Введение

Средний и малый бизнес в развитой рыночной экономике является одним из наиболее важных секторов рынка. В различных странах (США, Франция, Германия, Япония, Австралия) на долю малого и среднего бизнеса приходится более половины рабочих мест всего частного сектора экономики. В развитых странах данный бизнес составляет основу среднего класса - значимого общественного слоя, объединяющего до 80% населения. А объем инвестиций в развитие малого и среднего предпринимательства в странах ЕС традиционно составляет более 60% от всех финансовых вложений стран.

Малое и среднее предпринимательство в социально - экономическом развитии любой страны служит своеобразным пусковым механизмом и генератором структурных изменений в экономике и обществе. Оно выступают в качестве катализатора экономического роста,

Значение малого и среднего бизнеса особенно высоко для региональной экономики - это обусловлено спецификой отраслевой деятельности небольших предприятий: сфера социально-бытового обслуживания, розничная торговля, общественное питание и т.п. Эти предприятия, работая в основном на местных рынках, способствуют решению целого ряда социально-экономических проблем, прежде всего занятости и увеличения доходов населения региона. Кроме того, малые предприятия создают более благоприятные условия для регулирования региональной экономики, так как в большей степени зависимы от региональных и местных администраций, чем крупные и средние предприятия. Малый и средний бизнес способствуют увеличению валового регионального продукта и решению острых социальных проблем регионов: занятости, безработицы, уровня и качества жизни населения.

Теоретическая разработанность проблемы малого и среднего предпринимательства достаточно высока. В классической экономической теории проблемам предпринимательства посвящены обширные разделы в работах А. Смита, Ж.-Б. Сэя, Р. Катильона и др. В работах ведущих экономистов середины - конца ХХ века (Л.Ф. Мизес, Ф. Хайек, Й. Шумпетер, П.Ф. Друкер и др.) развита теория кейнсианства о необходимости государственного регулирования малого сектора экономики, выделено значение развития малого и среднего бизнеса для экономического роста. В трудах по институциональной экономике (Р. Коуз О. Уильямсон) малый и средний бизнес рассматривается как важный элемент социально-экономической системы. Вместе с тем малый и средний бизнес необходимо рассматривать не только как нуждающийся в поддержке сегмент национальной экономики, но и как сектор, в котором происходит трансформация предпринимательской инициативы, связанной с принятием различных рисков, в доход малого предприятия. В связи с этим избранная нами тема исследования («малый бизнес в региональной экономике») представляется актуальной.

Актуальность темы данной работы обусловлена необходимостью изучения опыта малого и среднего предпринимательства с целью повышения его эффективности и совершенствования форм и методов организации.

Объект исследования в данной работе - малое и среднее предпринимательство как особый экономический институт. Предмет исследования - показатели развития малого и среднего бизнеса в Ростовской области.

Цель курсовой работы - рассмотреть сущность и роль малого и среднего предпринимательства в рыночной экономике на примере экономики РФ.

В работе поставлены следующие задачи:

- исследовать теоретические аспекты формирования и развития малого и среднего предпринимательства как сегмента национальной экономики;

- проанализировать состояние и выделить проблемы развития малого и среднего бизнеса в России ;

- рассмотреть перспективы развития малого и среднего бизнеса в РФ.

В курсовой работе использовались труды Дудина М.Н. , Лясникова Н.В., Колесниковой Л.А. и др.

1 Теоретические аспекты малого и среднего предпринимательства

* 1. Понятие и признаки малого и среднего предпринимательства

**Предпринимательская деятельность** — это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг.

Нормативно-правовой основой развития малого бизнеса в России является Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», который вступил в силу с 1 января 2008 г.  
  В соответствии с Законом № 209-ФЗ к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся: внесённые в Единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы; коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий); физические лица, внесённые в Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица; крестьянские (фермерские) хозяйства, соответствующие условиям, установленным законом.  
  Критерии отнесения организаций и индивидуальных предпринимателей к субъектам малого и среднего предпринимательства представлены в табл. 1.  
  Предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг) и балансовой стоимости активов устанавливаются Правительством Российской Федерации один раз в пять лет с учётом данных сплошных статистических наблюдений за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства. В настоящий момент критерии определены Постановлением Правительства Российской Федерации от 22.07.2008 № 556 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства».  
  Категория субъекта малого или среднего предпринимательства определяется в соответствии с наибольшим по значению условием. Например, если по средней численности работников организация соответствует среднему предприятию, а по размеру выручки - малому, категория будет установлена по численности работников.  
  Категория субъекта малого и среднего предпринимательства изменяется только в случае, если предельные значения выше или ниже предельных значений средней численности работников и выручки от реализации, указанных в табл. 1, в течение двух календарных лет, следующих один за другим.  
  Вновь созданные организации или вновь зарегистрированные индивидуальные предприниматели могут быть отнесены к субъектам малого или среднего предпринимательства в году начала деятельности на основании показателей, рассчитанных со дня государственной регистрации.

Средняя численность работников предприятия за календарный год определяется с учётом всех его работников, в том числе работников, работающих по гражданско-правовым договорам или по совместительству с учётом реально отработанного времени, работников представительств, филиалов и других обособленных подразделений предприятия.  
  Выручка от реализации товаров (работ, услуг) за календарный год определяется в порядке, установленном Налоговым кодексом Российской Федерации.  
  Балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) определяется в соответствии с законодательством Российской Федерации о бухгалтерском учёте.[6]

Таблица 1 – Критерии отнесения к субъектам малого и среднего предпринимательства

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Критерии | Юридические лица (предприятия) | | |
| Средние | Малые | Микро |
| 1.Суммарная доля участия РФ , субъектов РФ, муниципальных образований ,иностранных юридических лиц, иностранных граждан, общественных и религиозных организаций , фондов в уставном (складочном) капитале(паевом фонде) | Не должна превышать 25 % | | |
| 2.Доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам , не являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства |
| 3.Средняя численность работников за предшествующий календарный год | От ста одного до двухсот пятидесяти человек включительно | До ста человек включительно | До пятнадцати человек |
| 4.Выручка от реализации товаров(работ ,услуг) без учета НДС | 1000 млн. р | 400 млн. р | 60 млн. р |

Субъектами малого предпринимательства, на которые **распространяется упрощенная система налогообложения, учета и отчетности**, признаются лишь индивидуальные предприниматели и организации с предельной численностью работающих до 15 человек независимо от вида осуществляемой деятельности.

Предприятие может быть признано малым только при условии, что сумма выручки от реализации им товаров (выполненных работа, оказанных услуг) в течение предудущих четырех кварталов не превышала размера, равного 1000-кратному МРОТ.

Развитие малых предприятий стимулируется налоговыми льготами при производстве товаров и услуг, льготным кредитованием, предоставлением оборудования по лизинговым договорам.

В Российской Федерации поддержка малого предпринимательства осуществляется по следующим направлениям:

* Формирование инфраструктуры поддержки и развития малого предпринимательства.
* Создание льготных условий использования субъектами малого предпринимательства государственных финансовых, материально-технических и информационных ресурсов, а также научно технических разработок и технологий.
* Установление упрощенного порядка регистрации субъектов малого предпринимательства.
* Поддержка внешнеэкономической деятельности субъектов малого предпринимательства, включая содействие развитию их торговых, научно-технических, производственных, информационных связей с зарубежными государствами.
* Организация подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для малого предпринимательства.

Финансовое обеспечение государственных и муниципальных программ поддержки малого предпринимательства осуществляется ежегодно за счет средств федерального бюджета, средств бюджетов субъектов Российской Федерации, средств местных бюджетов, а также других источников.[3]

* 1. Функции малого и среднего предпринимательства и их роль в современной экономике

Анализируя зарубежный и отечественный опыт развития малого предпринимательства (Басарева В.Г., Бурцев Ю.А., Друкер П. Ф., Кузеванова А.Л.), можно указать на следующие функции малого и среднего бизнеса:

- увеличение числа собственников, а значит, формирование среднего класса – гаранта политической стабильности в демократическом обществе;

- рост доли экономически активного населения, что увеличивает доходы граждан и сглаживает диспропорции в благосостоянии социальных групп;

- отбор наиболее энергичных индивидов, для которых малый бизнес становится начальным этапом самореализации;

- создание новых рабочих мест с относительно низкими капитальными затратами, особенно в сфере обслуживания;

- трудоустройство работников, высвобождаемых в госсекторе, а также представителей социально уязвимых групп населения (инвалидов, молодежи);

- подготовка кадров за счет использования работников с ограниченным формальным образованием, которые приобретают свою квалификацию на месте работы;

- разработка и внедрение технологических, технических и организационных новшеств (стремясь выжить в конкурентной борьбе, малые формы чаще склонны идти на риск и осуществлять новые проекты);

- косвенная стимуляция эффективности производства крупных компаний путем освоения малоемких новых рынков;

- ликвидация монополии производителей, создание конкурентной среды;

- мобилизация невостребованных ранее материальных, финансовых и природных ресурсов, а также более эффективное их использование;

- снижение фондовооруженности и капиталоемкости при выпуске более трудоемкой продукции, быстрая окупаемость вложений;

- улучшение взаимосвязи между различными секторами экономики.

Кроме того, собственники малых предприятий более склонны к сбережениям и инвестированию, у них всегда высокий уровень личной мотивации в достижении успеха, что положительно сказывается в целом на деятельности предприятия. Сектор малого предпринимательства образует самую разветвленную сеть предприятий, действующих в основном на местных рынках и непосредственно связанных с массовым потребителем товаров и услуг. В совокупности с небольшими размерами малых предприятий, их технологической, производственной и управленческой гибкостью это позволяет чутко и своевременно реагировать на изменяющуюся конъюнктуру рынка.

Малому и среднему бизнесу присущи определенные недостатки: более высок уровень риска, поэтому высокая степень неустойчивости положения на рынке; высокая зависимость от крупных компаний; слабая компетентность руководителей; повышенная чувствительность к изменениям условий хозяйствования; трудности в заимствовании дополнительных финансовых средств и получении кредитов и др. (таблица 2)

Таблица 2 – Преимущества и слабости малого и среднего бизнеса

|  |  |
| --- | --- |
| Сильные стороны малого и среднего бизнеса | Слабые стороны малого и среднего бизнеса |
| Гибкость | Высокорискованный характер |
| Более высокая рентабельность по сравнению с крупным бизнесом | Интуитивный характер и неспециализированное управление |
| Использование незанятых ресурсов на неформальных рынках | Ограниченный доступ к высококачественным ресурсам |
| Зависимость от поддержки крупных фирм и государства | Недостаток финансовых ресурсов, сложный доступ к информации и достижениям НИОКР |

## Таким образом, малый и средний бизнес представляет собой особую модель бизнеса, ограниченную такими условиями, как численность занятых, размеры капитала, масштаб производства. Функционирование предприятия малого бизнеса на локальном рынке, быстрое реагирование на изменение конъюнктуры этого рынка, активное взаимодействие с потребителем, узкая специализация производства, низкая капиталоемкость бизнеса – данные преимущества повышают устойчивость на внутреннем рынке. Однако быстрое реагирование малых и средних предприятий на изменения условий функционирования делает его, с одной стороны, более мобильным и приспосабливаемым, с другой – зависимым от конъюнктуры рынка, динамики внешних социально-экономических и политических условий. Небольшой капитал сужает рамки производства, ограничивает возможность привлечения дополнительных научно-технических, финансовых, производственных, трудовых ресурсов.[7]

1. Основные тенденции развития малого и среднего бизнеса в РФ
   1. Исторические аспекты формирования малого и среднего предпринимательства в России

Российское предпринимательство появилось в начале XX века (1900-1917гг.). XX век для российского предпринимательства был ярок и полон событий. Политические, экономические, социальные процессы, происходящие в нашей стране за последние 100 лет, заставили российское предпринимательство пройти путь от вытеснения вотчино - дворянского хозяйствования до развития бизнеса на мировом уровне.

В это время в России начался подъем промышленного производства, достигший наибольших высот в 1909-1914 гг. Общая стоимость валовой продукции увеличилась за этот период в 2,2 раза, это свидетельствовало о наличие в России больших потенциальных возможностей для развития предпринимательства.

В развитии торговли и промышленности в начале XX века важное значение имело объединение индивидуальных предпринимателей (купцов, промышленников) в союзы и товарищества для совместной торгово - промышленной и коммерческой деятельности.

За многие столетия своего развития, предпринимательство претерпело огромные изменения.   От выделения в отдельное сословие предпринимателей - купцов  в царской России до полнейшего уничтожения  частного предпринимательства в 1933 г. В истории развития Российского предпринимательства можно выделить такие яркие аспекты как аграрная реформа П.А. Столыпина (1906 г), которая была направлена на создание в крестьянской среде мощного слоя крестьян - собственников; объединение в начале XX века индивидуальных предпринимателей (купцов, промышленников) в союзы и товарищества, для совместной торгово - промышленной и коммерческой деятельности, такие объединения  сплачивали предпринимателей, уменьшали риск банкротства, давали возможность эффективнее и оперативнее вести коммерческую деятельность.

Особую роль в истории российского предпринимательства занимает история благотворительной и меценатской деятельности, имевшей не только экономический, но глубокий социально - нравственный смысл. Наряду с получением прибыли от своей хозяйственной деятельности, российские предприниматели одной из главных задач ставили оказание материальной помощи бедным, сиротам, обиженным судьбой людям, поддержку культуры и образования. Выдающуюся роль в поддержке социально не обеспеченных слоев сыграли предприниматели  Г.Г. Солодовников, Боевы, Бахрушины, Морозовы, Алексеевы и др.

Обобщая все вышесказанное, можно отметить, что начало XX века при  всей его сложности и противоречивости было весьма плодотворным для развития российского предпринимательства. Однако российское предпринимательство как социальный слой и политическая сила     так и не выросли до того уровня, что бы оказывать решающее влияние на государственную власть, на политический курс государства.

Предпринимательство  в  Советской России  (1917 - 1990 гг.) имеет свои отличительные черты. Можно с уверенностью сказать, что большевики считали главной задачей уничтожение частной собственности и предпринимательства. Основная часть партийных деятелей была уверена, что когда на смену частной придет общественная собственность, то возникнет возможность управления страной из единого центра по единому плану.

В первые годы становления  советской власти,  все действия правительства были направлены на уничтожение частной собственности и свободных рыночных отношений, что привело к острым социально - экономическим кризисам, товарному дефициту, репрессиям, обнищанию народа, голоду. Даже Новая Экономическая Политика, введенная большевиками в 1921 г, не смогла спасти ситуацию и долгие годы коммерция и предпринимательство были практически забыты.  Успех НЭПа  состоял в том, что собственник в российской экономике были подорваны, но не уничтожены до конца. С воссозданием благоприятных условий они позволили возродиться реальному сектору экономики.

Что касается привлечения иностранных инвестиций в период НЭПа, то они имели значительные ограничения как по целевому приложению, так и по объему вложений капитала. Зарубежные предприниматели предпочитали не вкладывать капитальные средства в советскую экономику. Они избегали долгосрочных капиталовложений, отказывались инвестировать их в нашу промышленность. Ограниченные капиталы направлялись в сферу торговли в расчете на быстрый оборот, прибыль и минимальный риск.

В начале 30-х годов начинается новое наступление Советской власти на предпринимателей,  прежде всего в деревне. В те годы удельный вес колхозов в общем объеме валовой продукции сельского хозяйства был невелик всего 2%. Крестьяне не хотели вступать в колхозы, несмотря на пропаганду и оказание коллективным хозяйствам материальной помощи. И.В. Сталин дал указание применять по отношению к крестьянам, задерживающим продажу хлеба государству, статьи Уголовного кодекса о спекуляции. В результате под репрессии попало более 20 млн. человек. К 1933 году частное предпринимательство в городе и деревне было практически ликвидировано. Лишь стимул к развитию предпринимательство получило с началом экономических реформ 1965 г. , но почти до конца 1980-х годов становление коммерческих отношений происходило как постепенное расширение прав предприятий при сохранении приоритета государственного плана.

Переход к рыночной экономике не мог быть простым и безболезненным. Решить весь комплекс проблем, причем в достаточно короткие сроки, практически не представлялось возможным. В торговле сказывались пережитки прошлого. Но наша страна смело шагнула к рынку товаров и товарных отношений.  Российское предпринимательство и бизнес получило свое наибольшее развитие в  условиях перехода к рынку. В 1990 г. политическое руководство нашей страны объявило о необходимости перехода к рыночным отношениям. При этом вновь происходило смешение экономических и идеологических подходов к действительности. В программных выступлениях М.С. Горбачева, наряду с провозглашением рыночных ориентиров, делался упор на особый характер «социалистического рынка», «социалистической конкуренции», «планово - рыночного хозяйства» и т.п.

Но, несмотря на трудности и общую экономическую нестабильность, процесс становления коммерческого предпринимательства неуклонно продвигался. Развитие предпринимательства и торговли включало в себя несколько этапов. На первом этапе вступили в  действие Законы РСФСР от 24 октября 1990 г. «О собственности в РСФСР»  и от 25 декабря 1990 г. «О предприятиях и предпринимательской деятельности». С этого момента деловые люди начали заниматься индивидуальной трудовой деятельностью и предпринимательством. И тогда же создаются всевозможные рыночные структуры: торговые предприятия различных организационных форм, биржи, инвестиционные, холдинговые и страховые компании, коммерческие банки, школы бизнеса и т.д. Одновременно был образован Государственный комитет по антимонопольной политике и поддержке новых структур.

На втором этапе был продолжен курс на частную собственность, предпринимательство, а также проведена масштабная приватизация. Указы, принятые Президентом (1992 г.), были  направлены на расширение предпринимательской деятельности и передачу государственного торгового имущества в собственность торговых предприятий.

Третий этап характеризовался дальнейшим развитием предпринимательства  и был связан с появлением пакета постановлений Правительства Российской Федерации (1993-1994 гг.). Среди них решающее значение имели постановления Правительства Российской Федерации: от 1 апреля 1993 г. «О фонде поддержки малого предпринимательства и развития конкуренции» и от 29 апреля 1994 г. «О мерах государственной поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации». Все  они были  направлены на реализацию государственных и муниципальных программ   поддержки предпринимательства.

С начала 1990-х годов стал формироваться не только рыночный механизм, но и новый предпринимательский слой. Юридическое основание этому процессу было положено Законом «О предприятиях и предпринимательской деятельности» (декабрь 1990 г.). Экономико-финансовой его основой стала концепция капиталов в торговой, посреднической, биржевой, банковско-финансовой сферах.  Толчком к возрождению в полном объеме коммерции в России послужили Указы Президента от 25 ноября 1991 г. «О коммерциализации деятельности предприятий торговли в РСФСР», от 12 декабря 1991 г «О едином экономическом пространстве  РСФСР»  и от 29 января 1992 г «О свободе торговли».

Анализируя вышеизложенное, можно с уверенностью сказать, что весь многовековой опыт развития российского предпринимательства, несомненно, пригодился современным коммерсантам и предпринимателям, инициативным и деловым людям, стремящимся возродить это уникальное социальное - экономическое явление.

На сегодняшний день, в рыночных условиях роль малого и среднего предпринимательства трудно переоценить. В западных странах производимая в этом секторе продукция составляет большую часть валового национального продукта экспорта, в нем сосредоточено значительное число рабочих мест. В России на сегодняшний день доля малого и среднего бизнеса в ВВП не превышает 12 %. В расчете на 1000 человек населения страны приходится лишь около 6 малых предприятий, тогда как в государствах Европейского союза не меньше 30. К тому же основное количество предприятий России сосредоточено в Москве (22% от общего количества) и Санкт - Петербурге (11%).

Создана правовая база предпринимательства  - ряд законов, статей, кодексов. С 1996 г существует фонд поддержки малого бизнеса в России. Но все же предпринимательство в нашей стране сталкивается с многочисленными трудностями, главными из которых являются: несовершенное создание правовой базы, отсутствие на практике государственной поддержки, в частности, финансовой помощи и реальной правовой защиты, налоговое бремя, криминализация, слабость  финансово - кредитной системы и т.д.

Все это приводит к медленному развитию предпринимательства в стране, его неравномерности по отраслям и регионам, так например, в некоторых регионах малый бизнес незаметен, тогда как в доходы бюджета Москвы от данного вида деятельности  составляют почти 40%, что в свою очередь крайне негативно сказывается на экономике России, благосостоянии населения.

Сегодня в России малый бизнес действует в условиях крайне неустойчивой среды, что требует у современного предпринимателя активности в поиске возможностей, стремлении к изменению и совершенствованию работы предприятий.

Несмотря на все трудности, предпринимательство в России должно развиваться и содействовать этому будет не только государство, но и новаторы, деловые люди, предприниматели. За их плечами - бесценный опыт истории, трудовых традиций, культура лучших людей России, на знание и опыт которых всегда можно опереться в преодолении преград, в достижении  побед.[4]

* 1. Роль малого и среднего предпринимательства в экономике России

Малое предприятие – это фирма, которая не доминирует в своей области, а хозяин – это независимый владелец, осуществляющий руководство малым числом подчинённых в сравнении с другими фирмами той же отрасли.

Микро-предприятия относятся к очень небольшому бизнесу. Они часто включают единоличного, редко двух собственников, а также сферу семейного бизнеса. Большинство микро-предприятий имеет незначительный капитал, обладают ограниченными техническими и бизнес-навыками. При этом большинство таких предприятий демонстрируют жизнеспособность малого предпринимательства.

Средние предприятия проходят по границе малых и крупных фирм. Как правило, под средним понимают предприятие, которое управляется менеджером, находящимся под контролем собственников-акционеров и подпадает под верхнюю границу предельных значений, установленных для малого предпринимательства.

Деятельность большей части малых предприятий несет социальную нагрузку и объединяет социально-незащищенные группы населения. Поэтому роль малых предприятий на современном этапе состоит в поддержке усилий слабозащищенных групп населения по выживанию.

Малые и средние предприятия являются традиционной и важной частью экономики практически всех стран, в том числе и индустриально развитых. Естественно, что развитие малых предприятий в различных странах имеет свои особенности, вытекающие из исторических традиций, а также сложившейся роли и места небольших предприятий в экономике страны. И, как правило, зависит от достигнутого уровня концентрации и индустриализации экономики, а также от целей, стоящих перед сферой малого и среднего предпринимательства в новых социально-экономических условиях.

Малое и среднее предпринимательство – это не только источник средств существования, но и средство раскрытия творческих и интеллектуальных возможностей людей.

Малое и среднее предпринимательство имеет ряд преимуществ, являющихся объективными предпосылками важной роли субъектов малого бизнеса в системе воспроизводства. Это высокая гибкость и оперативность в принятии решений, восприимчивость к нововведениям, быстрая адаптация к внешним воздействиям, быстрая оборачиваемость средств, высокий уровень специализации производства и труда.

Предпринимательство – это система хозяйствования, основой которой выступает комплекс природных, материально-технических, трудовых и интеллектуальных ресурсов, объединённых для получения предпринимательского дохода на инновационной и рисковой основе.

Предпринимательство ‑ это совершенно новый тип бизнеса, основанный на инновационном поведении собственника предприятия, обладающего глубоким мышлением, базирующимся на высоком интеллектуальном капитале. Предпринимательство имеет корни со времен купечества, именно их именовали предпринимателями и сравнивали с финансистами. Предпринимательство характеризовалось как служение обществу, при этом отличалось духом нестяжательства, идеала трудолюбия, служения высокой духовности и благотворительности.

Предпринимательство представляет собой один из ключевых элементов экономической жизни всякого обществ, а не только рыночного образца. Во всяком случае, отказ от принципов социалистического хозяйствования, его методов, наработок, навыков автоматически не привёл к коренному повороту жизни населения, 70% которого прозябает в настоящее время за чертой бедности.

Глубоко ошибочной представляется позиция тех ученых, которые считают, что предпринимательство для России – это практически новый вид социально-экономической деятельности населения. За годы советской власти в стране был потерян накопленный опыт предпринимательской деятельности. В СССР она была практически запрещена с конца 30-х годов прошлого века.

Начало возрождения частного предпринимательства было положено принятием в 1987 г. закона «Об индивидуальной трудовой деятельности», который сформулировал новую институциональную задачу для частного бизнеса, а также основы формирования предпринимательства.

Но, возвращаясь к тезису о том, что предпринимательство было запрещено советской властью, можно ли, положа руку на сердце, запретить талант, предприимчивость, изобретательность? Человеку хоть сколько-нибудь знакомому с историей советского периода хорошо известны какие возможности предпринимательства открыла советская власть широким массам советских людей в самых разных областях общественной, экономической, технической, научной жизни.

«Время вперёд» – знаменитый лозунг первых советских пятилеток, когда страна строила, училась и растила такие предпринимательские кадры. Создатели новых отраслей промышленности, которых не было в царской России: авиационной, танкостроения и тракторостроения и т.д. Все они были предпринимателями самого высокого класса. Однако подчеркнем, что в 30-е годы в СССР было запрещено не предпринимательство, а извлечение прибыли за счёт эксплуатации наёмной рабочей силы.

В этой связи следует различать предпринимательство в капиталистическом обществе и предпринимательство при социализме. По содержанию они мало, чем различаются, но по целевым параметрам различаются существенно.

Дух капитализма, воспетый М. Вебером в рамках протестантской этики и воплощённый в вечной погоне за наживой, личной выгодой, который К. Маркс назвал основным движущим мотивом предпринимательской деятельности, есть в тоже время, квинтэссенция капитализма как социально-экономической системы.

Дух социализма имел в своей основе совсем другой движущей мотив – это не личная прибыль, а служение своему народу, хотя и в этом и в другом случае присутствует мотивация предпринимательской активности как таковой. Радость и удовлетворение от процесса и результатов самостоятельной деятельности, которой присущи инновации и поиски точки наиболее благоприятных условий приложения сил, у предпринимателей-капиталистов ‑ во имя личной выгоды, у предпринимателей социалистической направленности – во имя интересов общества.

Именно эта разница в целевых устремлениях предпринимателей в рамках различных экономических систем обуславливает до сих пор особенности развития предпринимательской деятельности в России в новых социально-экономических условиях.

В последнее время в прессе и по телевидению люди встречаются со словами бизнес и предпринимательство, раскроем сущность этих понятий.

Предпринимательство создаёт предпосылки для появления и функционирования бизнеса и, внедряя инновации в функционирующий рынок, взрывает его структуру, тем самым провоцирует появления разветвлённой сети сильного бизнеса.

Бизнес принимает пальму первенства и начинает использовать внедрённые инновации, тем самым способствуя появлению сильного разветвлённого бизнеса, который в дальнейшем успокаивает рынок до следующих новых внедрений инноваций со стороны предпринимательства. При этом малый бизнес – это любая экономическая деятельность на малых предприятиях, приносящая прибыль.

В малом бизнесе главным субъектом выступает предприниматель, рационально соединяющий факторы производства на личной инновационной, инициативной, рисковой основе под свою полную экономическую ответственность с целью получения прибавочной стоимости (предпринимательского дохода). Малое предпринимательство представляет собой многочисленную группу мелких собственников, в значительной мере определяющих социально- экономический и в определённой мере политический уровень развития цивилизованных стран.

Таким образом, бизнес и предпринимательство – это две неразрывно связанные структуры способные влиять на развитие экономики стран и отдельных регионов. Сейчас это мнение разделяют многие политики, экономисты и практики, однако по их же утверждению признание значения предпринимательства по-прежнему недооценивается в нашей стране.

Именно поэтому перед правительством остро стоит задача о необходимости изменения приоритетов в социально-экономической политике, суть которой состоит в переходе от экспорта сырья и энергоресурсов к производству и экспорту промышленной продукции.

Очевидно, что решение данной проблемы потребует существенного повышения конкурентоспособности российской промышленной продукции и как следствие развития предпринимательства как малого, так и крупного.

Однако в условиях высокой инфляции, высокой учётной и банковской ставки, стремительного сокращения промышленного производства и общей нестабильности, а также распада инфраструктуры и кадрового потенциала тех научных направлений, которые связаны с разработкой новой продукции ‑ сделать это будет не очень просто.

Нельзя забывать, что сокращение объёмов финансирования науки и научного обслуживания не может не отразиться на инновационной активности и это далеко не последняя из проблем тормозящая развитие предпринимательства.

На следующем месте стоит низкий платёжеспособный спрос, который влечёт за собой длительную окупаемость новшеств, высокие риски, связанные с новаторством продукции, и высокие финансово-экономические риски, характерные для неустойчивой экономики, и усиленные слабостью обеспечения экономической деятельности, которая проявляется в критическом отношении многих национальных производителей к российским разработкам, выполненным в последнее время. Это объясняется тем, что недостаточное финансирование провоцирует научно-исследовательские и конструкторские коллективы поставлять на рынок «сырые продукты и технологии», что повышает коммерческие риски фирм, принимающих на себя внедрение инноваций.

Вместе с тем при явном интересе предпринимателей к инновационной деятельности роль предпринимательского сектора в финансировании исследований и разработок, как показывают опубликованные статистические данные, пока относительно невелика. Во многом это объясняется нестабильностью социально-экономической ситуацией в стране, деформированностью рыночных отношений, несовершенством механизмов их регулирования, неразвитостью механизмов взаимодействия государства и предпринимательства.

Процесс становления предпринимательства в России носит сложный характер. Тем не менее, предпринимательство в складывающихся рыночных условиях постепенно становиться заметным экономическим явлением, а сами предприниматели утверждаются в качестве нового для российского общества типа хозяйствующего субъекта.[1]

1. Перспективы развития малого и среднего бизнеса в РФ
   1. Опыт развития малого предпринимательства в развитых странах

Развитие малого и среднего бизнеса (МСБ) в зарубежных странах идет более быстрыми темпами, чем в России, так как данному субъекту экономических отношений придается большее значение:  в настоящее время МСБ представляет собой средний класс, который служит базой для стабильного развития экономики зарубежных стран. На сегодняшний день в наиболее развитых зарубежных странах предприятия МСБ составляют примерно 70-90% от общего числа предприятий, например, в США в секторе МСБ работает около 53% всего работоспособного населения, в Японии – 71,7%, а в странах Европейского союза на малых предприятиях трудится примерно половина работающего населения. Более того в странах-членах Европейского союза средние предприятия составляют всего 1% от общего количества предприятий, но при этом обеспечивают 20% от общего оборота предприятий и 17% от общей занятости населения.

Многолетний опыт развития МСП в европейских странах, показал, что данный субъект экономических отношений играет огромную роль в экономике страны, которая заключается в стимулировании конкуренции, что побуждает крупные компании внедрять новые технологии и улучшать эффективность производства, следовательно, эффективность всей экономики европейского союза (ЕС) напрямую зависит от успешной деятельности МСБ. Поэтому, главная цель осуществляемой в рамках Евросоюза политики поддержки МСП заключается в установлении баланса интересов государства и бизнеса, обеспечении оптимальных условий для предпринимательской деятельности, а также увеличении конкурентоспособности субъектов МСБ.

Уникальная система регулирования и поддержки МСБ в Европе начала складываться в 70-х годах прошлого века и продолжает складываться до сих пор путем внедрения различных программ и создания фондов поддержки МСБ. На сегодняшний день основными направлениями политики ЕС в отношении развития МСП являются : финансовая поддержка МСП; упрощение нормативной базы, административных процедур в области поддержки МСБ; участие ассоциаций, представляющих интересы МСП, в принятии решений в рамках деятельности ЕС; содействие МСП в сфере исследований, инноваций и подготовки кадров; устранение нарушений в функционировании «единого рынка» и конкуренции на нем, снижающих эффективность деятельности МСП; повышение конкурентоспособности МСП, в том числе, в целях их выхода на внешние рынки; культивирование среди населения ЕС духа предпринимательства и поддержка различных форм сотрудничества между МСП.

В ЕС сложилась достаточно отлаженная инфраструктура поддержки МСП, так, например, все страны-члены ЕС имеют хорошо развитую сеть как государственных, так и частных организаций по регулированию развития и поддержке МСП. При этом политика по развитию МСБ в каждой стране ЕС разрабатывается министерствами экономики, промышленности и торговли, причем другие правительственные органы, например, министерство занятости, также участвуют в поддержке МСП, оказывая помощь данному слою предприятий в вопросах занятости, обучения, международной торговли, развития и т.д. Государственные учреждения, в частности торгово-промышленные палаты, занимаются обучением и повышением квалификации, технологическим консультированием кадров, задействованных на МСП, стимулированием международной торговли и сотрудничества, выдачей сертификатов качества, предоставлением деловой информации представителям МСП. Частные финансовые учреждения, а именно коммерческие банки, венчурные компании предоставляют кредитную поддержку МСП, а частные исследовательские и консалтинговые структуры консультируют по различным вопросам менеджмента, маркетинга, развития и внедрения информационных технологий и т.п.

В последние несколько лет в Европе широкое распространение получили интерактивные инструменты поддержки МСП, такие как информационные порталы, вебинары, видеоконференции и т.п. В качестве примера выступает Континентальная сеть в поддержку малого и среднего бизнеса (European Enteprise Network) – портал с бесплатными информационными ресурсами по поддержке МСП, который объединил в себе более 600 агентств и организаций, выполняющих роль посредника между МСП и Евросоюзом. Любой представитель МСП может относительно быстро и просто узнать обо всех возможностях развития компании, новых методах и технологиях, повышении квалификации сотрудников, оценить рискованность работы в другой стране ЕС и, главное, получить прямые контакты и всю необходимую информацию о конкретном Европейском фонде, который может софинансировать проект развития данного предприятия.

Таким образом, основные цели регулирования и поддержки МСБ в Европе состоят в укреплении единого внутреннего рынка ЕС, устранении административных барьеров для ведения МСБ, унификация законодательной базы, а также усиления взаимодействия стран ЕС для более глубокого экономического сотрудничества с другими странами.

На сегодняшний день в США зарегистрировано более 20 млн. предприятий МСБ, которые обеспечивают рабочими местами более половины трудоспособного населения страны. По подсчетам американских ученых каждая третья американская семья занята в бизнесе, а некоторые американские учебники по предпринимательству утверждают, что до 20% малых фирм США начинают с $1000–5000, и более половины из них менее чем за 2–3 года увеличивают свой ежегодный доход до $1 млн.

В отличие от Западной Европы и России, МСП в США выглядят достаточно крупно: согласно американскому законодательству к категории МСБ относятся хозяйствующие субъекты экономики с численностью персонала не более 500 человек, при этом МСП, в зависимости от того, в какой отрасли оно работает, может называться компания с числом сотрудников от 1 до 1500 человек и годовым оборотом, не превышающим $15 млн.

Принципы поддержки МСБ в США сформировались в середине 50-х годов прошлого столетия с момента создания Администрации по делам малого бизнеса (АМБ), защищающей интересы МСБ на правительственном уровне и имеющей представительства во всех крупнейших городах страны, что позволяет распространять политику на все штаты, а не только на основные экономические центры США. Государственная стратегия развития МСБ определяется «Законом о малом бизнесе», в котором говориться, что экономика страны, основанная на частном предпринимательстве и свободной конкуренции, не может развиваться без развитого сектора МСБ, который нуждается в постоянной поддержке со стороны государства, которую и обеспечивает АМБ по следующим направлениям: доступ к финансовым ресурсам, размещение в секторе не менее 23% государственного заказа, оказание финансовой, а также консультационной, технической и организационной помощи предприятиям МСБ . При этом помощь, которую оказывает государство МСП, весьма многообразна: от проведения технологической модернизации производства, содействия при осуществлении НИОКР до защиты интересов МСБ на всех уровнях власти. К настоящему времени АМБ является одной из наиболее крупных правительственных организаций, специализирующихся в поддержке МСБ, в мире: она имеет более 100 представительств во всех регионах страны с общим штатом свыше четырех тысяч сотрудников. Государственная поддержка МСП оказывается не только непосредственно структурными подразделениями АМБ или уполномоченными компаниями, партнёрскими организациями и фирмами, а также консультационными пунктами, бизнес-центрами и т.п.

Региональные представительства АМБ тесно взаимодействуют с Центрами развития предпринимательства (ЦРП), основными задачами которых является обучение представителей МСП навыкам предпринимательства и ведения бизнеса, поиск источников финансирования и предоставление консультаций по расширению действующего бизнеса. Помимо АМБ в США существует немало разнообразных программ, направленных на развитие различных сегментов МСБ, причем особенное значение придается развитию инновационного предпринимательства, что обусловлено высокой эффективностью капиталоотдачи инновационных разработок и относительно высоким количеством патентов, выданных на одного работника МСП.

Таким образом, основными направлениями поддержки и развития сектора МСБ в США являются сложившаяся устойчивая государственная система регулирования и поддержки предприятий МСБ, развитая система государственных заказов, предоставление государственных гарантий по обеспечению кредитов, выдаваемых в рамках государственных или региональных программ обеспечения доступа МСП к финансовым ресурсам, а также инвестиционное кредитование МСП, в основе которого лежит создание сети частных инвестиционных компаний, которые, используя собственный капитал и привлекая заимствованный капитал, осуществляют различные инвестиции в МСП.

В настоящее время Япония входит в число наиболее развитых государств, причем страна добилась таких значительных результатов за счет быстрого развития экономики в послевоенные годы путем совершенствования и внедрения технических достижений, разрабатываемых, в основном, сектором МСБ. На сегодняшний день ситуация значительно изменилась: хотя доля МСП в экономике страны составляет около 40%, МСП представлены, в основном, в сфере строительства, легкой промышленности и оказания услуг, а вот в производстве автомобилей, технической продукции большую долю занимают наукоемкие компании и крупные концерны. Это послужило причиной содействия правительства Японии развитию технического и наукоемкого производства именно в сфере МСБ.

Регулирование деятельности МСП в Японии осуществляется за счет правительственных организаций, таких как Управление малых предприятий, основными направлениями политики которого являются контроль выполнения МСП антимонопольного законодательства, обеспечение и поддержка интересов МСБ, ограничение контроля владельцев бизнеса, определение ответственности заказчиков и исполнителей при заключении договорных отношений и т.д. Законодательство страны устанавливает статус предприятий МСБ и размер льгот для них в соответствии с видом деятельности, а также проводит жесткое регулирование рыночной стоимости выпускаемой ими продукции, что позволяет правительству страны контролировать рост цен и сдерживать рост инфляции.

С целью облегчения механизма финансовой поддержки субъектов МСБ правительством Японии была создана Корпорация страхования МСП и ассоциации по гарантированию кредитов подобно созданию Государственных фондов для развития и поддержки МСБ Китая, США и прочих стран. Правительство Японии выделяет субсидии, займы и оказывает помощь в получении кредитов на всех этапах развития субъектов МСБ, которые принимают активное участие в развитии наукоемкой и высокотехнологичной промышленности. Государство поддерживает МСП, предоставляя услуги в сфере консалтинга, рекламы, подбора кадров, оказывая организационную помощь.

Учитывая вышеизложенное, можно сделать вывод, что в Японии сложились хорошие условия для развития МСП в различных сферах бизнеса, так как правительство страны осуществляет строгий контроль за организацией и развитием данного субъекта экономических отношений путем обеспечения выполнения антимонопольного законодательства, установления различных льгот для МСП, регулирования цен на выпускаемую продукцию, а также оказания финансовой и консультативной поддержки МСП на всех уровнях их развития.

Учитывая вышеизложенный обзор развития сектора МСБ в зарубежных странах, можно сделать вывод, что уровень развития МСБ напрямую определяет степень развития экономики страны в целом, так, например, по данным статистического исследования на 1000 российских граждан приходится примерно около 6 предпринимателей, в то время как в странах-членах ЕС не менее 30. В России доля предприятий данного сектора в общем числе всех предприятий составляет только лишь 30%, в странах ЕС МСП составляют около 90% от общего числа предприятий. МСБ в зарубежных странах является важным фактором экономического роста, вносящим весомый вклад в объемы производства, ВВП и занятость. Развитие МСБ в зарубежных странах идет более быстрыми темпами за счет адресной поддержки со стороны государства и частных коммерческих и финансовых структур. Данный субъект экономических отношений представляет собой средний класс, который служит базой для стабильного развития экономики стран.[8]

* 1. Основные приоритеты развития малого и среднего предпринимательства в Курганской области

В соответствии со Стратегией социально-экономического развития Курганской области до 2020 года малому и среднему предпринимательству отводится роль одного из основных инструментов по достижению стратегической цели - повышения уровня и качества жизни населения на основе эффективного использования человеческого и инновационно-инвестиционного потенциалов, обеспечивающих устойчивое развитие и конкурентоспособность Курганской области, увеличения продолжительности жизни населения.Курганская область целенаправленно решает вопросы по созданию благоприятных условий для субъектов малого и среднего предпринимательства (далее — субъект МСП).  
  
В настоящее время в регионе действует государственная программа Курганской области "О развитии и поддержке малого и среднего предпринимательства в Курганской области на 2014-2020 годы"  
В регионе сформирована правовая база Курганской области, регулирующая сферу малого и среднего предпринимательства.  
Созданы и осуществляют деятельность координационные и совещательные органы в области развития малого и среднего предпринимательства:  
- областной Совет по развитию малого и среднего предпринимательства при Правительстве Курганской области;  
- межведомственная комиссия по ликвидации административных ограничений в сфере малого и среднего бизнеса при Губернаторе Курганской области;  
- координационные советы по взаимодействию с субъектами МСП во всех муниципальных районах и городских округах Курганской области и в крупных сельских муниципальных образованиях.  
Созданы и осуществляют деятельность организации, образующие инфраструктуру поддержки малого и среднего предпринимательства:  
**- Государственное унитарное предприятие «Бизнес-инкубатор Курганской области».**

**- Студенческий инновационный бизнес-инкубатор «ЮВЕНТА».**    
**- Бизнес-инкубатор Курганского государственного университета**

**- Студенческий бизнес-инкубатор Курганской государственной сельскохозяйственной академии им. Т.С. Мальцева.**    
**- Некоммерческая организация «Гарантийный фонд малого предпринимательства Курганской области».** 

**- Некоммерческая организация «Фонд микрофинансирования Курганской области».**

**- Некоммерческое партнерство «Центр кластерного развития Курганской области».**    
- **Центр молодежного инновационного творчества**.   
**- Открытое акционерное общество «Курганский областной технопарк».**   
**- Обособленное подразделение в ГУП «Бизнес-инкубатор Курганской области» «Курганский региональный центр поддержки экспорта».**  Финансово-кредитная поддержка малому бизнесу предоставляется через выделение субсидий субъектам МСП, осуществляющих приоритетный вид деятельности:  
- производство инновационной продукции;  
- производство и переработка сельскохозяйственной продукции;  
- производство промышленной продукции;  
- производство продукции строительного назначения;  
- оказание услуг в сфере здравоохранения, образования, культуры, жилищно-коммунального хозяйства, спорта, въездного и внутреннего туризма;  
- добыча и реализация общераспространенных полезных ископаемых;  
- осуществление ремесленной деятельности, деятельности в области народных художественных промыслов;  
- оказание автотранспортных услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом (за исключением услуг такси).

**Основные виды поддержки согласно государственной программы Курганской области «О развитии и поддержке малого и среднего предпринимательства в Курганской области на 2014-2020 годы»:**

**1. Гранты начинающим субъектам малого предпринимательства на создание собственного бизнеса**.Гранты предоставляются на конкурсной основе в виде безвозмездных и безвозвратных денежных средств в целях компенсации затрат на создание собственного бизнеса, в том числе расходов, связанных с началом предпринимательской деятельности, передачей прав на франшизу (паушальный взнос) и приобретением оборудования при заключении договора коммерческой концессии. Гранты предоставляются при условии софинансирования начинающим субъектом малого предпринимательства расходов на реализацию проекта в размере не менее 15% от размера получаемого гранта.  
Максимальная сумма гранта - 300 тыс. руб.  
**2. Содействие развитию лизинга оборудования субъектами малого и среднего предпринимательства**  
Поддержка осуществляется путем выделения субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства на субсидирование одного из следующих видов затрат, связанных с уплатой субъектом малого и среднего предпринимательства (далее — субъект МСП):  
- процентов по договорам лизинга оборудования (за исключением легковых транспортных средств);  
- первого взноса при заключении договора лизинга оборудования (за исключением легковых транспортных средств).  
Размер субсидии на первый взнос составляет 50% документально подтвержденных затрат, связанных с оплатой первого взноса при заключении договора лизинга оборудования, и не может превышать 1,1 млн. рублей на одного субъекта МСП.  
**3. Субсидирование части процентной ставки по кредитам, привлеченным**  
субъектами малого и среднего предпринимательства в кредитных организациях на реализацию проектов  
Привлеченные субъектами МСП кредитные средства должны быть направлены на строительство для собственных нужд производственных зданий, строений, сооружений и (или) приобретение оборудования в целях создания и (или) развития и (или) модернизации производства товаров (работ, услуг) и не могут быть использованы на пополнение оборотных средств. Размер субсидии по кредитам, предоставленной одному субъекту МСП, не может превышать 3,0 млн. рублей в год.  
**4. Субсидирование затрат субъектов малого и среднего предпринимательства по участию в международных и межрегиональных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях.** Субсидии субъектам МСП на компенсацию затрат по участию в международных и межрегиональных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях, за исключением расходов на проезд к месту проведения указанных мероприятий и обратно, наем жилых помещений и питание, предоставляются субъектам МСП единовременно из расчета не более двух третьих произведенных субъектами МСП затрат, связанных с участием в международных и межрегиональных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях.  
Субсидии предоставляются субъектам МСП по договорам, текущие обязательства по которым исполнены и оплачены. Размер субсидирования - не более 300 тыс. рублей на одного получателя поддержки.  
**5. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих деятельность в области ремесел, народных художественных промыслов**  
Поддержка осуществляется по следующим направлениям:  
- субсидирование части затрат субъектов МСП на развитие товаропроводящей сети по реализации ремесленных изделий и продукции (фирменных магазинов ремесленной продукции, магазинов-мастерских по производству и сбыту продукции и изделий народных художественных промыслов и ремесел);  
- субсидирование затрат субъектов МСП в области ремесел и народных художественных промыслов на сырье, расходные материалы и инструменты, необходимые для изготовления продукции и изделий.  
Субсидия предоставляется в размере не более 500 тыс. рублей на одного получателя поддержки.  
**6. Предоставление субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства на организацию групп дневного времяпрепровождения детей дошкольного возраста и иных подобных им видов деятельности по уходу и присмотру за детьми**  
Субсидии предоставляются субъектам МСП на условиях долевого финансирования целевых расходов, связанных с организацией групп дневного времяпрепровождения детей дошкольного возраста и иных подобных им видов деятельности по уходу и присмотру за детьми.  
Уровень софинансирования субъектом МСП расходов на реализацию проекта - не менее 15 % от размера получаемой субсидии. Размер субсидии — не более 1,0 млн. рублей на одного получателя поддержки.  
В случае необходимости привлечения кредитных ресурсов субъекты предпринимательства могут воспользоваться услугами организаций инфраструктуры поддержки субъектов МСП:  
**1. Микрофинансирование субъектов МСП.**  
Займы предоставляются в размере до 1,0 млн. рублей на один субъект МСП, сроком до 1 года по ставке 10%.

**2. Предоставление поручительств по финансовым обязательствам.**  
Поручительство предоставляется на сумму не более 70 процентов от объема обязательств субъекта МСП.

**Обязательные условия поддержки предпринимателей:**  
- обеспечение уровня оплаты труда работников не ниже размера минимальной заработной платы в Курганской области, установленной Соглашением о размере минимальной заработной платы в Курганской области, заключенным в соответствии со статьей 133¹ Трудового кодекса Российской Федерации;  
- отсутствие задолженности по платежам в бюджеты всех уровней и во внебюджетные фонды;  
- создание новых рабочих мест. В случае сокращения численности работников субъекты предпринимательства лишаются права на получении ежемесячных субсидий по кредитам и договорам лизинга;  
- предоставление в течение двух лет Анкеты получателя поддержки, где указываются: изменение численности работников и заработной платы, объем налогов, сборов и страховых взносов.  
В Курганской области ведется реестр социально ответственных и социально безответственных представителей предпринимательства Курганской области. На сегодняшний день в него включено 12 субъектов малого и среднего предпринимательства из 10 муниципальных районов и городских округов Курганской области. Ознакомиться с реестром можно на сайте Департамента экономического развития, торговли и труда Курганской области.[10]

Заключение

В заключении курсовой работы можно сделать сделать следующие выводы:

## - малый и средний бизнес представляет собой особую модель бизнеса, ограниченную такими условиями, как численность занятых, размеры капитала, масштаб производства. Функционирование предприятия малого бизнеса на локальном рынке, быстрое реагирование на изменение конъюнктуры этого рынка, активное взаимодействие с потребителем, узкая специализация производства, низкая капиталоемкость бизнеса – данные преимущества повышают устойчивость на внутреннем рынке. Однако быстрое реагирование малых и средних предприятий на изменения условий функционирования делает его, с одной стороны, более мобильным и приспосабливаемым, с другой – зависимым от конъюнктуры рынка, динамики внешних социально-экономических и политических условий. Небольшой капитал сужает рамки производства, ограничивает возможность привлечения дополнительных научно-технических, финансовых, производственных, трудовых ресурсов.

- Процесс становления предпринимательства в России носит сложный характер. Тем не менее, предпринимательство в складывающихся рыночных условиях постепенно становиться заметным экономическим явлением, а сами предприниматели утверждаются в качестве нового для российского общества типа хозяйствующего субъекта.

- уровень развития малого и среднего бизнеса(МСБ) напрямую определяет степень развития экономики страны в целом. МСБ в зарубежных странах является важным фактором экономического роста, вносящим весомый вклад в объемы производства, ВВП и занятость. Развитие МСБ в зарубежных странах идет более быстрыми темпами за счет адресной поддержки со стороны государства и частных коммерческих и финансовых структур.

- В Курганской области активно поддерживается инициатива малых и средних предприятий, также ведется реестр социально ответственных и социально безответственных представителей предпринимательства Курганской области. На сегодняшний день в него включено 12 субъектов малого и среднего предпринимательства из 10 муниципальных районов и городских округов Курганской области. Ознакомиться с реестром можно на сайте Департамента экономического развития, торговли и труда Курганской области.