



## ВВЕДЕНИЕ

Развитие предпринимательства является одним из самых точных показателей экономического и социального здоровья государства и общества.

Малое и среднее предпринимательство несет на себе значительную смысловую нагрузку. Мелкие и средние предприятия играют заметную роль в занятости, производстве отдельных товаров, исследовательских и научно-производственных разработках.

Они создают среду и дух предпринимательства, без которых невозможна рыночная экономика, обеспечивает необходимую мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию и кооперацию, без которых немислима его высокая эффективность.

Они способны быстро заполнять ниши, образующиеся в потребительской сфере, сравнительно быстро окупаться и создавать атмосферу конкуренции.

**Цель работы** – рассмотрение роли предпринимательства в экономике страны и тенденции его развития.

### **Задачи работы:**

- рассмотрение понятий предпринимательства и малого бизнеса;
- изучение исторических аспектов развития предпринимательства и малого бизнеса;
- изучение состояния предпринимательства на современном этапе и тенденции его развития.

**Предмет исследования** – предпринимательство и малый бизнес, **объект исследования** – положение предпринимательства в экономике страны – исторические аспекты, современное состояние и тенденции развития в будущем.

Структурно работа состоит из введения, двух глав, заключения.

### **1. Предпринимательство. Введение в понятие**

Для начала своего эссе я хочу дать определения таким понятиям, как предпринимательство и малый бизнес.

**Предпринимательство** — самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг. Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность, должны быть зарегистрированы в этом качестве в установленном законом порядке, если иное не предусмотрено законом.

**Малый бизнес** — это совокупность независимых мелких и средних предприятий, выступающих как экономические субъекты, действующие в условиях рынка.

### 1. Генезис российского предпринимательства

Для понимания предпринимательской деятельности в современной России, в том числе и в рамках семейного бизнеса, необходимо хотя бы кратко вернуться к истокам становления предпринимательской деятельности в стране.

Вплоть до советского периода Россия представляла собой автохтонную и во многом уникальную крестьянскую цивилизацию, чья самобытность отмечалась всеми объективными исследователями, как на Западе, так и в самой России.

Специалисты отмечали, что в российском обществе в свое время сложился азиатский способ производства, характеризующийся господством натурального хозяйства, основанного на общинном землевладении вплоть до столыпинских реформ, начала XX века.

Товарно-денежные отношения были слабо развиты, особенно среди сельского населения. В России доминировала преимущественно сельская модель расселения, в городах жило на более 13% населения. Идеологической основой этого строя общества являлось пресловутое триединство: Православие, Самодержавие и Народность.

Если для Православия, с одной стороны, характерны освящение Космоса и неагрессивное отношение к миру, то с другой, по отношению к жизни человека, оно учит тому, что истинный путь для решения своих проблем, человек не может найти за счет внешнего мира.

Этот праведный путь надо искать и находить за счет внутренних сил своей души, и терпение является высшей добродетелью человека-христианина. Победа человека

- всегда жертва в мире и дается она всепрощающей любовью, а не физическим преодолением внешних препятствий. Уже содержание этих, достаточно широко известных общих позиций православного христианства, позволяет сделать неутешительный вывод о том, что исторически сложившийся в течение многих столетий этносоциокультурный тип сознания, возникший внутри русской деревенской жизни, был резко противостоящим ценностям западной индустриальной культуры, той европейской технической цивилизации, которая во второй половине XIX рассматривалась как высшее достижение всего человечества.

В условиях победы технической цивилизации в западном мире формируется и становится доминирующим тип человека, который по духу все ближе к машине, к господству рационализма, эгоизма и индивидуализма и все менее чувствует свое родство с природой и с обществом.

Вместе с тем, общеизвестно, что западный путь к технической цивилизации, к очевидному экономическому и социальному прогрессу был достаточно мягок, основан на демократии и манипулировании сознанием, жесткого насилия по отношению к своему населению в нем было сравнительно немного.

Становление технической цивилизации в России происходило иначе. Во все периоды российской истории нововведения осуществлялись через масштабное насилие, что не могло не оставить в ментальности населения генетическую память отторжения всего, что предлагается как новое и исходит от власти.

В дореволюционный период в стране существовало множество мелких предприятий, чаще всего связанных с семейными промыслами, которым сами мелкие производители придавали большое значение.

Эта предпринимательская деятельность осуществлялась преимущественно в больших патриархатных крестьянских семьях. Исследователи в тот период описывали эти процессы как «занятия кустарным трудом» и считали общую численность малых предпринимателей по крестьянским дворам. Так, например, Большая энциклопедия сообщает, что только кожевенными изделиями в центральных губерниях России заняты до 60 тыс. крестьянских дворов и что другой промысел - дубление кож и изготовление русских сортов юфти и сафьяна славилось за границей еще в XVIII веке.

Не меньшей известностью пользовались и другие кустарные промыслы, связанные с обработкой сельскохозяйственной продукции, прядением, ткачеством, гончарным промыслом, изготовлением сельскохозяйственных орудий и многими другими

видами деятельности, связанными с производством изделий, имеющих хороший сбыт не только на местных рынках, но даже и за рубежом.

В недрах российского общества можно было найти, естественно, в зачаточной или зародышевой форме, все будущее формы предпринимательской активности, в том числе даже и в сфере финансово - кредитной и банковской систем, потому что немалое число наших мелких предпринимателей имело непосредственные связи с банками и даже практически реализовывали существующее право и возможность вывозить свои изделия на любые рынки, в том числе и международные.

Российские исследователи того времени считали, что малые предприятия представляют собой единичное современное хозяйство, которое ведется ради извлечения дохода путем сбыта, т.е. продажи произведенных им продуктов.

Именно это и отличает предприятие от натурального хозяйства, которое производит свои изделия для непосредственного потребления самих производителей.

Уже в этот период, на рубеже XIX и XX веков, считалось, что существует двойная основа таких предприятий – экономическая и юридическая. 19 Как уже отмечалось выше, в конце XIX века отечественные исследователи предпринимательства отмечали, что любое собственное дело покоится на двойных основаниях - юридических и экономических.

Если юридические правовые нормы регулируют взаимоотношения предпринимателя со служащими и рабочими, с другими предпринимателями и со всем обществом, имея в своей основе принцип полной свободы выбора занятий и осуществления хозяйственной деятельности на основе равенства в правах и принципах свободной конкуренции, без которой невозможна экономическая жизнь того времени, то экономические функции предпринимательства определяются не только конкуренцией, но не в меньшей мере также условиями производства и сбыта или конъюнктурой, которая характеризуется обязательно присутствием всякой предпринимательской деятельности риском, включая и опасность потерпеть убыток или вполне разориться.

Наличие риска в предпринимательской деятельности вызывает необходимость проявления у предпринимателя таких индивидуально-личностных качеств личности, которые предполагают не только активность и энергичность человека, но и обязательный расчет, и понимание того, что доход или прибыль есть величина колеблющаяся.

Другими словами, предпринимательская деятельность, активная в своей основе, предполагает наличие у каждого успешного предпринимателя таких личностных качеств как предприимчивость, оборотливость, исполнительность.

Если под предприимчивостью исследователи того периода понимали инициативность и высокие креативные качества предпринимателя, не боящегося конкуренции и учитывающего конъюнктуру рынка, то оборотливость предполагала умение отыскивать наиболее выгодные условия обращения капитала, сбыта продуктов, наличие навыков осуществлять современную коммерцию.

Исследователи того периода развития капитализма в России отмечали, что существуют разные формы предпринимательства, а также классифицировали и анализировали эти различные формы – единоличные капиталистические, разного рода товарищества и акционерные общества, некапиталистические предприятия и кустарные промыслы, артели и малые семейные предприятия, которые являлись подспорьем крестьянскому хозяйству. Разного рода производительные товарищества или общества, объединяющие мелких производителей, возникали в России еще с середины 60-х годов XIX века.

Однако отдаленность рынка сбыта произведенной продукции, отсутствие надлежащего опыта и умения, недостаток капитала, растущие разногласия между членами артели и другие внешние обстоятельства помешали успеху подобных кооперативных артельных начинаний среди российских ремесленников и кустарей.

Характерно, что в самом начале XX века, по мнению исследователей того времени, кустарная промышленность России определялась численностью от 8 до 10 млн. работников.

В то же время численность наемных рабочих на крупных фабрично-заводских предприятиях составляла не более 2 млн.

И именно мелкими «кустарными» производителями создавались многие товары, имеющие массовый спрос у большинства населения. Эти товары отличали низкая цена и привычное качество товаров повседневного преимущественно крестьянского быта – керамическая посуда, рядно и холсты, валенки и обувь, рукавицы и треухи, полушубки и прочие необходимые «обновы и наряды». В современном социально-гуманитарном знании утвердилось представление о том, что экономическая деятельность людей и, в частности предпринимательство, являются значимым сегментом социального бытия нашего общества.

В отличие от безусловно отрицательного отношения к предпринимательству в условиях господства догматизированного марксизма - ленинизма, современные отечественные исследователи понимают предпринимательство как самостоятельную, инициативную и социально ответственную деятельность людей, которую они осуществляют на свой собственный риск, имея в виду получение прибыли.

Успех предпринимательской деятельности определяют не только инициатива, интересы и потребности человека, его волевые качества и организационные способности, т.е. его определенный интеллектуальный и моральный капитал, но и целый ряд конкретно-исторических объективных обстоятельств, связанных с наличием и обязательным использованием предпринимателем каких-то форм частной собственности, соблюдением им существующего в стране законодательства, действующих норм права и конкретных нормативных актов.

Немаловажное значение для успешности предпринимательской деятельности имеет и достаточно позитивное отношение самого предпринимателя к существующим в обществе культурным традициям в сфере бизнеса и другим предпринимателям как специфической социальной страте, к коллегам и друзьям, а не врагам по бизнесу.

Однако философский анализ такого сложного социального феномена как предпринимательская деятельность во всех постсоциалистических странах, в том числе и в России, проводится явно недостаточно и чаще всего подменяется экономическими выкладками, а не научно обоснованными эмпирическими исследованиями социологов, культурологов или специалистов по менеджменту.

Все глобальные проблемы современности, как и само выживание человечества неразрывно связаны с сохранением и изменением мира современной культуры, соблюдением во всех сферах социального бытия общества необходимой меры соотношения традиций и новаций.

Каждая из сторон этой оппозиции требует внимательного отношения, для того чтобы человечество не оказалось с одной стороны в стагнации и консервативном застое, а с другой – не потеряло бы под влиянием радикальных перемен своих культурных традиций и не превратилось бы в маргинальное сообщество.

Для всех современных исследователей очевидна связь между сохранением и изменением существующего мира культуры и существующей наличной предпринимательской деятельностью, вполне могущей направить развитие

общества по любому сценарию – от самых оптимистических до алармистских и катастрофических.

Это особенно наглядно продемонстрировала Россия в конце XX века, когда в ней начались радикальные изменения всех сфер социального бытия. Они касались не только возникновения института частной собственности, реализации принципов демократии и создания гражданского общества, а также перехода к рыночным отношениям, но эти перемены оказали самое существенное воздействие на традиционные для России системы ценностных ориентаций населения, на их интересы, потребности и социальные идеалы.

Становление рыночной экономики выявило множество трудностей, не только экономического и политического плана, но и показало неумение большинства отечественных руководителей работать в новых условиях, их незнание современных социальных технологий управления, форм и методов работы в условиях рынка.

Существенные затруднения были и у тех людей, которые решили начать самостоятельную предпринимательскую деятельность, не обладая ни необходимыми средствами, ни знаниями, необходимыми и достаточными для ведения современного бизнеса, весьма сильно отличающегося от того, что можно было считать предпринимательством или хотя бы службой сервиса.

Радикальный курс реформ, принятый в РФ в начале перестройки выявил, что для многих людей, составляющих экономически активное население страны, трудовая деятельность в новых, рыночных отношениях и условиях оказалась весьма затруднительной, потому что массовый советский работник того периода не обладал необходимыми навыками трудолюбия, не подчинялся дисциплине труда, не беспокоился о качестве производимой им продукции и не являлся успешным сотрудником в производственном процессе.

Другими словами, его системы ценностных ориентаций в области труда не соответствовали минимальным требованиям к работающему в условиях четких рыночных отношений.

Примерно такой же вывод можно было сделать в отношении тех мелких предпринимателей, деятельность которых еще в условиях советской власти, когда главные свои проблемы предприниматель видел лишь в том, как скрыть свое предпринимательство, как и какими способами избежать налогообложения, как успешно фальсифицировать свой товар под продукцию западных фирм, как

сохранить свой бизнес в условиях постоянно меняющейся стратегии властей по отношению к частному бизнесу.

Другими словами, это была не стратегия наступления, а тактика обороны, заранее обреченная на поражение. Современная философская культура позволяет рассматривать предпринимательскую деятельность как превращенную форму трудовой деятельности, которая обусловлена наличием в обществе таких объективных детерминаций как институт частной собственности, цивилизованный рынок, дееспособное гражданское общество, реализация принципов демократии во всех сферах социального бытия, а также и субъективными индивидуально-личностными свойствами предпринимателя как человека – его инициативностью, творческой деятельной активностью, потребностью в самореализации.

Особенностью предпринимательской деятельности является то, что, преследуя свои собственные экономические цели, предприниматель осуществляет внедрение в социальную практику различных инноваций и нововведений, на основе которых он и достигает реализации своих экономических целей.

Современная предпринимательская деятельность обусловлена социокультурными, этнонациональными и индивидуально-личностными качествами человека – предпринимателя.

Однако самое существенное влияние на деятельность предпринимателя оказывают властные структуры любого уровня.

Практика последних двух десятилетий в жизни России показывает, что государственные органы и властные структуры разного уровня часто нарушают условия честной рыночной конкуренции чрезмерным фискализмом, бюрократизмом, возведением формально-правовых преград для вновь образованных предприятий, практикой волюнтаризма, выражающегося по отношению к предпринимательству в произвольном предоставлении концессий и квот, частых сменах правил игры, привилегированным одних госпредприятий перед другими.

Все эти и многие другие подобные нарушения условий честной конкуренции вызваны традиционно доминирующим положением госучреждений и статусных должностей чиновников над гражданами, монополией государства в так называемых стратегических секторах экономики, запретом частной производственной деятельности в отдельных высокодоходных сегментах, а также путем введения других механизмов, обеспечивающих явное доминирование одних

предприятий по сравнению с другими.

Подобная практика порой подталкивает и самих предпринимателей предпочесть традиционным моральным нормам взаимодействия партнеров неэтичный стиль, который имеет целью завоевание лучших позиций в борьбе за рынок, коррупция, ведение двойной бухгалтерии, прием на работу нелегальных и ни в одной отчетности не фигурирующих работников, уклонение от уплаты налогов и страховых выплат – это далеко не полный перечень приемов такой достаточно популярной аморальной в своей основе и нечестной современной рыночной борьбы российских предпринимателей.

В литературе часто приводится высказывание нобелевского лауреата Фридмана, что «социальная ответственность бизнеса состоит в росте прибыли», а также, что обязанностью руководителей предприятия является увеличение прибыли акционеров, что следует признать как выражение радикальной узко-экономической точки зрения, которую не приняли бы классики буржуазной экономической теории – Смит, Гумбольдт, Джефферсон или Дьюи.

Для всего современного социально-гуманитарного знания очевидно, что выгоду от предпринимательской деятельности получают не только его владельцы, но и все связанные с работой фирмы: руководство, работники, потребители, поставщики и местное сообщество.

Фирмы, преследующие в качестве единственной цели исключительно максимизацию собственной прибыли, должны осознавать, что уничтожение окружающей среды и неэтичные поступки в самое короткое время 24 могут просто-напросто лишить их самой возможности действовать вследствие подрыва доверия к ним как со стороны контрагентов, так и со стороны потребителей.

В работах современных авторов по этике бизнеса подчеркивается тот факт, что фирмы не смогли бы функционировать в условиях отсутствия морального императива, где ложь является нормой, а сделка состоит в надувательстве и проходит под латинским девизом *caveat emptor* (пусть беспокоится тот, кто покупает).

Ибо еще Платон в древней Греции доказал, что даже среди воров должна существовать какая-то мера доверия. В современном отечественном социально-гуманитарном знании по практической востребованности и актуальности на первое место вышли проблемы определения роли и значения социальных институтов, их влияния на модернизационные процессы в обществе и на изменение социальных

характеристик человека, живущего в условиях рынка.

Латинский термин «институт» (institutum) означает совокупность моральных, правовых (юридических или норм обычного права) норм, на основе которых осуществляется деятельность людей и регулируются те или иные формы общественных взаимоотношений.

Реализация главных функций социального института предпринимательства предполагает переход от стихийных рыночных отношений к упорядочиванию трудовых отношений между людьми.

Он обеспечивает наличие и сохранение определенных форм конкретной деятельности и четкую нормативность поведения, благодаря чему сохраняется устойчивость и преемственность общественной практики.

Для успешной предпринимательской деятельности необходимо достаточно большое число объективных условий и обстоятельств, которые существенно воздействуют на оптимальный ход дела на предприятии, его доходность, общую моральную атмосферу и степень коммуникативного общения между работниками.

В конце прошлого XX века исследователи экономисты стали сами обращать все более усиливающееся внимание на такие неизбежные составляющие любого предпринимательского учреждения как «человеческий капитал» и «потенциал». В современной социологии на основе структуралистского конструктивизма П. Бурдьё и новейших постмодернистских концепций З. Баумана и Ж. Дерриды человеческий капитал рассматривается как составляющая четырех капиталов, которые в той или иной мере есть у каждого человека:

- экономический капитал представляет экономические ресурсы человека. Он представлен в денежно-финансовой и вещной или товарной форме;
- культурный капитал имеет сложную природу.

Это - образование и авторитет диплома учебного заведения, оконченного человеком, а также востребованность его аттестатов, дипломов и сертификатов на рынке труда. Не меньшее значение имеет и собственный культурный уровень каждого человека, обеспечивающий развитие его способностей и талантов:

- социальный капитал определяется принадлежностью человека к определенной социальной группе, с которой он связан сначала фактом своего рождения, а затем его приобретаемым или достижимым в процессе жизнедеятельности социальным

статусом;

- символический капитал представляет собой определенный авторитет, престиж, реноме человека, его репутацию в обществе.
- Анализ жизнедеятельности современного человека новейшая социология осуществляет в рамках тех двух альтернативных подходов, которые были сформулированы еще в трудах Э. Дюркгейма, считавшего общество, а не человека высшей реальностью и Вебера, утверждавшего, что единственной реальностью общества является индивид.

Для отечественной социологии советского периода, естественным был характерен коллективистско-деятельностный подход и на этом исследовательском поле выростали не только новые концепции, но и эффективные социальные технологии качественной перестройки людей.

Достаточно вспомнить принцип коллективной деятельности А.С.Макаренко, посвященный воспитанию бывших беспризорников - «для коллектива, в коллективе и через коллектив».

Характерно, что в рамках дихотомичной и амбивалентной русской культуры, в той или иной степени мирно уживались как коллективистские культурные нормы, так и одновременно с тем, авторитарные и недемократические методы управления, причем во всех сферах практической деятельности людей – от семьи и межпоколенных коммуникаций, до властных структур и партийно-государственных взаимодействий.

Это обстоятельство существенно влияло и на типологию предпринимательства, характерную для России во все времена.

Для российского предпринимательства всегда доминирующим был авторитарный стиль управления, тяготеющий к четкой военной иерархии, абсолютизации властных полномочий, даже, несмотря на мизерные масштабы управляемого учреждения.

Наиболее распространенной была модель управления, основанная на широко известных принципах демократического централизма, четко представленная в партийных, профсоюзных и комсомольских организациях, составлявших социальную сеть советского общества во всех республиках и регионах страны.

Именно поэтому, переход к принципиально другим социальным отношениям, основанным на практической реализации норм и принципов цивилизованных рыночных отношений западного образца, происходил и происходит в стране достаточно сложно и медленными темпами.

Объясняется это также и тем, что реальные практические действия в рамках малого предпринимательства в современной России зачастую обгоняют постепенно становящиеся новые юридические нормы.

Однако, с другой стороны, огромную роль в совершенствовании предпринимательской деятельности играют индивидуально личностные качества предпринимателя, которым в советские времена, при господстве вульгарно-экономических подходов к человеку, не придавалось должного значения.

В условиях, когда человек рассматривался как «трудовой ресурс», «элемент производительных сил», «человеческий фактор» и прочими, не менее выразительными, но бесчеловечными по существу понятиями, проблемы личностных качеств вообще даже не обсуждались. Разительным противоречием того периода было то, что в теоретических работах гуманитариев того времени, равно как в партийно-государственных документах, говорилось о необходимости формирования всесторонней, гармонически развитой личности.

На самом деле в то время на практике через систему народного образования в каждом образовательном учреждении формировался главным образом дисциплинированный исполнитель, необходимый индустриальному обществу, где доминирует всемогущий военно-промышленный комплекс.

Для понимания становления новейшего российского предпринимательства немаловажное значение имеет вопрос о том, как и из каких слоев советского общества происходило становление этой новой общественной группы.

Не секрет, что в недрах социалистической плановой экономики, начиная с эпохи «развитого социализма», все более усиливающимися темпами вырастали предприятия «теневиков», делающих свои первые миллионы на всякой необходимой населению мелочи – шпильках и булавах, носках и мочалках, полиэтиленовых пакетах и другом «дефиците», созданном нерасторопностью и общей бестолковостью управления в период руководства советской номенклатуры.

Возможно, именно внимание к простым человеческим потребностям со стороны советских предпринимателей обеспечило позитивное отношение к нему на

глубинных уровнях общественного сознания.

«Русское слово «предприниматель» и его английский аналог «бизнесмен» не тождественны по своему смыслу.

Общее у них то, что оба слова указывают на субъекта целенаправленной деятельности, рассчитанной на получение прибыли. Характерно, что в современной российской лексике слово «бизнес» зачастую имеет негативный оттенок, когда говорят о «грязном бизнесе», «теневом бизнесе», «наркобизнесе» и т.п.

Отмечу, что слово «предприниматель» с такого рода эпитетами не употребляется, в то время как термин «бизнесмен» довольно часто употребляется иронически и пренебрежительно.

Слово «бизнес» означает любое дело, в то время как **предпринимательство** – предполагает дело, начатое по собственной инициативе, а значит и его результат предполагает создание чего-то нового.

Таким образом, предпринимательская деятельность неизбежно требует поиска и творческого подхода.

**Предприниматель** – не просто «человек дела», но человек, способный находить и принимать нестандартные решения, обеспечивающие прорывы в неизведанное будущее, позволяющие, в конечном счете, расширять человеческие возможности.

Это обстоятельство сближает предпринимателей с людьми других творческих профессий: как предприниматель – человек творческий, так и творчество в любой другой профессии содержит в себе элемент предпринимательства.

Это диалектическое взаимодействие весьма симптоматично.

Не случайно предприимчивыми называют тех людей, которые умеют находить выходы из сложных и запутанных ситуаций.

Не случайно также и то, что в массовом сознании 28 любого общества предпринимательство всегда наделяется каким-то существенным позитивным смыслом.

## 1. Основные тенденции развития малого бизнеса

Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, зарегистрированных в качестве предприятий малого бизнеса, представлено в

таблице.

По состоянию на 1 августа 2019 года в России зарегистрировано 5 503 413 малых предприятий.

Из них 2 335 579 микропредприятий предприятий и 238 796 малых предприятий являются юридическими лицами. 2 900 085 микропредприятий и 28 953 малых предприятий принадлежит индивидуальным предпринимателям.

Таблица «Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в 2019 г. по регионам»

Экономический район	Из них		Индивидуальных предпринимателей	
	Юридических лиц			
	Микропредприятия	Малые предприятия	Микропредприятия	Малые предприятия
РФ	2 335 579	238 796	2 900 085	28 953
Центральный ФО	803 309	87 431	731 213	6 511
Северно-западный ФО	323 180	31 875	269 894	2 536
Южный ФО	155 424	15 926	393 304	3 341
Северо-Кавказский ФО	39 478	4 116	143 808	856
Приволжский ФО	410 518	44 171	551 158	6 781

Уральский ФО	212 380	19 493	245 914	2 847
Сибирский ФО	272 275	25 246	350 085	4 018
Дальневосточный ФО	94 742	8 875	139 652	1 787
Крымский ФО	24 273	1 663	75 057	276

Наибольшее количество малых предприятий зарегистрировано в Центральном (1 628 464), и Приволжском (1 012 628) федеральных округах. Наименьшее количество малых предприятий расположено в Северо-Кавказском (188 258) и Крымском (101 269) Федеральных округах.



Согласно данным Росстат наибольшую часть малых предприятий в России составляют малые предприятия, осуществляющие свою деятельность в сфере оптовой и розничной торговли или специализирующихся на ремонте транспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и приборов личного использования (38 %). 20 % составляют малые предприятия, сферой деятельности которых, являются операции с недвижимым имуществом.

Затем следуют строительство (12 %), обрабатывающие производства (9 %).  
Наименьшее число предприятий занимается добычей полезных ископаемых, их доля составляет 1 % в общем объеме малых предприятий.

## **1. Тенденции развития российского предпринимательства: проблемы и противоречия**

Особое внимание уделено периодизации развития предпринимательской деятельности и обоснованию необходимости усиления государственного регулирования.

Негативные тенденции развития предпринимательства определены как его деформация, проявлением которой выступает противоречие между постоянным увеличением уже имеющегося экономического потенциала для развития предпринимательства и снижением темпов роста показателей, отражающих его реализации.

В данной связи сделан вывод о том, что данное противоречие свидетельствует о невыполнении предпринимательством своих ключевых экономических и социальных функций, а следовательно, о возрастании угрозы экономической безопасности национальной экономике.

Наличие угроз безопасному развитию России выразилось в разнонаправленных тенденциях, характеризующих развитие предпринимательского сектора:

- ○ при условии ежегодного увеличения ряда экономических показателей (численность предпринимательских структур; обороты, характеризующие их деятельность; прибыльность от основной деятельности) для национальной экономики характерны: уменьшение объемов налоговых поступлений в бюджет, социальные и пенсионный фонды;
- перманентное увеличение доли «теневое» сектора в экономике;
- снижение позиций российского предпринимательства в международных рейтингах;
- при условии ежегодного увеличения масштабов благотворительной деятельности для российского предпринимательства характерно снижение его социальной ответственности перед собственными работниками, что проявляется в перманентном увеличении объемов «серой» заработной платы.

В заключение сделан вывод, что наибольшую угрозу экономической безопасности составляет расширение теневого сектора предпринимательской деятельности.

## **5. Основные проблемы развития малого бизнеса в России**

В настоящий момент согласно проведенным исследованиям выделяют 4 основные проблемы развития предпринимательства в Российской Федерации:

- Ограниченный доступ к финансированию;
- Неудовлетворительный бизнес-климат;
- Проблемы с кадровыми ресурсами;
- Проблемы с рынками сбыта.

Рассмотрим влияние данных проблем более подробно.

Основной из проблем, названной большинством предпринимателей является ограниченный доступ к финансированию. Проблема объясняется высокими ставками по кредитам, сложностью получения займов на долгий срок, невозможностью взять кредит с отсрочкой на развитие.

Второй из основных проблем является неудовлетворительный бизнес-климат. Данная проблема обусловлена в первую очередь чрезмерным уровнем бюрократии, низкой заинтересованностью местного самоуправления, частых проверках контролирующих органов.

В связи с постоянными изменениями в законодательстве субъектам малого бизнеса приходится тратить большие временные затраты на приспособление своего бизнеса в соответствии изменившемуся законодательству, а не на развитие самого предприятия.

На третьем месте предприниматели выделили низкий уровень подготовки молодых кадров.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Основные причины, мешающие бизнесу нормально развиваться на сегодняшний момент - бюрократизм и коррупция.

Лечение этой «болезни» невозможно только за счет инициативы на уровне главы государства - очень важно участие всего населения.

Поэтому, с одной стороны, необходимо вводить такой порядок работы служащих, который исключал бы возможность злоупотреблений служебными полномочиями, но, с другой, население должно иметь полный доступ к информации о доходах чиновников и их обязанностях.

Тогда будет возможен полноценный гражданский контроль за работой властных институтов.

Помимо бюрократизма и коррупции, малый бизнес испытывает сложности, связанные с последствиями кризиса.

Это связано с возросшим уровнем поддержки предпринимательства со стороны государства, в том числе с реализацией федеральной программы, направленной на развитие самозанятости.

По оценкам полпреда, в ЦФО средний показатель числа занятых в малом бизнесе составляет от 20 до 40%.

Ссылаясь на данные проведенного ОПОРОЙ РОССИИ опроса, он напомнил, что 30% российских предпринимателей планируют развивать бизнес, наращивая обороты.