли экономически активных предприятий, осуществляющих экономическую деятельность, которых можно отнести к «живым» и доли «уснувших» предприятий, которые приостановили свою деятельность. Кроме этого, невозможно достоверно определить параметры «теневого» сектора. По разным оценкам, он составляет от 30 до 50% реального оборота его предприятий.

По оценкам авторитетных международных маркетинговых агентств, российский малый бизнес можно разделить на две равные части. Одна из них состоит из легальной хозяйственной деятельности, а другая – из теневой экономики с ее неизменными атрибутами («черным налогом», неучтенным оборотом и контрафактной продукцией). Это половина малого бизнеса. В ряде регионов доходы и прибыль по балансу показывает только треть субъектов малого предпринимательства, у остальных – убытки или нулевая рентабельность. Официальная зарплата сотрудников показывается во много раз ниже прожиточного минимума, а ведь именно в сфере малого бизнеса трудится основная масса населения.

На проблемы исчисления показателей деятельности малых предприятий указывают в своих работах ряд авторов [88, С.24; 50, С.46]. Остро стоит проблема разработки алгоритма выделения каждой категории предприятий, что позволит оценить долю экономически активных предприятий в общем количестве ответивших при обследовании. При этом необходимо провести группировки предприятий по численности работающих, по показателям их деятельности (выпуск продукции, затраты на производство, выработка и производительность труда, количество отработанных часов, заработная плата работников и др.).

Несмотря на принятые меры по совершенствованию обследования малых предприятий, до сих пор отсутствует общенациональная система учета индивидуальных предпринимателей (среди которых не только самозанятые, но и достаточно большие фирмы с несколькими десятками работников), в результате чего реальная роль сектора малого предпринимательства может быть сильно недооценена. Кроме этого, в отдельных субъектах Российской Федерации отсутствует необходимое взаимодействие территориальных органов Федеральной налоговой службы и органов Росстата, что приводит к недоучету части респондентов, и что, в свою очередь, негативно сказывается на итогах обследования. На основе нынешних статистических сведений невозможно глубоко анализировать текущую ситуацию, выработать прогнозы развития малого предпринимательства в региональном и другом разрезе.

Таким образом, анализ применяемых в российской практике критериев показывает их недостаточную теоретическую обоснованность, отсутствие в их динамике ориентации на устойчивое развитие, последовательное ограничение законодательно установленных рамок малых и средних предприятий, проблемы статистического наблюдения и сопоставимости с мировой практикой.

В Федеральном законе «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 2007г. установлены только количественные критерии отнесения предприятий к субъектам малого и среднего предпринимательства.

Выделяются следующие категории предприятий:

- микро – с числом занятых до 15 человек;
- малых – до 100 человек;
- средних - до 250 человек;
- крупных – с числом занятых от 250 человек и выше.

Микро, малые и средние предприятия выделены в особую группу, требующую определенных льгот и поддержки со стороны государства.

Необходимо закрепить законодательно за этой группой абсолютный приоритет.

Наряду с критериями численности работающих и долей участия в капитале мы предлагаем ввести верхние границы годового оборота и балансовой стоимости активов, учитывая европейский опыт, а также качественные критерии. Фактические значения объема реализации, балансовой стоимости активов должны быть установлены по результатам специального обследования, использующего данные Федеральной службы статистики Российской Федерации, Федеральной налоговой службы и др. Все это позволит реально анализировать весь сектор предпринимательства и проводить сопоставления с мировой экономикой.

Необходимо перейти от чисто количественных критериев к комбинированным с качественной характеристикой. К качественным критериям, на наш взгляд, можно отнести:

- отраслевую принадлежность;
- тип и характер менеджмента (для МСП – демократичный и персонифицированный);
- положение (доля) на рынке (для МСП – небольшая доля, не позволяющая доминировать на рынке и влиять на цены);
- способность к инновациям (для МСП – высокая способность к внедрению новинок, постоянное развитие, гибкость);
- степень риска (для МСП – высокая, особенно при использовании венчурных технологий);
- отношение к внешней среде (для МСП – экономическая независимость, самостоятельность, полная ответственность).

Целесообразно отнести к МСП лишь экономически независимые и конкурирующие предприятия, где соединяются функции собственника и менеджера, где собственник несет прямую личную ответственность за развитие предприятия, где численность коллектива допускает прямой

контакт руководителя с каждым его работником, что позволяет быстро принимать решения и поддерживать дух созидания.

Также целесообразно исключить возможность отнесения к малым предприятиям, например, кредитные, страховые организации, участников рынка ценных бумаг, ломбарды, организации, занимающиеся производством подакцизных товаров, игорным бизнесом, государственные и муниципальные предприятия и т.п.

В законодательстве необходимо также выделить приоритетные направления деятельности и развития малого инновационного предпринимательства, выработать правила взаимоотношений правительственных и предпринимательских структур, взаимодействия крупных и малых предприятий (на основе субконтрактации, аутсорсинга, кластерных технологий и т.д.), предусмотреть механизм участия субъектов малого и среднего предпринимательства в поставках товаров (работ, услуг) для государственных и муниципальных нужд, ввести понятие инфраструктуры по развитию и поддержке малого и среднего предпринимательства, разработать направления социальной ответственности, безопасности малого и среднего бизнеса, выделить приоритетными национальные традиции российского предпринимательства, сформировать положительный имидж МСП как основы социально-экономического развития страны.

В целом, следует признать, что имеющая место российская законодательная практика МСП нуждается в обновлении, многие положения действующего законодательства вступили в противоречия с настоящим законодательством Российской Федерации, в частности, с Гражданским, Налоговым и Бюджетным кодексами Российской Федерации. Все эти факторы не способствуют развитию малого и среднего бизнеса как конкурентной основы рыночной экономики.

Малый и средний бизнес представляет собой основу экономики любой страны. Россия в этом смысле не является исключением. Объединение

малого и среднего предпринимательство в общую подгруппу было целесообразно, поскольку основы их формирования, развития и, соответственно многие характеристики имеют значительное сходство, те и другие нуждаются в поддержке со стороны государства.

Выделяя критерии малого и среднего предпринимательства, еще раз подчеркнем их относительность. Малые предприятия, несмотря на общие черты, могут весьма существенно отличаться друг от друга. В то же время одно и то же предприятие может быть одновременно отнесено к крупным, средним или малым предприятиям, так, например, рекламная фирма с огромным оборотом, относительно средним масштабом операций и с небольшим числом сотрудников. То, что считается «средним» для одной отрасли или сегмента рынка, может быть отнесено к «малому» или к «крупному» в другом контексте. Сравним, например, оборот фирм в музыкальной индустрии, бизнес-образовании и оборот в промышленности, строительстве. Можно ли всерьез назвать малыми японские предприятия-автоматы, построенные на принципах безлюдной технологии? Отсюда приходим к выводу, что необходим комплексный анализ всей системы отношений в сфере малого предпринимательства, что предусматривает классифицирование малых предприятий по различным критериям и уровням их значимости. В классификации выделим два уровня значимости: I уровень – количественные критерии, играющие роль самых значимых, без которых невозможно отнести классифицируемый объект именно к объекту МП; II уровень – качественные критерии, которые в меньшей степени влияют на объект классификации.

#### Классификация малых предприятий.

##### I уровень

1.1. По численности занятых в зависимости от рода деятельности (данный аспект мы рассмотрели выше).

1.2. По величине балансовой стоимости активов (необходимо ввести верхние границы в соответствии с международным стандартом).

1.3. По величине годового оборота (объема продаж) (необходимо ввести верхние границы в соответствии с международным стандартом).

1.4. По размеру и структуре уставного капитала (в соответствии с российским законодательством).

## II уровень

2.1. По организационно-правовой форме (в данном пункте мы выделили только коммерческие организации (кроме казенных предприятий), которые рассмотрели выше).

2.2. По сферам и роду деятельности (в соответствии с классификацией государственной статистики Российской Федерации).

2.3. По форме образования:

- вновь созданные;
- в ходе реорганизации;
- в ходе приватизации.

2.4. По форме собственности:

- частные предприятия;
- предприятия смешанной формы собственности.

2.5. По характеру управления:

- с персональным управлением со стороны собственника предприятия;
- с управлением со стороны нанятого менеджера.

2.6. По уровню риска (степени устойчивости деятельности):

- венчурные (высокорисковые);
- традиционные (малорисковые).

2.7. По отношению к рынкам сбыта:

- действующие на местном рынке;
- действующие на региональном рынке
- действующие на национальном рынке

2.8. По отношению к внешней среде:

- независимые и самостоятельные;
- действующие в кооперации с крупными предприятиями.

## 2.9. По конкурентоспособности:

- сверхприбыльные;
- прибыльные;
- убыточные.

На наш взгляд, столь детализированная классификация необходима как с теоретической точки зрения, ибо характеристика малых предприятий в данном случае отражает всю систему экономических отношений в сфере малого предпринимательства, так и с практической, поскольку может служить основой для определения малых предприятий с льготным режимом налогообложения, а также при выдаче кредитов, различных форм государственной поддержки.

Характеристика малого предпринимательства как особого вида предпринимательской деятельности была бы неполной без раскрытия его функций. В западной экономической литературе принято деление функций предпринимательства на ресурсную, организаторскую и творческую. На наш взгляд, данный подход следует уточнить и дополнить. В рыночной экономике предпринимательству присущи следующие функции: экономическая, новаторская (творческо-поисковая), ресурсная, социальная, организаторская, управленческая, преобразовательская, политическая и другие.

Определяющей в рыночной экономике является экономическая функция, которая обусловлена ролью предпринимательства. Предпринимательство служит развитию и совершенствованию экономики. Предпринимательская деятельность направлена на производство товаров и доведения их до потребителя. Причем данная функция особо проявляется через малое предпринимательство, которое напрямую взаимодействует с потребителем.

Другой важной и отличительной функцией предпринимательства является новаторская (творческо-поисковая), которая связана с инновационной деятельностью, использованием новых идей, внедрением и

распространением новых технологий, форм организации производства, выработкой новых средств и факторов для достижения поставленных целей. Проявление творческих начал больше всего наблюдается в малом бизнесе. Малое предпринимательство предполагает поиск новых возможностей ради выживания на рынке. Кроме этого, малое предпринимательство способно более быстро реагировать на изменение спроса и внедрять нововведения на рынок.

Не менее важной функцией является ресурсная. Развитие предпринимательства предполагает мобилизацию всех видов ресурсов (материальных, трудовых, инвестиционных, технологических, информационных, природных, финансовых и др.). Малое предпринимательство предусматривает наиболее эффективную комбинацию факторов производства. Несомненно, генерирование научных достижений, научно-технических идей, предпринимательского таланта приведет к предпринимательскому успеху. Но необходимо помнить, что погоня за максимальной прибылью часто ведет к хищническому использованию ресурсов. Такая деятельность приносит вред окружающей среде и населению в целом. Предприниматель как собственник ресурсов заинтересован в их рациональном использовании, но в то же время может безжалостно относиться к общественным ресурсам, что недопустимо в цивилизованном мире.

Социальная функция малого предпринимательства проявляется в возможности каждого индивидуума открыть свое дело, использовать свои индивидуальные способности. За счет открытия новых предприятий создаются новые рабочие места, сокращается безработица, тем самым выполняется социальная задача обеспечения занятости населения. В результате предпринимательской деятельности расширяется и обновляется ассортимент производимых благ, удовлетворяющих спрос потребителей. Кроме этого, чем эффективнее функционируют предпринимательские



организации, тем существеннее поступления в бюджеты разных уровней, в том числе в государственные внебюджетные социальные фонды.

Следующей функцией малого предпринимательства является организаторская, которая проявляется в принятии предпринимателем самостоятельного решения об организации собственного дела, его диверсификации, в изменении стратегии деятельности и т.д.

Управленческая сфера предпринимательства включает в себя: управление производством, трудовыми ресурсами, информацией, финансами, инвестициями, сбытом, партнерскими связями (см. рис.12).

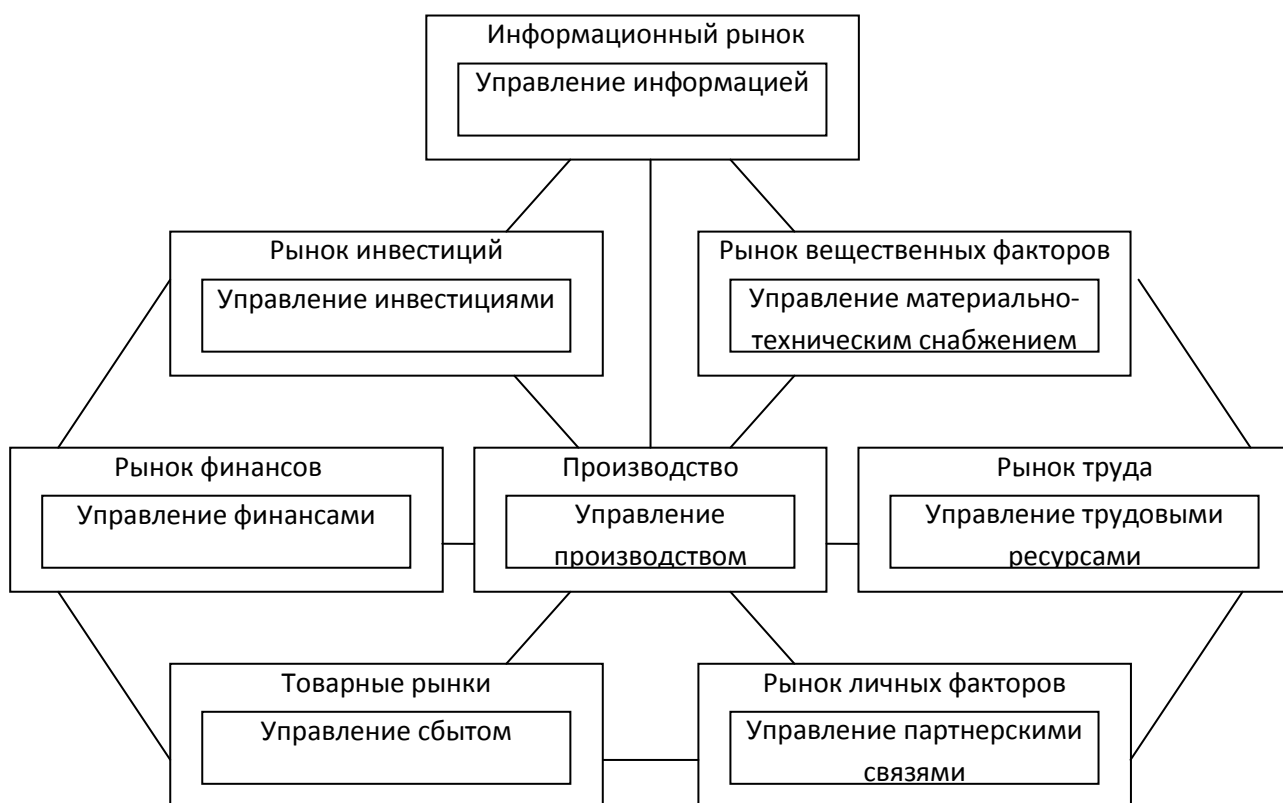


Рис. 12. Управленческая сфера предпринимательства

Каждая управленческая функция имеет свою особую специфику. Управление финансами предусматривает привлечение и использование денежных средств. Управление инвестициями предполагает вложение средств в различные активы длительного пользования и оценку

эффективности капитальных вложений. Управление производством связано с техническими и технологическими аспектами. Главная задача этой функции состоит в поиске такой комбинации факторов производства, которая дала бы максимальный выпуск продукции при минимальных издержках. Управление кадрами в современном предпринимательстве связано с подбором и расстановкой квалифицированных работников. Управление сбытом в условиях высококонкурентного рынка, где главенствующую роль играет не производитель, а потребитель, приобретает новые черты. Выявление самой потребности становится важнейшей задачей осуществления функции сбыта. Функция материально-технического обеспечения состоит в том, чтобы бесперебойно снабжать производство при минимальных запасах. Управление партнерскими связями играет немаловажную роль, при этом важное значение придается эффективности сложившихся партнерских связей и планируемых, поиску новых, более эффективных связей. Управление информационными ресурсами на современном этапе развития экономики приобретает все большую роль. Главная функция информационного менеджмента состоит в контроле над эффективным использованием информации. Владение информационным менеджментом становится немаловажным условием развития малого предприятия в рыночных условиях.

Преобразовательская функция состоит в том, что предприниматель разрушает сложившуюся рыночную среду, модифицируя существующую, создает новые рынки, тем самым, способствует развитию конкуренции. Таким образом, малое предпринимательство проявляет себя активным субъектом рыночной среды, выполняя преобразовательскую функцию.

Некоторые ученые считают, что малому предпринимательству свойственна и политическая функция, которую осуществляют, как правило, ассоциации (союзы) предпринимателей [127].

На уровне своего предприятия предприниматель осуществляет ряд функций «по производству и обменным операциям между предприятием и другими элементами хозяйственной среды» [114; 117; 118], а именно

финансово-учетную, кадровую, функцию материально-технического обеспечения, производственную, функцию проведения маркетинга, НИОКР, функцию распространения предпринимательских идей, знаний, опыта и т.д.

Рассмотрение вышеуказанных функций позволяет более полно охарактеризовать сущность малого предпринимательства.

В общем виде, малое предпринимательство можно определить как самостоятельный, наиболее мобильный вид предпринимательской деятельности, который ограничен количественными и качественными параметрами, обладает высокой адаптивностью к изменениям рыночной конъюнктуры, способствует быстрому насыщению рынка товарами (услугами), формирует конкурентную среду и наиболее динамично развивает инновационную деятельность [67]. Малое предпринимательство в современных условиях многофункционально, является фактором устойчивого роста экономики и очевидно, что без развития данного сектора нельзя говорить о формировании среднего класса, социальной стабильности, обеспечении занятости населения, а значит и об устойчивом развитии социально-эффективного государства.

## **Глава 2. ЗНАЧЕНИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

### **2.1. Роль малого предпринимательства в развитии экономики**

Основу рыночной экономики любой страны составляет малое предпринимательство. Значение и роль малого предпринимательства заключается в оптимизации действующей структуры экономики, обеспечении условий для создания среднего класса, повышении уровня занятости, увеличении доходной части бюджета за счет расширения налогооблагаемой базы, снижении социальной напряженности и достижении политической стабильности.

Хотя экономическую мощь страны определяет крупный бизнес в лице крупных корпораций, а наличие крупного капитала в значительной мере оказывает формирующее воздействие на уровень научно-технического и производственного потенциала государства, тем не менее, важным компонентом в функционировании рыночной экономики является малое предпринимательство, представляющее собой наиболее массовую, динамичную и гибкую форму организации предприятий.

После революции 1917г. российское государство в практической деятельности исходило из того, что всякое крупное производство эффективнее мелкого и на его базе возможно осуществление единого хозяйственного плана, на основании чего был взят курс на крупные предприятия.

Как известно, после Второй мировой войны многие правительства Европы, чтобы восстановить позиции национальной экономики, активно стимулировали развитие именно крупных корпораций. Внимание со стороны государства к малым предприятиям было впервые уделено лишь в начале 70-х гг. XX в. в связи с несколькими факторами: а) ростом благосостояния

населения; б) сменой парадигмы развития экономики; в) появлением новых технологий и др.

В результате сформировались две группы малых предприятий: 1) связанные с крупным производством (дополняющие); 2) самостоятельные, способные конкурировать с крупным бизнесом, в том числе продвигать свою продукцию с меньшим стартовым капиталом и более гибко реагировать на колебания рыночной конъюнктуры.

В развитых странах крупное производство не противопоставляется мелкому. Здесь культивируется принцип кооперирования крупных и малых предприятий, которые дополняют друг друга, особенно при специализации отдельных производств и в инновационных разработках. Например, в США 9 из 10 новых технологических идей рождается на малых фирмах. По данным Национального научного фонда США, в расчете на 1 доллар, вложенный в научно-исследовательские работы, малые предприятия дают в 4 раза больше новинок, чем средние, и в 24 раза больше, чем крупные корпорации. На одного сотрудника малого предприятия приходится в 2,5 раза больше инноваций, чем на работника крупной фирмы [34, С.19].

Малые предприятия, работая в тесной кооперации с крупными, используют, в частности, выгоды современного посредничества в их материально-техническом обеспечении и в сбыте продукции [117; 118]. Малые предприятия с меньшими издержками и, зачастую, с более высоким качеством выполняют субконтрактные (кооперационные) заказы крупных предприятий на производство комплектующих и т.п. Например, объем комплектующих изделий в общей стоимости легковых автомобилей, выпускаемых корпорацией Германии «Volkswagen» достигает 60%. Аналогичный показатель у американских корпораций «Ford» и «General Motors» равен 50%, у ведущих автомобильных компаний Японии «Toyota» и «Nissan» - свыше 70%. В целом, в Германии на долю субподрядчиков приходится 45% общего объема производства в транспортном

машиностроении, 70-80% - в сталеплавильной промышленности, в обрабатывающей промышленности – 25% [27, С.2].

Субконтрактация и другие формы привлечения сторонних поставщиков (аутсорсинг) являются современными и эффективными способами промышленного производства. Для развития данных форм необходимо развивать отдельные элементы инфраструктуры поддержки малого предпринимательства, в том числе центров субконтрактации (для содействия в производственной кооперации крупного и малого бизнеса), промзон и полигонов малого бизнеса (для снижения рисков при создании малых предприятий путем предоставления предпринимателям непосредственно на месте комплексных услуг), бизнес-инкубаторов (для содействия начинающим предприятиям), технопарков и инновационных центров (для поддержки инновационных и высокотехнологичных малых предприятий). Необходимо разработать и принять специализированные государственные целевые программы по развитию указанных элементов инфраструктуры поддержки малого предпринимательства.

В настоящее время незначительно участие малых предприятий в поставках для государственных нужд. Для этого у малых предприятий нет ни сильной материально-технической базы, ни должного уровня технологий, собственные финансовые ресурсы у них ограничены. Им не под силу принять риск несвоевременной оплаты выполненных контрактов со стороны госзаказчиков. Федеральные законы предусматривают размещение 15% государственного заказа на малых предприятиях.

Малые предприятия успешно функционируют в небольших рыночных сегментах, придают хозяйству гибкость, способность к быстрым структурным и техническим сдвигам. Наиболее динамичные предприятия малого бизнеса превращаются в средние и даже крупные фирмы, способствующие экономическому росту. Именно малый бизнес, как показывает мировой опыт, является наиболее эффективным составляющим

элементом экономической системы, способным обеспечить технологический прорыв.

Кроме всего, необходимо отдельно выделить социальную значимость малого предпринимательства, которая заключается в том, что оно, во-первых, способствует созданию широкого слоя мелких собственников (среднего класса), который должен стать гарантом стабильности в стране; во-вторых, обеспечивает раскрытие потенциальных возможностей личности; в-третьих, помогает создавать новые рабочие места, тем самым, давая возможность трудоустройства части незанятого населения; в-четвертых, изменяет жизненные ориентиры основной части населения. Данный аспект о значении и роли малого предпринимательства рассматривали в своих работах ряд ученых [15; 20; 22; 67;69; 71].

О потенциальных возможностях малой формы предпринимательства свидетельствует опыт зарубежных стран. Так, в США из 20 млн. самостоятельных компаний более 90% составляют малые. В США ежегодно создается до 600000 новых малых предприятий, что говорит о больших масштабах малого бизнеса. Малые предприятия США производят 40% ВВП и 50% валового продукта частного сектора [110, С.26].

По данным экспертов ООН, в мире малым бизнесом занято более 50% населения [80]. В развитых странах доля занятых в малом бизнесе значительно превышает показатели занятости на других предприятиях (табл.3).

Таблица 3

Доля персонала на предприятиях в США и Японии, в % от общего числа занятых на предприятиях

Страны	Предприятия			
	Малые	Средние	Крупные	Итого
США	54,5	24,0	21,5	100
Япония	77,0	14,8	8,2	100

В таких странах, как Германия, Великобритания, Италия за счет малого бизнеса создаются две трети (2/3) новых рабочих мест. В экономике развитых стран малое предпринимательство является важной частью хозяйственной структуры, об этом свидетельствуют следующие данные: число МСП в США – 13 млн., в Англии – 2,37 млн., в Японии – 6,5 млн. [131]. Кроме этого, можно привести обобщенные показатели, характеризующие значение МСП в экономике развитых стран и, для сравнения, в экономике России:

Таблица 4

Доля малых и средних предприятий в экономике ведущих стран мира и в России

Страны	Доля МСП в общем количестве	Количество МСП на 1000 жителей	Доля занятых в МСП в общей численности занятых, %	Доля МСП в ВВП, %
Великобритания	99,1	46	49	50-53
Германия	99,3	37	46	50-54
Италия	99,2	68	73	57-60
Франция	97,6	35	60	55-62
Страны ЕС	97,0	47	60	63-67
США	97,6	74,2	54	45-50
Япония	99,2	49,6	78	50-52
Россия*	38,1	21,6	34,5	20-22

Источник: Составлено по данным РЦМП и РАРМП, обзор ОЭСР, 2015

\*Расчитано автором

Для оценки уровня развития МСП мы предлагаем следующую методику. Первоначально необходимо определить результаты функционирования МСП в нашей стране (доля МСП в общем количестве предприятий, доля в ВВП, доля в общей численности занятых, количество МСП на 1 тыс. жителей, абсолютное количество МСП, число занятых на МСП). Необходимо соотнести данные результаты с нормативами, в качестве которых предлагается принять аналогичные показатели развитых стран (см.



табл. 4). Нормативом считать средние показатели развития МСП в ведущих странах, т.к. наблюдается большой разброс показателей этих стран. Предлагается ввести две оценки уровня развития МСП: высокий (близкий к нормативному), либо низкий.

Динамику развития МСП необходимо определять соотношением между вышеуказанными основными показателями функционирования МСП в данной стране за отчетный и базовый периоды и ввести также две оценки: позитивная динамика (положительная) и негативная (отрицательная). Используя данную методику, определим индексы развития МСП в Российской Федерации и сравним с нормативом, сложившимся в развитых странах (табл.5).

Таблица 5

#### Индексы развития МСП в Российской Федерации

Индексы	Российская Федерация	Норматив
Количество МСП на 1000 жителей, ед.	21,6	50,7
Доля занятых на МСП в общей занятости, %	34,5	61,7
Доля МСП в ВВП, %	20-22	58
Доля МСП в общем количестве предприятий, %	38,1	98

На основе данных таблицы выведем комплексный индекс развития МСП (ИРМСП), включающий долю занятых на МСП в общей занятости, долю МСП в ВВП, долю МСП в общем количестве предприятий. ИРМСП может выражаться в процентах от национальной экономики как произведение отдельных коэффициентов. Максимальной величиной ИРМСП является 1, минимальной – 0. Чем больше величина ИРМСП, тем более важным считается наличие и доля сектора МСП в экономике.

Итак, ИРМСП в Российской Федерации составил 0,0258 (ИРМСП=0,34\*0,2\*0,38), когда как ИРМСП в развитых странах составил

0,3524 (ИРМСП=0,62\*0,58\*0,98). ИРМСП мы получили как произведение отдельных коэффициентов. Чем больше величина ИРМСП, тем более весомой будет доля МСП в экономике страны. ИРМСП дает количественную оценку развития МСП и дает возможность международных сопоставлений развития МСП.

Полученный ИРМСП в Российской Федерации говорит о низком уровне развития малого предпринимательства. Кроме того, из сопоставления приведенных показателей, характеризующих сектор МСП (куда входят малые и средние предприятия, не включая ИП и К(ф)Х), видно, что Россия существенно уступает странам с развитой рыночной экономикой. Для России важно достижение аналогичных показателей уровня развития МСП, что жизненно необходимо для эффективного функционирования рыночной экономики.

Проблему оценки эффективности малого и среднего предпринимательства поднимали в своих работах несколько авторов [36; 19; 67-69]. По мнению Духон А., в качестве обобщающего показателя развития малого бизнеса можно использовать комплексный индекс, который формулируется на основе трех индексов: занятости на малых предприятиях (МП); капитальных вложений МП; производства продукции (работ, услуг) МП [36, С.6].

Другие ученые [81;115], расширили перечень индексов, включив в их число: число МП; численность безработных; среднедушевой доход; инвестиционную активность МП; плотность населения; производительность труда. На основе указанных индексов можно судить о потенциале развития МП в различных регионах.

Беспамятных Н.Н. предлагает принцип оценки эффективности МП несколько иначе, как «достижение баланса социально-экономических интересов всех участников этого процесса – индивидуумов, организаций и общества в целом, а целью эффективности – измерение результативности и

экономичности предпринимательской деятельности, а также эффективности ее институциональной среды» [19, С.13].

Для того, чтобы подойти к комплексной оценке сектора МСП и его потенциала в Российской Федерации, проанализируем его состояние и развитие за последние годы. По данным статистического управления, в стране на 2015г. было 5,5 млн. субъектов малого предпринимательства, включая МП и ИП [96]. Кроме этого, в секторе экономики было занято на тот же период порядка 14,4 млн. человек, что составляло 21% от общей численности занятого населения [23]. По данным статистического управления по состоянию на 10.05.2018г., в секторе малого предпринимательства России, включая юридические лица и ИП, находилось 6,2 млн. субъектов. Среднесписочная численность МП составляет порядка 11,2 млн. чел. и ИП- 3,3 млн. чел. [70; 71; 72]. Это немного по сравнению с развитыми странами, где в малом бизнесе занято более половины трудоспособного населения.

Уровень развития малого предпринимательства (малых предприятий) в России в сравнении с развитыми странами явно недостаточен. Так, на 1000 жителей нашей страны приходится в среднем 28 МСП (юридических лиц), тогда как в странах ЕС – не менее 35. Москва и Санкт-Петербург приблизились к уровню Западной Европы: на 1000 жителей этих городов приходится 30 и 33 МСП соответственно.

Инвестиции МП в основной капитал составили 59,7 млрд. рублей, что чуть более 3% от общих инвестиций в основной капитал. За последние годы наблюдается медленный рост этого показателя. По данным статистики на 2012г. объем инвестиций в основной капитал составлял 49,7 млрд. руб. (2,8% от общего объема инвестиций по стране). Следует отметить, что законодательство ограничивает объем инвестиций в малом бизнесе, и повышение установленного максимального их объема чревато лишением различного рода льгот, предоставляемых государством, поэтому данный показатель не может быть велик. Структура объема инвестиций в основной

капитал МП выглядит следующим образом: в здания и сооружения вложено 27% инвестиций, в машины и оборудование – 60%, в жилища – 9%, прочие вложения составили 5%. Наибольший объем инвестиций в основной капитал МП вложен в Центральном федеральном округе – 29% от всех инвестиций. В Уральском федеральном округе этот показатель составляет – 11% [50, С.45].

Рассмотрим факторы, ограничивающие инвестиционную деятельность МП (в % от общего числа организаций):

1. Несовершенная нормативно-правовая база, регулирующая инвестиционные процессы - 24;
2. Сложный механизм получения кредитов для реализации инвестиционных проектов – 30;
3. Недостаточный спрос на продукцию – 26;
4. Инвестиционные риски – 35;
5. Высокий процент коммерческого кредита – 45;
6. Высокий уровень инфляции в стране - 47;
7. Недостаток собственных финансовых средств – 48;
8. Неопределенность экономической ситуации в стране – 51.

Мы видим, что в рейтинге по состоянию на 2017г. самым высоким фактором, ограничивающим инвестиционную деятельность является неопределенность экономической ситуации в стране.

Малый бизнес в России фактически с 2000-х гг. находится в фазе «нулевого роста». Формально с 2010 по 2015г. было отмечено увеличение количества МП с 1644,тыс. до 2222,4 тыс., что составляло 20,8 % всех предприятий России. Но этот «рост» был незначительный и не убеждал в своей эффективности. В частности, потому что известные ограничения упрощенной системы налогообложения спровоцировали процесс «клонирования», когда в целях оптимизации налогов крупные компании создают множество мелких фирм.

По состоянию на 2016г. по данным российской статистики больше всего МП действовало в Центральном ФО – 33,9 % всех предприятий; в

Уральском ФО удельный вес МП составляет 9,2 %; в Северо-Западном ФО– 13,4%; в Южном ФО–8,2%; в Приволжском ФО–17,5%; в Сибирском ФО–11,6%; в Северо-Кавказском ФО–1,9%; в Дальневосточном ФО–4,3 % от общего числа предприятий страны. Среднесписочная численность работников МП составила порядка 10,4 млн. человек, т.е. порядка 20 % работоспособного населения страны. Самый высокий удельный вес занятых на малых предприятиях наблюдался в Центральном ФО – 30,8%; в Уральском ФО этот показатель составил 8,8%; в Северо-Западном ФО–12,8%; в Южном ФО–8,7%; в Приволжском ФО–20,9%; в Сибирском ФО–11,6%; в Северо-Кавказском ФО–2,5%; в Дальневосточном ФО–4,6% от общей численности занятых в экономике [59].

За период с 2008 по 2015гг. развитие российских МП осуществлялось медленными темпами. На динамику развития малого бизнеса на территории России негативное влияние оказал финансовый кризис 2008г. и резкое увеличение вдвое курса ведущих валют (доллара и евро) в конце 2014г. МП оказались наиболее уязвимыми – снизился удельный вес числа МП, объемы выпуска товаров (услуг) и инвестиций в основной капитал (рис. 13).

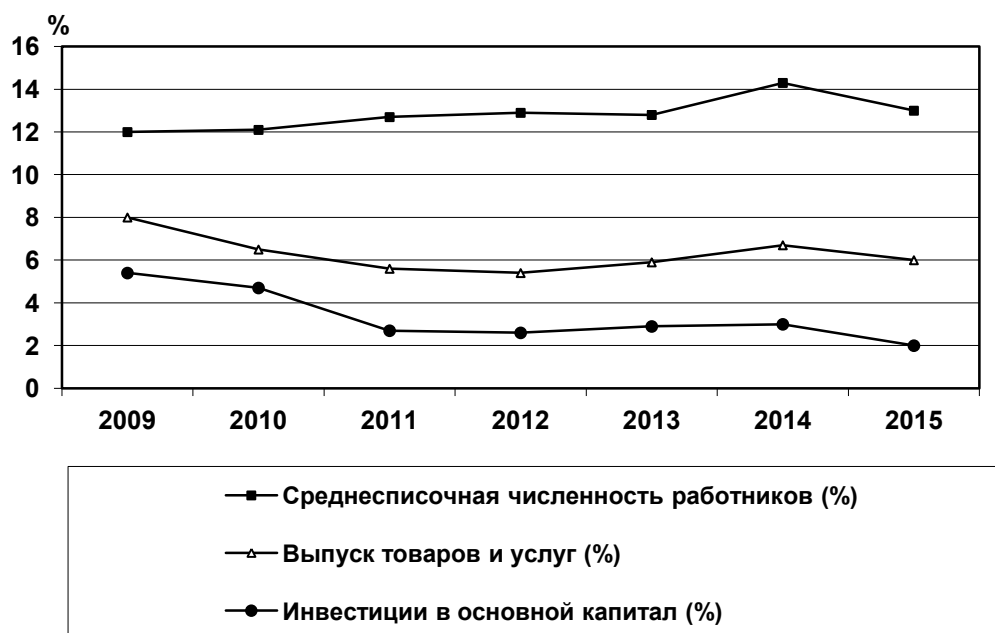


Рис. 13. Удельный вес малых предприятий в основных экономических показателях России, в %

За период с 2015-2017гг. экономические показатели сектора малого предпринимательства начинают показывать положительную динамику, что видно из таблицы:

Таблица 6

Основные показатели деятельности малого бизнеса за 2015-2017гг.

Показатели	2015г.	2016г.	2017г.
Число малых предприятий (тыс. ед.)	2574,4	2770,6	2947,7
Количество ИП (тыс. чел.)	5630,2	5882,4	3253,2
Количество крестьянских (фермерских) хозяйств	3215,2	3528,1	3276,8
Занятость на малых предприятиях ( тыс. чел.)	10365,2	11040,1	11150
Оборот малых предприятий (млрд. руб.):	44277,2	38877,0	38856,2
Доля малых предприятий в общем числе организаций (%)	20,8	24,1	23,5
Доля занятых на малых предприятиях в общей занятости (%)	18,9	22,6	23,4

Из таблицы видно, что за указанный период число малых предприятий выросло на 14 %,но при этом мы наблюдаем резкий спад количества ИП – на 57 % .Занятость на малых предприятиях выросла – на 7 %. Оборот малых предприятий сократился на 5421 млрд. дол. Доля малых предприятий в общем числе организаций и доля занятых в указанных субъектах в общей занятости остаются весьма скромными – порядка 23 %.

Динамику доли малых предприятий в общем числе организаций и доли занятых на малых предприятиях в общем числе организаций можно увидеть на рисунке:

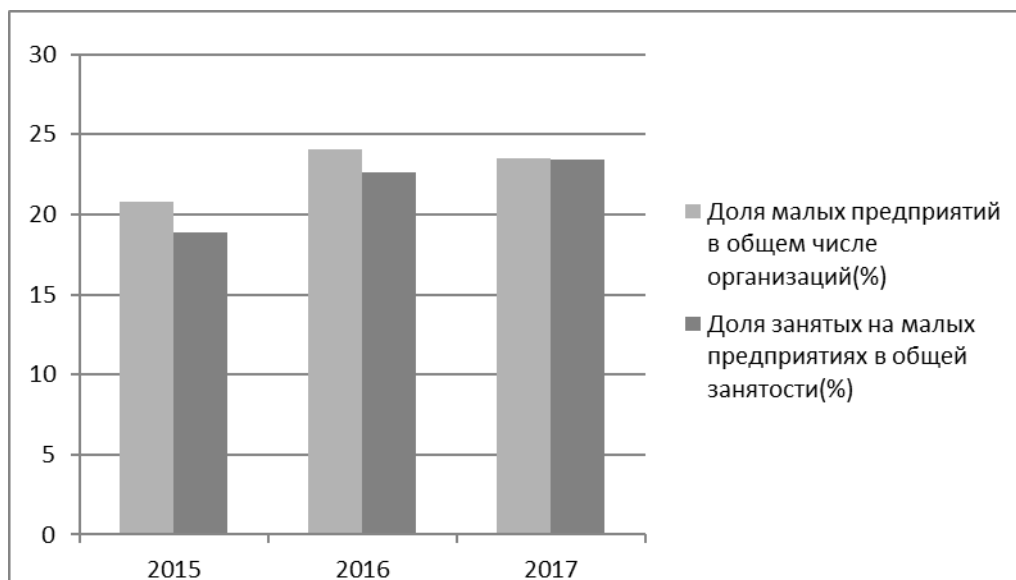


Рис. 14. Динамика долей малых предприятий с 2015-2017гг.

На рисунке видно, что доля занятых на МП в общей занятости растет, а доля МП в общем числе организаций падает.

В России, по данным Единого государственного реестра юридических лиц, в 2017г. зарегистрировано всего 6039,2 тыс. ед. субъектов малого и среднего бизнеса, в т. ч. юридических лиц - 2817,51 тыс. ед. и ИП - 3221,7 тыс. ед.

В 2017г. наблюдается прирост доли МСП в ВВП России на 1,7%, что говорит о положительной динамике, что видно на рисунке 15. Согласно Стратегии развития малого бизнеса в России, его доля в ВВП к 2030г. должна вырасти до 40%.

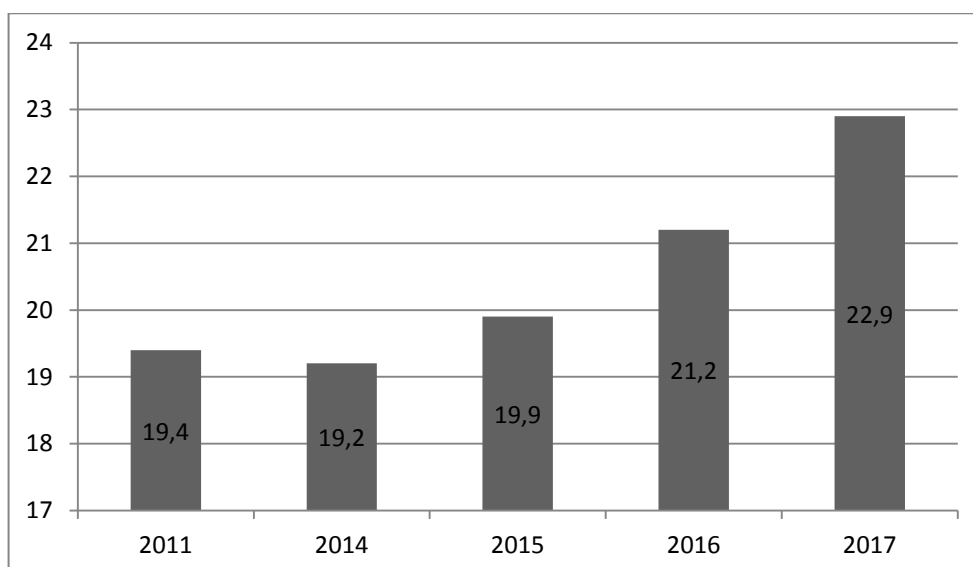


Рис. 15. Динамика доли МСП в ВВП РФ

Общий вклад МСП в ВВП России не превышает 22,9%, в то время как в западных странах его доля в ВВП составляет от 50 до 80%. При этом 30% всего объема производства МП принадлежало отраслям торговли и общественного питания, 24% - строительству и 23% - промышленности. Наибольший объем продукции произведен МП Центрального ФО – 33% от всего объема выпуска товаров. В Уральском ФО этот показатель достигает 9% [100].

Основные показатели деятельности малых предприятий РФ мы можем посмотреть в таблицах 7–9:



**Число малых предприятий в РФ по видам экономической  
деятельности, 2017г. (на начало года)**

Отрасли	Малые предприятия		В процентах к итогу	
	Всего	В том числе микро-предприятия	Малые предприятия	Микро-предприятия
Всего, ед.	2770562	2597646	100	100
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство:	61326	53230	2,2	2,0
Сельское хозяйство, охота и предоставление услуг в этих областях	51708	44366	1,9	1,7
Лесное хозяйство, лесозаготовки и предоставление услуг в этих областях	9618	8864	0,3	0,3
Рыболовство, рыбоводство	4772	4316	0,2	0,2
Добыча полезных ископаемых	10265	9247	0,4	0,4
Обрабатывающие производства	245788	219520	8,9	8,5
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	15661	12822	0,6	0,5
Строительство	335948	315189	12,1	12,1
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов и пр.	1032067	974182	37,3	37,5
Оптовая торговля, включая торговлю через агентов, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами	681388	645299	24,6	24,8
Розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами и пр.	255268	239311	9,2	9,2
Гостиницы и рестораны	79423	71113	2,9	2,7
Транспорт и связь	215351	215351	7,8	7,9
Связь	14817	13703	0,5	0,5
Операции с недвижимым имуществом и пр.	600666	572251	21,7	22,0
Научные исследования и разработки	20582	19739	0,7	0,8
Образование	9949	9776	0,4	0,4
Здравоохранение и социальные услуги	42633	39389	1,5	1,5
Предоставление коммунальных и прочих услуг	75039	71123	2,7	2,7

Таблица 8

Средняя численность работников малых предприятий в РФ по видам экономической деятельности, 2017 г. (на начало года)

Вид экономической деятельности	Малые предприятия		Микропредприятия	
	средняя численность работников – всего	в том числе средне-списочная численность работников (без внешних совместителей)	средняя численность работников – всего	в том числе средне-списочная численность работников (без внешних совместителей)
<i>Тысяч человек</i>				
Всего	11040,1	10055,9	5651,1	5005,7
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	474,5	448,0	139,3	125,1
Сельское хозяйство, охота и предоставление услуг в этих областях	425,4	402,8	119,0	106,5
Лесное хозяйство, лесозаготовки и предоставление услуг в этих областях	49,0	45,2	20,3	18,6
Рыболовство, рыбоводство	25,7	22,6	8,6	7,4
Добыча полезных ископаемых	57,7	52,1	15,4	12,9
Обрабатывающие производства	1609,6	1511,4	621,6	565,2
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	145,3	131,1	39,2	33,2
Строительство	1403,1	1281,5	682,2	606,5
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	3183,7	2965,6	1782,0	1629,1
Оптовая торговля, включая торговлю через агентов, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами	1695,4	1559,3	989,2	889,2
Розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами; ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования	1149,5	1091,3	607,2	569,5
Гостиницы и рестораны	444,5	420,9	209,6	195,6
Транспорт и связь	690,4	633,7	367,2	329,5
Связь	75,6	66,0	40,8	34,7
Операции с недвижимым имуществом, аренда и	2322,1	2006,2	1369,1	1149,3

Вид экономической деятельности	Малые предприятия		Микропредприятия	
	средняя численность работников – всего	в том числе средне-списочная численность работников (без внешних совместителей)	средняя численность работников – всего	в том числе средне-списочная численность работников (без внешних совместителей)
предоставление услуг				
Научные исследования и разработки	75,1	56,1	41,0	27,8
Образование	23,2	18,3	18,9	15,0
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	276,8	228,1	169,2	140,5
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	287,1	253,1	166,8	144,0
<i>В процентах к итогу</i>				
Всего	100	100	100	100
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	4,3	4,5	2,5	2,5
Сельское хозяйство, охота и предоставление услуг в этих областях	3,9	4,0	2,1	2,1
Лесное хозяйство, лесозаготовки и предоставление услуг в этих областях	0,4	0,4	0,4	0,4
Рыболовство, рыбоводство	0,2	0,2	0,2	0,1
Добыча полезных ископаемых	0,5	0,5	0,3	0,3
Обрабатывающие производства	14,6	15,0	11,0	11,3
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	1,3	1,3	0,7	0,7
Строительство	12,7	12,7	12,1	12,1
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	28,8	29,5	31,5	32,5
Оптовая торговля, включая торговлю через агентов, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами	15,4	15,5	17,5	17,8
Розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами; ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования	10,4	10,9	10,7	11,4

Таблица 9

Среднемесячная начисленная заработная плата работников малых предприятий в РФ по видам экономической деятельности, к 2017г.

Вид экономической деятельности	Малые предприятия	Микропредприятия
Всего,руб.	21546	18140
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	16106	13458
Сельское хозяйство, охота и предоставление услуг в этих областях	15986	13275
Лесное хозяйство, лесозаготовки и предоставление услуг в этих областях	17175	14510
Рыболовство, рыбоводство	35699	23160
Добыча полезных ископаемых	35247	25132
Обрабатывающие производства	19912	16722
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	22285	20036
Строительство	21208	17276
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	20178	16670
Оптовая торговля, включая торговлю через агентов, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами	23178	18379
Розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами; ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования	15982	14239
Гостиницы и рестораны	15516	14546
Транспорт и связь	21743	17332
Связь	27237	21437
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	24703	21172
Научные исследования и разработки	44621	28547
Образование	18804	17597
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	21682	17702
Предоставление коммунальных и прочих услуг	18254	15875

Анализ представленных выше таблиц говорит о самом высоком удельном весе МП в сфере оптовой и розничной торговли—37,5%, что объясняется меньшим, чем в производственной сфере, объемом затрат и небольшим сроком окупаемости инвестиций. Удельный вес МП в операциях с недвижимым имуществом—22%; в строительстве—12,1%; в обрабатывающем производстве—8,5%; в транспорте и связи—7,9%; в здравоохранении—1,5%; в науке—0,8%; в образовании—0,4% и др. Тенденция развития малой промышленной индустрии является отрицательной. Средняя заработная плата на малых предприятиях составляет 21500 руб., что является довольно низким показателем.

В целом по России по состоянию на 2018г. количество субъектов МСП выросло до 6218617 ед., что говорит о положительной динамике развития субъектов малого и среднего бизнеса.

Рассмотрим распределение субъектов МСП по регионам РФ по состоянию на 10.06.2018г.:

1. Северо - Кавказский ФО - 204778 ед.;
2. Дальневосточный ФО - 266849 ед.;
3. Уральский ФО - 532025 ед.;
4. Сибирский ФО - 716078 ед.;
5. Северо - Западный ФО – 723037 ед.;
6. Южный ФО – 723815 ед.;
7. Приволжский ФО – 1106936 ед.;
8. Центральный ФО – 1945099 ед.

Можно сделать вывод о том, что между регионами существует высокая дифференциация в уровнях развития малого предпринимательства, выделяются в основном Центральный, Приволжский и Южный федеральные округа, которые имеют высокий уровень развития малого предпринимательства по сравнению с другими округами. Уральский федеральный округ занимает 6 место среди федеральных округов по количеству МП; 6 место – по численности занятых на МП; 6 место – по

объему производства продукции на МП; 4 место – по объему инвестиций в основной капитал МП. Данный рейтинг говорит о том, что Уральский федеральный округ имеет средний уровень развития малого бизнеса с тенденцией к снижению динамики развития в нем.

На Южном Урале в г. Челябинске 28.11.2018г. прошел III Межрегиональный форум «Малый и средний производственный бизнес – будущее экономики страны», в рамках которого была рассмотрена проблематика защиты прав предпринимателей. Этой теме была посвящена дискуссионная секция «Защита прав предпринимателей в сфере малого и среднего производственного бизнеса». Стоит отметить, что формат Форума является уникальным для региона – это мероприятие, посвященное производственной теме. Деловая площадка дает возможность ее участникам расширить контакты для партнёрских отношений и обменяться накопленным в производственной сфере опытом работы.

Сравним отраслевую структуру сектора малого предпринимательства в США и РФ, где степень диверсификации бизнеса крайне высока (см. рис. 16) [24, С.14].

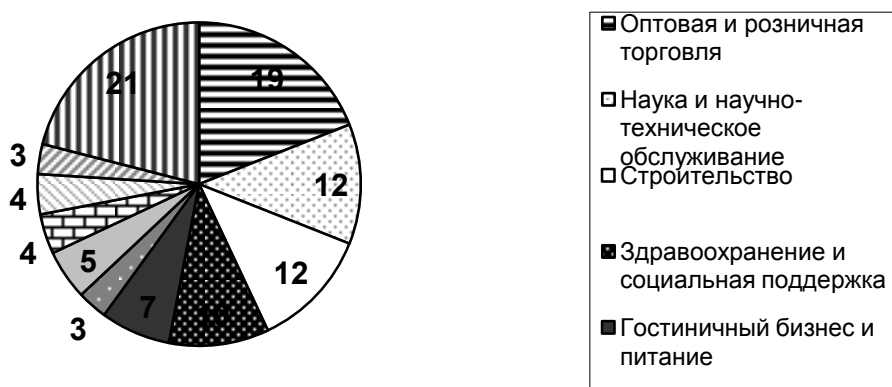


Рис.16. Распределение малых предприятий по отраслям американской экономики, в %

В США по разным источникам действуют 20-22 млн. МП всех видов и в сегменте торговли занято лишь 19%, когда в России – 50%. Для США

характерно весьма равномерное распределение МП по отраслям экономики. В России в научной сфере занято лишь 3% МП, когда в США – 13%; в здравоохранении соответственно - 2,2% и 10%.

По данным исследований, проведенных Ресурсным центром малого предпринимательства, по заказу Агентства США по Международному Развитию, в общей структуре российских хозяйствующих субъектов МП, имеющие статус юридического лица, занимают лишь 10,3%; 55,1% составляют ИП; 3,1% - К(ф)Х; 25% - средние; 6,5% - крупные предприятия (рис.17) [11].

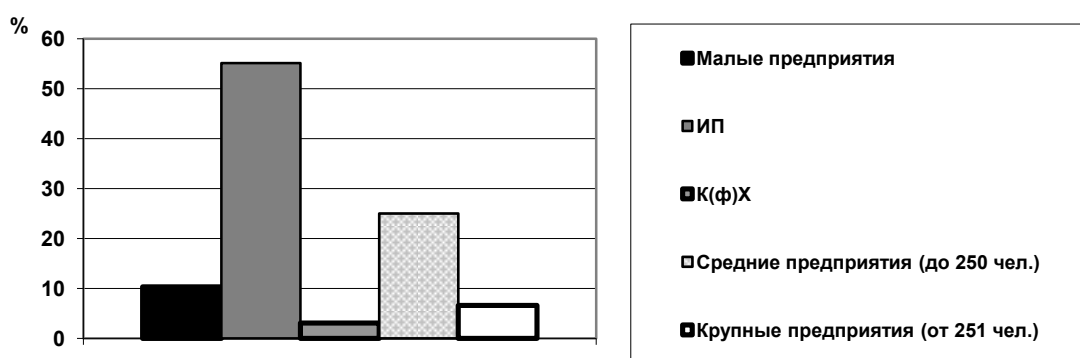


Рис. 17. Структура хозяйствующих субъектов российской экономики, %

В данной структуре сектор МСП рассматривался в соответствии с европейской статистической практикой. На первый взгляд, по общей структуре субъектов МСП в экономике мы приближаемся к мировым стандартам. Но мы не можем сказать, какую часть этих предприятий можно отнести к «живым», т.е. действующим, а какую – к «уснувшим». И что касается ИП, то сегодня в стране нет достоверной информации об их числе. Федеральная служба статистики РФ весьма условно подтверждает их численность, т.к. информацию об ИП формирует Федеральная налоговая служба, которая неохотно делится информацией об их количестве.

Конкурентоспособной экономике необходима совершенно иная структура малого предпринимательства, чем сложилась на настоящий момент в российской экономике. Несмотря на декларированную помощь малому предпринимательству, развитие данного сектора осуществляется крайне медленно, можно сказать «естественно-эволюционным» путем без качественных изменений. Несомненно, здесь необходима действенная государственная поддержка.

Таким образом, анализ отраслевой структуры малого предпринимательства Российской Федерации неизбежно подводит к выводу о ее чрезмерной коммерциализации, когда как приоритетные отрасли реального сектора, в том числе инновационная, производственная деятельность, развиваются недостаточно. Сегодня же очень важно нацелить малые предприятия на развитие отечественного научно-промышленного потенциала.

Представим ряд факторов, сдерживающих развитие малого предпринимательства в современных условиях:

- 1) несовершенство правовых актов органов местного самоуправления, регулирующих деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства;
- 2) недостаток финансовых и инвестиционных ресурсов, в том числе собственного капитала и оборотных средств предприятий;
- 3) недостаток производственных площадей;
- 4) высокая стоимость подключения хозяйствующих субъектов к ресурсам естественных и локальных монополий;
- 5) дефицит квалифицированных кадров, недостаточный уровень профессиональной подготовки кадров;
- 6) отсутствие системы комплексного сопровождения начинающих предпринимателей;
- 7) низкий уровень социальной ответственности работодателей;



8) постоянно меняющееся законодательство и неопределенность экономической ситуации;

9) недоступность кредитных ресурсов из-за высокой ставки процента;

10) увеличение налоговой нагрузки на бизнес, в связи с изменением кадастровой стоимости земли, повышением ставок земельного налога, а также введением налога на имущество для предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения;

11) нарушение прав предпринимателей со стороны регулирующих органов и другие.

Интерес представляет структура корпоративной экономики развитых стран. Несмотря на различие в национальных методиках систематизации МСП, особенностях структуры экономики отдельных стран, их значение в социально-экономической жизни каждой из них достаточно очевидно из данных, приведенных в табл. 10 [33, С.189].

Таблица 10

Распределение различных размеров предприятий в ряде стран, %

Доля предприятий	США			Франция			Япония		
	крупные*	средние	малые	крупные	средние	малые	крупные	средние	малые
В общем количестве предприятий	0,5	7,9	91,6	0,1	1,3	98,4	1,4	21,6	77
В объеме промышленной продукции	35	28,4	36,6	42,1	19,1	38,8	34,4	30,1	35,5

\*Примечание: к крупным предприятиям корпоративной экономики относятся предприятия с числом занятых от 1000 и более человек, к средним – от 100 до 1000 человек, к малым – до 100 человек.

Таблица позволяет сделать вывод о том, что место и роль МСП предопределены объективными экономическими закономерностями, действующими независимо от политических особенностей, исторической динамики и других факторов, поскольку общие показатели, их характеризующие достаточно близки в развитых странах. В России

существуют иные критерии отнесения предприятий к малым, средним и крупным и значительно отстают от стран с развитой экономикой.

Структура занятости свидетельствует, что на данный момент проблема обеспечения рабочими местами решается за счет крупных предприятий, где трудится больше половины трудоспособного населения. В Европе крупные предприятия обеспечивают занятость на 34,2% [38, С.9]. Таким образом, МСП России еще не играет той социальной роли, которую они выполняют в экономически развитых странах.

В целом, по данным Ресурсного центра малого предпринимательства, вклад малых и средних предприятий (включая ИП и К(ф)Х) по отношению к суммарной величине для всех предприятий России составил:

- количество МСП на 1000 жителей: 55,8%;
- доля МСП в общей занятости: 45,1%;
- доля рынка (доля МСП в общем объеме выручки): 39,3%.

Таким образом, если мы включим в сектор МСП (кроме малых и средних предприятий) ИП и К(ф)Х и сравним показатели, характеризующие данный сектор в Российской Федерации с нормативом, сложившимся в странах ЕС, то можно сделать вывод о том, что по некоторым показателям сектор МСП Российской Федерации приближается к европейским стандартам. В данном случае, необходим точный расчет комплексного ИРМСП в российской экономике (с учетом ИП и К(ф)Х), который был предложен нами выше.

Охарактеризовав МСП по ряду показателей, отметим, что логическим продолжением анализа является расчет эффективности малого предпринимательства в Российской Федерации. В качестве такого показателя был выбран показатель рентабельности продукции МП, который рассчитывается как отношение величины сальдированного финансового результата (прибыль минус убыток) от реализации продукции к себестоимости реализованной продукции. Рентабельность продукции МП в Российской Федерации составляет 4–6% (в зависимости от вида

деятельности), при этом рентабельность средних и крупных предприятий составляет в среднем 13%, что говорит о большей эффективности последних хозяйствующих субъектов. Это вызвано тем, что крупные предприятия имеют большую выручку, т.к. работают в наиболее выгодных сферах экономики и являются монополизированными структурами.

Обобщая различные взгляды на критерии социально-экономической эффективности функционирования малого предпринимательства, автором монографии выделена система показателей, которые и были положены в основу оценки эффективности МП на макроуровне. К ним относятся: 1) показатели производственной и коммерческой деятельности МП (число и доля МП в общем числе предприятий; выпуск продукции МП и его доля; выручка от реализации продукции и доля МП в общем объеме выручки; инвестиции в основной капитал МП и доля в общем объеме; доля продукции МП в ВВП; рентабельность продукции МП); 2) показатели социальной эффективности деятельности МП (увеличение доли занятых на МП в общем количестве занятых в экономике, в т. ч. в динамике; увеличение доли рабочих мест на МП; повышение уровня заработной платы на МП; снижение уровня занятых в теневом бизнесе). Необходимо подчеркнуть социальную значимость малого предпринимательства, которое может решить ряд социальных проблем. Социальный эффект от данного сектора на макроуровне можно оценить следующей системой показателей: снижение уровня безработицы, рост доходов населения, увеличение поступлений в бюджет, сокращение теневой экономики.

В целом анализ основных показателей деятельности МП указывает на недостаточные темпы развития малого бизнеса. В ряду основных причин этого, на наш взгляд, стоят как объективные, так и субъективные факторы. К последним, прежде всего, следует отнести недостаточность предпринимательской активности. Большое значение имеет отсутствие необходимых знаний (юридических, экономических, управленческих) для организации собственного эффективного бизнеса. Несовершенство

российского законодательства вынуждает часть предпринимателей уходить в «теневой» бизнес, избегая регистрации в налоговых органах. К объективным факторам, препятствующим развитию малого бизнеса и требующим выработки управленческих решений на государственном и региональном уровнях для его реальной поддержки, в первую очередь относятся низкий уровень доходов населения и недостаточная доступность получения кредитов, необходимых для организации самостоятельного бизнеса, особенно на первоначальном этапе, требующем значительных денежных вложений.

Нами проведен социологический опрос по проблемам и перспективам развития малого предпринимательства, в котором участвовало 20 руководителей МП и результатом которого явилась оценка основных проблем, которыми явились: отсутствие начального капитала, производственных площадей, помощи на начальном этапе, высокий процент кредита, административные барьеры и др. Проблемы, указанные в социологическом опросе могут оказаться негативными факторами, приводящими к убыточности предприятий(см.табл.11).

Таблица 11

Удельный вес убыточных предприятий, в %

	2016г.
Удельный вес убыточных МП в общем их числе	20,2
Удельный вес убыточных средних и крупных предприятий в общем их числе	36,2
Удельный вес прибыльных МП в общем их числе	79,8

Интерес представляет оценка неудач МП, функционирующих в США. Американская корпорация «Дан энд Брэдстрит» составило картотеку данных о более чем 9 млн. предприятий США, чтобы обеспечить их информацией о

тенденциях неудач при возникновении новых предприятий. Фирма обнаружила, что предприятия терпят неудачу в делах из года в год по одним и тем же причинам, которые перечислены в приложении (см. Приложение 9).

Отметим, что первые по важности четыре причины сводятся к плохому управлению, именно с этим связаны 92% неудач в делах. Согласно данным этой же корпорации, плохое управление часто проявляется в таких проблемах, как большие эксплуатационные расходы или задерживающие платежи клиенты, неудачное местоположение или низкая конкурентоспособность, трудности с товарно-материальными запасами или избыточные постоянные активы. По данным американской статистики, около 600 тыс. новых предприятий создаются ежегодно, но при этом половина из них прекращает свою деятельность в течение 18 месяцев [147, С.13].

Необходимо выделить самые существенные недостатки, свойственные малому предпринимательству: более высокий уровень риска; ограниченность собственных ресурсов; высокая интенсивность труда; высокий уровень износа основных средств, что не позволяет обновлять производственный аппарат МП (степень износа основных средств в промышленности составила 52%); зависимость от крупных компаний; сложности в широкомасштабном внедрении новых технологий; некомпетентность и др.

По данным Всемирного банка, из вновь организуемых МП через год их существования среди действующих остается примерно 50%, через три года – 8% и, наконец, через пять лет остается не более 3%.

Малые предприятия обладают своими специфическими отличительными особенностями, преимуществами и недостатками, присущими только им внутренними закономерностями развития. Функционирование главным образом на конкретном локальном рынке, быстрое реагирование на изменение конъюнктуры рынка, узкая специализация на определенном сегменте рынка товаров и услуг, наличие относительно небольшого стартового капитала – эти характеристики малого предприятия являются его достоинствами, но при определенных условиях

такие характеристики приобретают негативную значимость и могут поставить под угрозу его существование. Так, гибкость малого предприятия, его мобильность позволяют быстро приспособиться к изменениям внешней среды, однако оно оказывается особенно сильно уязвимым при колебаниях конъюнктуры рынка, изменениях условий функционирования, общих социально-экономических и политических условий. Относительно небольшой капитал сужает рамки производства, ограничивает возможности для привлечения дополнительных ресурсов. Ограниченные масштабы и небольшое количество занятых обуславливают простоту и эффективность управления предприятием. Характерное для МП совмещение функций собственника и менеджера, неформальный стиль управления снижают управленческие издержки, но могут привести к самоэксплуатации, ненормированному рабочему времени.

Несмотря на трудности и неудачи, малое предпринимательство развивается, решает социальные, научно-технические проблемы, формирует конкурентную среду, способствует лучшему удовлетворению запросов потребителей, создает социальный слой собственников и управленцев.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что малое предпринимательство стало неотъемлемой частью российской экономики и оказывает влияние на ее развитие, однако, положение дел в данной сфере можно считать неудовлетворительным из-за высокого уровня теневого бизнеса и монополизации экономики. В динамике МП в течение последних десяти лет наблюдается стагнация. В связи с этим, необходимы решительные шаги государственной власти в области поддержки малого бизнеса, демонополизации экономики, де бюрократизации управления, производственного инвестирования и, конечно, общего подъема производства с учетом требований объективных жизненных реалий.

Таким образом, подводя итоги, следует еще раз подчеркнуть значение МП, которое объективно возрастает в силу того, что они призваны: значительно и без существенных капитальных вложений расширить

производство, ассортимент и качество многих потребительских товаров (услуг); создать благоприятные предпосылки для трудоустройства рабочей силы, тем самым сократить уровень безработицы; служить базой развития среднего класса; ускорить демонополизацию производства, развитие конкуренции, оптимизацию размерной структуры российской экономики; послужить источником ощутимых бюджетных поступлений и питательной средой, необходимой для развития предприимчивости населения, а также содействовать активизации НТП [67;72].

Все вышеизложенное свидетельствует о необходимости дальнейшего обобщения разносторонней деятельности малых предприятий, выявления как положительных, так и отрицательных тенденций их развития на современном этапе с целью увеличения вклада малых предприятий в экономику страны соответственно мировым стандартам.

## **2.2. Малое инновационное предпринимательство как фактор устойчивого роста экономики**

Развитие малого предпринимательства в научно-производственной сфере является необходимым условием перехода экономики на инновационный путь развития, что приведет к устойчивому росту экономики. Возрастающая роль инноваций обусловлена, во-первых, самой природой рыночных отношений, во-вторых, необходимостью глубоких качественных преобразований в экономике России с целью выхода на траекторию устойчивого роста. Особо следует остановиться на значении МП в инновационной сфере, имеющих более высокие показатели эффективности исследовательского процесса.

В широком смысле слова под инновацией понимается конечный результат инновационной деятельности в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в

практической деятельности, новой или усовершенствованной услуги на рынке [113, С.30]. Под инновационной деятельностью подразумевается деятельность, направленная на создание и реализацию результатов научных исследований и разработок, либо иных научно-технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, внедренный на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, использованный в практической деятельности, в новый подход к социальным услугам.

Инновации в сочетании с профессиональным менеджментом образуют базу повышения конкурентоспособности продукции предприятий. По различным оценкам, от 75 до 100% прироста производства промышленно развитых стран сегодня обеспечивается за счет использования именно инноваций. Анализ развития мировой экономики показывает, что наиболее прибыльными сегодня являются секторы, ориентированные на производство информационных технологий, компьютеров и полупроводников, средств связи, систем телекоммуникаций, медицинского оборудования. В последние десятилетия в развитых странах исследования и инновации все в большей степени ориентируются на решение общечеловеческих и общественных задач. Инновационные приоритеты становятся другими.

С конца 90-х гг. XX в. динамичный рост экономики продемонстрировали новые индустриальные страны (Южная Корея, Сингапур, Гонконг), где наука рассматривается как важнейший национальный приоритет. Эти страны увеличили свой инновационный потенциал в полтора–два раза и приближаются к показателям европейских стран. Для них были характерны благоприятный инвестиционный климат, высокие темпы развития науки и инноваций, обеспечивавших потребности развития экспортно-ориентированных отраслей, производящих технически сложные товары (автомобили, электронику), а также быстрый рост всех видов образования при широком доступе населения к высшему техническому образованию.



О значении малого предпринимательства говорят следующие данные: МСП обеспечивают 66% рабочих мест и 65% товарооборота в странах ЕС. В США, Германии, Японии и других развитых странах малые фирмы производят более 45% ВВП, обеспечивают примерно 50% валовых инвестиций страны и, что важно, на них приходится более 50% всех выдаваемых патентов. В ЕС малые предприятия обеспечивают 40% всех инвестиций в инновации.

Из 58 крупнейших изобретений XX века не менее 46 принадлежало малым фирмам. Именно МП, откликнувшись на новые запросы рынка, разработали и внедрили персональные компьютеры, кондиционеры, ксероксы, а также такие предметы массового потребления, как шариковые ручки, застежки «молния» и такие технологии, как, например, крекинг нефти и т.д. За последние 30 лет более 50% всех нововведений в США генерировано в малом бизнесе. По данным Национального научного фонда США, на разработку проекта малые фирмы затрачивают в несколько раз меньше ресурсов, чем крупные корпорации. На единицу затрат количество нововведений в малых фирмах по сравнению со средними в четыре, а с крупными – в 24 раза больше [130]. Кроме того, МП почти на треть опережают крупные в скорости осуществления инновационного цикла. С развитием НТП постоянно возникают рынки новых товаров и услуг, емкость которых на первых порах незначительна, не требует массового производства. Малые предприятия быстро, по сравнению с крупными, осваивают выпуск мелкосерийной, уникальной и новой продукции, становясь на время монополистами и оправдывая свой высокий риск. Венчурные малые предприятия могут быть весьма высокоприбыльными при благоприятном завершении научно-технических проектов и внедрением их в жизнь.

В развитых странах происходит быстрый рост малого наукоемкого бизнеса, чему способствует целенаправленная политика поддержки правительств этих стран: прямая – предоставление субсидий, ссуд, контрактов, косвенная – совершенствование механизма поддержки малых

инновационных предприятий путем предоставления налоговых льгот, государственных закупок, режима ускоренной амортизации оборудования и др. Одним из важнейших элементов поддержки малого бизнеса является создание определенной инфраструктуры: бизнес-инкубаторов, технопарков и технополисов. Более того, в развитых странах была разработана схема выращивания малых инновационных фирм. Данный механизм поддержки включает в себя несколько этапов: 1 этап – выдача бюджетной субсидии (до 50 тыс. долл.) на составление проекта после экспертизы; 2 этап – выделение бюджетной субсидии на порядок выше (500 тыс. долл.) на детальную разработку проекта; 3 этап – привлечение инвестиций заинтересованных компаний на завершение разработки проекта, маркетинг, разворачивание производства и вывод его на рынок. Такой схеме следовали европейские страны, Япония, США. Объем инвестиций в малый инновационный бизнес США составляет около 30 млрд. долл., в Западной Европе – столько же [90]. Субсидирование используется в основном для радикальных рисковых проектов. Оценка заявок на гранты (субсидии) обычно основана на сведениях о творческом потенциале группы, опыте подобных работ, квалификации и т.п. Гранты могут выделять и государство, и специальные фонды (Сороса, Форда, Рокфеллера и др.). Кредитование осуществляется государствами, коммерческими фондами и банками. Возможны три вида кредита: прямые ссуды под льготный процент; долевыe ссуды с внебюджетным инвестором (банком); гарантирование ссуд внебюджетного инвестора.

В соответствии с федеральным налоговым законодательством США, расходы фирм на НИР в полном объеме исключаются из сумм, подлежащих подоходному налогообложению. Длительное время в США действовали нормы полного освобождения малого венчурного бизнеса от уплаты каких либо налогов на 5-10 лет. В российской налоговой практике и основных законах малое инновационное предпринимательство не упоминается. Хотя такие предприятия дают 0,05% налоговых поступлений в бюджет.

В мировой практике сложились различные формы стимулирования инновационных МСП:

- прямое финансирование (субсидии, займы), которые достигают 50% расходов на создание новой продукции и технологий (Франция, США и другие);
- предоставление ссуд, в том числе без выплаты процентов (Швеция);
- дотации (практически во всех развитых странах);
- создание фондов внедрения инноваций с учетом возможного риска (Англия, Германия, Франция, Швейцария, Нидерланды);
- безвозмездные ссуды, достигающие 50% затрат на внедрение новшеств (Германия);
- снижение государственных пошлин для индивидуальных изобретателей (Австрия, Германия, США и др.);
- отсрочка уплаты пошлин или освобождение от них, если изобретение касается экономии энергии (Австрия);
- бесплатное ведение делопроизводства по заявкам индивидуальных изобретателей, бесплатные услуги патентных поверенных, освобождение от уплаты пошлин (Нидерланды, Германия).

В Федеральном законе « О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», но там не выделяются малые и средние инновационные предприятия как приоритетные. Отрадно, что к числу одного из направлений деятельности Фонда поддержки предпринимательства относится поддержка инновационной деятельности, стимулирование разработки и производства принципиально новых видов продукции, содействие освоению новых технологий, патентов, лицензий, ноу-хау.

Малые инновационные предприятия в России создавались при отраслевых и академических НИИ, чтобы связать научные результаты с производством, напрямую продавать разработки, чтобы дать ученым заработать. В Российской Федерации в 1991г. около 500 тыс. человек было

занято в малых инновационных предприятиях, которые составляли 5% от всех МП в стране. В 1992 г. их количество уменьшилось вдвое, они стали преобразовываться в акционерные общества, товарищества и др. После взлета активности малых инновационных предприятий в 90-х гг. наступил спад, причем большинство оставшихся фирм занималось торговлей, сдачей в аренду помещений и т.п. Государство резко сократило финансирование науки, т.к. рынок их работ не требовал и количество ученых стало резко сокращаться в то время.

Западным фирмам не нужно большинство российских разработок, их интересует либо наиболее приоритетные фундаментальные исследования, либо трансферт технологий – своего рода «аренда мозгов» для решения прикладных и отраслевых задач. Интерес к российским разработкам проявляют фирмы США, Израиля, Японии, Китая, Южной Кореи. При этом, после завершения работ носители передаваемой технологии, т.е. российские специалисты теряют права на нее и не могут претендовать даже на часть дохода от коммерческой реализации технологии. Иностранцы не заинтересованы инвестировать в открытие наукоемких производств на территории России, у них нет необходимости технологически укреплять Россию, иначе она может стать потенциальным конкурентом. Иностранные венчурные фонды в большинстве своем нацелены на поиск перспективных интеллектуальных активов и покупку их на начальном этапе.

В России в сфере инновационного предпринимательства, т.е. в сфере науки и научного обслуживания зарегистрировано около 23 тыс. малых фирм, с общим числом занятых в них около 169 тыс. человек, из них в сфере наукоемких услуг работает до 4 тыс. фирм с общим числом занятых 20-30 тыс. человек. Совокупный объем производства продукции этих структур составляет порядка 45 млрд. руб. [59]. Научные разработки осуществляются по 100 различным направлениям. Создается сеть региональных инновационно–технологических центров, объединяющих МП. Тем не менее, российские инноваторы сталкиваются с не востребованностью их разработок

на российском рынке. Хотя именно малые инновационные фирмы могли бы стать объектами интереса для венчурного капитала.

В последние годы в России на федеральном, региональном и местном уровнях предпринимаются определенные меры по развитию малого бизнеса, в том числе по поддержке технопарков и инкубаторов инновационного бизнеса. Уже к началу XXI в. в России было зарегистрировано около 60 научных, технологических парков, бизнес-инкубаторов, инновационных центров, которые уже прошли период становления, превратились в успешно работающие инновационные структуры, признанные, в том числе международными экспертами. В них насчитывалось около 1000 инновационных фирм. В России формируется система государственной поддержки венчурного инвестирования и инновационной деятельности. Правительством страны разрабатывается госпрограммы поддержки инноваций, инкубаторов, венчурных фондов. На конкурсной основе будет финансироваться порядка 20-25 фондов. Начал работать Венчурный инвестиционный фонд (ВИФ), созданный на бюджетные средства и призванный поддерживать организацию сети венчурных фондов в регионе. В России действуют Российский фонд фундаментальных исследований, Российский гуманитарный научный фонд и др. К сожалению, объем венчурного капитала в России очень низок. Российские венчурные фонды имеют небольшие финансовые ресурсы в размере от 1 до 20 млн. долл. Капиталы в них – на 70% иностранные, чаще всего в виде грантов. В России функционирует «Фонд поддержки малых предприятий в научно-технической сфере» (Фонд Бортника как государственная структура), в котором содержится порядка 20 млн. долл., но фонд не имеет права финансировать развитие производства: только НИОКР и работы на ранней стадии. Порядка 200 проектов в России профинансировано из фонда Бортника. Фонд Бортника с 2004 г. запустил программу по выделению грантов, беспроцентных долгосрочных кредитов инновационным предприятиям малого бизнеса. К сожалению, частный капитал в Российской Федерации в

полной мере не идет в науку. Так, в США более 500 венчурных компаний инвестируют в год около 35 млрд. долл.; в России – чуть более 30 венчурных фондов и те, в основном с участием иностранного капитала, которые вложили около 1,5 млрд. долл. в малые и средние предприятия, при этом только 5% было выделено инновационным предприятиям. Доля инновационного капитала в российском ВВП составляет всего 1,96%. В Китае, например, такая доля составляет 8,4%, в США – 27% [114].

Серьезный урон российскому инновационному потенциалу нанесла приватизация: имевшийся интеллектуальный капитал не учитывался в активах предприятий и в итоге практически обесценился. Интеллектуальная собственность до сих пор не учитывается при определении уставного капитала, обосновании инвестиций. За прошедшее десятилетие нарушились связи между информационными подразделениями предприятий, нет информации о новых разработках, на многих предприятиях ликвидированы научно-исследовательские лаборатории, БРИЗы, сами институты. В период реформ резко сократилось государственное финансирование инноваций, расходы на НИОКР составляли всего 0,4% от ВВП России, тогда как в СССР эта доля достигала 4%, а в ведущих индустриальных странах составляет порядка 13% [127]. Основным источником инвестирования инновационных проектов в России остаются собственные средства предприятий. На бюджетное, венчурное, банковское кредитование приходится всего от 4 до 9%.

Часть исследований научных центров зарубежных фирм, особенно в приоритетных отраслях, поддерживается государством, при этом доля «государственного заказа» в целом не является решающей. Как показывают данные таблицы 12, наиболее большой вклад государства в финансирование промышленных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) в Италии, Великобритании и США. Наиболее высокой степенью «независимости» НИОКР отличаются японские компании, которые меньше всего получают средств из бюджета и из-за рубежа.

Источники финансирования НИОКР в промышленности развитых стран  
(в % к итогу)

Источники финансирования	США	Япония	Германия	Франция	Великобритания	Италия	Канада
Компании	88,8	97,6	89,6	81,7	66,5	78,5	73,4
Правительство	11,2	2,1	7,9	9,0	11,6	13,3	5,3
Зарубежные источники	-	0,4	2,5	9,3	21,9	8,2	21,3

Источник: [145]

Научные исследования в развитых странах сконцентрированы в небольшом числе корпораций. Всего 1% из общего числа компаний, ведущих НИОКР в США, контролируют около 70% расходуемых средств (частных и федеральных). Концентрация использования федеральных средств еще выше: примерно 0,5% компаний получают 84% государственных ассигнований на науку частному сектору [43, С.67].

Несомненно, преимущества крупных корпораций хорошо известны: им доступны масштабные дорогостоящие проекты; они ведут многоцелевые исследования, объединяющие ученых разных направлений. Но при этом существуют проблемы, возникающие в связи с высокой степенью монополизации науки. Главная проблема – снижение конкурентного давления, движущей силы НТП. Многие крупные корпорации не в состоянии быстро реагировать на изменения рыночных условий, делать ставку на новые технологии. Их приверженность хорошо испытанным идеям и технике может быть столь сильной, что препятствия к использованию даже рожденных внутри корпораций нововведений становятся непреодолимыми. Процесс принятия решений в корпорациях занимает много времени и жестко детерминирован. Перечень подобных проблем можно продолжить, но в данном случае важно то, что именно в этой области ярко проявляются

преимущества малого бизнеса: быстрое реагирование на изменение рыночного спроса, свобода от стереотипов научного поиска, склонность к риску и коммерческое освоение новых технологий и продуктов. Ряд новейших направлений НТП в развитых странах развивается за счет малого предпринимательства – это биотехнология, программное обеспечение, научное приборостроение. В целом, малые и крупные компании образуют жизнеспособный симбиоз, в котором крупные корпорации, как правило, выступают в качестве заказчиков научной продукции малых, а многие основатели малого бизнеса – вчерашние сотрудники корпораций. За последние годы малый наукоемкий бизнес укрепился в развитых странах.

В России доля предпринимательского сектора в финансировании науки и создании новых технологий, как отмечалось выше, пока низка. Одна из причин заключается в том, что наиболее экономически успешными в стране являются компании, занятые добычей и экспортом природных ресурсов (нефти, газа, металлов и др.) с низкой добавленной стоимостью. Предприятия сырьевых отраслей (по ОКВЭД-видам деятельности), как известно, не являются наукоемкими, они не предъявляют высокого спроса на научные знания и технологии. По определению, наукоемкими называют отрасли (по ОКВЭД-виды деятельности), выпускающие продукцию на базе последних достижений науки и техники, где доля расходов на научные исследования по совершенствованию технологии и продукции – не менее 4-5% всех расходов, а численность научного персонала – не менее 3-4% всей численности работников.

Уровень развития малого и среднего бизнеса в научно-технической сфере России не соответствует показателям развитых стран. Уровни и тенденции финансирования не соответствуют ни потребностям российских предприятий, ни практике лидеров мировой экономики.

К сожалению, в инновационных процессах Россия остается сырьевой экспортно-ориентированной державой. Российская экономика нуждается в диверсификации за счет смещения центра тяжести с сырьевого сектора на



развитие научного потенциала. Министерство экономического развития представило программу социально-экономического развития страны на перспективу до 2020г. с тремя сценариями: базовым, сырьевым (экспортно-ориентированным) и инновационным. Национальный Совет по конкурентоспособности и предпринимательству при правительстве Российской Федерации выразил готовность направить Россию по инновационному пути. Для обеспечения инновационного «прорыва» нам необходимо либо создавать предпосылки для бурного развития инновационной деятельности, либо – закупать «чужие мозги» и технологии. Кроме этого, Минэкономразвития РФ представило в декабре 2018г. комплекс мер для развития венчурного рынка в России до 2030 г.

Тем не менее, инновационный потенциал России все еще остается значительным. Российский потенциал науки и образования оценивают как мировое и национальное достояние. Эксперты оценивают его приблизительно в 400 млрд. долл. Однако, сегодня налицо очевидные угрозы его настоящему и будущему. Кризисное состояние большинства научных институтов сказывается на результатах исследований во многих областях. Мировой рынок высоких технологий приближается к 2,5 трлн. долл. в год, из которых на долю США приходится 39%, Японии – 30%, Германии – 16%. Доля нашей страны на этом рынке – 0,3% [122]. По уровню инновационно-технологического развития мы занимаем 62–64-е место из 140 стран, участвующих в формировании рейтинга конкурентоспособного роста. По сравнению с 90-ми гг. доля машиностроения и металлообработки сократилась с 28% до 17,3%, что ниже уровня экономической безопасности, который составляет 20%; доля инновационно-активных предприятий снизилась с 60-70% от общего числа предприятий до 4-5% , наукоемкость ВВП снижается и составляет 1,3% (в Уральском ФО – 1,6%); финансирование науки за счет бюджета в 15 раз меньше, чем в цивилизованных странах.

Для определения уровня инновационного развития данной страны (региона) предлагается следующая методика. Необходимо определить показатели, характеризующие инновационное развитие экономики и соотнести их с нормативом. За норматив (эталон) можно принять средние показатели развития инновационных проектов в наукоемких отраслях США:

Таблица 13

Показатели инновационного развития США

Индексы инновационного развития	Норматив
Наукоемкость продукции, %	2,1
Доля затрат на техобновление, %	18
Доля затрат на маркетинг, %	2,1
Доля ИП* в объеме промышленного производства, %	24
Доля ИП* в объеме реализации МП, %	36
Доля инновационного капитала в ВВП, %	20

Примечание: ИП\* – инновационная продукция

Источник: составлено по [114]

Современный кризис национальной инновационной системы России проявился не только в дефиците финансовых ресурсов федерального бюджета для поддержки науки, но и в падении платежеспособного спроса на научно-техническую продукцию со стороны государства и предпринимательского сектора, в ухудшении качественных характеристик научных кадров и материально-технической базы исследований. Продолжительность кризиса привела к тяжелым последствиям для целых научных направлений и институтов. К сожалению, задача сохранения кадрового потенциала науки до сих пор не стала государственным приоритетом. Не решена одна из важнейших задач – повышение социального статуса научного труда и инновационной деятельности, нет и полноценной государственной поддержки приоритетных направлений.

По оценкам ученых, в стране не работает механизм стимулирования инноваций. Государство поднимает земельную плату для инновационных центров, не решен вопрос с НДС и таможенной пошлиной на ввозимое оборудование, под вопросом налоговые льготы. В связи с этим, необходимо уменьшить ставку налога на землю под технопарками, а также уменьшить аренду, плату за тепло и электроэнергию. Кроме того, законодательство запрещает научным организациям вести производственную деятельность, а финансирование через казначейство вымывает оборотные средства у инновационных предприятий. В России не развивается процесс трансферта знаний в товар. В регионах не хватает специалистов, которые могли бы довести проекты от стадии разработки до стадии реализации готового инновационного продукта. Законодательные и нормативные акты России, посвященные инновационной деятельности, термины «инновация», «инновационная деятельность» существовали долгое время вне правового поля. Федеральный закон № 216-ФЗ «Об инновационных научно-технологических центрах и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» появился лишь в 2017г., когда назрела острая необходимость в нем.

Среди специфических факторов, препятствующих инновационной деятельности, можно отметить следующие: неудовлетворительное состояние «технологической среды», неустойчивое положение венчурных предприятий, большой риск внедрения новшеств, отсутствие информации, высокие налоги, проблема взаимных неплатежей, необязательность партнеров, несовершенство законодательства в области инновационной деятельности, недостаточная поддержка государства инновационной сферы деятельности.

По результатам обследования организаций, осуществляющих разработку и внедрение технологических инноваций, проводимых Федеральной службой статистики, составлен рейтинг факторов, препятствующих инновациям:



Рис. 18. Рейтинг факторов, препятствующих инновациям

В составе экономических факторов к наиболее весомым относятся: 1) недостаток собственных денежных средств (2,5 балла) при максимальном рейтинге 3 балла; 2) высокая стоимость нововведений (1,6 баллов); 3) недостаточная финансовая поддержка со стороны государства (1,5 балла).

В составе факторов производственного характера, препятствующих инновациям, выделяются больше всего: 1) недостаток высококвалифицированного персонала (1,8 балла); 2) собственный низкий инновационный потенциал (1,4 балла), который определяется слабым уровнем развития исследовательской базы на производстве, неготовностью к

освоению новейших научно-технических достижений. В то же время низкие рейтинги таких факторов, как недостаток информации о новых технологиях, низкие кооперационные связи свидетельствуют о недопонимании организациями их важной роли в интенсификации инновационной активности.

В составе других причин, препятствующих инновациям выделяются: 1) недостаточность законодательных и нормативно-правовых документов (1,2 балла); 2) низкий спрос со стороны потребителей на инновационную продукцию (1,1 балла). В совокупности рассмотренные факторы препятствуют продвижению инновационных проектов во многих направлениях.

Внедрение инноваций всегда имело большое значение в развитии производства. В современной экономике роль инноваций значительно возрастает, т.к. они становятся все более основополагающими факторами экономического роста. Развитие малого предпринимательства в научно-производственной сфере требует срочных и эффективных действий со стороны Правительства Российской Федерации, направленных на создание эффективной нормативно-правовой базы, способствующей развитию инновационной активности МП, механизмов венчурного финансирования, комплексной инновационной инфраструктуры, обеспечивающей введение результатов научной деятельности в хозяйственный оборот, системы информационной поддержки малых инновационных предприятий. Активизировать деятельность по популяризации инновационной деятельности и формированию в обществе инновационной культуры, способствовать подготовке кадров для инновационной сферы, повышению образовательного и управленческого уровня предпринимательства. Ускорить принятие Федерального закона «Об инновационной деятельности малого и среднего предпринимательства », где необходимо определить статус малого и среднего инновационного предприятия, эффективные механизмы защиты и передачи интеллектуальной собственности, преференции участия МСП в

конкурсах на выполнение государственного заказа на проведение НИОКР, формы финансирования малых и средних инновационных предприятий (такие как субсидирование части процентной ставки, выдача гарантий по кредитам, привлечение долгосрочных инвестиций из негосударственного сектора и др.).

Итак, на федеральном, региональном и муниципальном уровнях необходимо создавать и развивать специализированную, целостную инфраструктуру поддержки и развития малого и среднего инновационного предпринимательства (фонды, лизинговые учреждения, технопарки, бизнес-инкубаторы, инновационные центры, промышленные зоны и полигоны, учебные, консультационные, информационные и другие структуры), кроме того, необходимо стимулировать развитие данного сектора.

### **2.3. Региональные особенности развития малого инновационного предпринимательства**

Рассмотрим состояние и развитие малого инновационного предпринимательства на региональном уровне (на примере Челябинской области). Каждый регион имеет свои специфические особенности развития предпринимательства. В Челябинской области одним из направлений экономики является развитие малого предпринимательства, способного наиболее быстро и эффективно решать проблемы демонополизации, насыщения рынка потребительскими товарами и услугами, создания новых рабочих мест. Для достижения основных целей социально-экономического развития области требуется развитие полноценной конкурентной среды, создающей предпосылки для рационального размещения ресурсов, наилучшего использования производственных мощностей, развития деловой активности, чему может способствовать малое предпринимательство.

В Челябинской области действует закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Челябинской области» от 2008г. [2], где не

выделяются приоритетными малое и среднее инновационное предпринимательство. В связи с возрастающей ролью малого и среднего инновационного предпринимательства в экономике, необходимо определить правовой статус данного сектора и механизмы его поддержки. В то же время в области реализуются определенные мероприятия по развитию и стимулированию инновационной деятельности предприятий. Так, открыта постоянно действующая выставка инновационных проектов «Интеллект. Инновации. Инвестиции», выставка «Современный бизнес. Технологии XXI века», ежегодно проводится областной конкурс «Инновация», действует межведомственный координационный совет по вопросам инновационной деятельности при Правительстве Челябинской области. С 2004 г. действует Южно-Уральский инновационный венчурный фонд «Инновации. Технологии. Развитие», который поддержал несколько областных инновационных проектов, выделив им на паритетных началах с Фондом Бортника по 2–3 млн. руб.

Представители областного руководства и деловых кругов Южного Урала разрабатывают идею создания системы стимулирования и поддержки инновационной деятельности. Эта система должна будет включать в себя региональный инновационный центр (РИЦ), бизнес-инкубаторы, технопарки, Южно-Уральский инновационный венчурный фонд. Самым крупным звеном этой системы должен стать технопарк, где будет сосредоточена научная и производственная база. Бизнес-инкубатор должен стать ответственным за трансфер коммерциализованных научных идей. Сфера ответственности ученых и предпринимателей – экспертиза инновационных проектов. Финансирование проектов – функция Южно-Уральского инновационного венчурного фонда. Из средств регионального бюджета выделялось порядка 50 млн. руб. В 2017 г. в Челябинске открылся Фонд поддержки малого и среднего бизнеса, при котором действует бизнес-инкубатор «Территория бизнеса», что явилось большой помощью для стартапов и начинающих предпринимателей области. По оценкам специалистов «ПромАсса»

(Челябинского регионального объединения работодателей), бюджетная эффективность инвестиций в инновационные разработки составит от 150 до 200% на каждый вложенный рубль за счет увеличения налоговых поступлений и до 300% - за счет капитализации акций и долей инновационных предприятий. Хотя не следует исключать, что инновационные проекты как сфера для вложений весьма рискованная [30].

Инновационные проекты Челябинской области отмечены 22 наградами на российских и международных выставках [29]. На V Московском Международном салоне инноваций и инвестиций делегация Южного Урала показала лучший результат инновационных и инвестиционных проектов, за что была награждена 25 дипломами. С 2003 г. совместными усилиями Челябинского областного руководства и ЮУрГУ был создан и действует первый на Урале инновационный инкубатор, целями которого являются: экспертиза научных работ и проектов, определение возможности их коммерческой реализации, разработка инвестиционных проектов и привлечение инвестиций для их внедрения, создание инновационных предприятий с использованием научных разработок и патентов ученых, изобретателей, оказание информационно-консультационной поддержки вновь созданным предприятиям.

В области есть примеры и в развитии высокотехнологических отраслей промышленности. Например, в течение 2004-2014 гг. только в горно-обогатительном производстве Магнитогорского металлургического комбината внедрено 123 новаторские идеи, экономический эффект от которых был, несомненно, высоким.

Следует констатировать, что Территориальным органом статистики не столь давно стало проводиться обследование именно малых инновационных предприятий. Еще в 2003 г. Челябинским областным комитетом государственной статистики малые инновационные предприятия обозначались как малые предприятия в сфере «науки и научном обслуживании». Их доля в общем количестве МП составляла 2,4% (471 ед.),



доля работающих – 2,2% (3372 чел.), объем производства продукции (услуг, работ) – 1,9% (348,4 млн. руб.). По состоянию на 2017 г. в сборниках Росстата приводятся показатели инновационной деятельности малых и средних предприятий по видам экономической деятельности, затраты на технологические инновации малых и средних предприятий [62]. Перечень данных показателей необходимо увеличить для более глубокого исследования малых и средних инновационных предприятий.

Агентством развития бизнеса по заказу Комитета экономики Челябинской области проводился мониторинг развития предприятий малого бизнеса в Челябинской области с целью выявления текущего состояния малого бизнеса. Один из вопросов был связан с заинтересованностью в освоении новых видов деятельности (диверсификации) малыми предприятиями. В ходе опроса было выявлено, что открыть новое производственное направление готовы 28% предпринимателей, 72% - не имеют такого желания. При отраслевом рассмотрении, наибольшее стремление открыть новый бизнес проявили представители промышленности – 45,1% и строительства – 28,8%. Из предприятий бытового обслуживания – только 20,8%, в торговле – 21,4% имеют намерение открыть новое производственное направление [84]. Существенными препятствиями при освоении новых производственных направлений в настоящее время являются: отсутствие налоговых льгот для производителей, трудности в получении кредита, несовершенство законодательства, административные барьеры при лицензировании, информационный «голод».

Важную роль в активизации инновационной деятельности играют интенсивные информационные взаимосвязи, обеспечивающие обмен широкими потоками знаний. Но сегодня фактический состав источников информации имеет недостаточный уровень, и это обуславливает недоступность отдельных видов информации для организаций. Организации в поисках новых идей замкнуты во многом на внутренние источники: научно-исследовательские, маркетинговые, производственные подразделения

и др. Широкое распространение получили такие источники информации, как научно-техническая литература, семинары, конференции, выставки, ярмарки, реклама и прочие. По данным опроса, половина предприятий реализуют свои инновации, остальные модернизируют идеи других или внедряют готовые разработки, некоторые из них приобретают программные средства, патентные лицензии, новые технологии.

Для организаций, имеющих возможность заниматься инновационной деятельностью, неизбежным является создание собственных научно-исследовательских и проектно-конструкторских подразделений. Не имея в достаточной мере собственных средств на инновационные проекты, организации находят возможность для кооперирования с другими научными организациями. Почти две трети организаций имеют завершенные инновации и разрабатывали их самостоятельно; 38,2% - разрабатывали совместно с другими организациями; 15,8% - разрабатывали с привлеченными организациями. Следовательно, инновационная деятельность осуществляется в основном собственными силами, отраслевая наука, практически не получает заказов от промышленных организаций. Все это снижает научно-технический потенциал.

Одной из проблем развития инновационной деятельности предприятий является ограниченный спектр рынков сбыта продукции. В основном предпочтение отдается отечественным рынкам, выход на зарубежные рынки практически закрыт для большей части отечественных предприятий. Нынешние приоритеты инновационной деятельности обусловлены недостаточной конкурентоспособностью отечественных товаров для широкого выхода на мировые рынки. Именно поэтому, инновационная деятельность организаций была преимущественно ориентирована на максимальное удовлетворение спроса отечественных потребителей. Одной из важнейших задач для инновационных предприятий является создание новых рынков сбыта.

По данным Росстата выделить основные характеристики результатов инновационной деятельности и проведем их рейтинг. Рейтинг данных показал следующие результаты:

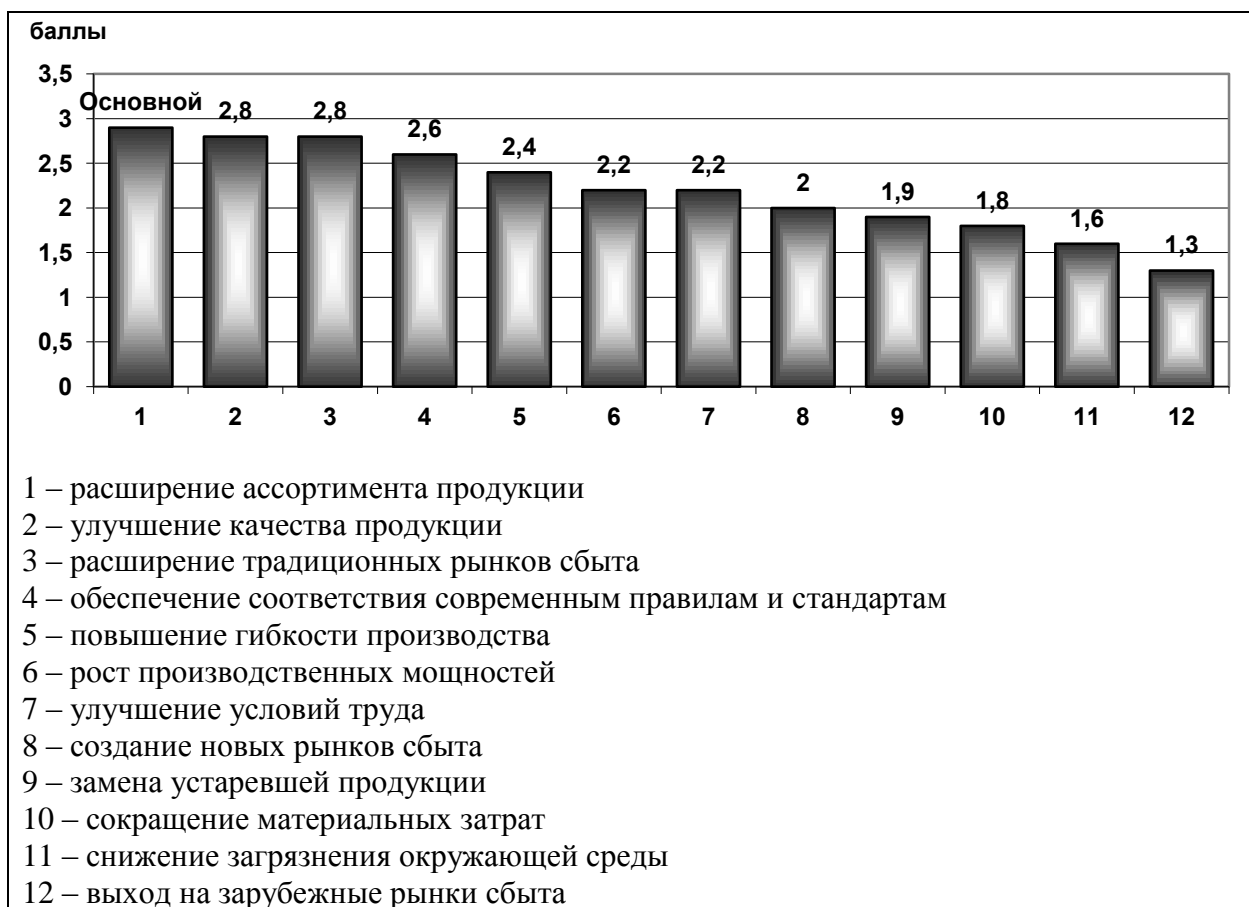


Рис. 19. Рейтинг результатов инновационной деятельности  
(по данным Росстата)

Обследованные организации в качестве весомых результатов инновационной деятельности показали расширение ассортимента продукции (2,9 балла при максимальном рейтинге 3 балла); улучшение качества продукции (2,8 балла), расширение традиционных рынков сбыта за счет внедрения импортозамещающей продукции (2,8 балла). Однако, одна из важнейших задач инноваций – достижение высокого уровня конкурентоспособности продукции, позволяющего завоевывать внешние рынки имеет наименьший рейтинг (1,3 балла). Обеспечение соответствия современным правилам и стандартам (2,6 балла) является необходимым

условием продвижения инновационных продуктов и технологий на зарубежные рынки.

К инновационной деятельности предприятия относят организацию внедрения и тиражирования изобретений, «ноу-хау», научно-технических разработок, включая создание опытных образцов, проведение испытаний, разработку и передачу технологий, подготовку производства, проведение НИОКР, маркетинговых исследований и др. [63]. К научно-техническим работам относят научно-исследовательские, конструкторские, технологические, проектные и изыскательские работы, изготовление опытных образцов изделий, испытание созданных образцов, другие инновационные работы и научно-технические услуги.

Наиболее традиционным подходом к типологии нововведений является их разделение на нововведения-продукты, и нововведения-процессы. Также общепринято разделение инноваций на технологические (относятся как к изменениям свойств материи, так и к сфере услуг) и организационные. Последние связаны с образованием, подготовкой и использованием рабочей силы. Возможны также нововведения институциональные, социальные, лежащие за пределами производства в узком смысле слова.

Нововведения далеко не всегда базируются на изобретениях и открытиях. Есть нововведения, которые основываются на идеях. Инновация не обязательно должна быть технической или вещественной. Например, идея продажи в рассрочку внесла новые коррективы в экономические процессы. Инновация – это новая ценность для потребителя, она должна отвечать нуждам потребителей. Таким образом, непременными свойствами инновации являются их новизна, экономическая обоснованность и соответствие запросам потребителей.

Создание инновационно–активных организаций имеет большое значение в развитии региональной экономики. Среди субъектов Уральского ФО Челябинская область находится на 2 месте по количеству

инновационно-активных организаций, опережая Курганскую и Тюменскую области:

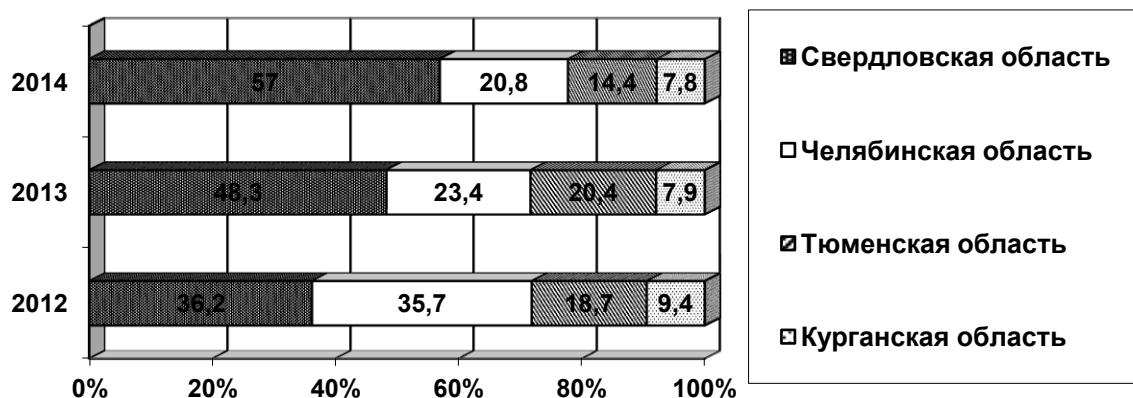


Рис. 20. Динамика удельного веса инновационно-активных организаций УрФО, в %

Источник: [www.chelstat.ru](http://www.chelstat.ru)

Как видно на рисунке, доля инновационно-активных организаций Свердловской области в течение трех лет росла, а доля организаций Челябинской области - сокращалась. Число организаций, занимающихся инновационной деятельностью на территории Челябинской области, составило 12,8% от общего числа обследованных организаций.

Представим в таблице уровень инновационной активности организаций Челябинской области за 4 года:

Уровень инновационной активности предприятий в Челябинской  
области

	2010	2011	2012	2013
Число обследованных организаций, единиц	568	478	512	461
Число организаций, занимающихся инновационной деятельностью, единиц	72	84	62	59
Удельный вес организаций, занимающихся инновационной деятельностью в общем числе обследованных организаций, %	12,7	17,6	12,1	12,8

Источник: [76]

По данным таблицы видно, что за 4 года инновационная активность в Челябинской области имела тенденцию к сокращению. Основные инновационно-активные организации – разработчики и поставщики наукоемких технологий Челябинской области сосредоточены в машиностроении (43%), медицине (22%), металлургии (13%), в оборонной промышленности (10%), ядерной энергетике (6%).

Результативность инновационной деятельности проявляется и в соответствующих показателях ее новизны. Совокупная доля принципиально новой и подвергавшейся усовершенствованию продукции в 2013г. составила 7,9% от общего объема отгруженной продукции инновационно-активных организаций, что меньше уровня предыдущего года (по данным Территориального управления статистики Российской Федерации).

Известно, что на собственные средства поставить предприятие на новый уровень производства практически невозможно, для этого необходимы внешние инвестиции. Но несмотря на это, главным источником финансирования инновационной деятельности являются собственные средства организаций, в 2013 г. они составили 84,3%. Государственное участие в инновационных затратах ограничилось лишь 2,9%. Основная часть отраслей вообще не получала подобного рода бюджетных средств, кроме промышленных организаций черной металлургии, машиностроения и металлообработки. Сотрудничество с иностранными инвесторами в

Челябинской области можно наблюдать по доле иностранных инвестиций, которая составляла 7,2% от общего объема затрат на инновации, что видно из представленной таблицы.

Таблица 15

Источники финансирования инновационной деятельности в  
Челябинской области (тыс. руб.)

	2010	2011	2012	2013
Всего	2925874,1	3677163,2	7555387,0	4090981,5
в том числе:				
-собственные средства организаций	2832534,1	3302597,4	4808317,8	3446978,8
-федеральный бюджет	3370,0	8227,0	148611,7	121045,0
-бюджеты субъектов федерации и местные бюджеты	12148,0	4482,5	-	136,0
-внебюджетные фонды	6167,0	3758,7	-	-
-иностранные инвестиции	-	-	-	-
-прочие	71655,0	358097,6	2598457,5	522821,7

Источник: [76]

В Челябинской области с 2005 г. действуют Закон «О стимулировании инновационной деятельности в Челябинской области», а также Программы развития инновационной деятельности на перспективу. Основными источниками финансирования мероприятий указанной Программы могут быть средства областного бюджета и внебюджетные источники. К внебюджетным источникам относятся собственные средства субъектов инновационной деятельности, средства субъектов инновационной инфраструктуры, кредиты коммерческих банков и другие источники. В области создан Межведомственный координационный совет по вопросам инновационной деятельности как постоянно действующий консультативный орган при Правительстве Челябинской области.

Однако, несмотря на позитивные моменты, существует ряд факторов, препятствующих осуществлению инновационной деятельности малых предприятий, это: отсутствие стабильной нормативно-правовой базы инновационной деятельности, разрозненность и отсутствие эффективного

взаимодействия элементов инновационной инфраструктуры, недостаток собственных денежных средств у инициаторов инноваций, высокая стоимость и риски внедрения и освоения инновационных разработок для малых предприятий.

Для перехода экономики Челябинской области на инновационный путь развития должна быть создана целостная система мер государственного стимулирования инноваций малых предприятий. На начальном этапе необходимо спланировать мероприятия по поддержке инновационной деятельности, особенно малых предприятий, а именно: разработать необходимые нормативно-правовые акты, регулирующие инновационные процессы в малом бизнесе; создать комплексную инфраструктуру поддержки инновационной деятельности, включающую региональный инновационный центр, научные и промышленные технопарки, бизнес-инкубаторы, венчурные фонды; создать благоприятную среду для привлечения инвестиций в инновационную сферу; оказать комплексную информационно-консультационную, маркетинговую и сервисную поддержку субъектам инновационной деятельности; создать систему подготовки и переподготовки кадров для инновационной деятельности; создать условия для развития взаимовыгодного межрегионального и международного сотрудничества в инновационной сфере и продвижения инноваций как на межрегиональный, так и на международный рынки; активизировать участие субъектов инновационной деятельности в конференциях, семинарах, выставках, ярмарках и деловых встречах.

Министерством экономического развития Челябинской области были рассмотрены основные направления реализации Концепции социально-экономического развития Челябинской области на долгосрочный период и в рамках этих направлений были выделены мероприятия по повышению инновационной активности:



**Основные направления и мероприятия по развитию инновационной  
деятельности и инфраструктуры**

Направления	Показатели, характеризующие выполнений мероприятий	Индикативные показатели			
		2014	2015	2016	2017
Развитие наукоемких производств и инновационной инфраструктуры	Рост доли инновационной продукции в приросте объема промышленного производства, %	-	5	7	10
	Налоговые поступления на 1 рубль бюджетных средств, рублей	-	4	4,2	4,5
	Количество созданных инновационных центров, технопарков, бизнес-инкубаторов, венчурных фондов, единиц	1	2	3	4
	Создание новых малых инновационных предприятий, единиц	-	-	5	6
	Создание новых рабочих мест на малых инновационных предприятиях	-	-	200	200
<b>Организационные мероприятия</b>					
Разработка нормативно-правовых актов: - Закона Челябинской области «Об инновационной деятельности малых и средних предприятий» - Областной целевой программы «Развитие инновационной деятельности и технопарков до 2020г.»	Проект закона в Законодательное собрание Челябинской области Проект программы в Правительство Челябинской области	2019 год  2020 год			
Проведение областного конкурса «Инновация»		ежегодно			
Проведение постоянной выставки «Интеллект. Инновации. Инвестиции» на базе ЦНТИ и др.		ежегодно			
Развитие и поддержка Южно-Уральского Венчурного инновационного фонда «Инновации. Технологии. Развитие»		ежегодно			
Участие в международных выставках, салонах, ярмарках и др.		ежегодно			

Источник: [76]

Реализация данных мероприятий позволит создать условия для ускоренного развития экономики региона. В результате проведения всех вышеуказанных мероприятий может быть получен социально-экономический эффект, выраженный в создании новых инновационных предприятий (не менее 50 единиц), повышении доли инновационной продукции в общем объеме выпуска товаров и услуг (до 8-10%), дополнительных налоговых поступлениях в бюджеты всех уровней в результате реализации инновационных проектов (не менее 200 млн. руб.), создании новых рабочих мест (не менее 400). Достигнутые результаты в целом приведут к улучшению качества жизни в области.

Только скоординированные усилия областных органов власти, научно-исследовательских организаций, промышленных предприятий и субъектов малого предпринимательства позволят мобилизовать научно-технический потенциал Челябинской области для обеспечения построения высокоэффективной, восприимчивой к нововведениям экономики.

#### **2.4. Оценка эффективности малого предпринимательства на региональном уровне**

Предпринимательской деятельности в различных регионах присущи как общие, так и специфические характеристики. К первым можно отнести: условия развития предпринимательства, инфраструктура, неравномерность развития, основы развития предпринимательства и др. Специфические характеристики связаны с особенностями формирования экономики региона.

Рассмотрим состояние и развитие малого предпринимательства на региональном уровне, на примере Челябинской области. Прежде чем перейти к характеристике малого предпринимательства Челябинской области, раскроем потенциал развития экономики области и специфические региональные условия, сложившиеся на современном этапе.

Челябинская область является динамично развивающимся регионом. За последние пять лет производство промышленной продукции возросло на 38,6%, что позволило области занять 6 место в Российской Федерации по объему промышленного производства. Среди регионов России Челябинская область занимает 12 место по объему ВРП. Предприятия черной металлургии производят 26,5% всероссийского выпуска проката, 27% стали, 15% стальных труб [123]. Челябинская область занимает территорию площадью 87,9 тыс. кв. км. или 0,5% территории России. На территории области функционируют около 80 тыс. предприятий и организаций всех форм собственности. Область имеет хороший трудовой, ресурсный, производственный и научный потенциал, выгодное географическое расположение, развитую инфраструктуру. Численность населения области составляет около 3,6 млн. человек (2,5% от общероссийской), в различных отраслях экономики заняты свыше 1,7 млн. человек (47% от населения области) [109].

Определяют развитие области такие отраслевые комплексы как металлургический, машиностроительный и металлообрабатывающий, топливно-энергетический, строительный, военно-промышленный и аграрно-промышленный. Наибольшее значение имеют металлургия и машиностроение, где сосредоточено более 70% основных производственных фондов области и более 36% трудовых ресурсов. Анализ потенциала Челябинской области дает возможность сделать вывод о том, что регион имеет достаточные предпосылки для развития эффективного предпринимательства.

На начало 2016г. на территории Челябинской области функционировало 35,2 тыс. МП. Среднесписочная численность работников МП на тот же период составила 229,6 тыс. чел. Оборот малых предприятий составил 479,6 млрд. руб. Число малых и средних предприятий на 1000 человек составляет 32. Численность занятых в малом бизнесе с учетом индивидуальных предпринимателей и фермеров, включая наемных

работников, составила 548 тыс. человек (32% от общей численности занятых в экономике области), выпуск товаров и услуг малым бизнесом оценивался в размере 110 млрд. рублей [60].

В области действуют Закон области «О развитии малого и среднего предпринимательства в Челябинской области» [2] и Программа государственной поддержки малого предпринимательства, в ходе реализации которой особое внимание уделяется вопросам снижения административных барьеров, информационно-консультационной и финансовой поддержки, обучения руководителей субъектов малого бизнеса. В рамках областной Программы государственной поддержки малого предпринимательства Правительством Челябинской области выдано компенсаций на оплату процентов по кредитам коммерческих банков и договорам лизинга 62 субъектам малого предпринимательства на сумму 7,6 млн. руб., в результате создано 941 новое рабочее место, объем налоговых отчислений увеличился на 64,7 млн. руб. Компенсацию расходов МП на участие в торгово-экономических миссиях, выставках, ярмарках получили 29 субъектов малого предпринимательства на сумму 768 тыс. руб., в результате чего заключено договоров о сотрудничестве на сумму 11,6 млн. руб. [48].

Для развития малого предпринимательства в Челябинской области имеются достаточно благоприятные условия. Об этом свидетельствует тот факт, что область была победителем федерального конкурса «Лучший регион (субъект) Российской Федерации» в номинации «Лучшие показатели по развитию малого и среднего предпринимательства, созданию наиболее эффективной законодательной базы для его развития». Ежегодно в области проводятся съезды и научно-практические конференции представителей малого предпринимательства. В ноябре 2018 г. состоялся III Межрегиональный Форум «Малый и средний производственный бизнес-будущее экономики страны» представителей малого бизнеса Челябинской области, организованный Челябинским областным отделением «Опора России», где обсуждались проблемы данного сектора и пути их решения. Для

координации работы по развитию предпринимательства в Комитете по экономике области создан Центр поддержки малого предпринимательства, который имеет взаимодействие с другими субъектами инфраструктуры поддержки МП, такими как Южно-Уральская торгово-промышленная палата, территориальное управление Министерства РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства, общественные организации предпринимателей, информационно-консультационные центры, ПромАСС, ЦНТИ, бизнес-инкубатор «Территория бизнеса» и др.. Основными направлениями государственной поддержки предпринимательства в области являются:

1) Снижение административных барьеров, препятствующих развитию предпринимательства;

2) Развитие системы финансово-кредитной поддержки малого предпринимательства;

3) Информационная поддержка и развитие инфраструктуры поддержки малого предпринимательства в области;

4) Укрепление системы подготовки и переподготовки кадров для малого бизнеса.

В области работает Агентство поддержки предпринимательства и привлечения инвестиций (где проходят обучающие семинары, консультации, юридические услуги и т.д.). Функционирует Ассоциация предпринимателей малого и среднего бизнеса, которая объединяет прогрессивных предпринимателей в целях обеспечения практического взаимодействия общественных объединений с органами государственной власти для создания благоприятного климата и совместной выработки оптимальных путей решения проблем малого и среднего бизнеса.

На основании проведенного исследования, дадим оценку социально-экономической эффективности малого предпринимательства на региональном уровне. Оценка эффективности этого сектора невозможно провести одним каким-либо показателем. Многообразие свойств и признаков

различных видов хозяйственной деятельности (производственной, коммерческой, инновационной) предприятий обуславливает и многообразие показателей.

Для оценки экономической эффективности хозяйственной деятельности МП на региональном уровне предлагается использовать систему показателей, которые объединены в шесть групп (см. Приложение 10). Всесторонний анализ экономической эффективности хозяйственной деятельности МП позволит оценивать результативность этой деятельности; своевременно находить факторы, влияющие на получаемую прибыль; определять ресурсные возможности и тенденции их изменения; находить оптимальные пути решения проблем МП и повышения рентабельности их производства. Расчет показателей удельного веса МП в общем объеме экономики области позволит оценить место данного сектора в регионе.

Оценить социальный эффект МП на региональном уровне предлагается по следующей системе показателей:

- 1) увеличение доли занятых на МП в общем количестве занятых в экономике;
- 2) увеличение доли новых рабочих мест на МП;
- 3) увеличение доли рабочих мест для молодежи и различных групп социально незащищенных слоев населения на МП;
- 4) сопоставление темпов роста рабочих мест на МП и темпов снижения безработицы в регионе;
- 5) доля предпринимателей, прошедших обучение и переподготовку, в общем их количестве (в динамике);
- 6) повышение уровня заработной платы на МП;
- 7) снижение уровня занятых в теневого бизнесе.

Обобщающими показателями социального эффекта малого предпринимательства на региональном уровне могут явиться: снижение уровня безработицы; рост доходов населения; увеличение поступлений в местный бюджет за счет МП.

В силу недостаточности статистических данных, оценка социально-экономической эффективности на региональном уровне проводилась по тем группам показателей, которые достаточно точно, на взгляд автора, отражают состояние и развитие малого предпринимательства. В первую очередь, раскроем потенциал малого предпринимательства Челябинской области, что нашло отражение в таблице:

Таблица 17

Оценка потенциала малого предпринимательства в территориальном разрезе (Российская Федерация, Уральский ФО, Челябинская область) (на 1 января)\*

Показатели	РФ	Уральский ФО	Челябинская область
Доля числа МП (в % к общему числу предприятий)	23	6,5	24,4
Доля среднесписочной численности работников МП (в % от общей численности занятых в экономике)	14	7	11,9
Доля выпуска продукции и услуг МП (в % от всего объема выпуска продукции и услуг)	7	9	7,2
Доля числа МП в отрасли «Наука и научное обслуживание» (в общем количестве МП, в %)	2,4	2	2,3
Доля инвестиций в основной капитал МП (в % от общих инвестиций в основной капитал)	3	11	6,7
Доля продукции МП в ВВП (ВРП) (в %)	11	13	12
Число МП на 1000 жителей (ед.)	6,6	4,5	5,4

\*Расчитано автором на основе данных Росстата РФ, 2014

По результатам данной таблицы видно, что малый бизнес в Челябинской области выделялся по доли числа МП, но при этом шло отставание по другим показателям. В целом по УрФО, Челябинская область по показателям развития МП занимала второе место после Свердловской области. Поэтому, мы считаем, что потенциал развития малого предпринимательства в Челябинской области достаточно неплохой. В связи с этим, необходимо дать более полное представление об уровне развития малого предпринимательства в Челябинской области и оценку социально-экономической эффективности данного сектора.

Как мы отметили выше, нами были выбраны группы показателей, которые наиболее точно отражают состояние и развитие МП (юридических лиц) Челябинской области, это: группа показателей хозяйственной деятельности МП (количество МП, в том числе в динамике; выпуск продукции (работ, услуг), в том числе в динамике; объем инвестиций в основной капитал, в том числе в динамике; среднесписочная численность работников, в том числе в динамике; среднемесячная зарплата работников, в том числе в динамике) и группа показателей рентабельности (рентабельность продукции МП, рентабельность активов МП).

Оценка деятельности МП проводилась по основным отраслям экономики Челябинской области. На начало 2016 г. в Челябинской области функционировало 16625 МП. В целом количество МП в Челябинской области имеет тенденцию к сокращению на 14,47%, что видно из следующей таблицы:

Таблица 18

Количество МП по отраслям экономики Челябинской области  
(на 1 января)\*

Группы видов деятельности	Количество МП, 2013, ед.	Количество МП, 2014, ед.	Количество МП, 2015, ед.	Прирост количества МП за 2014-2015 гг., %
Промышленность	3134	3008	2816	-6,38
Сельское хозяйство	218	217	214	-1,38
Строительство	2720	2688	2475	-7,92
Торговля и общественное питание	7672	7607	6146	-19,2
Транспорт	351	344	349	1,45
Наука и научное обслуживание	471	453	333	-26,49
Прочие	5234	5122	4292	-16,2
ВСЕГО	19800	19439	16625	-14,47

\* Рассчитано автором на основе данных Росстата, 2016



По данным таблицы, видно, что самое большое сокращение количества МП наблюдалось в науке и научном обслуживании, торговле и общественном питании, промышленности, строительстве и сельском хозяйстве. Небольшой рост количества МП наблюдался в транспорте, жилищно-коммунальном хозяйстве, сфере финансов.

По видам экономической деятельности МП охватывают практически все отрасли экономики, но наибольшее количество предприятий наблюдается в торговле и общественном питании (37%), промышленности (17%) и строительстве (15%). Данные цифры говорят о низкой степени диверсификации малого бизнеса и о крайне низком удельном весе сферы науки, сельского хозяйства, транспорта.

Наглядно динамику числа МП за период с 2010 по 2014 гг. можно представить следующим образом:

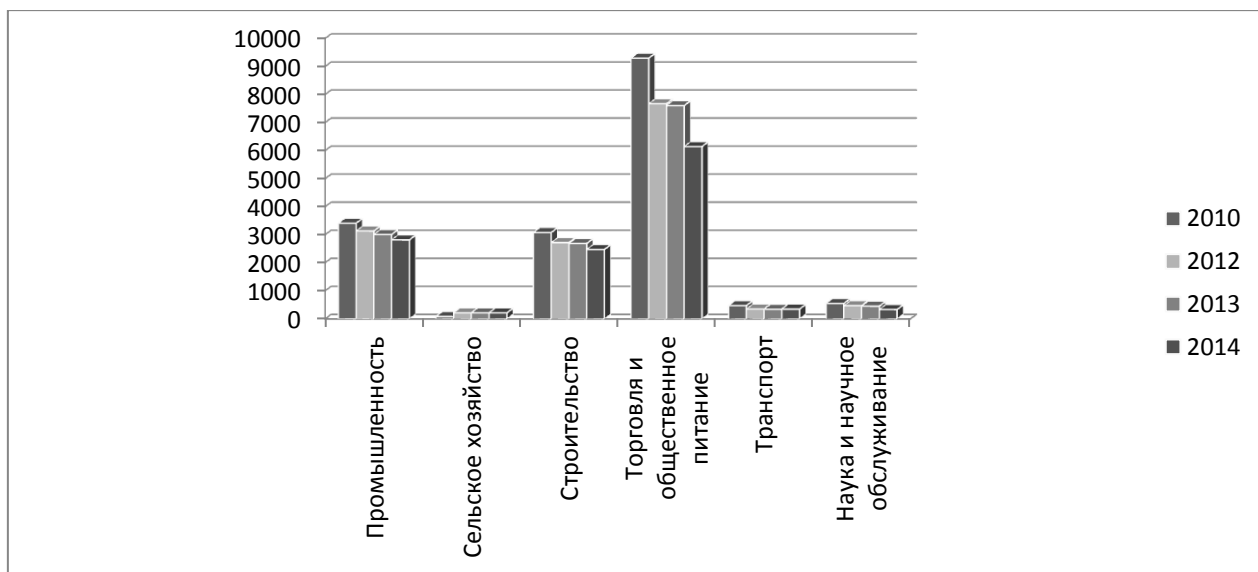


Рис.21. Динамика числа МП по видам деятельности в Челябинской области (ед.)

В целом, за период с 2010 по 2014гг. наблюдалась стагнация числа МП области. За данный период наблюдалась незначительная положительная динамика числа МП в сельском хозяйстве, сферах ЖКХ, финансах, операциях с недвижимым имуществом, связи.

По состоянию на 2015 г. среднесписочная численность работников МП составляла 145811 человек. В целом, среднесписочная численность работников МП имела тенденцию к сокращению (на 2,28%), что видно из следующей таблицы:

Таблица 19

Среднесписочная численность работников МП по группам отраслей Челябинской области (на 1 января)\*

Отрасли экономики	Среднесписочная численность работников, 2013г. (чел.)	Среднесписочная численность работников, 2014г. (чел.)	Среднесписочная численность работников, 2015г. (чел.)	Прирост среднесписочной численности работников за 2014-2015 гг., %
Промышленность	36352	37211	34968	-6,02
Сельское хозяйство	865	1160	979	-15,6
Строительство	19672	25618	23868	-6,83
Торговля и общественное питание	37887	47751	49029	2,68
Транспорт	3995	4515	4287	-5,04
Наука и научное обслуживание	2199	1666	1895	13,75
Прочие	34365	31287	32680	4,45
ВСЕГО	135335	149208	145811	-2,28

\* Рассчитано автором на основе данных Росстата, 2016

По данным таблицы, видно, что самое большое сокращение среднесписочной численности работников МП наблюдалось в сельском хозяйстве (на 15,6%). При этом, наблюдался незначительный рост среднесписочной численности работников МП в строительстве, торговле и общественном питании, науке и научном обслуживании. Численность занятых на МП сосредоточена больше всего в таких сферах как торговля и общественное питание (33%), промышленность (24%) и строительство (16%).

В целом, наблюдалась отрицательная динамика среднесписочной численности работников МП области. Рассматривая данный период, необходимо отметить незначительное увеличение среднесписочной численности работников МП в Челябинской области в промышленности,

сельском хозяйстве, торговли и общественном питании. Но при этом, в промышленности, сельском хозяйстве, транспорте наблюдался спад среднесписочной численности работников МП.

На начало 2015 г. среднемесячная заработная плата одного работника МП составила порядка 15000 руб. Выше всего оплачивался труд работников в сфере науки и научного обслуживания, строительства и транспорта, но невысокой остается заработная плата в сельском хозяйстве. Наблюдался постепенный рост среднемесячной заработной платы работников МП Челябинской области. Увеличение заработной платы произошло за счет повышения уровня данного показателя в науке и научном обслуживании, строительстве и транспорте.

На начало 2016 года объем продукции (работ, услуг), выпущенной МП на территории Челябинской области составил 33,7 млрд. руб. В Челябинской области наблюдается тенденция к стабильному росту объема производства продукции (работ, услуг) МП. Самый большой рост объема выпуска продукции (работ, услуг) наблюдался в таких сферах как сельское хозяйство, транспорт, торговля и общественное питание. Таким образом, несмотря на уменьшение числа МП области, они увеличивают объем произведенной продукции, эффективно используя вложенные в основной капитал инвестиции.

Необходимо отметить, что в сельском хозяйстве удельный вес объема произведенной продукции (работ, услуг) по-прежнему остается довольно низким-0,34% от общего объема произведенной продукции. Удельный вес объема выпуска товаров и услуг МП в общем объеме выпуска в транспорте – 1,98%, в торговле и общественном питании – 36,58%, в промышленности – 22%.

На начало 2016 г. величина инвестиций в основной капитал МП Челябинской области составила 2,9 млрд. руб. (что составляет 5,8% от общего объема инвестиций). Объем инвестиций в основной капитал МП увеличился на 466,9 млн. руб. Оживление инвестиционной активности МП за

последние годы происходило за счет резкого увеличения инвестиционных вложений в сфере строительства. Но при этом, наблюдается спад инвестиционной активности в сельском хозяйстве – на 91,2%, торговле и общественном питании – на 71,7%, промышленности – на 37,5%. Значительную часть всех инвестиций в основной капитал МП осуществляли предприятия строительства (85%). Структура объема инвестиций в основной капитал МП по отраслевому признаку в Челябинской области резко отличается от аналогичной структуры, сложившейся в Российской Федерации, где 31% от всех инвестиций в основной капитал МП было вложено в строительство, 23% - в промышленность, 20% - в торговлю и общественное питание. Приоритетной в инвестиционных вложениях оказалась сфера строительства, что может явиться следствием дальнейших диспропорций в развитии других отраслей Челябинской области. Таким образом, уровень инвестиционной активности МП в области остается низким.

Логическим продолжением анализа МП области является расчет рентабельности данного сектора и для этого были выбраны показатели, такие как рентабельности продукции МП, рентабельность активов МП. На основе данных статистики была рассчитана рентабельность продукции МП, рентабельность активов МП и проведено сравнение с рентабельностью продукции, рентабельностью активов средних и крупных предприятий (СКП), что видно из таблицы:

Рентабельность МП и СКП\* по основным отраслям экономики Челябинской области\*\*  
(в процентах)

Отрасли	МП		СКП	
	Рентабельность продукции	Рентабельность активов	Рентабельность продукции	Рентабельность активов
Промышленность	3,4	9,3	18,5	11,3
Сельское хозяйство	4,8	-2,0	6,8	0,8
Строительство	2,4	1,2	5,9	1,8
Торговля и общественное питание	1,9	3,0	2,6	7,4
Транспорт	14,6	3,0	18	2,6
Наука и научное обслуживание	4,5	2,4	10	5,4
Всего (среднее по всем отраслям)	2,3	3,1	13,8	7,1

\*СКП – Средние и крупные предприятия

\*\* Составлено автором на основе данных источников бухгалтерской отчетности

По данным таблицы можно сделать вывод, что рентабельность продукции и рентабельность активов МП гораздо ниже аналогичных показателей СКП, что говорит о более низкой эффективности использования основных средств малыми предприятиями. Рентабельность продукции МП в 6 раз ниже рентабельности продукции СКП, а рентабельность активов - в 2,29 раз. Это объясняется более выгодными видами деятельности СКП, более высокой выручкой СКП и более высокими инвестиционными вложениями СКП по сравнению с МП.

Таким образом, исследуя систему показателей развития и функционирования МП в Челябинской области, можно подойти к комплексной оценке развития малого предпринимательства в Челябинской области МП. В качестве обобщающего показателя нами предложен индекс

развития МП (ИРМП), который формируется на основе следующих показателей: доли числа МП в общем числе предприятий; доли занятых на МП, доли продукции, произведенной МП в ВРП. ИРМП рассчитывается как произведение отдельных коэффициентов. Для оценки всех параметров деятельности МП автором предложено использовать относительную оценку, которая может принимать значение от 0 до 1. Максимальной величиной ИРМП является 1, что соответствует 100%, а минимальной – 0. Вклад МП в экономику определяется относительным значением данного показателя: чем ближе его значение к 1, тем более весомый вклад сектора МП в экономику. При расчете нами были использованы показатели, рассмотренные выше. Предлагается оценивать потенциал развития МП на основе интегрального показателя:

$$\text{ИРМП} = k_1 * k_2 * k_3 ,$$

где:

$k_1$  - доля числа МП в общем числе предприятий;

$k_2$  - доля занятых на МП в общей численности занятых в экономике;

$k_3$  - доля продукции МП в ВРП.

Доля МП в экономике области в рамках такого подхода может принимать значение от 0 до 1. ИРМП можно оценивать на текущий момент времени (как текущее состояние МП) и на перспективу (как желаемое состояние МП). ИРМП является комплексной оценкой развития малого предпринимательства. Кроме того, ИРМП позволяет сопоставлять степень развития малого предпринимательства в территориальном разрезе.

Интегральный показатель, рассчитанный по Челябинской области, составит:

$\text{ИРМП} = 0,24 * 0,11 * 0,12 = 0,003168$ , что говорит о низкой доле МП в экономике области.

ИРМП в Российской Федерации составит:

$\text{ИРМП} = 0,23 * 0,14 * 0,11 = 0,003542$ .

ИРМП в УрФО составит:

$$\text{ИРМП} = 0,065 * 0,07 * 0,13 = 0,000591.$$

Данные расчеты интегрального показателя еще раз доказывают, что малый бизнес Челябинской области развивается лучше, чем в среднем по УрФО, но хуже, чем в среднем по России.

Результаты анализа представленных выше положений обобщены в следующей таблице:

Таблица 21

Индекс развития МП в территориальном разрезе\*

Регионы	Доля числа МП в общем числе предприятий, %	Доля занятых на МП, в общей занятости, %	Доля продукции МП в ВВП (ВРП), %	ИРМП
Российская Федерация	23	14	11	0,003542
Уральский ФО	6,5	7	13	0,000597
Челябинская область	24,4	11,9	12	0,003168

\*Рассчитано автором

Следует подчеркнуть, что в рамках нашей концепции, необходимо подробнее остановиться на динамике и темпах роста основных показателей, характеризующих развитие МП в Челябинской области. Говоря о динамике развития малого предпринимательства в области, можно отметить, что по числу МП и занятости в данном секторе, мы имеем отрицательную динамику; по объему выпуска продукции МП, среднемесячной заработной платы на МП, инвестициям в основной капитал МП, мы имеем положительную динамику. Данные показатели нами рассмотрены в отраслевом разрезе, где видна низкая степень диверсификации малого предпринимательства. Сектор МП сосредоточен в основном в трех сферах: торговли и общественном питании, строительстве и промышленности. Но другие отрасли также не менее важны для экономики области и поэтому им необходимо оказывать поддержку со стороны органов власти.

Низкая степень диверсификации малого бизнеса нами подтверждена с помощью экономико-математического метода («метод Паттерн»). Данный метод, кроме этого, дает возможность определить уровень развития МП по отраслям экономики и, тем самым, оценить конкурентоспособность МП в конкретной отрасли. Суть «метода Паттерн» заключается в том, что на основе суммы или средней величины относительных значений (коэффициентов) можно распределить отрасли по уровню развития малого предпринимательства и тем самым определить степень конкурентоспособности МП по отраслям в данном регионе.

Обобщение показателей производится на основе следующей формулы:

$$K_j = x_{ij} / x_{i \max} ,$$

где:

$K_j$  – относительное значение каждого показателя в отрасли;

$x_{ij}$  – фактическое значение показателей уровня развития малого предпринимательства по отраслям;

$x_{i \max}$  – наилучшее (максимальное) значение показателей;

$i = 1, 2, \dots, n$  – число показателей;

$j = 1, 2, \dots, n$  – число отраслей.

При этом мы считаем, что общее состояние и развитие МП в условиях рыночных преобразований по отраслям можно охарактеризовать с учетом следующих показателей:

- удельному весу предприятий данной отрасли в общем количестве МП;
- темпу роста количества МП;
- удельному весу выпуска продукции МП;
- темпу роста выпуска продукции МП;
- удельному весу среднесписочной численности работников, занятых на МП;
- темпу роста среднесписочной численности работников, занятых на МП;



- средней заработной плате на МП;
- темпу роста средней заработной платы на МП;
- удельному весу инвестиций в основной капитал МП;
- темпу роста инвестиций в основной капитал МП.

С учетом совокупности вышеуказанных показателей, рассчитав коэффициенты, все отрасли можно условно разделить на следующие группы (по уровню развития):

- 1 группа – высокий,
- 2 группа – средний,
- 3 группа – низкий уровень развития предпринимательства.

Данный метод, мы считаем, применим и к установлению степени конкурентоспособности отраслей деятельности МП в масштабе региона (области): полученный интегральный коэффициент является внешним показателем их конкурентоспособности. Поэтому, ссылаясь на методику, описанную выше, произведем ранжирование отраслей, с тем, чтобы определить место каждой отрасли по уровню развития малого предпринимательства.

Рассчитав среднюю величину относительных коэффициентов, получим:

- 1) в промышленности: 0,49;
- 2) в сельском хозяйстве: 0,36;
- 3) в строительстве: 0,59;
- 4) в торговле и общественном питании: 0,62;
- 5) в транспорте: 0,37;
- 6) в здравоохранении, физкультуре и социальном обеспечении: 0,39;
- 7) в общей коммерческой деятельности по обеспечению функционирования рынка: 0,51;
- 8) в науке и научном обслуживании: 0,41;
- 9) в операциях с недвижимым имуществом: 0,36.

Рассчитав размах вариации ( $0,62-0,36=0,26$ ), выделим три группы коэффициентов с интервалом  $0,09$  ( $0,26/3$ ). Обозначим границы интервалов по группам:

0,36-0,45: 3 группа,

0,46-0,55: 2 группа,

0,56 и выше: 1 группа.

Рассчитанные методом «Паттерн» обобщающие коэффициенты позволяют сделать вывод, что к 1 группе относятся отрасли: строительство, торговля и общественное питание. Ко 2 группе, т.е. со средним уровнем развития предпринимательства относятся отрасли: промышленность, общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка. Остальные отрасли относятся к 3 группе, т.е. с низким уровнем развития предпринимательства: наука и научное обслуживание, сельское хозяйство, транспорт, здравоохранение, физкультура и социальное обеспечение, операции с недвижимым имуществом. Данный вывод также подтверждает ранее проведенные расчеты определения потенциала малого предпринимательства в области. При данном методе расчета, корректируется сектор промышленности, который мы определяем во вторую группу, причина кроется в том, что темп роста основных показателей в данном секторе низкий.

Итак, из вышеприведенных качественных и количественных характеристик малого предпринимательства Челябинской области можно сделать вывод о том, что данный сектор является фактором решения социальных проблем, стабильной базой налоговых поступлений, основой для укрепления среднего класса общества и развития конкуренции, кроме того, существенным источником насыщения рынка товарами (услугами). Все это может явиться результатом повышения качества общественного воспроизводства. Несмотря на то, что в области проводится немалая работа по развитию малого предпринимательства, в последние годы доля этого сектора невысокая. Развитие малого предпринимательства Челябинской

области должно стать одним из приоритетных направлений социально-экономического развития области на перспективу.

В целях создания благоприятных условий, способствующих дальнейшему развитию малого предпринимательства, необходимо совершенствовать систему поддержки указанного субъекта со стороны государства. Для этого необходимо разработать стабильную нормативно-правовую базу поддержки и совершенствовать саму инфраструктуру государственной поддержки малого предпринимательства с учетом изменений реалий жизни. Малое предпринимательство сегодня нуждается в государственной стратегии развития данного предпринимательского сектора.

В настоящее время Министерством экономического развития Челябинской области разработаны основные мероприятия развития малого предпринимательства области в рамках реализации Концепции социально-экономического развития области до 2020г. (см. Приложение 11). В рамках перечня показателей, характеризующих выполнение указанных в данном приложении мероприятий, необходимо, на взгляд автора, дополнительно выделить:

- создание новых зарегистрированных МП, ед.;
- количество лиц, прошедших обучение новой профессии, чел.;
- уровень безработицы в области и ее динамика, %;
- объем инвестиций в основной капитал МП и его динамика, млн. руб.;
- доля наемных работников на МП и их динамика, %;
- экспорт товаров МП и его динамика, млн. руб.;
- доля продукции МП в ВРП и ее динамика, %;
- доходы занятых на МП и их динамика, руб.

По перечню данных показателей может быть оценена в целом эффективность программы поддержки малого предпринимательства в области. Необходимо систематизировать формы государственной поддержки в зависимости от приоритетных направлений развития малого предпринимательства в области (открытие новых МП, создание новых

рабочих мест, стимулирование инвестиций в основной капитал, поощрение инновационной деятельности МП, содействие экспорту товаров МП).

В результате проведенных вышеуказанных мероприятий в рамках развития малого предпринимательства может быть получен социально-экономический эффект, выраженный:

1. В создании новых МП (порядка 3375 ед.), что увеличит поступление в бюджет;
2. В расширении объема выпуска продукции МП (на 3034 млн. руб.), что увеличит долю продукции МП в ВРП;
3. В создании новых рабочих мест (порядка 34 тысяч), что приведет к снижению уровня безработицы;
4. В создании новых инновационных МП, что вызовет повышение эффективности экономики в целом;
5. В увеличении доли МП в экспорте готовой продукции, что приведет к ускорению внешнеторгового оборота.

Для достижения этих целей необходимо обеспечить среднегодовые темпы роста:

- количества зарегистрированных МП – на уровне 104% в год;
- численности работающих на МП – на уровне 104% в год;
- объема выпуска товаров и услуг МП – на уровне 109% в год.

Для того, чтобы подойти к западным стандартам, где МСП дает не менее 50% ВВП, где занято 60% населения, где на 1000 жителей приходится 35-50 единиц МП, мы должны иметь определенную стратегическую цель государственной политики, направленную на ускоренное развитие малого бизнеса.

Следовательно, стратегическая цель политики поддержки малого предпринимательства в долгосрочной перспективе должна состоять в создании новой модели государственного участия в расширенном воспроизводстве малого предпринимательства, которая, безусловно, должна опираться на передовой зарубежный опыт, учитывая при этом национальные

особенности и традиции России. Мировая практика показывает, что необходимо иметь комплексную систему государственной и общественной поддержки малого предпринимательства.

## Заключение

По результатам данного исследования можно сделать вывод о том, что предпринимательство представляет собой сложное и разностороннее экономическое явление, которое следует рассматривать как особый вид хозяйственной деятельности и как специфический фактор производства. По своей сути, предпринимательская деятельность – это инновационная деятельность, которая не обязательно сводится лишь к поиску какого-либо нового дела или производства нового товара, это может быть и поиск новых идей, осуществление новых комбинаций факторов производства, использование новых технологий, техники и организации труда в различных областях. При этом, главным субъектом является предприниматель, наделенный предпринимательскими способностями, поведение которого отличается творчески-поисковым и инновационным характером. Говоря о предпринимательстве как о факторе производственной деятельности, следует иметь в виду предпринимательскую способность предпринимателя. В научном смысле слова, предпринимателями являются только активные и деловые люди, обладающие предпринимательскими способностями и реализующими их на практике. Предпринимательство можно трактовать как специфический (по сравнению с трудом, землей и капиталом) фактор общественного производства, который способен стимулировать экономический рост.

На основании всей логики раскрытия сущности предпринимательства, мы приходим к следующему авторскому определению: предпринимательство – это инициативная и рискованная деятельность, включающая производство товаров, оказание услуг, выполнение работ и доведение их до потребителей, направленная на поиск и реализацию инноваций с целью удовлетворения разнообразных потребностей общества и получения прибыли как средства достижения социально-значимых целей на основе рационального ведения

хозяйства, творческого поиска и нововведений, способных стимулировать экономический рост.

В научной работе раскрыта эволюция предпринимательства, т.к. предпринимательство является исторической категорией, так, меняются его содержание и форма, расширяется сфера приложения, появляются новые функции. В работе раскрыта мотивация предпринимательской деятельности, сложившаяся в российской экономике. На основе проведенного социологического исследования дана классификация личностных качеств современного предпринимателя и раскрыта характеристика данного субъекта. Предложены новые духовно-нравственные принципы предпринимательства, которые могут послужить основой формирования новой философии предпринимательства. Данные принципы будут содействовать возрождению предпринимательских традиций, которые были в дореволюционной России, а также формированию нравственного климата в коммерческой среде, что повлияет в целом на корпоративную культуру. Разработана модель современного предпринимательства на основе предложенных принципов. Данная модель – это не только совокупность принципов, основ предпринимательства, характеристик предпринимателя, где подчеркнуты его особые качества, но и основных приоритетных направлений предпринимательской деятельности, что может послужить базой для устойчивого развития общества.

В ходе исследования определено центральное место предпринимательства в системе факторов производства и системе экономических отношений. Процесс предпринимательской деятельности в эпоху НТР должен сопровождаться обязательным наличием и комбинированием множества факторов производства как классических (труд, земля, капитал), так и специфических (информация, предпринимательские способности, знания, технология, время и др.). Суть комбинирования факторов производства состоит в поиске наиболее рационального варианта сочетания факторов путем замещения одного фактора другим, новой

комбинации факторов. Предприниматель обеспечивает поиск наиболее рационального и эффективного использования ресурсов. Сами по себе труд, земля, капитал не могут ничего создать, именно предприниматель за счет своих предпринимательских способностей как особого экономического ресурса берет на себя ответственность и риск за рациональное их использование. В монографии отражена система экономических ресурсов, их взаимодействие и использование, где центральное место занимают именно предпринимательские способности предпринимателя.

Для характеристики предпринимательства как экономической категории важной проблемой является установление его субъектов и объектов. Установлено, что субъектами предпринимательской деятельности являются как физические, так и юридические лица, зарегистрированные в данном статусе. Объектами предпринимательской деятельности становятся инновации как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта (работы, услуги, процесса), реализованного на рынке, кроме этого, это могут быть и новая или усовершенствованная технология, техника, организация труда.

В данной научной работе предложена классификация видов предпринимательства. Данная классификация явилась полной и систематизированной, что позволяет более точно отразить сущность предпринимательства на основе различных критериев.

В ходе исследования установлены как количественные, так и качественные критерии выделения малого и среднего предпринимательства, что позволило уточнить определение данных категорий. Национальное законодательство ограничило категорию малого предпринимательства чисто количественной характеристикой, упуская из внимания качественные критерии, поэтому необходимо перейти от чисто количественных критериев к комбинированным с качественной характеристикой. К качественным критериям необходимо отнести: тип и характер менеджмента



(демократичный и персонифицированный); долю на рынке (небольшая, не доминирующая); степень риска (высокая); экономическую независимость, правовую самостоятельность, полную ответственность; отраслевую принадлежность и род деятельности (в данном случае следует исключить возможность отнесения к малым предприятиям кредитные, страховые, финансовые организации, ломбарды, игорный бизнес, государственные и муниципальные предприятия и т.п.). Выделяя те или иные критерии, можно отметить их относительность. Поскольку малые предприятия разных отраслей, несмотря на общие черты, могут существенно отличаться друг от друга, приходим к утверждению, что необходим комплексный анализ малых предприятий. Именно в силу данных причин, предлагается классификация малых предприятий по различным критериям, которые можно сгруппировать и по уровням значимости, что является новым подходом.

Анализ состояния и динамики развития малого предпринимательства на национальном и региональном уровнях указывает на недостаточные темпы развития данного сектора. За последнее десятилетие происходит спад деловой активности, сокращение удельного веса малых предприятий в производственной сфере, сфере науки и научного обслуживания, промышленности, строительстве, увеличение удельного веса теневого бизнеса. Данные факты свидетельствуют о нарастании кризисного положения малого предпринимательства.

В ходе социологического опроса были выявлены проблемы и негативные факторы, препятствующие развитию данного сектора. Несмотря на имеющиеся проблемы, малое предпринимательство представляет собой вполне самостоятельный вид предпринимательской деятельности, обладающий своими специфическими особенностями, определенной ролью в обществе, преимуществами и недостатками, которые отмечены в работе.

Особо подчеркнута роль малого инновационного предпринимательства, о значении которого говорят следующие данные: именно на малые инновационные предприятия сегодня приходится более

50% всех выдаваемых патентов в развитых странах; из 58 крупнейших изобретений XX века не менее 46 изобретений принадлежало малым предприятиям.

Разработана методика комплексной оценки состояния и развития малого предпринимательства, которая позволяет оценить уровень и динамику развития данного сектора, эффективность его функционирования на основе предложенной системы показателей, а также выявить потенциал малого предпринимательства на национальном и региональном (в том числе по Челябинской области) уровнях. Предложенный комплексный индекс развития малого бизнеса даст возможность решить проблему международного и межрегионального сопоставления данного сектора.

Результатом исследования в монографии стало научное обоснование о необходимости государственной и общественной поддержки малого предпринимательства, которое имеет неравные экономические условия воспроизводства по сравнению с крупным бизнесом. В связи с этим, в монографии предложены приоритетные направления развития малого предпринимательства и его государственной поддержки на региональном уровне. Именно на региональном уровне предстоит решать основные проблемы развития и поддержки малого предпринимательства. Только целенаправленная государственная политика, направленная на всестороннюю поддержку малого предпринимательства будет способствовать воспроизводству данного сектора.

## БИБЛИОГРАФИЯ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации: часть первая от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ, часть вторая от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ и часть третья от 26 ноября 2001 г. №146-ФЗ (с изменениями по сост. на 21 июля 2015 г.)
2. Закон Челябинской области «О развитии малого и среднего предпринимательства в Челябинской области» от 12 апреля 2008г., №250-ЗО (с изменениями по сост. на 27 декабря 2016 г.)
3. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993)
4. Налоговый кодекс Российской Федерации: часть первая от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ и часть вторая от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ (с изменениями по сост. на 22 июля 2015 г.)
5. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 г. №209-ФЗ (с изменениями по сост. на 28 ноября 2018 г.)
6. Федеральный закон «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» от 23 июня 1999 г. № 117-ФЗ (с изменениями от 30 декабря 2015 г.)
7. Федеральный закон Российской Федерации «О внесении изменений и дополнений в Закон Российской Федерации «Об образовании» от 13 января 1996 г. № 12-ФЗ (с изменениями по сост. на 25 июля 2012 г.)
8. Абдуллин, И. Школа предпринимательства [Текст] / И.Абдуллин // Татарстан. – 1995. — №5-6. – С.12-22
9. Агеев, А.И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры [Текст] / А.И.Агеев.—М.: Наука, 2001.- 112 с.
10. Алексеев, В., Деньги опять побежали [Текст] // Труд. – 2015. – 6 июня

11. Анализ роли и места малых и средних предприятий России. Ресурсный центр малого предпринимательства. – М., 2014 [Электронный ресурс]// <http://www.rcsme.ru>
12. Антикризисное управление: общие основы и особенности России: Учеб. пособие [Текст] / Под ред. И.К.Ларионова. – М.: Аспект Пресс, 2016. – 248с.
13. Апишев, А.А. Предпринимательство как фактор структурных преобразований в регионе: Автореф. дисс. ...д-ра экон. Наук [Текст] / Рос. Академия Гос. службы при Президенте РФ. – М.: 1994. – 47 с.
14. Аукционик, С.П., Российские предприятия в рыночной экономике: ожидания и действительность [Текст] / С.П.Аукционик. – М.: Наука, 2011. – 139 с.
15. Афанасьев, В. «Анатомия» отечественного малого бизнеса [Текст] // Российский экономический журнал. – 2014. - №2. – С.55-64
16. Афанасьев, В., Малое предпринимательство в решении проблемы занятости [Текст] // Российский экономический журнал. – 2016. - №10. - С.40-46.
17. Баженов, Ю.К. Малое предпринимательство: практическое руководство по организации и ведению малого бизнеса [Текст] / Ю.К.Баженов и др. – М.: ИВЦ МАРКЕТИНГ, 2015. - 104 с.
18. Беляев, Ю.А. Энциклопедия начинающего предпринимателя [Текст] / Ю.А.Беляев. – М.: РУДН, 1992. – 158 с.
19. Беспмятных, Н. Институциональные факторы эффективности развития малого предпринимательства. Автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Ин-т экономики УрО РАН, - 2004. – 26 с.
20. Блинов, А. Малое предпринимательство и большая политика [Текст] // Вопросы экономики.– 1996. - №7. – С.39-45
21. Блинов, А. Развитие предпринимательства [Текст] // Экономист. – 1993. - №6. – С.70-73

22. Блинов, А. Условия регулирования малого бизнеса [Текст] // Экономист. – 1999. – №2. – С.75-78
23. Большие надежды малого бизнеса// Экономические стратегии [Электронный ресурс] <http://www.invur.ru>
24. Борисов, С. Конкурентоспособность и малый бизнес[Текст] // Бизнес-журнал. – 2005. - №6. – С.12-15
25. Бусыгин, А.В. Предпринимательство: Учебник [Текст] /А.В.Бусыгин. - М.: ИНФРА-М, 2014. – 608 с.
26. Бусыгин, А.В. Предпринимательство: Учебник. [Текст] /А.В.Бусыгин и др. - М.: ИНФРА-М, 2013. – 630 с.
27. Вальчук, В. Малый бизнес Челябинской области [Текст] // Челябинский рабочий. – 2013. – 7 окт.
28. Вебер, М. Протестантская этика и дух капитализма[Текст] / Избр. произв. -М.: Прогресс, 1990.- 808с.
29. Визитная карта Челябинской области, 2015 г. [Электронный ресурс] <http://www.ural-chel.ru>
30. Галкин, Г. Южный Урал ставит на интеллект [Текст] // Директор. – 2005. - №3. – с.88-90
31. Горшков, А.В. Деловая культура предпринимателя [Текст] / А.В.Горшков. - Челябинск, ЧелГУ, 2003г. – 70с.
32. Росстат , 2013 [Электронный ресурс] // <http://www.chelstat.ru>
33. Грибов, В.Д., Экономика предприятия: Учебник. [Текст] /В.Д.Грибов и др. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 336 с.
34. Денисов, В. Малый бизнес в России и за рубежом. [Текст] /В.Денисов. – Саратов, 2010. – 140с.
35. Друкер, П. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы: Пер. с англ. [Текст] / П.Друкер. - М.: СПб: Бук Чембер Интернэшнл, 1992. - 352 с.
36. Духон, А. Доклад «О развитии малого предпринимательства в России: региональный разрез» [Текст] / А.Духон. – М: МПСУ, 2002.

37. Еваленко, М. Потенциал малого предпринимательства и экономика российских регионов [Текст] // Российский экономический журнал. – 2003. - №9-10. – С.30-51.
38. Европейское обозрение малых и средних предприятий (электронный журнал), 2002, №6 -[Электронный ресурс] <http://tacissmerus9803.rcsme.ru/>
39. Жизнин, С. Как стать бизнесменом [Текст] / С.Жизнин. - Минск, Факт. –2015. - 64 с.
40. Законодательное регулирование развития малого предпринимательства. – М.: Ресурсный центр малого предпринимательства, 2016. [Электронный ресурс] // <http://www.rcsme.ru>
41. Зарубина, Н. Российское предпринимательство: идеи и люди [Текст] // Вопросы экономики. - 2012. - №7. - С.82-90
42. Зомбарт, В. Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека [Текст] / В.Зомбарт. – М.: Наука, 1994. – 730 с.
43. Инновационная экономика [Текст] / Под ред. А.А. Дынкина, Н.И. Ивановой. – М.: Наука, 2014. – 352 с.
44. Инновационный потенциал области: Аналитическая записка/ Челябинский областной комитет рос.статистики. – Челябинск, 2014. – 13 с. [Электронный ресурс] // <http://www.chelstat.ru>
45. Как добиться успеха: Практические советы деловым людям [Текст] / Под общей ред. В.Е. Хруцкого. [Текст] – М.: Республика, 1992. - 510с.
46. Карлоф, Б. Деловая стратегия: перевод с англ. [Текст] / Б.Карлоф. – М.: Экономика, 1991. – 289 с.
47. Кларк, Дж.Б. Распределение богатства [Текст] /Дж.Б.Кларк. - М.: Экономика, 1992.
48. Клепов, Ю.В. Челябинская область развивается [Текст] // Действующие лица. – 2015. - №3. – С.12-13

49. Колесников, А. Малый и средний бизнес: эволюция понятий и проблема определения [Текст] // Вопросы экономики. [Текст] – 2011. - №7. – С.46-58
50. Кольчугина, А.В. Деятельность малых предприятий Российской Федерации в начале XXI века [Текст] // Вопросы статистики. – 2014. – №12. – С.45-48.
51. Королев, В. Феномен предпринимательства [Текст] // Российский экономический журнал. - 1992. - №4. - С.135-137
52. Красникова, Е. Фигура предпринимателя в рыночной экономике [Текст] // Российский экономический журнал. – 2015. – №3. – С.76-80
53. Курс предпринимательства: Учебник [Текст] / Под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандера. –М.: ЮНИТИ, 2016. - 439 с.
54. Курс экономической теории: Учебное пособие [Текст] / Под ред. М.Н. Чепурина и Е.А. Киселевой. -Киров, АСА, 2006. – 624 с.
55. Курс экономической теории: Учебное пособие/ Под ред. А.В. Сидоровича. [Текст] – М.: ДИС, 2001. – 736 с.
56. Лапуста, М.Г. Малое предпринимательство: Учеб. пособие [Текст] / М.Г.Лапуста. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 272 с.
57. Лебедева, С.Ю. Регулирование и поддержка малого и среднего предпринимательства в ЕС и России [Текст] // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. - №1. – С.90-96
58. Малое и среднее предпринимательство в России. 2016: Стат. сб. [Текст] / Росстат. – М., 2016. – 76 с.
59. Малое и среднее предпринимательство в России. 2017: Стат. сб. [Текст] / Росстат. – М., 2017. – 78 с.
60. Малое предпринимательство в Челябинской области в 2016 году: Аналит. Записка [Текст] / Челяб. обл. комитет рос.статистики. – Челябинск, 2015.
61. Малое предпринимательство в Челябинской области. 2014: Стат. сб. [Текст]/ Челябинскстат. – Челябинск, 2015. – 74 с.

62. Малое предпринимательство в Челябинской области. 2015: Стат. сб. [Текст] / Челябинскстат. – Челябинск, 2016. – 73 с.
63. Малое предпринимательство. Сборник нормативных актов [Текст]. – М.: Книга сервис, 2013. – 144 с.
64. Маркс, К. Капитал. Критика политической экономии. Т.3 [Текст] / Маркс К., Энгельс Ф. Соч., 2-е изд. Т.25. Ч.1.
65. Маршалл, А. Принципы экономической науки: Пер. с англ. -Т.1. [Текст] / А.Маршалл. - М.: Прогресс - Универс, 1993.- 367 с.
66. Мескон, М.Х. Основы менеджмента: Пер. с англ. [Текст] /М.Х.Мескон. - М.: Дело ЛТД 1994. – 702 с.
67. Мурыгина, Л.С. Формирование конкурентной среды в транзитивной экономике на основе развития малых форм хозяйственной деятельности (теоретико-методологический аспект)/ диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук [Текст] / Челябинск, 2006
68. Мурыгина, Л.С. Формирование конкурентной среды в транзитивной экономике на основе развития малых форм хозяйственной деятельности(теоретико-методологический аспект)/автореферат дис. ... кандидата экономических наук [Текст] / Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет). Челябинск, 2006
69. Мурыгина, Л.С. Потенциал малых инновационных предприятий в российской экономике [Текст] / Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2007.№ 5 (77).– С. 76-80.
70. Мурыгина, Л.С., Галиулина, Д.Ш. Актуальные проблемы развития малого и среднего бизнеса в России [Текст] // European research: сборник статей IX Международной научно-практической конференции 07 апреля 2017г. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2017. С.115-118.



71. Мурыгина, Л.С., Панасюк, Д.А. Тенденции развития малого и среднего бизнеса в Германии [Текст] // Современные социально-экономические процессы: проблемы, закономерности, перспективы: сборник статей III Международной научно-практической конференции. – Ч.1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2017. - С.150-153.
72. Мурыгина, Л.С. Самарина, А.Л. Малый и средний бизнес в Челябинской области, его поддержка со стороны государства [Текст] // Вестник современных исследований. 2017. №1(4). – Ч.2. – С. 111-118.
73. Москаленко, К. Десять заповедей предпринимателя [Текст] // Аргументы и факты. - 1992. - 3 сент.
74. Мягков, П. Возрождение предпринимательства в России [Текст] // Экономист. 2001. - №1 - С.56-61
75. Найт, Ф. Понятие риска и неопределенности [Текст] // Тезис, 1994. - Вып. 5.
76. Наука в Челябинской области в 2014 г.: Стат. Бюллетень [Текст] // Челябинский областной комитет рос. статистики. – Челябинск, 2014.
77. Новая русская книга. Полн. собр. соч. и писем в 20т. [Текст] . – М.: Наука, 2001. – Т.3.
78. Ожегов, С.И. Словарь русского языка [Текст] / С.И.Ожегов. – М.: Русский язык, 1986. –750 с.
79. Омельченко, Е.К. К проблеме взаимодействия малого и крупнокорпоративного предпринимательства в современном общественном производстве [Текст] // Российский экономический журнал. – 2011. - №8. – С.84-87.
80. Орлов, А. Малое предпринимательство: старые и новые проблемы [Текст] // Вопросы экономики. – 2007. - №4. – С.130-139.
81. Орлов, А. Перспективы развития малого предпринимательства в России [Текст] // Вопросы экономики. – 2002. - №7. – С.119-126
82. Основные направления реализации Концепции социально-экономического развития Челябинской области до 2020 года [Текст]

- /Министерство экономического развития Челябинской области. – Челябинск, 2015 г.
83. Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности малых предприятий по отраслям экономики: Стат. Бюллетень [Текст] / Челяб. обл. комитет рос. статистики. – Челябинск, 2014
  84. Отчет «Мониторинг развития предприятий малого бизнеса Челябинской области». По заказу Комитета экономики Челябинской области. - Челябинск: Агентство развития бизнеса. - 2012. - 34 с.
  85. Пилдич, Дж. Путь к покупателю: Пер. с англ. [Текст] / ДЖ.Пилдич. – М.: Знание, 2002. – 64 с.
  86. Платонов, О.А. «Русский путь» в экономике. - Сборн. статей [Текст] / О.А.Платонов –М.: Родник. – 1992
  87. Платонов, О.А. Экономика русской цивилизации [Текст] // Наш современник.- 1994. - №4. - С.135-150
  88. Поповская, Е.В. Опыт проведения обследований малых предприятий в Госкомстате России [Текст] // Вопросы статистики. - 2000. - №6. – С.22-24.
  89. Поповская, Е.В. Сплошное обследование малых предприятий: проблемы организации и основные этапы подготовки к его проведению [Текст] // Вопросы статистики. - 2000. - №9. – С.3-5.
  90. Портал информационной поддержки инноваций и бизнеса [Электронный ресурс] // <http://www.innovbusiness.ru/content/doc-506.html>
  91. Посталюк, М.П. Школа предпринимательства [Текст] // Татарстан. - 2004. - №1/2. – С.13-16
  92. Посталюк, М.П. Школа предпринимательства [Текст] // Татарстан. - 2004. - №3/4. – С.18-21
  93. Предпринимательство: Учебник [Текст] / Под ред. М.Г. Лапусты . – М.: ИНФРА-М, 2013. – 534 с.

94. Путь в XXI век: стратегические проблемы и перспективы российской экономики [Текст] / Под рук. Д.С.Львова. – М.: Экономика, 2015. – 793 с.
95. Радаев, В.В. Экономическая функция и психологический аспект предпринимательства [Текст] // Российский экономический журнал. – 1995. - №10. - С.89-96
96. Развитие инновационной деятельности в Челябинской области [Текст] / Министерство экономического развития Челябинской области. - 2005. - 26 с.
97. Райзберг, Б.А. Основы бизнеса. [Текст] / Б.А.Райзберг. – М.: Ось-89, 2016. – 195 с.
98. Райзберг, Б.А. Предпринимательство и риск. [Текст] / Б.А.Райзберг. – М.: Знание, 2002. – 64 с.
99. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь. 2-е изд., исправ. [Текст] / Б.А.Райзберг. – М.: Инфра-М, 2014. – 479 с.
100. Российский статистический ежегодник: Стат. сб. [Текст] / Росстат. – М., 2014. – 390 с.
101. Россия в цифрах: Крат. стат. сб./Росстат. [Текст] – М., 2014. – 230 с.
102. Россия в цифрах: Крат. стат. сб./Росстат. [Текст] – М., 2015. – 232 с.
103. Рыночное предпринимательство: теоретические основы и практика регулирования [Текст] . - М.: Институт международного права и экономики, 1994. – 295 с.
104. Сабо, А. Особенности развития предпринимательства и малых и средних предприятий [Текст] // База данных координационной группы по операционной деятельности ЕЭК, - 1999.
105. Савченко, В.Е. Феномен предпринимательства [Текст] // Российский экономический журнал. - 1995. - №9. - С.45-50
106. Савченко, В.Е. Феномен предпринимательства [Текст] // Российский экономический журнал. - 1995. - №10. - С.57-62

107. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов [Текст] // Антология экономической классики: в 2 т. – М.: МП «Эконов», 1993. - т.1. – 648 с.
108. Соболевская, А. Духовные истоки российского предпринимательства [Текст] // Вопросы экономики. - 1993.- №8.- С.88-96
109. Социально-экономическое положение Челябинской области: Стат. сб. [Текст] / Челяб. обл. комитет рос. статистики. – Челябинск, 2016.
110. Справочник директора предприятия [Текст] / Под ред. М.Г.Лапусты. Изд. 3-е. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 784 с.
111. Статистика науки и инноваций. Краткий терминологический словарь [Текст] . – М., 2009. – 305 с.
112. Статистическое обозрение: ежекв. жур./ Росстат. [Текст]. – М. - 2014. - №1 (52)
113. Сэй, Ж.Б. Трактат политической экономии [Текст] / Ж.Б.Сэй. — М.: «Солдатенков», 1896.- 432 с.
114. Терлецкий, В. Высокие технологии на низком старте [Текст] // Директор. – 2015. - №3. – С.30-31
115. Тихомирова, А. Инвестиционный климат в России: региональные рейтинги и риски [Текст] / А.Тихомирова. – М.: ФФПМП, 2017.
116. Толковый словарь живого великорусского языка В.И. Даля: В 4т. [Текст]. – М.: Астрем, 2002. -Т.3. – 912 с.
117. Федосеев, А.В., Мурыгина, Л.С., Борисенко, Я.М. Становление института государственно-частного партнерства как фактор привлечения инвестиций в отечественную экономику [Текст] // Экономика и предпринимательство. - 2018. № 1 (90). С. 1279-1282.
118. Федосеев, А.В., Мухтяев, К.С., Уфимцева, М.В. Проблемы кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Текст] // Инновационное развитие современной науки: проблемы, закономерности, перспективы сборник

- статей V Международной научно-практической конференции: в 3 частях. 2017.- С. 261-265.
119. Форд, Г. Моя жизнь, мои достижения. Сегодня и завтра: Пер. с англ. [Текст]. - Мн.: Харвест, 2003. – 448 с.
120. Хайек, Ф. Конкуренция как процедура открытия [Текст] // Мировая экономика и международные отношения. - 1989. - №12. – С.47-56
121. Хайек, Ф. Пагубная самонадеянность: Пер. с англ. [Текст] / Ф.Хайек. – М.: Новости при участии изд. Cattalaxu, 1991. – 302 с.
122. Хоскинг, А. Курс предпринимательства. Практическое пособие: Пер. с англ. [Текст] / А.Хоскинг. - М.: Международные отношения, 1993. – 560 с.
123. Челябинская область в цифрах: Стат. сб. [Текст] / Челяб. обл. комитет рос. статистики. – Челябинск, 2014. – 152 с.
124. Черняк, В.З. Введение в предпринимательство: Учебник. [Текст] / В.З.Черняк. – М.: НМО Творческая педагогика, 2014. – 540 с.
125. Чудова, А.В. Предел малого предпринимательства [Текст] // Аргументы и факты. – 2009, - февраль. - №5
126. Шумпетер, Й. Теория экономического развития [Текст] / Й.Шумпетер. - М.: Прогресс, 1982. – 455 с.
127. Экономика и организация малого предпринимательства: Учеб. пособие [Текст] / Под ред. М.А. Мельнова. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 1998. – 428 с.
128. Экономика предприятия: Учебник / [Текст] Под ред. О.И. Волкова. – М.: Инфра-М, 2015. – 416 с.
129. Экономика: Учебник [Текст] / Под ред. А.С. Булатова. - М.: БЕК, 20014. – 816 с.
130. Юзбашьянц, Г. Инновационная модель бизнеса, 2001 г. [Электронный ресурс] // <http://www.chelt.ru>

131. Юшкова, О.О. Налогообложение субъектов малого предпринимательства// Аудит и финансовый анализ (электронный журнал). - 2015/1. [Электронный ресурс] - <http://www.optim.ru/>
132. Billington J.H. The Icon and the Axe. L., 1966. - 420p.
133. Blackwell W.L. The Beginnings of Russian Industrialization, 1800-1860.- Princeton, New Jersey: 1968.- P.213-229
134. Brockhaus R.H. The Psychology of the Entrepreneur. –New Jersey: Prentice-Hall. Englewood Cliffs, 1982. – p.43-49
135. Brooksbank R. Defining the Small Business: A New Classification of Company Size. – Entrepreneurship and Regional Development, 1991, No 3, p. 17-31
136. Brooksbank R. Defining the Small Business: A New Classification of Company Size. – Entrepreneurship and Regional Development, 1991, No 4, p. 19-30
137. Drucker P. Innovation and Entrepreneurship. N.Y. 1986. - 256 P.
138. Herbert R., Link A.N. The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques. – New York.: praeger, 1988. - 305p.
139. Kondratowicz A., Macijewski W., Moravski L. Polish SMEs 94. Empirical Research 1992-1994. Warshaw, 1995.
140. Leibenstein H. Entrepreneurship and Development/The collected Essays of H. Leibenstein.-Voll/ -Hants: Elgar Publ., 1989.- 420p.
141. M. John Storey. Inside America’s Fastest Growing companies. – N.Y., John Wiley and Sons, 1989. - 95 p.
142. McClelland D.C. The Achieving Society. –Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1961. – 391p.
143. PROMEESE Profiles of Management Excellence in European Small Enterprises. A European research project coordinated by the Industrial Training Authority of Cyprus. 25<sup>th</sup> European Small Business Seminar. September, 1995.

144. Rieber A.J. Merchants and Entrepreneurs in Imperial Russia. – Chapel Hill: V.N.C.P., 1982.- 160p.
145. Science & Engineering Indicators – 2002, A-4-80
146. Small Business Administration and Investment Act with Amendments. 1953-1969. – W., 1977
147. Small Firms. Report of the Comm. Of Inquiry on Small Firms J. 1972. –350 p.
148. Stanworth J., Gray C. Bolton. 20 Years On: The Small Firm in 1990s.
149. The Business Failure Record (New York: Dun & Bradstreet Corporation, Economic Analysis Department, 1981), p.12.
150. V.S. Small Business Administration: Small Business Size Standards. Federal Register, 1987, Vol. 49, №28

Классификация личностных качеств предпринимателя и его  
предпринимательских способностей

№	Группы качеств и их критерии	Набор качеств	Первичные качества
1	<p><b>Профессиональная культура:</b></p> <p>Наличие профессиональных знаний и умений в сфере предпринимательства и менеджмента</p>	<p>1.1. Экономическая культура (деловая)</p> <p>1.2. Правовая культура</p>	<p><b>Знание:</b></p> <p>1.1.1 Экономики</p> <p>1.1.2 Планирования</p> <p>1.1.3 Статистики</p> <p>1.1.4 Финансирования и кредитования</p> <p>1.1.5 Менеджмента</p> <p>1.1.6 Маркетинга</p> <p>1.1.7 Банковского дела</p> <p>1.1.8 Бухгалтерского учета</p> <p>1.1.9 Налогообложения</p> <p>1.1.10 Делового этикета</p> <p>1.1.11 Основ коммерции и др.</p> <p><b>Умение</b> пользоваться экономическими знаниями в условиях рыночной экономики</p> <p><b>Знание:</b></p> <p>1.2.1 Хозяйственного права</p> <p>1.2.2 Трудового права</p> <p>1.2.3 Земельного права и др.</p> <p><b>Умение и желание</b> использовать эти знания</p>



		1.3. Опыт предпринимательства	1.3.1 Наличие опыта частного предпринимательства 1.3.2 Наличие опыта руководства в условиях различных форм собственности
		1.4. Организационно-управленческая культура	<b>Знание:</b> 1.4.1 Теории и методов управления предприятием 1.4.2 Условий, техники, технологии и организации производства 1.4.3 Педагогики 1.4.4 Социологии 1.4.5 Психологии 1.4.6 Делопроизводства и др.
		1.5. Экологическая культура	<b>Знание:</b> 1.5.1 Экологии и природопользования 1.5.2 Экологии производства 1.5.3 Культуры экологии труда <b>Умение и навыки</b> экологически устойчивого поведения в сфере производства, направленного на охрану окружающей среды <b>Желание и готовность</b> нести ответственность за последствия своих действий
2	<b><u>Стратегическое мышление:</u></b> Умение мыслить стратегически, принимать правильные решения на основе понимания потребностей общества	2.1. Ум	2.1.1 Общий интеллект 2.1.2 Жизненная мудрость 2.1.3 Широкий кругозор
		2.2. Умение генерировать идеи	2.2.1 Нестандартность мышления 2.2.2 Любознательность 2.2.3 Интуиция
		2.3. Умение принимать	2.3.1 Умение ставить и формулировать

		решения	задачи 2.3.2 Выделять главное 2.3.3 Анализировать и делать выводы 2.3.4 Видеть и учитывать перспективу 2.3.5 Находить кратчайшие пути решения проблемы
3	<b>Предприимчивость:</b> Деловитость, умение выбирать правильную тактику достижения цели	3.1. Умение извлечь из каждой ситуации урок	3.1.1 Практичность 3.1.2 Находчивость 3.1.3 Бережливость 3.1.4 Умение постоянно учитывать изменяющиеся условия (гибкость) 3.1.5 Ориентированность на результат 3.1.6 Наличие здравого смысла 3.1.7 Умение увязывать планы с реальными условиями
		3.2. Способность к риску	3.2.1 Инициативность 3.2.2 Смелость 3.2.3 Решительность 3.2.4 Желание и умение просчитать риск
		3.3. Деловая хватка	3.3.1 Стремление к самореализации 3.3.2 Оперативность 3.3.3 Напористость 3.3.4 Целеустремленность 3.3.5 Способность доводить начатое дело до конца 3.3.6 Умение не падать духом от неудач 3.3.7 Самообладание 3.3.8 Неудовлетворенность собой 3.3.9 Стремление выполнить работу

			наилучшим образом
4	<u>Нравственные качества предпринимателя:</u>  Отношение к нравственности и морали	4.1. Духовный потенциал	4.1.1 Достоинство 4.1.2 Милосердие 4.1.3 Справедливость 4.1.4 Независимость 4.1.5 Благородство 4.1.6 Мужество 4.1.7 Совестьливость
		4.2. Этика поведения в обществе	4.2.1 Вежливость 4.2.2 Терпимость 4.2.3 Уравновешенность 4.2.4 Благожелательность 4.2.5 Доброта 4.2.6 Тактичность 4.2.7 Приветливость 4.2.8 Справедливость 4.2.9 Опрятность и элегантность 4.2.10. Чуткость
		4.3. Этика поведения в бизнесе	4.3.1 Порядочность 4.3.2 Честность 4.3.3 Обязательность 4.3.4 Доверие
5	<u>Организаторские способности:</u>  Способность вести за собой людей	5.1. Стремление к самостоятельности	5.1.1 Тяга к лидерству 5.1.2 Стремление быть вожаком 5.1.3 Уверенность в себе
		5.2. Коммуникабельность	5.2.1 Умение строить отношения с людьми 5.2.2 Умение увлечь людей

			<p>5.2.3 Умение убеждать</p> <p>5.2.4 Общительность</p> <p>5.2.5 Открытость</p> <p>5.2.6 Обаяние</p> <p>5.2.7 Наличие чувства юмора</p>
		5.3. Умение организовать коллективную деятельность	<p>5.3.1 Умение подбирать кадры</p> <p>5.3.2 Способность делегировать полномочия</p> <p>5.3.3 Умение проверять исполнение</p> <p>5.3.4 Умение пользоваться организационно-распорядительными методами руководства</p> <p>5.3.5 Умение поддержать дух товарищества</p> <p>5.3.6 Взаимное уважение</p>
<b>6</b>	<b><u>Личная организованность:</u></b>  Способность управлять самим собой	6.1. Способность жить и действовать по системе	<p>6.1.1 Самодисциплина</p> <p>6.1.2 Собранность</p> <p>6.1.3 Системный подход к любой ситуации в жизни</p>
		6.2. Умение использовать время	<p>6.2.1 Точность</p> <p>6.2.2 Пунктуальность</p> <p>6.2.3 Умение рационально использовать время</p> <p>6.2.4 Нетерпимость к потере времени</p>
<b>7</b>	<b><u>Политическая культура:</u></b>  Понимание интересов общества, коллектива и отдельной личности	7.1. Общая политическая культура	<p>7.1.1 Знание политической обстановки, умение в ней разбираться</p> <p>7.1.2 Опыт общественной деятельности</p> <p>7.1.3 Активная жизненная позиция</p> <p>7.1.4 Способность отстаивать свою точку зрения, вести дискуссию</p>

			<p>7.1.5 Принципиальность</p> <p>7.1.6 Терпимость к различным точкам зрения</p> <p>7.1.7 Интернационализм</p>
		7.2. Умение понимать и учитывать интересы страны	<p>7.2.1 Забота об интересах общества</p> <p>7.2.2 Чувство долга перед страной</p> <p>7.2.3 Ответственность перед обществом</p> <p>7.2.4 Способность не терять из виду социальные последствия предпринимательской деятельности</p>
		7.3. Умение понимать и учитывать интересы коллектива и отдельной личности	<p>7.3.1 Требовательность к себе и подчиненным</p> <p>7.3.2 Самокритичность</p> <p>7.3.3 Умение прислушиваться к критике и другим точкам зрения</p> <p>7.3.4 Преданность своей фирме</p> <p>7.3.5 Умение и желание учиться у других</p>
<b>8</b>	<b><u>Работоспособность:</u></b> Способность к напряженной творческой деятельности в течение длительного времени	8.1. Физиологический потенциал	<p>8.1.1 Хорошее здоровье</p> <p>8.1.2 Возраст</p> <p>8.1.3 Тренированность нервной системы</p> <p>8.1.4 Отсутствие вредных привычек</p>
		8.2. Эмоционально-волевой потенциал	<p>8.2.1 Воля</p> <p>8.2.2 Упорство в работе</p> <p>8.2.3 Трудолюбие</p> <p>8.2.4 Увлеченность работой</p> <p>8.2.5 Семейное благополучие</p> <p>8.2.6 Жизнерадостность</p> <p>8.2.7 Оптимизм и др.</p>

Тест

<p>Предлагаемый тест поможет определить Ваши способности для предпринимательской деятельности. Выбирая один ответ на предлагаемый вопрос, поставьте: <b>а</b> – 5 баллов; <b>б</b> – 2 балла; <b>в</b> – 1 балл.</p>		
<p><b>1) Готовы ли Вы к риску?</b></p> <p>а) предпочитаете ситуацию умеренного риска;</p> <p>б) осуществляете действия, чтобы уменьшить риск;</p> <p>в) считаете риск неизбежным явлением.</p>		<p><b>8) Какие качества необходимы предпринимателю?</b></p> <p>а) обязательность, порядочность, умение сдерживать свое слово, трудолюбие, выносливость;</p> <p>б) хитрость, наглость, умение «обвести» всех;</p> <p>в) не знаю.</p>
<p><b>2) Какие мотивы предпринимательской деятельности Вы выделите?</b></p> <p>а) желание внедрить свою идею, радость творческой работы;</p> <p>б) желание самоутверждения;</p> <p>в) получение прибыли.</p>		<p><b>9) Каким образом Вы хотите стать предпринимателем?</b></p> <p>а) читать соответствующую литературу, изучать опыт преуспевающих предпринимателей;</p> <p>б) главное – достать денег для начала, а там – дело пойдет;</p> <p>в) еще не знаю.</p>
<p><b>3) Какую Вы предпочитаете деятельность?</b></p> <p>а) инновационную;</p> <p>б) поисковую;</p> <p>в) привычную.</p>		<p><b>10) Обычно, берясь за какую-либо работу, Вы прогнозируете ее ход и результат?</b></p> <p>а) всегда, считаю это необходимым;</p> <p>б) очень редко, главное начать, а там куда кривая выведет;</p> <p>в) никогда не просчитываю.</p>
<p><b>4) Вы готовы поднять свой интеллектуальный уровень?</b></p> <p>а) готов, т.к. от этого зависит технологический потенциал бизнеса;</p>		<p><b>11) Начиная новую работу, новое дело, Вы предусматриваете возможные трудности и проблемы?</b></p> <p>а) непременно, иначе можно зайти в</p>

<p>б) за меня это делают мои работники;</p> <p>в) я вполне образован.</p>	<p>тупик;</p> <p>б) бывают попытки, но безуспешные;</p> <p>в) никогда, у меня это не получается.</p>	
<p><b>5) Как Вы вовлечены в рабочие контакты?</b></p> <p>а) принимаете на себя всю ответственность;</p> <p>б) беретесь за дело вместе с работниками;</p> <p>в) работаете вместо них.</p>	<p><b>12) В трудных ситуациях Вы:</b></p> <p>а) сосредоточиваете волю и внимание с тем, чтобы спокойно разрешить сложную ситуацию;</p> <p>б) «бросаюсь» в панику;</p> <p>в) бросаю дело совсем.</p>	
<p><b>6) Имеете ли Вы цель?</b></p> <p>а) ясно выражаете цель и всегда стремитесь ее достичь;</p> <p>б) имеете долгосрочные цели;</p> <p>в) ежедневная работа – это и есть цель.</p>	<p><b>13) Вы предусматриваете результат дела, просчитывая все возможные и невозможные условия и обстоятельства?</b></p> <p>а) да, всегда как можно полнее и больше;</p> <p>б) считаю, что все предусмотреть нельзя;</p> <p>в) считаю, что планируешь одно, а получается – другое.</p>	
<p><b>7) Почему Вы хотите заняться предпринимательской деятельностью?</b></p> <p>а) проявить себя в своем собственном деле;</p> <p>б) разбогатеть, «красиво» жить;</p> <p>в) сейчас это наиболее престижное занятие.</p>	<p><b>14) Обычно у Вас сбываются Ваши мечты, планы, проекты?</b></p> <p>а) да, в 90 случаях из 100;</p> <p>б) да, но редко;</p> <p>в) как правило, никогда.</p>	

## Анкета

Просим Вас принять участие в опросе, точно и объективно ответить на ряд вопросов. Данная анкета направлена на выяснение Ваших способностей в предпринимательской деятельности, проверку предпринимательского менталитета. Благодарим Вас за участие в опросе.

1. Можете ли Вы распознать свою нишу рынка?
2. В состоянии ли Вы использовать все то, что имеется под рукой, чтобы начать собственное дело?
3. Как Вы справляетесь с неудачей? Сможете ли Вы эту неудачу обернуть в свой успех?
4. Умеете ли Вы быть настойчивым? Возвращаетесь ли назад, чтобы добиться своего?
5. Какой стиль управления Вы используете?
6. Творческий ли Вы человек? Есть ли у Вас воображение?
7. Готовы ли Вы пожертвовать чем-либо лично ради Вашей фирмы?
8. Обладаете ли Вы аналитическим складом ума? Способны ли Вы добраться до самой сути проблемы, а затем решить ее?
9. Можете ли Вы быть гибким, случись Вам встретить непреодолимые обстоятельства?
10. Прямолинейны ли Вы?
11. Агрессивны ли Вы?
12. Есть ли у Вас хобби и можно ли его приложить к Вашему бизнесу?
13. Активны ли Вы, инициативны (в чем)?
14. Какие функции и обязанности Вы выполняли за последний период времени?
15. Умеете ли Вы планировать, контролировать свое дело?



Отчет по результатам социологического исследования социально-психологических характеристик современного предпринимателя и его проблем в малом бизнесе

Проведено социологическое исследование, посвященное эмпирическому изучению социально значимых характеристик современного предпринимателя и выявлению его проблем в малом бизнесе. Цель данного исследования – дать социальный портрет предпринимателя и затронуть круг его проблем в практической деятельности. Данное исследование проводилось в рамках программы «Свободное предпринимательство» в Челябинской области. По репрезентативной выборке было опрошено 30 человек административно-управленческого персонала малых предприятий, получено 10 интервью с предпринимателями (руководителями-собственниками и наемными менеджерами). Участвовали предприятия с разными сроками пребывания на рынке и степенью успешности (от лидеров до аутсайдеров). Опрос включал анкетное обследование руководителей малых предприятий Челябинской области различных отраслей. Исследование носит оперативный характер и не преследует на данном этапе задач выявления глубоких закономерностей.

Как показало обследование, частные предприятия создаются людьми в возрасте в среднем от 35 до 48 лет (49% опрошенных). Затем следуют возрастные группы от 29 до 34 лет (22%) и от 49 до 58 лет (23%). Молодежь в возрасте от 18 до 28 лет не так активна в создании своего дела (6%).

Среди опрошенных оказалось 75% мужчин-предпринимателей и 25% женщин-предпринимателей. Большинство респондентов имеют высшее образование (71%), ученую степень (11%), незаконченное высшее (7%) и среднее специальное образование (11%).

Почти 40% сегодняшних руководителей проработало специалистами государственного сектора более 11 лет, остальные – менее 10 лет, из них в науке были заняты 15%; в управлении – 20,9; на производстве – 15; в сфере образования и культуры – 11; в торговле – 5; в армии – 5; в партийных органах – 10 и в других сферах.

Большинство респондентов имели высокий профессиональный статус. По крайней мере, для половины респондентов (особенно для первого поколения возрождающегося российского предпринимательства) их приход в бизнес был вынужденным, связанным с реорганизациями, сокращениями, невыплатами зарплаты, отсутствием работы и т.д. Дата регистрации собственного дела таких респондентов совпадает с сильнейшим падением индустриального производства (1991-1995 гг.). В годы радикальных реформ началась массовая приватизация, были созданы определенные условия для легитимной деятельности российского предпринимательства. На тот период российское предпринимательство было сформировано из бывшей партийно-государственной номенклатуры, директорского корпуса и предпринимателей «новой волны», начинавших «с нуля».

Стартовым капиталом для открытия своего дела явились: личные накопления (67%), средства родственников и друзей (25%), кредит банка (2,4%), другой источник (5,6%).

Большинство руководителей новых предприятий воплощали проект по созданию фирмы с одним или несколькими партнерами. Особенно это относится к специалистам, которые до создания предприятия работали руководителями (64%). У бывших инженерно-технических работников (ИТР) этот процент ниже – 44. В среднем в реализации проекта обычно участвуют три партнера. В одиночку создавали предприятия 18% бывших руководителей и 56% - бывших ИТР. При участии членов семьи создавали предприятия 18% бывших руководителей. 23% обследованных предприятий созданы путем преобразования ранее существовавших предприятий, 5% - путем покупки предприятия. Остальные респонденты начинали свою

деятельность фактически «с нуля», у них не было навыков в управлении, личных связей, права на распоряжение помещениями, начального капитала.

Основными причинами создания своего предприятия респонденты назвали: обеспечение семьи высоким материальным достатком (34%), желание быть независимым (24%), появление возможности создания нового продукта или нового вида услуг (17%), возможность проявить свои способности (16%), благоприятный/вынужденный случай создания предприятия (7%), чужой удачный пример (2%).

Число малых предприятий по отраслям экономики области распределилось следующим образом: 38,8% предприятий действовало в сфере торговли и общественного питания, 15,8% функционировало в промышленности, 13,7% - в строительстве, 31,7% - в прочих отраслях.

Респонденты сосредоточены в основном: в промышленности – 26,9% (от общей численности занятых на малых предприятиях), в торговле и общественном питании – 28%, в строительстве – 14,6%, в прочих отраслях – 30,5%. Такое распределение по отраслям соответствует и приведенным выше данным об отраслевой структуре числа малых предприятий.

Оценка состояния бизнеса в настоящий период руководителями малых предприятий дала следующие результаты:

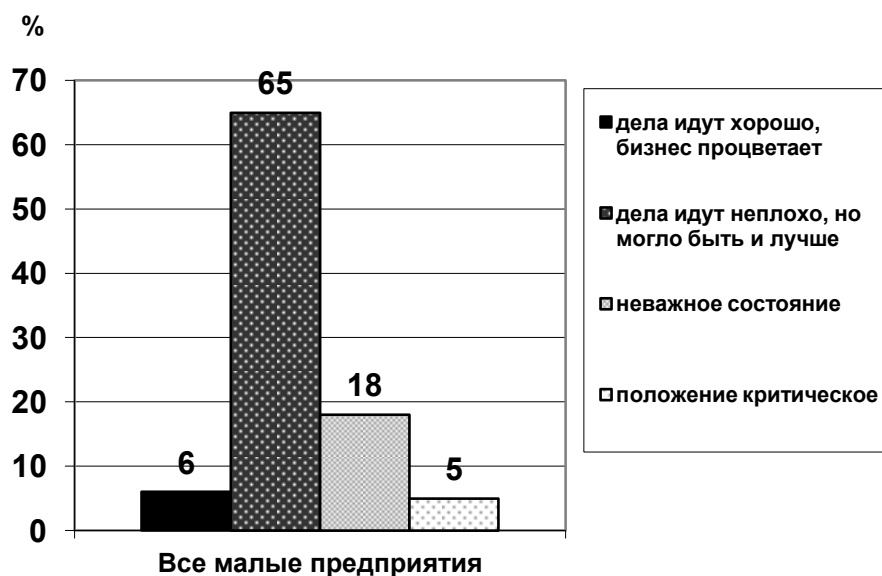


Рис. 1. Оценка состояния бизнеса руководителями малых предприятий (в процентах)

По оценке руководства состояние бизнеса малых предприятий в настоящий момент говорит о «неплохом состоянии дел, но могло быть и лучше».

Перспективы развития предпринимательства на будущий период респонденты оценили как хорошие – 23,2%, удовлетворительные – 43,8%, 24% - не намерены менять ситуацию, 6,3% считают, что нет перспектив, 2,7% - не дали определенного ответа.

Для того, чтобы выявить дальнейшие пути развития предприятия были предложены различные варианты ответов:

- 1 – расширение ассортимента своей традиционной продукции;
- 2 – освоение новых рынков для своей традиционной продукции;
- 3 – выпуск новых видов продукции в рамках прежней специализации;
- 4 – изменение специализации, развитие новых видов производственной деятельности;
- 5 – развитие новых видов непроизводственной деятельности.

Анализ полученных результатов показал следующее: по первому варианту ответило 30,4%; по второму варианту – 22,6%; по третьему – 28%; по четвертому – 7%; по пятому – 12%.

Большинство предприятий стремится к сохранению своей традиционной специализации, ориентируясь на расширение ассортимента выпускаемой продукции, выпуск новых видов продукции в рамках существующей специализации. Эти данные свидетельствуют не только об относительной консервативности рыночных стратегий малых предприятий, но и о стремлении к инновациям. По сравнению с крупными предприятиями у малых предприятий недостаточно ресурсов для развития и они вынуждены ориентироваться на текущее выживание и делать ставку на краткосрочные меры, не требующие существенных вложений.

На вопрос, что Вам мешает сделать ставку на освоение новых рынков сбыта, респонденты указали на дефицит финансовых средств – 42,1%; налоговый режим – 30%; низкую платежеспособность потребителей – 20%; недостаток оборотных средств – 7,9%.

В ходе опроса об источниках финансовых ресурсов было выявлено, что 73,9% респондентов используют внутренние финансовые ресурсы и 26,1% - заемные средства для развития своего бизнеса. Наиболее часто используемыми источниками привлечения заемных средств для малых предприятий являются банковский кредит, средства друзей и знакомых, кредит предприятий партнеров и лизинг.

Рейтинг негативных факторов, влияющих на развитие малых предприятий в различных секторах экономики области (в процентах) дал следующие результаты:

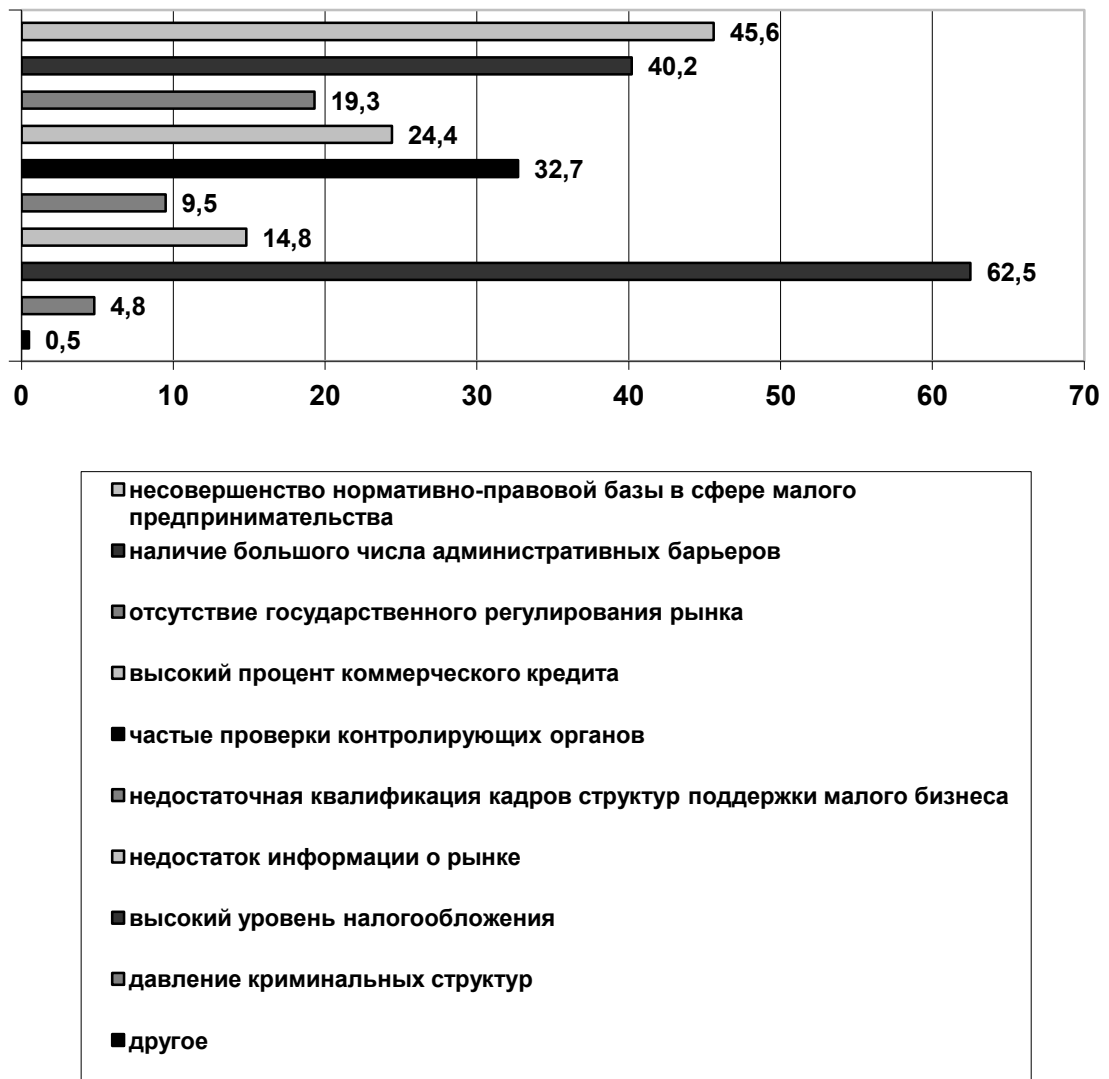


Рис. 2. Структура ответов на вопрос о негативных факторах

О возможных действиях в случае неблагоприятного развития событий около половины респондентов ответили, что будут заниматься бизнесом, пока хватит сил, но при этом они могут изменить профиль бизнеса (40%); 18,8% свернут дело и возвратятся к прежней профессии; 20% будут искать работу на крупных предприятиях; 10% собираются уехать за границу; 6,8% - уйдут в «теневой» бизнес; остальные не дали ответа (4,4%).

Таким образом, несмотря на многочисленные трудности большинство респондентов уверены в правильности жизненного выбора и намерены продолжать свою предпринимательскую деятельность. Кроме этого, предпринимательская деятельность предоставляет респондентам возможность реализовать свои значимые ценности. Рассмотрим структуру

этих ценностей, которую мы получили в результате проведенного анкетирования:

### Структура профессиональных ценностей

№	Иерархия ценностей	Респонденты, в % от общего числа	Степень реализованности, баллы
1.	Иметь высокий уровень жизни с целью реализации своих идей	30	4
2.	Быть независимым	22	4
3.	Иметь близких по духу сотрудников	13	3
4.	Создать себе высокую репутацию, имидж	12	3
5.	Работать над новыми, интересными проблемами, внедрять инновации	9	2
6.	Реализовать свои организаторские способности, личные качества	7	4
7.	Решать важные для общества проблемы	4	2
8.	Работать без перегрузок	2	1
9.	Занять престижную должность	1	2

Степень реализованности названных профессиональных ценностей определяется по шкале (в баллах): «реализуется на 100%» - 4, «реализуется достаточно» - 3, «реализуется частично» - 2, «не реализуется» - 1.

Удовлетворенность предпринимателя своей деятельностью и готовность ее продолжать существенно зависят от того, в какой степени удается в ней реализовать наиболее значимые ценности.

Выводы по итогам социологического исследования.

Новая социальная группа предпринимателей рекрутируется, в основном, из бывших руководителей, научных работников, представителей ИТР. Основная масса предпринимателей – представители мужского пола 35-48 лет с высшим образованием и высоким профессиональным статусом.

Респонденты имели определенные мотивы создания своего дела, где выделяются: обеспечение достойного жизненного уровня, независимости, потребности иметь близких по духу сотрудников и проявления своих способностей. В практической деятельности респонденты в основном

реализуют свои профессиональные возможности и ценности. Большое количество респондентов видят перспективы развития своего дела, несмотря на множество трудностей и проблем.

Число малых предприятий по отраслям Челябинской области распределилось большей частью в сфере торговли и общественного питания, промышленности и строительстве, соответственно большая часть респондентов сосредоточена в этих трех отраслях экономики. Высокий удельный вес малых предприятий в сфере торговли и общественного питания объясняется меньшим, чем в производственной сфере, объемом затрат и небольшим сроком окупаемости инвестиций.

Потенциальные возможности современного предпринимателя высоки. Предприниматель сегодня способен возродить свои лучшие качества и обрести новые для того, чтобы занять достойное место в бизнесе и экономике области.





## Виды предпринимательства\*

Виды предпринимательства	Подвиды
1. Производственное	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Производство товаров</li> <li>- Оказание услуг</li> <li>- Выполнение работ</li> <li>- Производственное потребление товаров (работ, услуг)</li> <li>- Научно-техническое</li> <li>- Инновационное</li> <li>- Информационное</li> </ul>
2. Коммерческое (коммерческо-торговое)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Торговое</li> <li>- Торгово-закупочное</li> <li>- Торгово-посредническое</li> <li>- Товарные биржи</li> </ul>
3. Финансовое (финансово-кредитное)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Банковское</li> <li>- Страхование</li> <li>- Аудиторское</li> <li>- Лизинговое</li> <li>- Фондовые биржи</li> </ul>
4. Посредническое	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Оптовые снабженческо-сбытовые организации (оптовые фирмы, дистрибьюторы, дилеры)</li> <li>- Агентирование (агенты, брокеры, комиссионеры, консигнаторы)</li> <li>- Торговое представительство (торговые представители)</li> <li>- Коммивояжерство (коммивояжеры)</li> <li>- Аукционы (аукционисты)</li> <li>- Биржи (брокеры)</li> <li>- Риэлтерство (маклеры)</li> </ul>
5. Консультативное (консалтинг)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Общее управление</li> <li>- Администрирование</li> <li>- Финансовое управление</li> <li>- Управление кадрами</li> <li>- Маркетинг</li> <li>- Производство</li> <li>- Информационная технология</li> <li>- Специализированные услуги</li> </ul>
6. Предпринимательство (предпринимательская деятельность) образовательного	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Индивидуальная трудовая педагогическая деятельность</li> <li>- Сдача в аренду основных фондов и имущества</li> </ul>

учреждения	учреждения - Внереализационные операции - Реализация производимой продукции, работ и услуг - Консалтинговые услуги и другие
------------	--

\*Источник: составлено автором

Стандарты размера малого и среднего бизнеса, установленные отделом SBA  
по стандартизации (Office of Size Standards)

Сектор экономики	Выручка от продаж, млн. долл.	Количество занятых, чел.
1. Сельское хозяйство, лесоводство, рыболовство		
Растениеводство	0,75	
Животноводство	0,75	
Лесное хозяйство	6,0	
Рыболовство	3,5	
2. Добывающая промышленность		500
3. Строительство		
Строительство зданий	28,5	
Специализированное торговое строительство	12,0	
4. Производство		
Пищевая промышленность		500
Производство табачных изделий и напитков		500
Легкая промышленность		500-1000
Деревообрабатывающая		500
Бумажная		500-750
Химическая		500-1000
Пластмассы и производство резиновых изделий		500
Производство неметаллических изделий		500-1000
Первичная металлообработка		500-1000
Машиностроение		500-1000
Производство компьютеров и электроники		500-1000
Приборостроение		500-1000
5. Оптовая торговля		100
6. Розничная торговля		
Автомобили	6,0-24,5	
Мебель и предметы обстановки	6,0	
Бытовая техника	7,5	
Строительные материалы	6,0	
Продовольственные товары		
супермаркеты	23,0	
прочие	6,0	
7. Транспорт		
Воздушный		1500
Железнодорожный		500-1500
Водный		500

Автомобильный грузовой	21,5	
пассажирский	6,0	
8. Информация		
Печать		500
Вещание	6,0-12,5	
Интернет		500
Телекоммуникация	12,5	1500
9. Финансы и страхование		
10. Операции с недвижимостью	6,0-21,0	
11. Профессиональные, научные и технические услуги, образование, здравоохранение, искусство	6,0	

Источник: Североамериканская система классификации промышленности (NAICS), 2012.// [www.rcsme.ru](http://www.rcsme.ru)

Вариант качественного определения размера фирмы

Критерии	Малый бизнес	Малый – средний бизнес	Средний – крупный бизнес	Крупный бизнес
Цели	Определяются рынком, интуитивно, с импровизациями	Корректируются рынком и специальной стратегией, интуитивно	Корректируются рынком и стратегией, изобретательно	Доминирование на рынке, систематически и стратегически
Менеджмент	Личный, авторитарный, прямой	Личный, консультации с ключевыми партнерами, специалистами	Личный, небольшая команда специалистов, использование внешних экспертов	Командный, большая команда специалистов, функциональная оргструктура, консультационная структура
Продукт	Нет планирования, нет маркетинговых исследований	Краткосрочное планирование без маркетинговых исследований	Краткосрочное и нерегулярное долгосрочное планирование, несистематические маркетинговые исследования	Долгосрочное планирование, регулярные маркетинговые исследования
Персонал	Личные отношения «босс-сотрудник» по принципу «большая семья», высокая степень мотивации и вовлеченности, слабое влияние профсоюзов, нет СТК	Личные отношения «наниматель – коллектив сотрудников», некоторая степень вовлеченности, небольшое влияние профсоюзов, нет СТК	Отношения сотрудничества, организационная «среда», некоторая степень мотивации, усиление влияния профсоюзов, совет трудового коллектива	Строгая иерархия отношений, сотрудничество в коллективах, отсутствие вовлеченности (только у топ-менеджеров), трудно повысить мотивацию, сильные профсоюзы, СТК
Финансы	Семья, банк	Семья, банк	Семья, банк, акции	Банк, акции

## Причины деловых неудач малых фирм США

Доля деловых неудач (в %)	Причина неудач	Объяснение
44	Некомпетентность	Неспособность вести дело (физически, морально или интеллектуально)
17	Отсутствие управленческого опыта	Малый опыт (или его отсутствие) в управлении работниками и другими ресурсами до начала своего дела
16	Несбалансированный опыт	Недостаток опыта в маркетинге, финансах, снабжении и производстве
15	Отсутствие опыта в отрасли	Малый опыт (или его отсутствие) в производстве данной продукции или услуги до начала своего дела
1	Небрежность	Слишком малое внимание к делу в связи с дурными привычками, плохим здоровьем или семейными трудностями
1	Мошенничество или бедствие	Мошенничество: вводящее в заблуждение наименование, фальшивые финансовые отчеты, преднамеренные чрезмерные закупки или неравномерное распоряжение активами. Бедствие: пожар, наводнение, ограбление со взломом, мошенничество сотрудников или забастовка (последствия некоторых бедствий можно смягчить путем страхования)
6	Неизвестны	
<b>100</b>		

Система показателей оценки экономической эффективности  
хозяйственной деятельности малых предприятий

№ гр., пп.	Название показателя	Порядок расчета, характеристика
<b>1 гр.</b>	<b>Показатели эффективности использования труда (в т.ч. в динамике)</b>	
1.1.	Трудоемкость	$T_e = \frac{T}{Q}$ или $\frac{Ч_{сн}}{Q}$ , где T – время, затраченное на производство продукции; Q – количество произведенной продукции; Ч <sub>сн</sub> – среднесписочная численность работников
1.2.	Выработка продукции (производительность труда)	Обратный показатель T <sub>e</sub>
<b>2 гр.</b>	<b>Показатели эффективности использования ОПФ (в т.ч. в динамике)</b>	
2.1.	Фондоемкость	$\Phi_e = \frac{\Phi_{осн}}{B}$ , где Φ <sub>осн</sub> – среднегодовая стоимость ОПФ; B – годовой объем реализованной продукции
2.2.	Фондоотдача	Обратный показатель Φ <sub>e</sub>
<b>3 гр.</b>	<b>Показатели эффективности использования оборотных средств (в т.ч. в динамике)</b>	
3.1.	Капиталоемкость продукции	$K_e = \frac{K}{\Delta ВП}$ , где K – капитальные вложения; ΔВП – прирост выпуска продукции
3.2.	Капиталоотдача	Обратный показатель K <sub>e</sub>
3.3.	Материалоемкость продукции	$M_e = \frac{M}{ВП}$ , где M – сумма материальных затрат; ВП – объем выпуска продукции
3.4.	Материалоотдача	Обратный показатель M <sub>e</sub>
<b>4 гр.</b>	<b>Показатели эффективности использования НИОКР (в т.ч. в динамике)</b>	
4.1.	Наукоемкость продукции	$H_e = \frac{H}{ИП} * 100\%$ , где H – затраты на НИОКР; ИП – объем реализованной (выпущенной) инновационной продукции
4.2.	Доля научных сотрудников (занятых в НИОКР) в общей численности занятых на МП	$d_{нс} = \frac{Ч_{НИОКР}}{Ч_{сн}} * 100\%$ , где Ч <sub>НИОКР</sub> – численность занятых в НИОКР; Ч <sub>сн</sub> – среднесписочная численность работников
4.3.	Доля затрат на НИОКР в общем объеме затрат	$d_{НИОКР} = \frac{H}{З} * 100\%$ , где H – затраты на НИОКР; З – общие затраты на производство и реализацию продукции



4.4.	Доля инновационной продукции в общем объеме выпущенной продукции	$d_{un} = \frac{Q_{un}}{Q} * 100\%$ , где $Q_{un}$ – объем выпуска инновационной продукции; $Q$ – общий объем выпуска продукции
4.5.	Количество МП в отрасли «Наука и научное обслуживание»	Число действующих МП в данной отрасли на конец отчетного периода (по данным территориального управления Госкомстата)
<b>5 гр.</b>	<b>Показатели хозяйственной деятельности (в т.ч. в динамике)</b>	
5.1.	Выпуск (производство) продукции (работ, услуг)	Стоимость готовых изделий и продуктов (работ, услуг), выработанных за отчетный период
5.2.	Объем инвестиций в основной капитал	Совокупность затрат, направляемых на новое строительство, расширение, реконструкцию и модернизацию (приобретение ОПФ)
5.3.	Прибыль	Разница между выручкой от реализации продукции и затратами на производство и реализацию продукции
5.4.	Среднесписочная численность работников	Рассчитывается на основании списочной численности работников, работающих по трудовому договору и выполняющих постоянную, временную или сезонную работу
5.5.	Среднемесячная заработная плата работников	Рассчитывается на основании месячной заработной платы работников
5.6.	Число МП	Число действующих на конец отчетного периода юридических лиц – субъектов малого предпринимательства (по данным территориального управления Госкомстата)
Показатели удельного веса МП в общем объеме экономики области		
рассчитываются по данной группе показателей		
<b>6 гр.</b>	<b>Показатели рентабельности</b>	
6.1.	Рентабельность продукции	$P_p = \frac{P_p}{C_p} * 100\%$ , где $P_p$ – балансовая прибыль от реализации продукции; $C_p$ – себестоимость реализованной продукции
6.2.	Рентабельность вложений (активов)	$P_A = \frac{P}{A} * 100\%$ , где $P$ – общая балансовая прибыль; $A$ – среднегодовая стоимость активов
6.3.	Рентабельность общая	$P_o = \frac{P}{K + \bar{O}_n} * 100\%$ , где $P$ – общая балансовая прибыль; $\bar{K}$ – полная среднегодовая стоимость ОПФ; $\bar{O}_n$ – среднегодовая стоимость нормируемых оборотных средств
6.4.	Рентабельность инновационной продукции	$P_{un} = \frac{P_{un}}{C_{un}} * 100\%$ , где $P_{un}$ – прибыль, полученная от реализации инновационной продукции; $C_{un}$ – полные издержки производства инновационной продукции (себестоимость)

## Мероприятия в рамках развития малого предпринимательства

№ п/п	Направления и мероприятия	Показатель, характеризующий выполнение мероприятия	Индикативные показатели			
			2014	2015	2016	2017
		Вид документа (проект)	Срок представления Губернатору Челябинской области			
	<b>Развитие малого предпринимательства</b>	Создание новых рабочих мест, единиц	1317	1400	1600	1850
		Налоговые поступления от субъектов малого предпринимательства на 1 рубль вложенных бюджетных средств, рублей	4,0	4,1	4,3	4,7
		Выпуск товаров и услуг субъектов малого предпринимательства на 1 рубль вложенных бюджетных средств, рублей	18,4	19,3	21	22,3
		Доля контрактов на поставку товаров для государственных нужд, заключенных с субъектами малого предпринимательства, %	-	-	-	15-20
<b>Организационные мероприятия</b>						
1.	Разработка и реализация Закона Челябинской области «О ремесленной деятельности в Челябинской области»	Проект закона в законодательное собрание Челябинской области	2015 год			
2.	Разработка и реализация Областной целевой Программы государственной поддержки и развития малого предпринимательства в Челябинской области	Проект программы в Правительство Челябинской области	2020 год			
3.	Проведение Областного съезда представителей малого предпринимательства		Ежегодно			
4.	Проведение конкурсов среди субъектов малого предпринимательства области		Ежегодно			
5.	Создание и развитие информационно-координационного центра по поддержке женского и семейного предпринимательства		2018 год			

6.	Упрощение выдачи разрешительных документов для осуществления предпринимательской деятельности		Ежегодно
7.	Финансово-кредитная поддержка малого предпринимательства путем частичной компенсации расходов на участие в выставках и затрат на оплату процентов по кредитам банков		Ежегодно
8.	Развитие механизмов использования госимущества субъектами малого предпринимательства. Создание и актуализация информационной базы о недвижимом имуществе, земельных участках передаваемых в аренду либо доверительное управление		Ежегодно
9.	Развитие информационно-справочных Интернет-ресурсов для представителей малого и среднего бизнеса		Ежегодно
10.	Подготовка и переподготовка кадров путем проведения семинаров, круглых столов, научно-практических конференций для субъектов малого предпринимательства, представителей муниципальных образований		Ежегодно

Научное издание

**Лариса Сергеевна Мурыгина**

**Теория малого предпринимательства в условиях  
рыночной экономики**

**Монография**

Издательство ЗАО «Библиотека А. Миллера»  
454091, г. Челябинск, Свободы, 159

Подписано к печати 27.12.2018  
Формат 60x84 1/16 Объем 13,2 уч.-изд. л.  
Тираж 100 экз. Бумага типографская  
Заказ №

Отпечатано в типографии  
Южно-Уральского государственного гуманитарно-  
педагогического университета  
454080, г. Челябинск, пр. Ленина, 69