

## Содержание:

image not found or type unknown



1.

# Роль малого предпринимательства в России и за рубежом

Рыночная система хозяйствования, все более утверждающаяся в России и пришедшая на смену административно-бюрократической модели, базируется на предпринимательском типе экономической системы с сохранением в руках государства регулирующих функций. Давайте рассмотрим сущность предпринимательства и то значение, которое оно имеет в экономике России и за рубежом. Предпринимательство есть прежде всего «мыслительный процесс, но поскольку каждый из нас обладает собственным стереотипом мышления, то применительно к этой конкретной сфере деловой активности и успехи у каждого предпринимателя различны. Уровень успеха не может не отражать уровень мышления, хотя одного этого недостаточно - большую (а иногда и очень большую) роль играют в этом случае удача, везение и т.п. Однако случай, удача, везение сопутствуют лишь тому, кто научился и может мыслить. Именно к этому - к попытке помочь каждому индивиду выработать собственный стереотип мышления - и сводится основная задача обучения. Добиться успеха в предпринимательстве (как и в любом другом виде творческой деятельности) можно на основе предварительной (и нередко достаточно длительной) подготовки себя к этому. Но успеха в предпринимательстве может добиться и человек, обладающий природным талантом, особой предрасположенностью к этой деятельности. Деятельность предпринимателя за рубежом означает вступление в сферу экономического процесса нового субъекта (в качестве предпринимателя, т. е. организатора нового производства) и усиление конкуренции среди производителей (чем больше производителей, тем выше уровень конкуренции). Усиление же конкуренции означает появление больших надежд на: а) возможное снижение цен на рыночные товары (товарная масса, представленная на рынке, в результате появления нового производителя увеличивается, поэтому для ее реализации необходимо снизить цены); б) возможное повышение заработной платы (для

производства нужны работники, а их чем-то необходимо привлечь, а если занятость в обществе полная, то привлечь их можно только установлением более привлекательной оплаты труда); в) повышение качества рабочей силы и труда, поскольку производство нового или более качественного товара требует иных, более совершенных навыков, умений работников, т. е. иной их квалификации. В своей книге «Предпринимательство» Лапуста М.Г. пишет: «1. Предприниматель как самоорганизующийся субъект экономического процесса всегда осуществляет самоорганизацию в рамках определенной деловой среды. Но один тип деловой среды может стимулировать развитие предпринимательской активности, другой же не только тормозить, но даже и подавлять ростки такой активности (пример - период советской власти в нашей стране). Предприниматель должен внедриться в деловую среду в качестве активного субъекта. Однако любой предприниматель, проникающий в деловую среду, вынужден создать собственный производительный процесс и уметь руководить им. Его основное внимание будет сосредоточено именно на организации, поддержании в нужном режиме, постоянном совершенствовании своего производительного процесса независимо от сферы его деятельности и масштабов производства. . Предприниматель при производстве любого товара, продукта, оказании услуги вынужден соотносить все свои профессиональные действия с ситуацией, которая складывается на рынке. Предприниматель в рамках своей профессиональной деятельности вынужден кооперироваться с другими производителями для установления с ними партнерских отношений, которые представляют собой еще один фрагмент курса, поскольку внимание предпринимателя сосредоточивается и на этом направлении». В этом и состоит основная сущность и значение предпринимательства как вида деятельности. Малые и средние предприятия, как хорошо известно, играют важную роль в экономике государств Европы, США, Японии, Южной Кореи и других стран. В ряде стран ЕС предприятия малого бизнеса производят от 60 до 85 % ВНП. По численности малые и средние предприятия составляют большую часть действующих в странах ЕС компаний и в отдельные годы дают до 66 % суммарного товарооборота этих стран. Соответственно в этих странах развита система защиты интересов малого бизнеса со стороны как государственных, так и негосударственных корпоративных структур. При выборе организационно-правовой формы, предприниматель должен определить уровень и объем возможных прав и обязательств. От этого зависит профиль и содержания его будущей деятельности, а также возможный круг партнеров. Предпринимательская деятельность может носить разовый и постоянный характер, осуществляться изолированно от партнеров (например, консультационная фирма) или, наоборот, в тесной

кооперации с другими производителями (например, производство конфет или какой-либо аппаратуры). При этом следует соотносить выбор наиболее целесообразной формы организации деятельности с возможностями, которые предоставляет действующее законодательство. При выборе организационно-правовой формы предприниматель основывается на предпринимательском праве. Предпринимательское право - важнейшая составная часть хозяйственного права. Оно образует законодательную основу функционирования предпринимателей и развития предпринимательства. Предпринимательское право каждой страны содержит лишь определенные организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Другие формы недопустимы, но разрешается изменение организационно-правовой формы без прекращения при этом деятельности функционирующей организации. Вывод из этого один: каждый предприниматель должен быть знаком с содержанием хозяйственного права. В России современная предпринимательская правовая база отличается узостью (многие стороны предпринимательства пока еще никак не регулируются законами), противоречивостью и нестабильностью. При рассмотрении организационно-правовой формы организаций (особенно при его учреждении) необходимо иметь в виду, что частное предпринимательство может осуществляться на индивидуальной или коллективной основе. Континентальное европейское право, например, предусматривает существование общества с ограниченной ответственностью и акционерного общества. Юридические лица Статус коммерческой организации позволяет юридическому лицу (его учредителям) получать доход только на основании самого факта участия в учреждении такой организации. В основе кооперации почти всегда лежит стремление повысить эффективность деятельности путем координации усилий партнеров. Коммерческие, а также некоммерческие организации имеют право на создание ассоциаций или союзов, закрытых или открытых для свободного вступления, которые не могут действовать как коммерческие организации.

- 1.

## **Использование зарубежного опыта в целях развития малого бизнеса в России**

Индустрия гостеприимства и индустрия питания представляют собой основные сектора услуг в экономике стран мира. Однако, особенностью этого сектора является то, что он может быть подвержен влиянию краткосрочных

неблагоприятных экономических условий, и поэтому часто подвержен колебаниям, которые могут различаются по размеру. Сектор общественного питания охватывает в основном гостиницы, рестораны, кафе и бары, кемпинги, столовые и предприятия общественного питания. В настоящее время рынок ресторанных услуг испытывает значительный рост. На гостиницы и рестораны приходится самая большая доля рабочих мест на Кипре и в Мальте (30% и 25% соответственно от всех рабочих мест сферы услуг); следом идут Ирландия (22%) и Португалии, Австрии и Испании (16%). Аналогична процентная доля отелей и ресторанов в общем обороте сферы услуг: Кипр (14%), Мальта (11%), Ирландия (7%). В 2010 на ресторанном сектор приходилось 75% всех рабочих мест в сфере услуг. В Бельгии и Латвии этот показатель составил 86 % и 84 % соответственно. Также доля рабочих мест в ресторанном секторе превышает среднеевропейский показатель (69 %) в таких странах как Бельгия (79 %) и Португалия (78 %). А в таких странах как Мальта и Кипр этот показатель равен всего 22 и 51 % соответственно. Это объясняется тем, что в этих странах большое количество гостиниц, имеющих рестораны. Эти заведения считаются как отели, а не как рестораны. В 2010 году насчитывалось 1,4 млн. предприятий в сфере гостиничного и ресторанного обслуживания. Предприятия обеспечивали рабочими местами 7,6 млн. человек и имели ежегодный оборот общей EUR 338 млрд. долларов. На долю крупнейших 15 стран Европы приходилось 89 % предприятий, 97 % рабочих мест, 97 % годового оборота. Крупнейшие страны - Испания (19% от всех предприятий ЕС), Франции (15%) и Италия (18%). Те же три страны предоставили рабочие места для 14%, 10% и 12% тех, кто занят в сфере услуг по всему ЕС [5, с.21]. Несмотря на успех крупные сетей и франшизных гостиниц, а также фаст-фуда, в гостиничном и ресторанном секторе по-прежнему доминируют мелкие независимые рестораны. На всей территории Европейского Союза есть огромный сектор семейных ресторанов и кафе. Данные за 2012 год показывают, что более чем на 90% предприятий занято менее 10 человек. Наибольший показатель наблюдается в Чешской Республике, Франции, Италии, Польши и Португалии (около 90 %). Предприятия, на которых работает свыше 250 человек составляют всего 0,1 %. Опыт многих стран, показывает, что наиболее эффективно государственную политику поддержки и развития МСП можно осуществлять через специализированный правительственный орган, имеющий достаточные ресурсные возможности и полномочия.

### **1.3 Оценка развития малого предпринимательства в России и за рубежом**

Среднестатистический житель Германии не менее одного раза в месяц позволяет себе удовольствие побывать в ресторане. Особой популярностью пользуется итальянская кухня. Далее рассмотрим отрасль общественного питания в США. Американцы тратят все большую и большую часть семейного бюджета на выходы в ресторан. В среднем они едят вне дома 4 раза в неделю. Около 50% посетителей отмечают в ресторане дни рождения. На втором месте - День матери, на третьем - День Св. Валентина. Чаще всего парадная трапеза в ресторане - обед, поэтому реализация обедов приносит ресторану около 50% его выручки. Отсутствие реальных финансово-кредитных механизмов и механизмов страхования рисков в малом предпринимательстве. Несовершенство системы налогообложения. Отсутствие реальных механизмов, обеспечивающих доступ малых предприятий к использованию государственного и муниципального имущества. Слабая кооперация малого и крупного предпринимательства. Трудность в осуществлении инновационных проектов и программ предпринимателей. Незрелость системы информационной поддержки малых предприятий. Проблемы кадрового обеспечения. Проблемы материально-ресурсного обеспечения малого и крупного бизнеса. Несовершенство государственной инфраструктуры поддержки малого бизнеса. Высокий уровень монополизации рынков Сохраняющаяся монополизация крупным бизнесом некоторых сегментов товарных рынков и рынков услуг закрывает для малых предпринимателей перспективы роста и развития. Несовершенство и противоречивость действующего законодательства и отсутствие надежного правового (в том числе судебного) обеспечения

### 2.3 Анализ состояния и характеристика деятельности предприятий малого бизнеса

Анализ состояния и характеристику деятельности предприятий малого бизнеса общественного питания разберем на примере США. Типы предприятий общественного питания: Ресторан с полным обслуживанием (полносервисный ресторан) По количеству мест - 75-200. Располагаются такие рестораны в городе или пригороде, в местах пересечения транспортных артерий. Форма обслуживания - за столиками. Цена высокая и включает полное обслуживание. Меню *a la carte* - полный набор блюд и напитков. В таком ресторане, по крайней мере, 15 порционных блюд, и почти все, что подается к столу, выращено здесь же, при ресторане. Блюда, которые здесь готовятся, попадают в разряд *haute cuisine* (высокой кухни). Традиции французской и итальянской кулинарии, многие рестораны имеют французские названия. В настоящее время становится все труднее работать с прибылью в этом сегменте ресторанного бизнеса из-за жесткой конкуренции. Уровень обслуживания в этих ресторанах обычно очень высок: метрдотель встречает и усаживает гостя за стол, старший официант дает советы по поводу блюд и подсказывает, какое вино к ним

лучше подходит, - роскошная еда, обслуживание и атмосфера в комплексе. В США нет сетей фешенебельных полносервисных ресторанов, так как: они требуют высококвалифицированных кадров, что удорожает труд; только небольшой процент населения может позволить себе такие траты, которые предусматривает меню. (Рестораны платят высокую арендную плату; дорогая мебель и оформление ресторана.) трудно поддерживать постоянство качества, учитывая утонченность вкусов клиентуры; ограниченный рынок таких ресторанов (Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Бостон, Чикаго, Нью-Орлеан, Хьюстон, Атланта и т.д.). Общее снижение потребления алкогольных напитков тоже не способствовало процветанию. Ресторан с тематическим обслуживанием Такие рестораны посвящены какой-то теме: Дикий Запад, рок-н-ролл, футбол и др. Обычно они предлагают ограниченное количество блюд, их главная задача - создать атмосферу. Они рассчитаны на 100-400 мест, располагаются в небольших торговых и транспортных центрах. Обслуживание - за столиками, включая напитки. Цены - среднего и высокого уровня. Наиболее развиты 2 типа тематических ресторанов: в которых обыгрывается ностальгия по 1950-м г.г. (T-Bird, Corvette Dinners) с атмосферой беззаботных пятидесятых; «обеденный дом» (TGI Fridays, Houligan's, Bennigan's) - рестораны типа бистро, их оформление соответствует теме. За последние 20 лет мода на эти рестораны не проходит, поскольку там царит атмосфера непринужденности. Вообще, тематические рестораны посвящены темам, датам, увлечениям и пристрастиям [8, с. 90]. По специализации рестораны делятся:

- быстрое обслуживание;
- семейное обслуживание;
- повседневное обслуживание;
- приготовление национальных блюд, ужинов, завтраков и т.д.

Рестораны быстрого обслуживания (Fast Food) - его меню ограничено гамбургерами, жареной картошкой, хот-догами, цыплятами, грибами и национальными блюдами (мексиканское тако, буррито). Обычно у ресторана есть одно главное блюдо (гамбургеры - Mc'Donald's, Burger King; цыпленок - KFC). Эти ограничения и стандартизация меню позволяют значительно ускорить обслуживание. Во многих ресторанах посетители даже убирают за собой посуду, что позволяет снизить себестоимость блюд. Морепродукты остаются популярными в связи с повышенной озабоченностью американцев по поводу их здоровья (Red Lobster - самая знаменитая сеть ресторанов, специализирующаяся на морепродуктах). Семейные рестораны - современный вариант стилизации под

старомодную кофейню. Большинство подобных заведений находится в индивидуальном владении. Расположены они в престижных пригородах или неподалеку от них. Обстановка ресторана отличается простотой, как и меню (Howard Johnson - известный ресторан семейного типа). Рестораны национальной кухни - или этнические, как их называют в Штатах. Ориентированы на вкусы различных иммигрантских общин - итальянской, китайской и т.д. Самый быстрорастущий сегмент этнических ресторанов в США - рестораны с мексиканской кухней (Taco Bell - лидер мексиканских ресторанов быстрого обслуживания). Заключение В данной курсовой работе мы охарактеризовать малое предпринимательство в сфере организации питания в России и за рубежом в настоящее время, выделить особенности малого предпринимательства и обозначить основные и наиболее острые его проблемы. Предпринимательство есть форма жизненного уклада. Если кто-то в течение длительного времени выступал в качестве наемного работника и вдруг решил стать предпринимателем, то это означает, что такой человек действительно меняет жизненный уклад. Решение о вхождении в сферу предпринимательской активности означает в любом случае принятие на себя дополнительного риска. Предприниматель, однако, рискует не только своей собственностью, но и репутацией и даже жизнью. В то же время наряду с риском предприниматель взваливает на себя и нелегкое бремя ответственности, прежде всего за себя. Предприниматель берет ответственность не только за себя, но и за тех, кого он вовлекает в создаваемый производительный процесс, т. е. за наемных работников. Отныне он должен думать и заботиться о них - о том, чтобы вовремя выплатить им заработную плату, обеспечить их работой, снабдить всем, что требует рабочий процесс. В ближайшее время на развитие рынка общественного питания окажут влияние следующие тенденции:

- повышение жизненного уровня и изменение культуры потребления приведет к появлению новых рыночных возможностей для предпринимателей в сфере общественного питания;
- развитие крупных розничных и дистрибьюторских сетей значительно ослабит конкурентные позиции непрофессиональных форм организации питания.

В целом прогнозируется краткосрочный (2-3 года) рост субъектов малого предпринимательства за счет развития общепита. В дальнейшем появление крупных форм приведет к вытеснению малого предпринимательства из сферы организации питания и к перетоку трудовых ресурсов из предпринимательской среды в сферу наемного труда в крупных организациях общественного питания.