

## ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УСТОЙЧИВОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРОМЫШЛЕННОГО БИЗНЕСА

### 1.1. Сущность и функции малого бизнеса

Процесс развития малого бизнеса напрямую связан с процессом развития предпринимательства или коммерческой деятельности. Предпринимательство в России зародилось еще в Киевской Руси в торговой форме и в виде промыслов. Первыми предпринимателями можно считать мелких торговцев и купцов. Наибольшее развитие предпринимательства относится к годам правления Петра I (1689-1725), когда по всей России создавались мануфактуры, бурное развитие получили такие отрасли промышленности, как горная, оружейная, суконная, полотняная. Известнейшим представителем династии предпринимателей промышленности в ту пору была семья Демидовых [11, с. 16-17].

Екатерина II, продолжая традиции Петра I, проявляла интерес к развитию промышленности, как крупной, так и мелкой. Именно в этот период произошел рост кустарной промышленности. Полотно кустарной промышленности в ту эпоху представляло наиболее популярный товар для вывоза за границу. В этот же период были сняты ограничения по торговле для Архангельского торгового порта, что также стимулировало развитие коммерции [11, с. 18].

Дальнейшее развитие предпринимательства сдерживалось существованием крепостного права. До реформы Александра II по отмене крепостного права развитие предпринимательства мало чем выделяется, за исключением того, что Отечественная война 1812 г. нанесла большой ущерб экономике России.

Реформа 60-х гг. XIX в. дала мощный толчок к развитию социально-экономической жизни России, экономика перешла на капиталистический путь развития. Началось строительство железных дорог. Развитие и

### 1.2. Предпринимательство и малый бизнес: исторические вехи развития

Процесс развития малого бизнеса напрямую связан с процессом развития предпринимательства или коммерческой деятельности. Предпринимательство в России зародилось еще в Киевской Руси — в торговой форме и в виде промыслов. Первыми предпринимателями можно считать мелких торговцев и купцов. Наибольшее развитие предпринимательства относится к годам правления Петра I (1689—1725), когда по всей России создавались мануфактуры, бурное развитие получили такие отрасли промышленности, как горная, оружейная, суконная, полотняная. Известнейшим представителем династии предпринимателей промышленности в ту пору была семья Демидовых.

Екатерина II, продолжая традиции Петра I, проявляла интерес к развитию промышленности, как крупной, так и мелкой. Именно в этот период произошел рост кустарной промышленности. Полотно кустарной промышленности в ту эпоху представляло наиболее популярный товар для вывоза за границу. В этот же период были сняты ограничения по торговле для Архангельского торгового порта, что также стимулировало развитие коммерции.

Дальнейшее развитие предпринимательства сдерживалось существованием крепостного права. До реформы Александра II по отмене крепостного права, развитие предпринимательства мало чем выделяется, за исключением того, что Отечественная война 1812 г. нанесла большой ущерб экономике России.

Реформа 60-х гг. XIX в. дала мощный толчок к развитию социально-экономической жизни России, экономика перешла на капиталистический путь развития. Началось строительство железных дорог, была реор-

переустройству промышленности в то время способствовал иностранный капитал. В 90-е г. XIX в. в России окончательно сложилась индустриальная база предпринимательства. В тот период формируется рынок рабочей силы, развивается акционерно-паевая форма предпринимательства, открываются частные акционерные банки: коммерческий, земельный и др. К началу XX в. в российской экономике 2/3 всей промышленной продукции производилось в акционерных, паевых и других коллективных формах предпринимательской деятельности. Особо доходными были вложения средств в хлопчатобумажное производство, в торговлю и кредит. Начался процесс монополизации фирм. Среди крупных фирм известны «Продамет», «Продвагон», «Продуголь», и др. В конце XIX – начале XX в.в. Россия завоевала большой международный авторитет торговой державы на мировом рынке. В начале XX в. предпринимательство становится массовым явлением в России.

Первая мировая война, а затем и события 1917 г. привели к резкому повороту событий. К сожалению, в России после окончания первой мировой войны и завершения двух революций – Февральской и Октябрьской – обозначился курс на ликвидацию рыночных экономических связей. Были национализированы все крупные предприятия, экспропрированы средства производства и имущество всех частных предпринимателей. Отношение государственной власти к предпринимательству и коммерции было чаще всего отрицательным. Например, в период военного коммунизма коммерческая деятельность была полностью запрещена [15, с. 34-35].

Некоторое оживление в предпринимательскую деятельность внесла новая экономическая политика – НЭП (1921-1926) в связи с развитием товарно-денежных отношений и хозяйственного расчета. В этот период возродились ярмарки и товарные биржи, правда, ведущую роль в биржевой торговле играл не частный бизнес, а государственные структуры [147, с. 10].

Однако с конца 20-х годов XX века предпринимательство вновь свертывается, и лишь в 90-е годы началась его реанимация в России.

ность. Развитию и переустройству промышленности в то время способствовал иностранный капитал. В 90-е г. XIX в. в России окончательно сложилась индустриальная база предпринимательства. В тот период формируется рынок рабочей силы, развивается акционерно-паевая форма предпринимательства, открываются частные акционерные банки: коммерческий, земельный и др. К началу XX в. в российской экономике 2/3 всей промышленной продукции производилось в акционерных, паевых и других коллективных формах предпринимательской деятельности. Особо доходными были вложения средств в хлопчатобумажное производство, в торговлю и кредит. Начался процесс монополизации фирм. Среди крупных фирм известны «Продамет», «Продвагон», «Продуголь», и др. В конце XIX – начале XX в. Россия завоевала большой международный авторитет торговой державы на мировом рынке. В начале XX в. предпринимательство становится массовым явлением в России.

Первая мировая война, а затем и события 1917 г. привели к резкому повороту событий. К сожалению, в России после окончания Первой мировой войны и завершения двух революций — Февральской и Октябрьской — обозначился курс на ликвидацию рыночных экономических связей. Были национализированы все крупные предприятия, экспропрированы средства производства и имущество всех частных предпринимателей. Отношение государственной власти к предпринимательству и коммерции были чаще всего отрицательным. Например, в период военного коммунизма коммерческая деятельность была полностью запрещена.

Некоторое оживление в предпринимательскую деятельность внесла новая экономическая политика — НЭП (1921—1926), в связи с развитием товарно-денежных отношений и хозяйственного расчета. В этот период возродились ярмарки и товарные биржи, правда, ведущую роль в биржевой торговле играл не частный бизнес, а государственные структуры.

О.Э. Башина, выделяет как отдельный этап в развитии коммерции Косыгинскую реформу 1965 года в связи с попыткой осуществить хозяй-

В октябре 1990 г. был принят Закон «О собственности в РСФСР», в декабре 1990 г. – Закон «О предприятиях и предпринимательской деятельности». С того момента, когда частная собственность и предпринимательская деятельность были восстановлены в своих правах, началось развитие акционерных обществ, товариществ и других форм деятельности.

Для исследования исторического пути развития малого бизнеса, его периодизации и раскрытия его значения воспользуемся работами ученых, некоторые из которых считают, что коммерция адекватна понятию торговли как процессу обмена товара на деньги (в категорию коммерсантов попадают и производители, так как они не только производят, но и сбывают товар). Следовательно, можно утверждать, что развитие коммерции способствует развитию частного предпринимательства, а значит и малого бизнеса.

Периодизацию развития малого предпринимательства в новейшей истории России можно представить, положив в основу выделения этапов нормативно-правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность и меняющие условия ее осуществления (табл.1.1).

Таблица 1.1

Законодательные акты, формирующие сектор малого промышленного предпринимательства в новейшей истории России

Нормативный акт	Дата принятия	Основное содержание	Последствия применения
1	2	3	4
I ЭТАП. РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРОМЫШЛЕННОГО БИЗНЕСА			
1. Закон СССР «О кооперации в СССР»	26 августа 1988 г.	Созданы привилегированные условия одной форме собственности (отсутствие для кооперативов платежей в бюджет, возможность устанавливать неограниченные надбавки к заработной плате работников кооперативов)	Отток квалифицированной рабочей силы с государственных предприятий в кооперативы

ственную реформу [40,74]. Однако нам кажется лишним в данной работе выделять этот период в связи с его небольшой значительностью для объекта исследования, поэтому можно сказать, что с конца 20-х г. предпринимательство вновь сворачивается, и лишь в 90-е г. началась его реанимация в России.

В октябре 1990 г. был принят Закон «О собственности в РСФСР», в декабре 1990 г. — Закон «О предприятиях и предпринимательской деятельности». С того момента, когда частная собственность и предпринимательская деятельность были восстановлены в своих правах, началось развитие акционерных обществ, товариществ и других форм деятельности.

Процесс развития предпринимательства, в том числе и малого, в новейшей истории России протекает уже более 10 лет с переменным успехом. Бесспорно, это вызывает наибольший интерес в изучении, поэтому данный этап будет рассмотрен ниже более подробно.

Для представления исторического пути развития малого бизнеса в этапы и раскрытия его значения, будет интересно использовать научный материал О.Э. Башиной. Автор считает, что коммерция адекватна понятию торговли, как процессу обмена товара на деньги (в категорию коммерсантов попадают и производители, так как они не только производят, но и сбывают товар), следовательно, можно утверждать, что развитие коммерции способствует развитию частного предпринимательства, а значит и малого бизнеса. Следовательно, можно предложить следующие этапы становления малого бизнеса в России. Частично (до 90-х гг. XX в.) схема приводится по О.Э. Башиной с изменениями и дополнениями относительно малого бизнеса [40,77] (табл. 2).

Большой интерес представляет рассмотрение законодательных документов, регламентирующих деятельность малого бизнеса в стране в хронологической последовательности начиная с 90-х гг. Данная таблица

В октябре 1990 г. был принят Закон «О собственности в РСФСР», в декабре 1990 г. – Закон «О предприятиях и предпринимательской деятельности». С того момента, когда частная собственность и предпринимательская деятельность были восстановлены в своих правах, началось развитие акционерных обществ, товариществ и других форм деятельности.

Для исследования исторического пути развития малого бизнеса, его периодизации и раскрытия его значения воспользуемся работами ученых, **некоторые из которых считают, что коммерция адекватна понятию торговли как процессу обмена товара на деньги (в категорию коммерсантов попадают и производители, так как они не только производят, но и сбывают товар). Следовательно, можно утверждать, что развитие коммерции способствует развитию частного предпринимательства, а значит и малого бизнеса.**

Периодизацию развития малого предпринимательства в новейшей истории России можно представить, положив в основу выделения этапов нормативно-правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность и меняющие условия ее осуществления (табл. 1.1).

Таблица 1.1

**Законодательные акты, формирующие сектор малого промышленного предпринимательства в новейшей истории России**

Нормативный акт	Дата принятия	Основное содержание	Последствия применения
1	2	3	4
<b>I ЭТАП. РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРОМЫШЛЕННОГО БИЗНЕСА</b>			
1. Закон СССР «О кооперации в СССР»	26 августа 1988 г.	Созданы привилегированные условия одной форме собственности (отсутствие для кооперативов платежей в бюджет, возможность устанавливать неограниченные надбавки к заработной плате работников кооперативов)	Отток квалифицированной рабочей силы с государственных предприятий в кооперативы

ственную реформу [40,74]. Однако нам кажется лишним в данной работе выделять этот период в связи с его небольшой значительностью для объекта исследования, поэтому можно сказать, что с конца 20-х г. предпринимательство вновь сворачивается, и лишь в 90-е г. началась его реанимация в России.

В октябре 1990 г. был принят Закон «О собственности в РСФСР», в декабре 1990 г. — Закон «О предприятиях и предпринимательской деятельности». С того момента, когда частная собственность и предпринимательская деятельность были восстановлены в своих правах, началось развитие акционерных обществ, товариществ и других форм деятельности.

Процесс развития предпринимательства, в том числе и малого, в новейшей истории России протекает уже более 10 лет с переменным успехом. Бесспорно, это вызывает наибольший интерес в изучении, поэтому данный этап будет рассмотрен ниже более подробно.

Для представления исторического пути развития малого бизнеса в этапы и раскрытия его значения, будет интересно использовать научный материал О.Э. Башинной. Автор считает, что коммерция адекватна понятию торговли, как процессу обмена товара на деньги (в категорию коммерсантов попадают и производители, так как они не только производят, но и сбывают товар), следовательно, можно утверждать, что развитие коммерции способствует развитию частного предпринимательства, а значит и малого бизнеса. **Следовательно, можно предложить следующие этапы становления малого бизнеса в России. Частично (до 90-х гг. XX в.) схема приводится по О.Э. Башинной с изменениями и дополнениями относительно малого бизнеса [40,77] (табл. 2).**

Большой интерес представляет рассмотрение законодательных документов, регламентирующих деятельность малого бизнеса в стране в хронологической последовательности начиная с 90-х гг. Данная таблица

предприятий к малым, определяет формы государственной поддержки малого бизнеса, налогообложения и некоторые другие.

Необходимо отметить, что для современной экономики России характерна сложная комбинация различных по масштабам производств – крупных и небольших. С одной стороны, устойчивой тенденцией научно-технического прогресса является концентрация производства. Именно крупные фирмы располагают большими материальными, финансовыми, трудовыми ресурсами, квалифицированными кадрами. Они способны вести крупномасштабные научно-технические разработки, которые и определяют важнейшие технологические сдвиги. С другой стороны, в последнее время выявился небывалый рост малого предпринимательства, особенно в тех сферах, где пока не требуется значительных капиталов, больших объемов оборудования и кооперации множества работников. Малых предприятий особенно много в наукоемких видах производства, а также в отраслях, связанных с производством потребительских товаров. Большое значение имеет способность предприятий малого бизнеса расширять сферу приложения труда, создавать новые возможности не только для трудоустройства, но, прежде всего, для предпринимательской деятельности населения, развертывания его творческих сил и использования свободных производственных мощностей.

Учитывая это, следует согласиться с М.Г. Лапуста, отмечающим, что поступательное развитие малого бизнеса является важнейшим фактором успешного решения следующих проблем: формирование конкурентных цивилизованных рыночных отношений, способствующих лучшему удовлетворению потребностей населения и общества в товарах (работах, услугах); расширение ассортимента и повышение качества товаров и работ, услуг; приближение производства товаров и услуг к конкретным потребителям; содействие структурной перестройке экономики; создание дополнительных рабочих мест, сокращение уровня безработицы; более эффективное использование творческих способностей людей, раскрытие их

## 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ МАЛЫМ БИЗНЕСОМ

### 1.1. Управление малым бизнесом как экономико-правовая категория

Для современной экономики России характерна сложная комбинация различных по масштабам производств – крупных и небольших. С одной стороны, устойчивой тенденцией научно-технического прогресса является концентрация производства. Именно крупные фирмы располагают большими материальными, финансовыми, трудовыми ресурсами, квалифицированными кадрами. Они способны вести крупномасштабные научно-технические разработки, которые и определяют важнейшие технологические сдвиги. С другой стороны, в последнее время выявился небывалый рост малого предпринимательства, особенно в тех сферах, где пока не требуется значительных капиталов, больших объемов оборудования и кооперации множества работников. Малых предприятий особенно много в наукоемких видах производства, а также в отраслях, связанных с производством потребительских товаров. Большое значение имеет способность предприятий малого бизнеса расширять сферу приложения труда, создавать новые возможности не только для трудоустройства, но прежде всего для предпринимательской деятельности населения, развертывания его творческих сил и использования свободных производственных мощностей.

Учитывая это, следует согласиться с М.Г. Лапуста, отмечающим, что поступательное развитие малого бизнеса является важнейшим фактором успешного решения следующих проблем: формирование конкурентных цивилизованных рыночных отношений, способствующих лучшему удовлетворению потребностей населения и общества в товарах (работах, услугах); расширение ассортимента и повышение качества товаров и работ, услуг; приближение производства товаров и услуг к конкретным потребителям; содействие структурной перестройке экономики; создание дополни-

талантов, освоение различных видов ремесел, народных промыслов; вовлечение в трудовую деятельность отдельных групп населения, для которых крупное производство налагает определенные ограничения (домохозяйки, пенсионеры, инвалиды, учащиеся); формирование социального слоя собственников, владельцев предприятий (фирм, компаний); активизация научно-технического прогресса; освоение и использование местных источников сырья и отходов крупных производств; содействие деятельности крупным предприятиям путем изготовления и поставки комплектующих изделий и оснастки, создания вспомогательных и обслуживающих производств; освобождение государства от низкорентабельных и убыточных предприятий за счет их аренды и выкупа [103, с. 136]. Все эти и другие экономические и социальные функции малого предпринимательства ставят его развитие в разряд важнейших государственных задач, делают его неотъемлемой частью реформирования экономики России.

Малое предпринимательство играет большую роль в экономике любых стран, даже развитых, так как ему свойственны определенные преимущества, к которым относятся:

- более низкая потребность в первоначальном капитале и способность быстро вводить изменения в продукцию и процесс производства в ответ на требования местных рынков;
- относительно более высокая оборачиваемость собственного капитала;
- широкое использование местных материальных и трудовых ресурсов;
- относительно невысокие расходы при осуществлении деятельности;
- большая независимость действий субъектов малого предпринимательства;
- гибкость и оперативность в принятии и выполнении принимаемых решений;
- большая возможность для индивидуума реализовать свои идеи, проявить способности.

тельных рабочих мест, сокращение уровня безработицы; более эффективное использование творческих способностей людей, раскрытие их талантов, освоение различных видов ремесел, народных промыслов; вовлечение в трудовую деятельность отдельных групп населения, для которых крупное производство налагает определенные ограничения (домохозяйки, пенсионеры, инвалиды, учащиеся); формирование социального слоя собственников, владельцев предприятий (фирм, компаний); активизация научно-технического прогресса; освоение и использование местных источников сырья и отходов крупных производств; содействие деятельности крупным предприятиям путем изготовления и поставки комплектующих изделий и оснастки, создания вспомогательных и обслуживающих производств; освобождение государства от низкорентабельных и убыточных предприятий за счет их аренды и выкупа [99,136]. Все эти и другие экономические и социальные функции малого предпринимательства ставят его развитие в разряд важнейших государственных задач, делают его неотъемлемой частью реформирования экономики России.

Малое предпринимательство играет такую большую роль в экономике любых стран, даже развитых, так как ему свойственны определенные преимущества, к которым относятся:

- более низкая потребность в первоначальном капитале и способность быстро вводить изменения в продукцию и процесс производства в ответ на требования местных рынков;
- относительно более высокая оборачиваемость собственного капитала;
- широкое использование местных материальных и трудовых ресурсов;
- относительно невысокие расходы при осуществлении деятельности;
- большая независимость действий субъектов малого предпринимательства;

талантов, освоение различных видов ремесел, народных промыслов; вовлечение в трудовую деятельность отдельных групп населения, для которых крупное производство налагает определенные ограничения (домохозяйки, пенсионеры, инвалиды, учащиеся); формирование социального слоя собственников, владельцев предприятий (фирм, компаний); активизация научно-технического прогресса; освоение и использование местных источников сырья и отходов крупных производств; содействие деятельности крупным предприятиям путем изготовления и поставки комплектующих изделий и оснастки, создания вспомогательных и обслуживающих производств; освобождение государства от низкорентабельных и убыточных предприятий за счет их аренды и выкупа [103, с. 136]. Все эти и другие экономические и социальные функции малого предпринимательства ставят его развитие в разряд важнейших государственных задач, делают его неотъемлемой частью реформирования экономики России.

Малое предпринимательство играет большую роль в экономике любых стран, даже развитых, так как ему свойственны определенные преимущества, к которым относятся:

- более низкая потребность в первоначальном капитале и способность быстро вводить изменения в продукцию и процесс производства в ответ на требования местных рынков;
- относительно более высокая оборачиваемость собственного капитала;
- широкое использование местных материальных и трудовых ресурсов;
- относительно невысокие расходы при осуществлении деятельности;
- большая независимость действий субъектов малого предпринимательства;
- гибкость и оперативность в принятии и выполнении принимаемых решений;
- большая возможность для индивидуума реализовать свои идеи, проявить способности.

- гибкость и оперативность в принятии и выполнении принимаемых решений;
- большая возможность для индивидуума реализовать свои идеи, проявить свои способности.

К преимуществам малого и среднего бизнеса, по мнению В.Я. Горфинкеля и В.А. Швандера, также можно отнести: близость к местным рынкам и приспособление к запросам клиентуры; производство малыми партиями, что невыгодно крупным фирмам; исключение лишних звеньев управления [75,147]. В то же время малому предпринимательству свойственны и определенные недостатки, определяющиеся как внутренними, так и внешними причинами и условиями его функционирования: высокая степень неустойчивости положения на рынке; зависимость от крупных компаний; недостатки в управлении делом; повышенная чувствительность к изменениям условий хозяйствования; трудности в заимствовании дополнительных финансовых средств и получении кредитов и др. Все это свидетельствует о том, что малый бизнес является важной формой предпринимательства.

Понятие «малого бизнеса» часто заменяют понятием «малое предпринимательство», «малые предприятия». Термин «предпринимательство» является очень объемным по значению и может быть исследован как комплексное междисциплинарное явление на стыке философии, социологии, экономики, психологии и юриспруденции. Термин «предпринимательство» ввел в научный оборот примерно в 1800 г. французский экономист Ж.-Б. Сэй. Он писал: «Предприниматель перемещает экономические ресурсы из области низкой производительности в область высокой производительности и прибыльности» [98,15].

Американский профессор Натаниэль Х. Леффа дает определение предпринимательства как «способность к нововведениям, инвестициям и расширению в отношении новых рынков, товаров и методов» [106,53].

К преимуществам малого и среднего бизнеса, по мнению В.Я. Горфинкеля и В.А. Швандара, также можно отнести: близость к местным рынкам и приспособление к запросам клиентуры; производство малыми партиями, что невыгодно крупным фирмам; исключение лишних звеньев управления [147, с. 147]. В то же время малому предпринимательству свойственны и определенные недостатки, определяющиеся как внутренними, так и внешними причинами и условиями его функционирования: высокая степень неустойчивости положения на рынке; зависимость от крупных компаний; недостатки в управлении делом; повышенная чувствительность к изменениям условий хозяйствования; трудности в заимствовании дополнительных финансовых средств и получении кредитов и др. Все это свидетельствует о том, что малый бизнес является важной формой предпринимательства.

Понятие «малого бизнеса» часто заменяют понятием «малое предпринимательство», «малые предприятия». Термин «предпринимательство» является очень объемным по значению и может быть исследован как комплексное междисциплинарное явление на стыке философии, социологии, экономики, психологии и юриспруденции. Термин «предпринимательство» ввел в научный оборот примерно в 1800 г. французский экономист Ж.-Б. Сэй. Он писал: «Предприниматель перемещает экономические ресурсы из области низкой производительности в область высокой производительности и прибыльности» [146, с. 15].

Американский профессор Натаниэль Х. Леффа определяет предпринимательство как «способность к нововведениям, инвестициям и расширению в отношении новых рынков, товаров и методов» [146, с. 53].

Достаточно полным выглядит определение из «Современного экономического словаря»: предпринимательство – это инициативная, самостоятельная, осуществляемая от своего имени, на свой риск, под свою имущественную ответственность деятельность граждан, физических и юридических лиц, направленная на систематическое получение дохода,

- гибкость и оперативность в принятии и выполнении принимаемых решений;
- большая возможность для индивидуума реализовать свои идеи, проявить свои способности.

К преимуществам малого и среднего бизнеса, по мнению В.Я. Горфинкеля и В.А. Швандара, также можно отнести: близость к местным рынкам и приспособление к запросам клиентуры; производство малыми партиями, что невыгодно крупным фирмам; исключение лишних звеньев управления [75,147]. В то же время малому предпринимательству свойственны и определенные недостатки, определяющиеся как внутренними, так и внешними причинами и условиями его функционирования: высокая степень неустойчивости положения на рынке; зависимость от крупных компаний; недостатки в управлении делом; повышенная чувствительность к изменениям условий хозяйствования; трудности в заимствовании дополнительных финансовых средств и получении кредитов и др. Все это свидетельствует о том, что малый бизнес является важной формой предпринимательства.

Понятие «малого бизнеса» часто заменяют понятием «малое предпринимательство», «малые предприятия». Термин «предпринимательство» является очень объемным по значению и может быть исследован как комплексное междисциплинарное явление на стыке философии, социологии, экономики, психологии и юриспруденции. Термин «предпринимательство» ввел в научный оборот примерно в 1800 г. французский экономист Ж.-Б. Сэй. Он писал: «Предприниматель перемещает экономические ресурсы из области низкой производительности в область высокой производительности и прибыльности» [98,15].

Американский профессор Натаниэль Х. Леффа дает определение предпринимательства как «способность к нововведениям, инвестициям и расширению в отношении новых рынков, товаров и методов» [106,53].

К преимуществам малого и среднего бизнеса, по мнению В.Я. Горфинкеля и В.А. Швандара, также можно отнести: близость к местным рынкам и приспособление к запросам клиентуры; производство малыми партиями, что невыгодно крупным фирмам; исключение лишних звеньев управления [147, с. 147]. В то же время малому предпринимательству свойственны и определенные недостатки, определяющиеся как внутренними, так и внешними причинами и условиями его функционирования: высокая степень неустойчивости положения на рынке; зависимость от крупных компаний; недостатки в управлении делом; повышенная чувствительность к изменениям условий хозяйствования; трудности в заимствовании дополнительных финансовых средств и получении кредитов и др. Все это свидетельствует о том, что малый бизнес является важной формой предпринимательства.

Понятие «малого бизнеса» часто заменяют понятием «малое предпринимательство», «малые предприятия». Термин «предпринимательство» является очень объемным по значению и может быть исследован как комплексное междисциплинарное явление на стыке философии, социологии, экономики, психологии и юриспруденции. Термин «предпринимательство» ввел в научный оборот примерно в 1800 г. французский экономист Ж.-Б. Сэй. Он писал: «Предприниматель перемещает экономические ресурсы из области низкой производительности в область высокой производительности и прибыльности» [146, с. 15].

Американский профессор Натаниэль Х. Леффа определяет предпринимательство как «способность к нововведениям, инвестициям и расширению в отношении новых рынков, товаров и методов» [146, с. 53].

Достаточно полным выглядит определение из «Современного экономического словаря»: предпринимательство – это инициативная, самостоятельная, осуществляемая от своего имени, на свой риск, под свою имущественную ответственность деятельность граждан, физических и юридических лиц, направленная на систематическое получение дохода,

Достаточно полным является определение из «Современного толкового словаря»: предпринимательство – это инициативная, самостоятельная, осуществляемая от своего имени, на свой риск, под свою имущественную ответственность деятельность граждан, физических и юридических лиц, направленная на систематическое получение дохода, прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг [102].

Российское законодательство содержит такое определение предпринимательской деятельности: «...предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном порядке» [1]. Как видно из данного определения, в данном случае не присутствует требование новаторства, но вводится требование возможности брать на себя риск. В любом случае современное предпринимательство можно рассмотреть как управление реализацией новых возможностей с целью оптимизации деятельности для достижения поставленных задач.

Термин «бизнес» чаще всего трактуется как деятельность, целью которой является получение прибыли. В данном случае определения Коноплицкого В. и Блека Дж. практически одинаковы [72,41]. К тому же термин «business» при переводе с английского означает бизнес или предпринимательство. Практически одинаковое по значению с предпринимательством дано определение бизнеса «Современном экономическом словаре»: бизнес – инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела. Бизнес в небольших масштабах на малых фирмах называется малым [102]. Термины «предпринимательство», «бизнес» в нашем случае не яв-

прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг [149].

Российское законодательство содержит такое определение предпринимательской деятельности: «...предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном порядке» [2]. Как видно из этого определения, в данном случае не присутствует требование новаторства, но вводится требование возможности брать на себя риск. Мы считаем, что в любом случае современное предпринимательство можно рассмотреть как управление реализацией новых возможностей с целью оптимизации деятельности для достижения поставленных задач.

Термин «бизнес» чаще всего трактуется как деятельность, целью которой является получение прибыли. К тому же термин «business» при переводе с английского означает бизнес или предпринимательство. Практически одинаковое по значению с предпринимательством дано определение бизнеса в «Современном экономическом словаре»: бизнес - инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела. Бизнес в небольших масштабах на малых фирмах называется малым [149].

Представляется, что экономическое содержание малого предпринимательства следует определять, прежде всего, исходя из функций, которые оно несет в ходе хозяйственной деятельности. По нашему мнению, малое предпринимательство – это особый вид экономической деятельности человека, связанный с эффективным использованием всех факторов производства, направленный на получение прибыли и добывание капитала,

Достаточно полным является определение из «Современного толкового словаря»: предпринимательство – это инициативная, самостоятельная, осуществляемая от своего имени, на свой риск, под свою имущественную ответственность деятельность граждан, физических и юридических лиц, направленная на систематическое получение дохода, прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг [102].

Российское законодательство содержит такое определение предпринимательской деятельности: «...предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном порядке» [1]. Как видно из данного определения, в данном случае не присутствует требование новаторства, но вводится требование возможности брать на себя риск. В любом случае современное предпринимательство можно рассмотреть как управление реализацией новых возможностей с целью оптимизации деятельности для достижения поставленных задач.

Термин «бизнес» чаще всего трактуется как деятельность, целью которой является получение прибыли. В данном случае определения Коноплицкого В. и Блека Дж. практически одинаковы [72,41]. К тому же термин «business» при переводе с английского означает бизнес или предпринимательство. Практически одинаковое по значению с предпринимательством дано определение бизнеса «Современном экономическом словаре»: бизнес – инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела. Бизнес в небольших масштабах на малых фирмах называется малым [102]. Термины «предпринимательство», «бизнес» в нашем случае не яв-

основанный на инициативе, мотивации, анализе, инновационной идее, моральном удовлетворении и содержащий в себе элемент риска.

Термины «предпринимательство», «бизнес» в нашем случае не являются главными, и, раскрыв их практически одинаковое значение, в данной работе будем считать их взаимозаменяемыми.

Часто в литературе понятия малого бизнеса и малых предприятий также не разделяют. Полагаем, что с таким отождествлением следует не согласиться, так как термины «малое предпринимательство» и «малый бизнес» шире по содержанию, чем термин «малые предприятия», так как они уже включают в себя данное понятие. Предприятие – это самостоятельный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, а заниматься бизнесом могут также и предприниматели без образования юридического лица. Определяющим для данной работы является термин «малый». Рассмотрим это понятие подробнее, используя для исследования все выше указанные термины.

Малый бизнес не поддается простому определению. Варианты подходов к определению малых предприятий, а, соответственно, и малого бизнеса, различны. Некоторые ученые выделяют количественный, качественный и комбинированный подходы к определению малых и средних предприятий. В определениях малых предприятий, основанных на количественном подходе, чаще всего используют такие легко доступные для анализа критерии, как число занятых, объем продаж (оборот), балансовая стоимость активов. Другие исследователи дают определение малого предприятия как коммерческого с ограниченным для каждого вида деятельности численностью работающих и объемом хозяйственного оборота. Главным достоинством количественных определений является удобство их использования. Такие критерии, как оборот или численность занятых, как правило, доступны для исследователей. Основными недостатками количественных подходов являются их абсолютность, отсутствие теоретической базы, определяющей выбор того или иного показателя и

яются главными, и, раскрыв их практически одинаковое значение, в данной работе, будем считать их взаимозаменяемыми.

Часто в литературе понятия малого бизнеса и малых предприятий также не разделяют. В данном случае следует не согласиться, так как термины «малое предпринимательство» и «малый бизнес» шире по содержанию, чем термин «малые предприятия», так как они уже включают в себя данное понятие. Предприятие – это самостоятельный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, а заниматься бизнесом могут также и предприниматели без образования юридического лица. Определяющим для данной работы является термин «малый». Рассмотрим его понятие подробнее, используя для исследования все выше указанные термины.

Малый бизнес не поддается простому определению. Варианты подходов к определению малых предприятий, а, соответственно, и малого бизнеса, различны. Например, А. Колесников и Л. Колесникова выделяют количественный, качественный и комбинированный подходы к определению малых и средних предприятий [71,51]. В определениях малых предприятий, основанных на количественном подходе, чаще всего используют такие легко доступные для анализа критерии, как число занятых, объем продаж (оборот), балансовая стоимость активов. Например, В.А Новиков дает определение малого предприятия как коммерческого с ограниченным для каждого вида деятельности численностью работающих и объемом хозяйственного оборота [86]. Главным достоинством количественных определений является удобство их использования. Такие критерии, как оборот или численность занятых, как правило, доступны для исследователей. Основными недостатками количественных подходов являются их абсолютность, отсутствие теоретической базы, определяющей выбор того или иного показателя и границ его изменения, и в связи с этим трудность их использования для сравнительного анализа.

границ его изменения и в связи с этим трудность их использования для сравнительного анализа.

Николас К. Сирополис [165, с. 18] из количественных критериев предлагает использовать критерий численности работников, так как он имеет больше достоинств, нежели любой другой, а именно: является инфляционно устойчивым (не влияют колебания покупательской способности денег), прозрачным (легко определять и понимать), сопоставимым (можно делать надежные сопоставления размеров предприятий в одной и той же отрасли), доступным (данные легко получить от предприятий). Администрация малого бизнеса США сформулировала критерии определения размера предприятия почти по каждой отрасли в соответствии со среднеотраслевыми показателями. Максимальное количество работников колеблется от 1500 до 500 человек в зависимости от отрасли, выручка также от 14,5 -3,5 млн. долл. [165, с. 18].

Качественные варианты определений предусматривают использование качественных критериев. Возможно также дополнение качественного определения некоторыми количественными показателями. Однако и такой подход опирается в основном на субъективные суждения и опыт, но при этом делается акцент на отличия «интуитивно» известные, присущие компаниям того или иного размера. В качестве примера можно привести определение Ван Хорна (Нидерланды, 1979 г.), который при анализе особенностей стратегического планирования малых фирм выделяет пять характерных черт, присущих им в стратегическом аспекте: относительно небольшое число производимых продуктов (технологий, услуг, ноу-хау), сравнительно ограниченные ресурсы и мощности (капитал, человеческие ресурсы и т.д.), менее развитые системы управления административных процедур и технологий, необходимых для оценки и контроля стратегического положения компании, несистематичность менеджмента, неформальность отношения к тренинговым и обучающим программам, главные управленческие должности и большинство акций удерживаются основателями предприятия и/или их

Николас К. Сирополис [106,18] из количественных критериев предлагает использовать критерий численности работников, так как он имеет больше достоинств, нежели любой другой, а именно: является инфляционно устойчивым (не влияют колебания покупательской способности денег), прозрачным (легко определять и понимать), сопоставимым (можно делать надежные сопоставления размеров предприятий в одной и той же отрасли), доступным (данные легко получить от предприятий). Администрация малого бизнеса США сформулировала критерии определения размера предприятия почти по каждой отрасли в соответствии со среднеотраслевыми показателями. Максимальное количество работников колеблется от 1500 до 500 человек в зависимости от отрасли, выручка также от 14,5 -3,5 млн долл. [106,18].

Качественные варианты определений предусматривают использование качественных критериев. Возможно также дополнение качественного определения некоторыми количественными показателями. Однако и такой подход опирается в основном на субъективные суждения и опыт, но при этом делается акцент на отличия, «интуитивно» известные, как присущие компаниям того или иного размера. В качестве примера можно привести определение Ван Хорна (Нидерланды, 1979 г.), который при анализе особенностей стратегического планирования малых фирм выделяет пять характерных черт, присущих в стратегическом аспекте малым фирмам: относительно небольшое число производимых продуктов (технологий, услуг, ноу-хау), сравнительно ограниченные ресурсы и мощности (капитал, человеческие ресурсы и т.д.), менее развитые системы управления, административных процедур и технологий, необходимых для оценки и контроля стратегического положения компании, несистематичность менеджмента, неформальность отношения к тренинговым и обучающим программам, главные управленческие должности и большинство акций удерживаются основателями предприятия и/или их родственниками. На базе этих качественных критериев, а также своего опыта консультирования в Нидерландах

родственниками. На базе этих качественных критериев, а также своего опыта консультирования в Нидерландах Ван Хорн предложил считать средними предприятия с численностью занятых от 50 до 500 человек и оборотом в 1-33 млн. ф. ст. [185, с. 53]. Другим примером качественного подхода является методика, разработанная Х. Велу, на основе исследований процессов развития организаций. Он идентифицирует ряд характеристик, присущих предприятиям разного размера, – от малых до крупных. В этом исследовании делается вывод о том, что британские средние по размеру компании – это предприятия с численностью занятых от 25 до 500 человек [185, с. 53].

Преимуществами качественного подхода являются достижение некоторой степени его теоретического обоснования и учет широкого спектра «интуитивно» присущих разным предприятиям качественных критериев: «система менеджмента», «система контроля производительности», «система мотивации производительности» и т.д. Основными недостатками этого подхода представляются сложность практического его применения, обусловленная, в частности, трудностью доступа к внутрифирменной информации для определения ряда характеристик, таких, например, как «система менеджмента», а также достаточно широкий спектр самих критериев.

Характерным примером комбинированного подхода является определение малой фирмы, предложенное в 1971 г. в докладе Болтонского комитета (Великобритания), явившемся, по сути, первым примером серьезного рассмотрения проблемы развития малого бизнеса. В нем приведены результаты сравнительного анализа некоторых аспектов развития малых фирм в разных странах, что было первой попыткой осмысления проблемы малого и среднего предпринимательства в международном аспекте. Пытаясь устранить недостатки количественного подхода, Болтонский комитет предложил так называемые «экономическое» и «статистическое» определения малой фирмы [185, с. 57]. Согласно

Ван Хорн предложил считать средними предприятия с численностью занятых от 50 до 500 человек и оборотом в 1-33 млн ф. ст. [71,53]. Другим примером качественного подхода является методика, разработанная Х. Велу на основе исследований процессов развития организаций. Он идентифицирует ряд характеристик, присущих предприятиям разного размера – от малых до крупных. В этом исследовании делается вывод о том, что британские средние по размеру компании – это предприятия с численностью занятых от 25 до 500 человек [71,53].

Преимуществами качественного подхода являются достижение некоторой степени его теоретического обоснования и учет широкого спектра «интуитивно» присущих разным предприятиям качественных критериев, таких как «система менеджмента», «система контроля производительности», «система мотивации производительности» и т.д. Основными недостатками этого подхода являются сложность практического его применения, обусловленная, в частности, трудностью доступа к внутрифирменной информации для определения ряда характеристик, таких, например, как «система менеджмента», а также достаточно широкий спектр самих критериев.

Характерным примером комбинированного подхода является определение малой фирмы, предложенное в 1971 г. в докладе Болтонского комитета (Великобритания), явившемся, по сути, первым примером серьезного рассмотрения проблемы развития малого бизнеса. В нем приведены результаты сравнительного анализа некоторых аспектов развития малых фирм в разных странах, что было первой попыткой осмысления проблемы малого и среднего предпринимательства в международном контексте.

Пытаясь устранить недостатки количественного подхода, Болтонский комитет предложил так называемые «экономическое» и «статистическое» определения малой фирмы [71,57]. Согласно экономическому определению, к малым относятся фирмы, удовлетворяющие следующим трем

экономическому определению, к малым относятся фирмы, удовлетворяющие следующим трем условиям:

- 1) фирма владеет относительно небольшой долей рынка в рыночном пространстве ее сферы деятельности;
- 2) управление фирмой осуществляется ее владельцем (или соучредителями) лично, а не посредством формализованной управленческой структуры;
- 3) фирма является независимой (не представляет собой часть крупного предприятия).

Статистическое определение предполагалось использовать, во-первых, для выявления вклада предприятий малого бизнеса в валовой национальный продукт, в решение проблемы занятости, экспортную деятельность, развитие инноваций и т.д.; во-вторых, для анализа изменений соответствующих показателей во времени и в обеспечении возможности проведения сопоставлений на международном уровне.

В российском законодательстве используется количественный подход в определении малого предпринимательства, основанный на легко доступных для анализа критериях. Так, согласно федерального закона от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства, соответствующие следующим условиям:

- 1) для юридических лиц - суммарная доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, иностранных юридических лиц, иностранных граждан, общественных и

условиям: фирма владеет относительно небольшой долей рынка в рыночном пространстве ее сферы деятельности; управление фирмой осуществляется ее владельцем (или соучредителями) лично, а не посредством формализованной управленческой структуры; фирма является независимой (не представляет собой часть крупного предприятия). Статистическое определение предполагалось использовать для выявления вклада предприятий малого бизнеса в валовой национальный продукт, в решение проблемы занятости, экспортную деятельность, развитие инноваций и т.д., а также для анализа изменений соответствующих показателей во времени и обеспечении возможности проведения сопоставлений на международном уровне.

Под субъектами малого предпринимательства в Российской Федерации понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия РФ, субъектов РФ, общественных и религиозных организаций или объединений, благотворительных или иных фондов не превышает 25%, доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25% и в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней:

- в промышленности, строительстве и на транспорте – 100 человек;
- в сельском хозяйстве и научно-технической сфере – 60 человек;
- в оптовой торговле – 50 человек;
- в розничной торговле и бытовом обслуживании населения – 30 человек;
- в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности – 50 человек [5].

Под субъектами малого бизнеса понимаются также физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования

ставящая главной целью получение прибыли и ограниченная определенными критериями.

Итак, выяснив, что представляет собой малое предпринимательство с экономической и правовой точек зрения, перейдем к исследованию развития и проблем малого бизнеса в современных условиях.

### 1.2. Развитие и проблемы малых промышленных предприятий в России и Белгородской области

Развитию малого бизнеса в настоящее время уделяется большое внимание. Объясняется это, прежде всего, тем, что именно малый бизнес во многих областях деятельности может обеспечить реальные условия для подъема экономики и выхода России из экономического кризиса. Следует отметить, что малый бизнес занимает важное место в экономике стран с развитой рыночной системой. В странах Европейского сообщества (ЕС), в Соединенных Штатах Америки, в Японии на малые и средние предприятия приходится около 50% в общей численности занятых. Их доля в валовом внутреннем продукте (ВВП) превышает 50% [180, с. 47].

Промышленность – важнейшая отрасль народного хозяйства России, оказывающая решающее воздействие на уровень экономического развития общества. Малые промышленные предприятия являются неотъемлемой частью рыночной экономики, оперативно реагируя на изменение конъюнктуры рынка, придают ей необходимую гибкость. Малые промышленные предприятия способны оперативно реагировать на изменение потребительского спроса и за счет этого обеспечивать необходимое равновесие на потребительском рынке. Исследование проблем развития и устойчивого функционирования малых промышленных предприятий является актуальным в современных условиях.

Как известно, для формирования предпринимательства, в том числе и малого, необходимы определенные условия: экономические, социальные,

версификации экономики, повышения темпов экономического роста является устранение препятствий, сдерживающих предпринимательскую деятельность, путем упрощения регистрации, разработки прозрачных правил взаимоотношений государства и предпринимателя, совершенствования системы защиты прав экономических субъектов.

Таким образом, этапы развития малого бизнеса рассмотрены с двух точек зрения: с исторической и правовой.

### 1.3. Развитие малого бизнеса в современных условиях

Развитию малого бизнеса в настоящее время уделяется большое внимание. Объясняется это, прежде всего, тем, что именно малый бизнес во многих областях деятельности может обеспечить реальные условия для подъема экономики и выхода России из экономического кризиса. Следует отметить, что малый бизнес занимает важное место в экономике стран с развитой рыночной системой. В странах Европейского сообщества (ЕС), в Соединенных Штатах Америки, в Японии на малые и средние предприятия приходится около 50% в общей численности занятых. Их доля в валовом внутреннем продукте (ВВП) превышает 50% [43,75] (табл. 4). Как видно из табл. 4, малое предпринимательство в России существенно отстает в сравнении с рядом развитых стран. В составе важнейшего итогового показателя — валового внутреннего продукта (ВВП) доля малых и средних предприятий в России составляет лишь 10—11%, в то время как в развитых странах эта величина равна 50—60%. Требуемая критическая масса малого предприятия в международной практике определяется из расчета: одно малое предприятие на 30-50 жителей страны (региона). Следовательно, для России такая критическая масса должна колебаться в пределах 3,5-5 млн предприятий малого бизнеса.

правовые и др. Экономические условия – это в первую очередь предложение товаров и спрос на них; виды товаров, которые могут приобрести покупатели; объемы денежных средств, которые могут быть истрачены на эти покупки; избыток или недостаточность рабочих мест, рабочей силы, влияющие на уровень заработной платы работников, т.е. на их возможность приобретать товары. На экономическую обстановку существенно влияют наличие и доступность денежных ресурсов, уровень доходов на инвестированный капитал, а также величина заемных средств, необходимых

предпринимателям для финансирования своих деловых операций, которые готовы предоставить им кредитные учреждения. Не следует забывать, что большое значение имеют социальные условия, которые тесно связаны с экономическими. Социальные условия влияют на отношение отдельного человека к работе, что в свою очередь влияет на его отношение к величине заработной платы, к условиям труда, предлагаемым бизнесом. Предприниматель должен получать удовлетворение от предпринимательской деятельности. Важное значение имеет такое направление, как подготовка и повышение квалификации предпринимателей. Одним из важнейших условий успешного функционирования малого бизнеса является создание благоприятной правовой среды. Это в первую очередь наличие законов, регулирующих предпринимательскую деятельность, создающих наиболее благоприятные условия для ее развития.

Деятельность субъектов малого предпринимательства в России можно проследить по данным статистических исследований (приложения 1, 2, 3).

Для нашего исследования будет целесообразно проследить деятельность малых промышленных предприятий.

Число малых промышленных предприятий по видам экономической деятельности в России за 2006-2011 годы представлено в табл. 1.2.

По данным табл. 1.2 можно сделать следующие выводы. По-прежнему наиболее привлекательной для малого бизнеса является сфера торговли. Кроме того, значительное развитие малые предприятия получили в таких

Таблица 4

Масштабы развития малого предпринимательства в России и в зарубежных странах

Страны	Количество малых и средних фирм		Число занятых, млн чел.	Доля малых и средних фирм, %	
	Тыс. ед.	В расчете на одну тыс. жителей		В общей численности занятых	ВВП
Великобритания	2930	46	13,6	49	50-53
Германия	2290	37	18,5	46	50-54
Италия	3920	68	16,8	73	57-60
Франция	1980	35	15,2	54	55-62
Страны ЕС	15777	45	68	72	63-67
США	19300	74,2	70,2	54	50-52
Япония	6450	49,6	39,5	78	52-55
Россия	836,6	5,65	8,1	9,6	10-11

Достижение критической массы малого бизнеса могло бы увеличить его вклад в ВВП до 20-25% (по мнению ряда экспертов, для нормального функционирования рыночной экономики в этом секторе должно производиться не менее 50% ВВП) [52,198]. Приведенные данные позволяют сделать вывод о том, что Россия имеет большой потенциал для развития малого предпринимательства и данному вопросу должно уделяться наибольшее внимание.

Как известно, для формирования предпринимательства, в том числе и малого, необходимы определенные условия: экономические, социальные,

правовые и др. Экономические условия — это в первую очередь предложения товаров и спрос на них; виды товаров, которые могут приобрести покупатели; объемы денежных средств, которые могут быть истрачены на эти покупки; избыток или недостаточность рабочих мест, рабочей силы, влияющие на уровень заработной платы работников, т.е. на их возможность приобретать товары. На экономическую обстановку существенно влияют наличие и доступность денежных ресурсов, уровень доходов на инвестированный капитал, а также величина заемных средств, необходи-

правовые и др. Экономические условия – это в первую очередь предложение товаров и спрос на них; виды товаров, которые могут приобрести покупатели; объемы денежных средств, которые могут быть истрачены на эти покупки; избыток или недостаточность рабочих мест, рабочей силы, влияющие на уровень заработной платы работников, т.е. на их возможность приобретать товары. На экономическую обстановку существенно влияют наличие и доступность денежных ресурсов, уровень доходов на инвестированный капитал, а также величина заемных средств, необходимых предпринимателям для финансирования своих деловых операций, которые готовы предоставить им кредитные учреждения. Не следует забывать, что большое значение имеют социальные условия, которые тесно связаны с экономическими. Социальные условия влияют на отношение отдельного человека к работе, что в свою очередь влияет на его отношение к величине заработной платы, к условиям труда, предлагаемым бизнесом. Предприниматель должен получать удовлетворение от предпринимательской деятельности. Важное значение имеет такое направление, как подготовка и повышение квалификации предпринимателей. Одним из важнейших условий успешного функционирования малого бизнеса является создание благоприятной правовой среды. Это в первую очередь наличие законов, регулирующих предпринимательскую деятельность, создающих наиболее благоприятные условия для ее развития.

Деятельность субъектов малого предпринимательства в России можно проследить по данным статистических исследований (приложения 1, 2, 3).

Для нашего исследования будет целесообразно проследить деятельность малых промышленных предприятий.

Число малых промышленных предприятий по видам экономической деятельности в России за 2006-2011 годы представлено в табл. 1.2.

По данным табл. 1.2 можно сделать следующие выводы. По-прежнему наиболее привлекательной для малого бизнеса является сфера торговли. Кроме того, значительное развитие малые предприятия получили в таких

мых предпринимателям для финансирования своих деловых операций, которые готовы предоставить им кредитные учреждения. Не следует забывать, что большое значение имеют социальные условия, которые тесно связаны с экономическими. Социальные условия влияют на отношение отдельного индивидуума к работе, что в свою очередь влияет на его отношение к величине заработной платы, к условиям труда, предлагаемым бизнесом. Предприниматель должен получать удовлетворение от предпринимательской деятельности. Важное значение принадлежит такому направлению, как подготовка и повышение квалификации предпринимателей. Одно из важнейших условий успешного функционирования малого бизнеса является создание благоприятной правовой среды. Это в первую очередь наличие законов, регулирующих предпринимательскую деятельность, создающих наиболее благоприятные условия для ее развития.

В России в последние годы развитию малого бизнеса уделяется большее внимание, но все же в развитии малого предпринимательства сохраняется ряд негативных тенденций. Это обусловлено недостаточным вниманием к данным проблемам государственных структур управления, отсутствием правовых актов, обеспечивающих развитие малого научно-технического бизнеса

Можно выделить несколько групп проблем в малом бизнесе. Основная проблема — недостаточная ресурсная база, как материально-техническая, так и финансовая. Данная проблема возникает на первом этапе создания предприятия, но даже если первоначальные средства и будут найдены, то функционирующим малым предприятиям после 2-3-лет требуются ресурсы для расширения своей деятельности, для упрочнения своего положения на рынке. Эти средства надлежит отыскать. Ясно, что государственный бюджет с нехваткой денег на развитие малого бизнеса их источником стать не может. Что касается кредитов, то их получение крайне проблематично, так как практически у всех малых предприятий

оборачиваемость капитала, быстрее предприятий-гигантов приспособляются к современным условиям.

Проведенный анализ деятельности малых промышленных предприятий по основным показателям деятельности, как в России, так и в Белгородской области позволяет нам сделать следующие выводы. Несмотря на меняющуюся экономическую ситуацию, малые предприятия остаются «на плаву», они гибкие и лучше умеют приспособляться к различным изменениям.

В России в последние годы малому бизнесу уделяется большее внимание, но все же в развитии малого предпринимательства сохраняется ряд негативных тенденций. Это обусловлено недостаточным вниманием к данным проблемам государственных структур управления, недостаточностью правовых актов, обеспечивающих развитие малого научно-технического бизнеса.

Можно выделить несколько групп проблем в малом бизнесе. Основная – недостаточная ресурсная база, как материально-техническая, так и финансовая. Данная проблема возникает на первом этапе создания предприятия, но даже если первоначальные средства и будут найдены, то функционирующим малым предприятиям после 2-3 лет требуются ресурсы для расширения своей деятельности, упрочнения своего положения на рынке. Эти средства надлежит отыскать. Ясно, что государственный бюджет с нехваткой денег на развитие малого бизнеса их источником стать не может. Что касается кредитов, то их получение крайне проблематично, так как практически у всех малых предприятий наблюдается недостаточность внеоборотных средств, которые могли бы выступать залогом для получения ссуды.

Если рассмотреть на примере России взаимоотношения малого бизнеса и банков, то следует отметить их напряженность. После кризиса 1998 года коммерческие банки практически не поддерживают малый бизнес. Этому мешают и консервативные нормы, установленные Центральным банком

малых предпринимателям для финансирования своих деловых операций, которые готовы предоставить им кредитные учреждения. Не следует забывать, что большое значение имеют социальные условия, которые тесно связаны с экономическими. Социальные условия влияют на отношение отдельного индивидуума к работе, что в свою очередь влияет на его отношение к величине заработной платы, к условиям труда, предлагаемому бизнесом. Предприниматель должен получать удовлетворение от предпринимательской деятельности. Важное значение принадлежит такому направлению, как подготовка и повышение квалификации предпринимателей. Одно из важнейших условий успешного функционирования малого бизнеса является создание благоприятной правовой среды. Это в первую очередь наличие законов, регулирующих предпринимательскую деятельность, создающих наиболее благоприятные условия для ее развития.

В России в последние годы развитию малого бизнеса уделяется большее внимание, но все же в развитии малого предпринимательства сохраняется ряд негативных тенденций. Это обусловлено недостаточным вниманием к данным проблемам государственных структур управления, отсутствием правовых актов, обеспечивающих развитие малого научно-технического бизнеса

Можно выделить несколько групп проблем в малом бизнесе. Основная проблема — недостаточная ресурсная база, как материально-техническая, так и финансовая. Данная проблема возникает на первом этапе создания предприятия, но даже если первоначальные средства и будут найдены, то функционирующим малым предприятиям после 2-3-лет требуются ресурсы для расширения своей деятельности, для упрочнения своего положения на рынке. Эти средства надлежит отыскать. Ясно, что государственный бюджет с нехваткой денег на развитие малого бизнеса их источником стать не может. Что касается кредитов, то их получение крайне проблематично, так как практически у всех малых предприятий

оборачиваемость капитала, быстрее предприятий-гигантов приспособляются к современным условиям.

Проведенный анализ деятельности малых промышленных предприятий по основным показателям деятельности, как в России, так и в Белгородской области позволяет нам сделать следующие выводы. Несмотря на меняющуюся экономическую ситуацию, малые предприятия остаются «на плаву», они гибкие и лучше умеют приспособляться к различным изменениям.

В России в последние годы малому бизнесу уделяется большее внимание, но все же в развитии малого предпринимательства сохраняется ряд негативных тенденций. Это обусловлено недостаточным вниманием к данным проблемам государственных структур управления, недостаточностью правовых актов, обеспечивающих развитие малого научно-технического бизнеса.

Можно выделить несколько групп проблем в малом бизнесе. Основная – недостаточная ресурсная база, как материально-техническая, так и финансовая. Данная проблема возникает на первом этапе создания предприятия, но даже если первоначальные средства и будут найдены, то функционирующим малым предприятиям после 2-3 лет требуются ресурсы для расширения своей деятельности, упрочнения своего положения на рынке. Эти средства надлежит отыскать. Ясно, что государственный бюджет с нехваткой денег на развитие малого бизнеса их источником стать не может. Что касается кредитов, то их получение крайне проблематично, так как практически у всех малых предприятий наблюдается недостаточность внеоборотных средств, которые могли бы выступать залогом для получения ссуды.

Если рассмотреть на примере России взаимоотношения малого бизнеса и банков, то следует отметить их напряженность. После кризиса 1998 года коммерческие банки практически не поддерживают малый бизнес. Этому мешают и консервативные нормативы, установленные Центральным банком

наблюдается недостаточность внеоборотных средств, которые могли бы выступать залогом для получения ссуды.

Если рассмотреть на примере России взаимоотношения малого бизнеса и банков, то следует отметить их напряженность. Была предпринята попытка (она оказалась неудачной) создания банка для малого предпринимательства «СБС-Агро». На первом этапе проектировалось создание гарантийного фонда (в сумме 270 млн. руб.) [89,70 ] на бюджетные деньги ФФПМП и развитие в регионах кредитных линий через свои филиалы и региональные фонды для освоения приоритетных производственно-инвестиционных проектов малой индустрии и переработки сельскохозяйственной продукции. После кризиса 1998 года коммерческие банки практически не поддерживают малый бизнес. Этому мешают и консервативные нормативы, установленные Центральным банком РФ, и высокие риски в малом бизнесе, и отсутствие у малых предприятий реального имущественного залога.

В данном случае интересным является опыт Болгарии. В Болгарии в 1999 году был организован единственный государственный банк – Банк поддержки предпринимательства, основным акционером которого является государство, представленное Министерством финансов. Данный банк кредитует только малые и средние предприятия на достаточно льготных условиях, что стимулирует создание и расширение предпринимательства в стране [95,68]. На наш взгляд следует проанализировать ошибки отечественного неудачного опыта и воспользоваться примерами успешной работы подобных банков в других государствах.

Как положительный момент хотелось бы отметить, что между малым бизнесом и банками в России пытаются установить благоприятные деловые отношения. Хотя в настоящий момент времени на практике существует мнение, что кредитование предприятия малого бизнеса сопряжено с более высокими рисками и более низким качеством предоставляе-

РФ, и высокие риски в малом бизнесе, и отсутствие у малых предприятий реального имущественного залога.

Как положительный момент хотелось бы отметить, что между малым бизнесом и банками в России пытаются установить благоприятные деловые отношения. Хотя в настоящий момент времени на практике существует мнение, что кредитование предприятия малого бизнеса сопряжено с более высокими рисками и более низким качеством предоставляемого обеспечения.

Развеять эти сомнения помогают специально созданные банки кредитования малого бизнеса, например, КМБ-Банк (Банк кредитования малого бизнеса), действующий с 1999 г. Основными направлениями деятельности КМБ-Банка является обслуживание микро-, малого и среднего бизнеса. Для малых предприятий сокращен список предъявляемой документации, в качестве залога может служить приобретаемое на этот кредит оборудование, а также предоставляется полный спектр современных банковских услуг [44, с. 94]. К сожалению, филиалы данного Банка существуют еще не во всех регионах России. В январе 2003 г. было подписано Генеральное соглашение о партнерстве между Ассоциацией российских банков (АРБ) и Общероссийской общественной организацией малого и среднего предпринимательства «Опора России». Данное соглашение принесло положительные практические результаты и стимулирует развитие банковской сети для кредитования малого бизнеса.

Следует отметить, что причины, сдерживающие рост кредитования малого бизнеса, для столичных и региональных банков различны. Многие столичные банки привыкли работать с крупными заемщиками, поэтому у них отсутствует программа кредитования малого бизнеса, следовательно, и процедура получения кредита трудоемкая и длительная. В отличие от столичных банков у региональных число крупных заемщиков ограничено, возрастает интерес к малым предприятиям, но для их кредитования не хватает «длинных» пассивов. Мы считаем, что данное утверждение важно,

наблюдается недостаточность внеоборотных средств, которые могли бы выступать залогом для получения ссуды.

Если рассмотреть на примере России взаимоотношения малого бизнеса и банков, то следует отметить их напряженность. Была предпринята попытка (она оказалась неудачной) создания банка для малого предпринимательства «СБС-Агро». На первом этапе проектировалось создание гарантийного фонда (в сумме 270 млн. руб.) [89,70] на бюджетные деньги ФФПМП и развитие в регионах кредитных линий через свои филиалы и региональные фонды для освоения приоритетных производственно-инвестиционных проектов малой индустрии и переработки сельскохозяйственной продукции. После кризиса 1998 года коммерческие банки практически не поддерживают малый бизнес. Этому мешают и консервативные нормативы, установленные Центральным банком РФ, и высокие риски в малом бизнесе, и отсутствие у малых предприятий реального имущественного залога.

В данном случае интересным является опыт Болгарии. В Болгарии в 1999 году был организован единственный государственный банк – Банк поддержки предпринимательства, основным акционером которого является государство, представленное Министерством финансов. Данный банк кредитует только малые и средние предприятия на достаточно льготных условиях, что стимулирует создание и расширение предпринимательства в стране [95,68]. На наш взгляд следует проанализировать ошибки отечественного неудачного опыта и воспользоваться примерами успешной работы подобных банков в других государствах.

Как положительный момент хотелось бы отметить, что между малым бизнесом и банками в России пытаются установить благоприятные деловые отношения. Хотя в настоящий момент времени на практике существует мнение, что кредитование предприятия малого бизнеса сопряжено с более высокими рисками и более низким качеством предоставляе-

РФ, и высокие риски в малом бизнесе, и отсутствие у малых предприятий реального имущественного залога.

Как положительный момент хотелось бы отметить, что между малым бизнесом и банками в России пытаются установить благоприятные деловые отношения. Хотя в настоящий момент времени на практике существует мнение, что кредитование предприятия малого бизнеса сопряжено с более высокими рисками и более низким качеством предоставляемого обеспечения.

Развеять эти сомнения помогают специально созданные банки кредитования малого бизнеса, например, КМБ-Банк (Банк кредитования малого бизнеса), действующий с 1999 г. Основными направлениями деятельности КМБ-Банка является обслуживание микро-, малого и среднего бизнеса. Для малых предприятий сокращен список предъявляемой документации, в качестве залога может служить приобретаемое на этот кредит оборудование, а также предоставляется полный спектр современных банковских услуг [44, с. 94]. К сожалению, филиалы данного Банка существуют еще не во всех регионах России. В январе 2003 г. было подписано Генеральное соглашение о партнерстве между Ассоциацией российских банков (АРБ) и Общероссийской общественной организацией малого и среднего предпринимательства «Опора России». Данное соглашение принесло положительные практические результаты и стимулирует развитие банковской сети для кредитования малого бизнеса.

Следует отметить, что причины, сдерживающие рост кредитования малого бизнеса, для столичных и региональных банков различны. Многие столичные банки привыкли работать с крупными заемщиками, поэтому у них отсутствует программа кредитования малого бизнеса, следовательно, и процедура получения кредита трудоемкая и длительная. В отличие от столичных банков у региональных число крупных заемщиков ограничено, возрастает интерес к малым предприятиям, но для их кредитования не хватает «длинных» пассивов. Мы считаем, что данное утверждение важно,

мого обеспечения. Развеять эти сомнения помогают специально созданные банки кредитования малого бизнеса, например, КМБ-Банк (Банк кредитования малого бизнеса), действующий с 1999г. Акционерами Банка являются Банка являются: 35% - Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР); 35% - некоммерческая организация Фонда экономического развития Сороса (ФЭРС), США; 22% - Немецкое Общество Инвестиций и развития, Германия; 8% - Фонд Штихтинг Триодос – Дуи, Нидерланды.

Основными направлениями деятельности КМБ-Банка является обслуживание микро-, малого и среднего бизнеса. Для малых предприятий сокращен список предъявляемой документации, в качестве залога может служить приобретаемое на этот кредит оборудование, а также предоставляется полный спектр современных банковских услуг [120,58]. К сожалению, филиалы данного Банка существуют еще не во всех регионах России. В январе 2003 г. было подписано Генеральное соглашение о партнерстве между Ассоциацией российских банков (АРБ) и Общероссийской общественной организацией малого и среднего предпринимательства «Опора России» [82,14]. Мы считаем, что данное соглашение принесет положительные практические результаты и стимулирует развитие банковской сети для кредитования малого бизнеса.

По вопросу кредитования является интересным мнение Д. Плисецкого. Он на основании исследования делает вывод, что причины, сдерживающие рост кредитования малого бизнеса, для столичных и региональных банков различны. Многие столичные банки привыкли работать с крупными заемщиками, поэтому у них отсутствует программа кредитования малого бизнеса, следовательно, и процедура получения кредита трудоемкая и длительная. В отличие от столичных банков у региональных число крупных заемщиков ограничено, возрастает интерес к малым предприятиям, но для их кредитования не хватает «длинных» пассивов [96,16]. Мы считаем, что данное исследование важно, так как доказывает, что ре-

так как доказывает, что решать проблемы развития малого бизнеса необходимо с учетом региональных особенностей.

Государственные органы также могут оказать поддержку предприятиям малого бизнеса путем аренды и представления помещений для осуществления деятельности на льготных условиях. На наш взгляд, в соответствии с такой исходной установкой должны конструироваться механизмы льготного кредитования, налогообложения, различного рода преференций, включая и те, что связаны с внешнеэкономической деятельностью.

Одна из серьезных проблем – законодательная база, на которую сейчас может опираться малое предпринимательство. Пока она, мягко говоря, несовершенна, но трудность и в том, что, во-первых, нет сводной единой законодательной основы деятельности российских малых предприятий; во-вторых, даже имеющиеся нормативно-правовые документы не всегда совершенны, как по времени, так и по существу, и не помогают малым предприятиям в решении проблем.

В отдельную группу мы предлагаем выделить и проблемы развития инфраструктуры и информационных систем. Это связано с тем, что в настоящее время в России инфраструктура малого предпринимательства не получила достаточного развития и не оказывает поддержки малому бизнесу на должном уровне. К тому же следует уделить внимание созданию Единой информационной системы малого бизнеса посредством Интернет для возможности предложения товаров и услуг предпринимателями, как на внутреннем рынке (региональном и федеральном), так и на внешнем. Данная система может быть использована для решения вопросов, связанных с нормативно-правовым обеспечением, и вопросов экономического развития предприятия.

Достаточно важными являются и проблемы организационного характера, например, кадровые. Часто бытует мнение, что бизнесменом следует родиться. Естественно, что предприниматель должен обладать рядом

шать проблемы развития малого бизнеса необходимо с учетом региональных особенностей.

Государственные органы также могут оказать поддержку предприятиям малого бизнеса путем аренды и представления помещений для осуществления деятельности на льготных условиях. В соответствии с такой исходной установкой должны конструироваться механизмы льготного кредитования, налогообложения, различного рода преференций, включая и те, что связаны с внешнеэкономической деятельностью.

Одна из серьезных проблем — законодательная база, на которую сейчас может опираться малое предпринимательство. Пока она, мягко говоря, несовершенна, но трудность и в том, что, во-первых, нет сводной единой законодательной основы деятельности российских малых предприятий; во-вторых, даже имеющиеся нормативно-правовые документы не всегда совершенны как по времени так и по существу и не помогают малым предприятиям в решении проблем.

В отдельную группу мы предлагаем выделить и проблемы развития инфраструктуры и информационных систем. Это связано с тем, что в настоящее время в России инфраструктура малого предпринимательства не получила достаточного развития и не оказывает поддержки малому бизнесу на должном уровне. К тому же следует уделить внимание созданию Единой информационной системы малого бизнеса посредством Интернет для возможности предложения товаров и услуг предпринимателями как на внутреннем рынке (региональном и федеральном), так и на внешнем. Данная система может быть использована для решения вопросов, связанных с нормативно-правовым обеспечением и вопросами экономического развития предприятия.

Достаточно важными являются и проблемы организационного характера. Например, кадры. Часто бытует мнение, что бизнесменом следует родиться. Естественно, что предприниматель должен обладать рядом качеств, которые присущи не всем (целеустремленность, способность к рис-

качеств, которые присущи не всем (целеустремленность, способность к риску, т.д.), но потребности общества диктуют свои условия и требуют включения в бизнес не только этой группы людей. К тому же даже «урожденный» предприниматель должен обладать определенными знаниями юридического и экономического характера, то есть требуется обучение.

В России в связи со сложной системой построения управленческого аппарата и не всегда обоснованно большого количества административных структур отмечаются сложности с открытием предприятия. Данная бюрократическая машина явно тормозит развитие малого бизнеса. К проблемам бюрократического характера можно отнести и избыточность контролирующих органов и дублирование их функций. Мы согласны с О. Аборневой, что необходимо определить перечень федеральных и местных органов исполнительной власти и управления, которые могут осуществлять контрольные функции [14, с. 111].

Руководители малых промышленных предприятий не всегда обладают необходимой информацией о том, каким образом их предприятие может выйти на внешнеэкономическую арену. В данном случае повышается роль государственных органов и негосударственной инфраструктуры. К организационным проблемам, мы считаем, следует отнести и неравноправное положение субъектов малого предпринимательства в отношении доступа к государственным и муниципальным заказам; отсутствие условий для нормальной конкуренции в ряде сегментов российского рынка ввиду их монополизации и наиболее актуальная проблема – неэффективность государственного и регионального регулирования, отсутствие или неэффективность механизма поддержки малых предприятий.

Проблемы социально-психологического характера также требуют внимания. Некоторые ученые прослеживают низкое участие социально незащищенных слоев населения в предпринимательской деятельности: женщин, молодежи, пожилых людей. Поддержка каждой из этих социальных групп имеет свои преимущества. Например, женщины-предприниматели

ку, т.д.), но потребности общества диктуют свои условия и реальные потребности общества всегда больше. К тому же даже «урожденный» предприниматель должен обладать определенными знаниями юридического и экономического характера, то есть требуется обучение.

В России в связи со сложной системой построения управленческого аппарата и не всегда обоснованно большого количества административных структур отмечаются сложности с открытием предприятия. Данная бюрократическая машина явно тормозит развитие малого бизнеса. К проблемам бюрократического характера можно отнести и избыточность контролирующих органов и дублирование их функций. Мы согласны с О. Аборневой, что необходимо определить перечень федеральных и местных органов исполнительной власти и управления, которые могут осуществлять контрольные функции [28,111].

Руководители малых предприятий не всегда обладают необходимой информацией о том, каким образом их предприятие может выйти на внешнеэкономическую арену. В данном случае повышается роль государственных органов и негосударственной инфраструктуры. К организационным проблемам, мы считаем, следует отнести и неравноправное положение субъектов малого предпринимательства в отношении доступа к государственным и муниципальным заказам; отсутствие условий для нормальной конкуренции в ряде сегментов российского рынка, ввиду их монополизации и наиболее актуальная проблема – неэффективность государственного и регионального регулирования, отсутствие или неэффективность механизма поддержки малых предприятий.

Проблемы социально - психологического характера также требуют внимания. Интересными являются работы И.М. Карама [68,18], который проследил низкое участие социально незащищенных слоев населения в предпринимательской деятельности: женщин, молодежи, пожилых людей. Поддержка каждой из этих социальных групп имеет свои преимущества. Например: женщины-предприниматели больше чем мужчины нацелены на

больше чем мужчины нацелены на сотрудничество с государством, то есть на построение легального, а не теневого бизнеса. К тому же в России женщины имеют достаточно высокий уровень образования, что может быть использовано в развитии малого бизнеса. Люди пожилого возраста имеют определенные навыки профессиональной деятельности и сложившийся имидж, то есть могут являться носителями положительных привычек. Наиболее проблемная группа – это молодежь. Она требует наибольшего пристального внимания, так как имеющаяся структура региональных производств не всегда удовлетворяет молодых людей в плане оплаты и содержания трудовой деятельности. В данном случае малый бизнес, в том числе и собственный, может решить проблему. Многие исследования подтверждают, что условия развития предпринимательства в каждой стране очень индивидуальны. Раскрывая проблемы развития малого бизнеса, следует учитывать и психологическую характеристику общества, особенно это актуально для тех стран, которые меняют идеологию, а, следовательно, меняют и модель ценностей. В России на смену традиционной модели, в основном опирающейся на коллективное и социальное равенство, приходит модель индивидуалистическая, где на первое место выступают успех, карьера, свобода, т.д. Естественно, требуется время. Этим же, с одной стороны, можно объяснить и существующее негативное отношение к предпринимательству в обществе. С другой стороны, такое отношение объясняется и тем, что малый бизнес в России несколько «затенен» или даже криминализован, что в свою очередь не делает его привлекательным для определенной части общества. Исходя из вышесказанного, считаем

возможным предложить группировку проблем (табл. 1.11), классифицируя их по группам, видам и уровням управления, на которых их можно решать.

Такая группировка проблем, на наш взгляд, позволяет более упорядоченно и целенаправленно совершенствовать управление развитием малого бизнеса в зависимости от остроты проблем в различных регионах.

сотрудничество с государством, т.е. на построение легального, а не теневого бизнеса. К тому же в России женщины имеют достаточно высокий уровень образования, что может быть использовано в развитии малого бизнеса. Люди пожилого возраста имеют определенные навыки профессиональной деятельности и сложившийся имидж, то есть могут являться носителями положительных привычек. Наиболее проблемная группа – это молодежь. Она требует наибольшего пристального внимания, так как имеющаяся структура региональных производств не всегда удовлетворяет молодых людей в плане оплаты и содержания трудовой деятельности. В данном случае малый бизнес, в том числе и собственный, может решить проблему.

Многие исследования подтверждают, что условия развития предпринимательства в каждой стране очень индивидуальны [30,105]. Раскрывая проблемы развития малого бизнеса следует учитывать и психологическую характеристику общества, особенно это актуально для тех стран, которые меняют идеологию, а следовательно меняют и модель ценностей. В России на смену традиционной модели, в основном опирающейся на коллективное и социальное равенство, приходит модель индивидуалистическая, где на первое место выступают успех, карьера, свобода, т.д. Естественно, требуется время. Этим же, с одной стороны, можно объяснить и существующее негативное отношение к предпринимательству в обществе. С другой стороны такое отношение объясняется и тем, что малый бизнес в России несколько «затенен» или даже криминализован, что в свою очередь не делает его привлекательной для определенной части общества. В данном случае является интересным исследование Р.Б. Гладких. В соответствии с проводимым опросом руководителей малых предприятий по поводу проникновения организованной преступности в сферу малого предпринимательства ответы на вопросы в большинстве случаев были положительными. Были выявлены также факторы, влияющие на развитие преступности в сфере малого бизнеса. 42% опрошенных назвали коррупцию в органах власти, осуществляющих контроль за предпринимательской

больше чем мужчины нацелены на сотрудничество с государством, то есть на построение легального, а не теневого бизнеса. К тому же в России женщины имеют достаточно высокий уровень образования, что может быть использовано в развитии малого бизнеса. Люди пожилого возраста имеют определенные навыки профессиональной деятельности и сложившийся имидж, то есть могут являться носителями положительных привычек. Наиболее проблемная группа – это молодежь. Она требует наибольшего пристального внимания, так как имеющаяся структура региональных производств не всегда удовлетворяет молодых людей в плане оплаты и содержания трудовой деятельности. В данном случае малый бизнес, в том числе и собственный, может решить проблему. Многие исследования подтверждают, что условия развития предпринимательства в каждой стране очень индивидуальны. Раскрывая проблемы развития малого бизнеса, следует учитывать и психологическую характеристику общества, особенно это актуально для тех стран, которые меняют идеологию, а, следовательно, меняют и модель ценностей. В России на смену традиционной модели, в основном опирающейся на коллективное и социальное равенство, приходит модель индивидуалистическая, где на первое место выступают успех, карьера, свобода, т.д. Естественно, требуется время. Этим же, с одной стороны, можно объяснить и существующее негативное отношение к предпринимательству в обществе. С другой стороны, такое отношение объясняется и тем, что малый бизнес в России несколько «затенен» или даже криминализован, что в свою очередь не делает его привлекательным для определенной части общества. Исходя из вышеизложенного, считаем возможным предложить группировку проблем (табл. 1.11), классифицируя их по группам, видам и уровням управления, на которых их можно решать.

Такая группировка проблем, на наш взгляд, позволяет более упорядоченно и целенаправленно совершенствовать управление развитием малого бизнеса в зависимости от остроты проблем в различных регионах.

деятельностью; 27% - вовлечение в предпринимательскую деятельность лиц, имевших в прошлом преступный опыт; 24% - вмешательство в хозяйственную деятельность малых предприятий организованных преступных групп; 6% - иные факторы [55,90]. Данное исследование позволяет сделать вывод, что назрел конструктивный диалог представителей государственной власти и малых предпринимательских структур. Мы поддерживаем мнение канд. экон. наук В.Н. Болдырева, что защита малого предпринимательства должна выступать наравне с задачами, связанными с обеспечением национальной безопасности регионов [45,83].

Мы согласны с М. Еваленко, который на основании исследований делает вывод, что острота проявления проблем в различных регионах определяется факторами [62,60]. К числу таких факторов относятся:

1. Дифференциация уровней социально-экономического развития регионов, степеней их реформационно-рыночной продвинутоности. Данный фактор не вызывает сомнений, хотя действие его на развитие предпринимательства неоднозначно.
2. Деятельность региональных властей. Действие власти, ее реальные шаги по созданию благоприятных условий работы напрямую влияют на развитие малого бизнеса в регионе.
3. Специфика географических и экономико-географических параметров. Данный фактор нельзя не учитывать, так как доступ малых предприятий к современным средствам связи, использование телекоммуникационной инфраструктуры в значительной степени определяются степенью удаленности регионов от центра страны.

Исходя из вышеизложенного, мы можем предложить группировку проблем (табл.5), классифицируя их по группам, видам и уровням управления, на которых их можно решить.

больше чем мужчины нацелены на сотрудничество с государством, то есть на построение легального, а не теневого бизнеса. К тому же в России женщины имеют достаточно высокий уровень образования, что может быть использовано в развитии малого бизнеса. Люди пожилого возраста имеют определенные навыки профессиональной деятельности и сложившийся имидж, то есть могут являться носителями положительных привычек. Наиболее проблемная группа – это молодежь. Она требует наибольшего пристального внимания, так как имеющаяся структура региональных производств не всегда удовлетворяет молодых людей в плане оплаты и содержания трудовой деятельности. В данном случае малый бизнес, в том числе и собственный, может решить проблему. Многие исследования подтверждают, что условия развития предпринимательства в каждой стране очень индивидуальны. Раскрывая проблемы развития малого бизнеса, следует учитывать и психологическую характеристику общества, особенно это актуально для тех стран, которые меняют идеологию, а, следовательно, меняют и модель ценностей. В России на смену традиционной модели, в основном опирающейся на коллективное и социальное равенство, приходит модель индивидуалистическая, где на первое место выступают успех, карьера, свобода, т.д. Естественно, требуется время. Этим же, с одной стороны, можно объяснить и существующее негативное отношение к предпринимательству в обществе. С другой стороны, такое отношение объясняется и тем, что малый бизнес в России несколько «затенен» или даже криминализован, что в свою очередь не делает его привлекательным для определенной части общества. Исходя из вышеизложенного, считаем возможным предложить группировку проблем (табл. 1.11), классифицируя их по группам, видам и уровням управления, на которых их можно решать.

Такая группировка проблем, на наш взгляд, позволяет более упорядоченно и целенаправленно совершенствовать управление развитием малого бизнеса в зависимости от остроты проблем в различных регионах.

Продолжение табл. 5

	<ul style="list-style-type: none"><li>• отсутствие условий для нормальной конкуренции;</li></ul>	Федеральный, региональный
5. Социально-психологические проблемы	<ul style="list-style-type: none"><li>• слабая социальная защита;</li></ul>	Федеральный, региональный
	<ul style="list-style-type: none"><li>• низкая доля социально-незащищенных слоев населения в предпринимательстве;</li></ul>	Федеральный, региональный
	<ul style="list-style-type: none"><li>• исторически сложившееся отношение к бизнесу как к спекулятивной или криминальной деятельности</li></ul>	Федеральный, региональный, местный

Данная группировка проблем, на наш взгляд, позволяет более упорядоченно и целенаправленно совершенствовать управление развитием малого бизнеса в зависимости от остроты проблем в различных регионах.

Для решения данных вопросов требуется время и целенаправленное воздействие властей всех уровней, направленное на развитие малого бизнеса.

В итоге изложим основные отправные позиции. Констатируя факты, приведенные в первой главе, мы подвели свою научную мысль к следующему заключению. Поскольку малый бизнес выполняет в обществе важные экономические и социальные функции, то в современных условиях экономической нестабильности решение проблем, связанных с развитием малого бизнеса, является важной и сложной задачей, но решить ее можно посредством совершенствования процесса управления.

Для решения данных вопросов требуется время и целенаправленное воздействие властей всех уровней, направленное на развитие малого бизнеса.

Таблица 1.11

Группировка проблем развития малого промышленного бизнеса

Группа проблем	Вид проблем	Уровень управления
1. Финансово-кредитные, инвестиционные и имущественные проблемы	• недостаточность начального капитала	Региональный, местный, менеджмент организации
	• трудности с получением кредитов	Региональный, местный
	• недостаточная инвестиционная поддержка	Региональный, местный
	• сложности с получением помещений и высокая арендная плата	Региональный, местный
2. Законодательные (нормативно-правовые) проблемы, в том числе связанные с налогообложением	• отсутствие сводной единой законодательной основы деятельности	Федеральный, региональный
	• несовершенство принимаемых нормативно-правовых актов (как по времени так и по существу)	Федеральный, региональный
3. Проблемы инфраструктуры и информационных систем	• неразвитая инфраструктура поддержки	Федеральный, региональный
	• отсутствие Единой информационной системы малого бизнеса на базе Интернет	Федеральный, региональный
4. Организационные проблемы	• бюрократизм	Федеральный, региональный
	• кадровые трудности	Региональный, местный, менеджмент организации
	• сложности с учетом	Федеральный, региональный, менеджмент организации
5. Социально-психологические проблемы	• сложность выхода на международный рынок	Региональный, местный, менеджмент организации
	• неправопное положение в отношении доступа к государственным и муниципальным заказам	Федеральный, региональный
	• отсутствие условий для нормальной конкуренции	Федеральный, региональный
6. Социально-психологические проблемы	• слабая социальная защита	Федеральный, региональный, менеджмент организации
	• низкая доля социально-незащищенных слоев населения в предпринимательстве	Федеральный, региональный
	• исторически сложившееся отношение к бизнесу как к спекулятивной или криминальной деятельности	Федеральный, региональный, местный

Таблица 5

Группировка проблем развития малого бизнеса

Группа проблем	Вид проблем	Уровень управления
1. Финансово-кредитные, инвестиционные и имущественные проблемы	• недостаточность начального капитала;	Региональный, местный
	• трудности с получением кредитов;	Региональный, местный
	• недостаточная инвестиционная поддержка;	Региональный, местный
	• сложности с получением помещений и высокая арендная плата	Региональный, местный
2. Законодательные (нормативно-правовые) проблемы, в том числе и по налогообложению	• отсутствие сводной единой законодательной основы деятельности;	Федеральный, региональный
	• несовершенство принимаемых нормативно-правовых актов (как по времени так и по существу)	Федеральный, региональный
3. Проблема инфраструктуры и информационных систем	• недостаточный объем информационно-консультационных услуг;	Региональный, местный
	• отсутствие Единой информационной системы малого бизнеса на базе Интернет	Федеральный, региональный
4. Организационные проблемы	• бюрократизм;	Федеральный, региональный
	• кадровые трудности;	Региональный, местный
	• сложности с учетом;	Федеральный, региональный
	• сложность выхода на международный рынок;	Региональный, местный
5. Социально-психологические проблемы	• неправопное положение в отношении доступа к государственным и муниципальным заказам;	Федеральный, региональный

Для решения данных вопросов требуется время и целенаправленное воздействие властей всех уровней, направленное на развитие малого бизнеса.

Таблица 1.11

**Группировка проблем развития малого промышленного бизнеса**

Группа проблем	Вид проблем	Уровень управления
1. Финансово-кредитные, инвестиционные и имущественные проблемы	• недостаточность начального капитала	Региональный, местный, менеджмент организации
	• трудности с получением кредитов	Региональный, местный
	• недостаточная инвестиционная поддержка	Региональный, местный
	• сложности с получением помещений и высокая арендная плата	Региональный, местный
2. Законодательные (нормативно-правовые) проблемы, в том числе связанные с налогообложением	• отсутствие сводной единой законодательной основы деятельности	Федеральный, региональный
	• несовершенство принимаемых нормативно-правовых актов (как по времени так и по существу)	Федеральный, региональный
3. Проблемы инфраструктуры и информационных систем	• неразвитая инфраструктура поддержки	Федеральный, региональный
	• отсутствие Единой информационной системы малого бизнеса на базе Интернет	Федеральный, региональный
4. Организационные проблемы	• бюрократизм	Федеральный, региональный
	• кадровые трудности	Региональный, местный, менеджмент организации
	• сложности с учетом	Федеральный, региональный, менеджмент организации
	• сложность выхода на международный рынок	Региональный, местный, менеджмент организации
	• неравноправное положение в отношении доступа к государственным и муниципальным заказам	Федеральный, региональный
5. Социально-психологические проблемы	• отсутствие условий для нормальной конкуренции	Федеральный, региональный
	• слабая социальная защита	Федеральный, региональный, менеджмент организации
	• низкая доля социально-незащищенных слоев населения в предпринимательстве	Федеральный, региональный
	• исторически сложившееся отношение к бизнесу как к спекулятивной или криминальной деятельности	Федеральный, региональный, местный

*Продолжение табл. 5*

	• отсутствие условий для нормальной конкуренции;	Федеральный, региональный
5. Социально-психологические проблемы	• слабая социальная защита;	Федеральный, региональный
	• низкая доля социально-незащищенных слоев населения в предпринимательстве;	Федеральный, региональный
	• исторически сложившееся отношение к бизнесу как к спекулятивной или криминальной деятельности	Федеральный, региональный, местный

Данная группировка проблем, на наш взгляд, позволяет более упорядоченно и целенаправленно совершенствовать управление развитием малого бизнеса в зависимости от остроты проблем в различных регионах. Для решения данных вопросов требуется время и целенаправленное воздействие властей всех уровней, направленное на развитие малого бизнеса.

В итоге изложим основные отправные позиции. Констатируя факты, приведенные в первой главе, мы подвели свою научную мысль к следующему заключению. Поскольку малый бизнес выполняет в обществе важные экономические и социальные функции, то в современных условиях экономической нестабильности решение проблем, связанных с развитием малого бизнеса, является важной и сложной задачей, но решить ее можно посредством совершенствования процесса управления.

На рис. 1.8. прослеживается многократное преобладание экзогенных проблем развития малого промышленного бизнеса над эндогенными проблемами.

Таким образом, развитие малого бизнеса в современном мире опирается на экономические, социальные, правовые и другие условия. Малые предприятия сталкиваются с определенными трудностями, которые необходимо решать на всех уровнях управления.

Для избежания негативных последствий в развитии малого бизнеса в дальнейшем исследовании целесообразно перейти к рассмотрению факторов роста эффективности предпринимательской деятельности в современных условиях.

### 1.3. Факторы роста эффективности предпринимательской деятельности в современных условиях

В любой системе управления важно выделить те области бизнеса, в которых результат может быть измерен. Это – товары или услуги, рынки (включая потребителей и конечных пользователей) и каналы сбыта. Практически всегда есть некоторые товары, не являющиеся самостоятельными, – части другого товара, вспомогательные товары, или товары, стимулирующие сбыт другого товара на рынке. Подходить к ним с общих позиций, с точки зрения стандартов, предъявляемых к основному товару, неверно.

В большинстве случаев главной причиной недостаточной эффективности является дисбаланс между областями бизнеса – товары, рынки, каналы сбыта. Так, например, хороший товар предлагают на неподходящий для него рынок, или через неподходящие каналы сбыта. Это может быть причиной вытеснения хорошего, с точки зрения производителя, товара с рынка. Необходимо также учитывать такие показатели, как товарооборот и количество операций за определенный период времени.

### 3.2. Факторы роста эффективности предпринимательской деятельности в современных условиях и их прогнозирование

В любой системе управления важно выделить те области бизнеса, в которых результат может быть измерен. Это - товары или услуги, рынки (включая потребителей и конечных пользователей) и каналы сбыта. Практически всегда есть некоторые товары, не являющиеся самостоятельными - части другого товара, вспомогательные товары, или товары, стимулирующие сбыт другого товара на рынке. Подходить к ним с общих позиций, с точки зрения стандартов, предъявляемых к основному товару, неверно.

В большинстве случаев главной причиной недостаточной эффективности является дисбаланс между областями бизнеса - товары, рынки, каналы сбыта. Так, например, хороший товар предлагают на неподходящий для него рынок, или через неподходящие каналы сбыта. Это может быть причиной вытеснения хорошего, с точки зрения производителя, товара с рынка. Необходимо также учитывать такие показатели, как товарооборот и количество операций за определенный период времени.

Товар может давать хороший маржинальный доход, достаточную прибыль, но требовать значительного повышения постоянных затрат и приносить в конечном счете убытки. Важным является проведение эффективного контроля над затратами, политика их сокращения с использованием инструментов управления затратами.

Для выработки конкретных мероприятий по повышению экономической эффективности предпринимательства важное значение имеет анализ финансового состояния и финансовой устойчивости предпринимательской структуры, который был проведен в работе на примере малой и крупной организаций Ставропольского края во второй главе работы.

Для получения недостающей информации аналитического свойства используются методы сравнения, сводки и группировки, цепные подстановки

Товар может давать хороший маржинальный доход, достаточную прибыль, но требовать значительного повышения постоянных затрат и приносить в конечном счете убытки. Важным является проведение эффективного контроля над затратами, политика их сокращения с использованием инструментов управления затратами.

Для выработки конкретных мероприятий по повышению экономической эффективности предпринимательства важное значение имеет анализ финансового состояния и финансовой устойчивости предпринимательской структуры.

Для получения недостающей информации аналитического свойства используются методы сравнения, сводки и группировки, цепные подстановки и др. Оценка экономической эффективности предпринимательства на основе показателей, характеризующих результативность различных аспектов предпринимательской деятельности, позволяет не только выяснить, какой ценой получен данный результат, но и выявить пути ее повышения. Очевидно, что каждый предприниматель решает эту проблему по-своему. Вместе с тем существуют общие резервы повышения экономической эффективности предпринимательства, во многом обусловленные как спецификой предпринимательской деятельности, так и периодом его становления.

При этом следует заметить, что процесс повышения эффективности всегда в той или иной мере обостряет противоречие между экономической и социальной ее составляющими. В 80-е годы стала заметно усиливаться зависимость эффективности предпринимательской деятельности от факторов внешней среды. Это было связано с развитием и укреплением мирохозяйственных связей, перенасыщением не только национальных, но и традиционных внешних рынков при наметившейся тенденции появления новых (главным образом в бывших социалистических странах). В то же время были разработаны принципиально новые технологии, ускорился процесс создания товаров-аналогов и заменителей, а «жизненный цикл» продукции

### 3.2. Факторы роста эффективности предпринимательской деятельности в современных условиях и их прогнозирование

В любой системе управления важно выделить те области бизнеса, в которых результат может быть измерен. Это - товары или услуги, рынки (включая потребителей и конечных пользователей) и каналы сбыта. Практически всегда есть некоторые товары, не являющиеся самостоятельными - части другого товара, вспомогательные товары, или товары, стимулирующие сбыт другого товара на рынке. Подходить к ним с общих позиций, с точки зрения стандартов, предъявляемых к основному товару, неверно.

В большинстве случаев главной причиной недостаточной эффективности является дисбаланс между областями бизнеса - товары, рынки, каналы сбыта. Так, например, хороший товар предлагают на неподходящий для него рынок, или через неподходящие каналы сбыта. Это может быть причиной вытеснения хорошего, с точки зрения производителя, товара с рынка. Необходимо также учитывать такие показатели, как товарооборот и количество операций за определенный период времени.

Товар может давать хороший маржинальный доход, достаточную прибыль, но требовать значительного повышения постоянных затрат и приносить в конечном счете убытки. Важным является проведение эффективного контроля над затратами, политика их сокращения с использованием инструментов управления затратами.

Для выработки конкретных мероприятий по повышению экономической эффективности предпринимательства важное значение имеет анализ финансового состояния и финансовой устойчивости предпринимательской структуры, который был проведен в работе на примере малой и крупной организаций Ставропольского края во второй главе работы.

Для получения недостающей информации аналитического свойства используются методы сравнения, сводки и группировки, цепные подстановки

Товар может давать хороший маржинальный доход, достаточную прибыль, но требовать значительного повышения постоянных затрат и приносить в конечном счете убытки. Важным является проведение эффективного контроля над затратами, политика их сокращения с использованием инструментов управления затратами.

Для выработки конкретных мероприятий по повышению экономической эффективности предпринимательства важное значение имеет анализ финансового состояния и финансовой устойчивости предпринимательской структуры.

Для получения недостающей информации аналитического свойства используются методы сравнения, сводки и группировки, цепные подстановки и др. Оценка экономической эффективности предпринимательства на основе показателей, характеризующих результативность различных аспектов предпринимательской деятельности, позволяет не только выяснить, какой ценой получен данный результат, но и выявить пути ее повышения. Очевидно, что каждый предприниматель решает эту проблему по-своему. Вместе с тем существуют общие резервы повышения экономической эффективности предпринимательства, во многом обусловленные как спецификой предпринимательской деятельности, так и периодом его становления.

При этом следует заметить, что процесс повышения эффективности всегда в той или иной мере обостряет противоречие между экономической и социальной ее составляющими. В 80-е годы стала заметно усиливаться зависимость эффективности предпринимательской деятельности от факторов внешней среды. Это было связано с развитием и укреплением мирохозяйственных связей, перенасыщением не только национальных, но и традиционных внешних рынков при наметившейся тенденции появления новых (главным образом в бывших социалистических странах). В то же время были разработаны принципиально новые технологии, ускорился процесс создания товаров-аналогов и заменителей, а «жизненный цикл» продукции

и др. Оценка экономической эффективности предпринимательства на основе показателей, характеризующих результативность различных аспектов предпринимательской деятельности, позволяет не только выяснить, какой ценой получен данный результат, но и выявить пути ее повышения. Очевидно, что каждый предприниматель решает эту проблему по-своему. Вместе с тем существуют общие резервы повышения экономической эффективности предпринимательства, во многом обусловленные как спецификой предпринимательской деятельности, так и периодом его становления.

При этом следует заметить, что процесс повышения эффективности всегда в той или иной мере обостряет противоречие между экономической и социальной ее составляющими. В 80-ые годы стала заметно усиливаться зависимость эффективности предпринимательской деятельности от факторов внешней среды. Это было связано с развитием и укреплением мирохозяйственных связей, перенасыщением не только национальных, но и традиционных внешних рынков при наметившейся тенденции появления новых (главным образом в бывших социалистических странах). В то же время были разработаны принципиально новые технологии, ускорился процесс создания товаров-аналогов и заменителей, а «жизненный цикл» продукции (особенно инновационной) еще более сократился. В результате существенно повысилась неопределенность и нестабильность не только товарных рынков, но и рынков труда и капитала. Все это, с одной стороны, привело к резкому обострению конкурентной борьбы уже не только за покупателя, но и за потребителя (потенциального покупателя), изменению ее методов, в частности, к глобализации предпринимательства и бизнеса, а с другой стороны, потребовало качественных изменений в организации предпринимательской деятельности, повышению ее эффективности.

Главной отличительной особенностью современной модели повышения эффективности предпринимательства является изменение системы

(особенно инновационной) еще более сократился. В результате существенно повысилась неопределенность и нестабильность не только товарных рынков, но и рынков труда и капитала. Все это, с одной стороны, привело к резкому обострению конкурентной борьбы уже не только за покупателя, но и за потребителя (потенциального покупателя), изменению ее методов, в частности, к глобализации предпринимательства и бизнеса, а с другой стороны, потребовало качественных изменений в организации предпринимательской деятельности, повышению ее эффективности.

Для того, чтобы победить в сегодняшней конкурентной борьбе, обеспечить более или менее долговременную конкурентоспособность продукции и снизить предпринимательские риски, уже недостаточно изучать, прогнозировать и учитывать покупательский спрос. Необходимо выявлять и формировать потребности, то есть по существу «создавать» свой рынок и своего покупателя. Одним из таких резервов является непрерывное улучшение качества продукции и услуг. Под качеством обычно понимается такая совокупность объективно существующих характеристик и свойств товара и услуг, которая позволяет удовлетворять запросы покупателя. Что касается качества продукции предпринимательства, то в эту совокупность входят, прежде всего, такие свойства, как технологичность, надежность, эргономичность, эстетические свойства, безопасность и экологичность.

Любое современное производство может быть рентабельным только в том случае, если выпускает качественную продукцию. Именно качество обеспечивает рост продаж, снижение издержек, увеличение прибыли, и, в конечном счете, экономическую эффективность деятельности.

Современное предпринимательство может быть рентабельным только в том случае, если оно изначально ориентировано, во-первых, на производство высококачественной продукции и, во-вторых, на непрерывное улучшение качественных характеристик и свойств продукции. Только производя исключительную или значительно превосходящую по качественным параметрам существующие аналоги продукцию, предпринимательская

и др. Оценка экономической эффективности предпринимательства на основе показателей, характеризующих результативность различных аспектов предпринимательской деятельности, позволяет не только выяснить, какой ценой получен данный результат, но и выявить пути ее повышения. Очевидно, что каждый предприниматель решает эту проблему по-своему. Вместе с тем существуют общие резервы повышения экономической эффективности предпринимательства, во многом обусловленные как спецификой предпринимательской деятельности, так и периодом его становления.

При этом следует заметить, что процесс повышения эффективности всегда в той или иной мере обостряет противоречие между экономической и социальной ее составляющими. В 80-ые годы стала заметно усиливаться зависимость эффективности предпринимательской деятельности от факторов внешней среды. Это было связано с развитием и укреплением мирохозяйственных связей, перенасыщением не только национальных, но и традиционных внешних рынков при наметившейся тенденции появления новых (главным образом в бывших социалистических странах). В то же время были разработаны принципиально новые технологии, ускорился процесс создания товаров-аналогов и заменителей, а “жизненный цикл”

продукции (особенно инновационной) еще более сократился. В результате существенно повысилась неопределенность и нестабильность не только товарных рынков, но и рынков труда и капитала. Все это, с одной стороны, привело к резкому обострению конкурентной борьбы уже не только за покупателя, но и за потребителя (потенциального покупателя), изменению ее методов, в частности, к глобализации предпринимательства и бизнеса, а с другой стороны, потребовало качественных изменений в организации предпринимательской деятельности, повышению ее эффективности.

Главной отличительной особенностью современной модели повышения эффективности предпринимательства является изменение системы

(особенно инновационной) еще более сократился. В результате существенно повысилась неопределенность и нестабильность не только товарных рынков, но и рынков труда и капитала. Все это, с одной стороны, привело к резкому обострению конкурентной борьбы уже не только за покупателя, но и за потребителя (потенциального покупателя), изменению ее методов, в частности, к глобализации предпринимательства и бизнеса, а с другой стороны, потребовало качественных изменений в организации предпринимательской деятельности, повышении ее эффективности.

Для того, чтобы победить в сегодняшней конкурентной борьбе, обеспечить более или менее долговременную конкурентоспособность продукции и снизить предпринимательские риски, уже недостаточно изучать, прогнозировать и учитывать покупательский спрос. Необходимо выявлять и формировать потребности, то есть по существу «создавать» свой рынок и своего покупателя. Одним из таких резервов является непрерывное улучшение качества продукции и услуг. Под качеством обычно понимается такая совокупность объективно существующих характеристик и свойств товара и услуг, которая позволяет удовлетворять запросы покупателя. Что касается качества продукции предпринимательства, то в эту совокупность входят, прежде всего, такие свойства, как технологичность, надежность, эргономичность, эстетические свойства, безопасность и экологичность.

Любое современное производство может быть рентабельным только в том случае, если выпускает качественную продукцию. Именно качество обеспечивает рост продаж, снижение издержек, увеличение прибыли, и, в конечном счете, экономическую эффективность деятельности.

Современное предпринимательство может быть рентабельным только в том случае, если оно изначально ориентировано, во-первых, на производство высококачественной продукции и, во-вторых, на непрерывное улучшение качественных характеристик и свойств продукции. Только производя исключительную или значительно превосходящую по качественным параметрам существующие аналоги продукцию, предпринимательская

стратегического целеполагания, о чем было сказано в предыдущем параграфе работы (3.1. Правильное целеполагание как фактор эффективности).

Для того чтобы победить в сегодняшней конкурентной борьбе, обеспечить более или менее долговременную конкурентоспособность продукции и снизить предпринимательские риски, уже недостаточно изучать, прогнозировать и учитывать покупательский спрос. Необходимо выявлять и формировать потребности, то есть по существу «создавать» свой рынок и своего покупателя. Одним из таких резервов является непрерывное улучшение качества продукции и услуг. Под качеством обычно понимается такая совокупность объективно существующих характеристик и свойств товара и услуг, которая позволяет удовлетворять запросы покупателя. Что касается качества продукции предпринимательства, то в эту совокупность входят, прежде всего, такие свойства, как технологичность, надежность, эргономичность, эстетические свойства, безопасность и экологичность.

Любое современное производство может быть рентабельным только в том случае, если выпускает качественную продукцию. Именно качество обеспечивает рост продаж, снижение издержек, увеличение прибыли, и, в конечном счете, экономическую эффективность деятельности предприятий.

Американский ученый-экономист Фейгенбаум А. еще в середине 80-х годов писал, что в условиях острой конкурентной борьбы современные фирмы смогут успешно развиваться, руководствуясь следующими принципами:

- качество является не одним из направлений деятельности фирмы, а непрерывным процессом, затрагивающим все ее функции;
- повышение качества зависит от степени участия в его формировании каждого сотрудника фирмы;
- качество не препятствует, а способствует снижению себестоимости продукции;
- качество означает использование новой техники и технологий;
- качеством необходимо управлять так же непосредственно и эффективно, как управляют оборудованием, производством, финансами [94].

(особенно инновационной) еще более сократился. В результате существенно повысилась неопределенность и нестабильность не только товарных рынков, но и рынков труда и капитала. Все это, с одной стороны, привело к резкому обострению конкурентной борьбы уже не только за покупателя, но и за потребителя (потенциального покупателя), изменению ее методов, в частности, к глобализации предпринимательства и бизнеса, а с другой стороны, потребовало качественных изменений в организации предпринимательской деятельности, повышении ее эффективности.

Для того, чтобы победить в сегодняшней конкурентной борьбе, обеспечить более или менее долговременную конкурентоспособность продукции и снизить предпринимательские риски, уже недостаточно изучать, прогнозировать и учитывать покупательский спрос. Необходимо выявлять и формировать потребности, то есть по существу «создавать» свой рынок и своего покупателя. Одним из таких резервов является непрерывное улучшение качества продукции и услуг. Под качеством обычно понимается такая совокупность объективно существующих характеристик и свойств товара и услуг, которая позволяет удовлетворять запросы покупателя. Что касается качества продукции предпринимательства, то в эту совокупность входят, прежде всего, такие свойства, как технологичность, надежность, эргономичность, эстетические свойства, безопасность и экологичность.

Любое современное производство может быть рентабельным только в том случае, если выпускает качественную продукцию. Именно качество обеспечивает рост продаж, снижение издержек, увеличение прибыли, и, в конечном счете, экономическую эффективность деятельности.

Современное предпринимательство может быть рентабельным только в том случае, если оно изначально ориентировано, во-первых, на производство высококачественной продукции и, во-вторых, на непрерывное улучшение качественных характеристик и свойств продукции. Только производя исключительную или значительно превосходящую по качественным параметрам существующие аналоги продукцию, предпринимательская

Современное предпринимательство может быть рентабельным только в том случае, если оно изначально ориентировано, во-первых, на производство высококачественной продукции и, во-вторых, на непрерывное улучшение качественных характеристик и свойств продукции. Только производя исключительную или значительно превосходящую по качественным параметрам существующие аналоги продукцию, предпринимательская структура может обеспечить свою конкурентоспособность, стать своего рода монополистом на рынке, получая сверхприбыль. Для российских предпринимателей проблема повышения качества продукции в настоящее время стоит очень остро. Это обусловлено тем, что предпринимательская структура как самостоятельный хозяйствующий субъект представляет собой открытую социально-экономическую систему, на функционирование которой существенное влияние оказывает не только внутренняя, но и внешняя по отношению к ней среда.

В связи с этим многократно возрастает значимость другого резерва повышения экономической эффективности предпринимательства – умения предпринимателей комбинировать факторы производства для получения преимуществ на рынке.

Улучшение показателей эффективности деятельности фирмы товаров возможно в результате разработки и реализации организационно-технических мероприятий, комплексно отражающих факторы эффективности.

Предлагается использовать классификацию факторов эффективности на уровне фирмы, представленную на рис.3.3.

Анализ теоретических подходов к определению наиболее важных направлений повышения эффективности деятельности предприятия позволяет объединить их в две группы -

- 1 группа - мероприятия по росту результата деятельности организации;
- 2 группа - мероприятия по экономному использованию ресурсов.

структура может обеспечить свою конкурентоспособность, стать своего рода монополистом на рынке, получая сверхприбыль. Для российских предпринимателей проблема повышения качества продукции в настоящее время стоит очень остро. Это обусловлено тем, что предпринимательская структура как самостоятельный хозяйствующий субъект представляет собой открытую социально-экономическую систему, на функционирование которой существенное влияние оказывает не только внутренняя, но и внешняя по отношению к ней среда.

В связи с этим многократно возрастает значимость другого резерва повышения экономической эффективности предпринимательства – умения предпринимателей комбинировать факторы производства для получения преимуществ на рынке.

Улучшение показателей эффективности деятельности фирмы возможно в результате разработки и реализации организационно-технических мероприятий, комплексно отражающих факторы эффективности. Предлагается использовать классификацию факторов эффективности на уровне фирмы, представленную на рис. 1.9.

Анализ теоретических подходов к определению наиболее важных направлений повышения эффективности деятельности предприятия позволяет объединить их в две группы:

1 группа - мероприятия по росту результата деятельности организации;

2 группа - мероприятия по экономному использованию ресурсов.

В российской действительности все еще встречается пассивная форма стратегии выживания, которая характеризуется сокращением производственных затрат путем сворачивания производства, сокращения занятости, снижения технологического уровня производства, задержки платежей как кредиторам, так и в государственный бюджет и внебюджетные фонды. Однако очевидно, что подобная «стратегия выживания» способна лишь отдалить окончательный крах (банкротство) предпринимательской

Современное предпринимательство может быть рентабельным только в том случае, если оно изначально ориентировано, во-первых, на производство высококачественной продукции и, во-вторых, на непрерывное улучшение качественных характеристик и свойств продукции. Только производя исключительную или значительно превосходящую по качественным параметрам существующие аналоги продукцию, предпринимательская

структура может обеспечить свою конкурентоспособность, стать своего рода монополистом на рынке, получая сверхприбыль. Для российских предпринимателей проблема повышения качества продукции в настоящее время стоит очень остро. Это обусловлено тем, что предпринимательская структура как самостоятельный хозяйствующий субъект представляет собой открытую социально-экономическую систему, на функционирование которой существенное влияние оказывает не только внутренняя, но и внешняя по отношению к ней среда.

В связи с этим многократно возрастает значимость другого резерва повышения экономической эффективности предпринимательства – умения предпринимателей комбинировать факторы производства для получения преимуществ на рынке.

Улучшение показателей эффективности деятельности фирмы товаров возможно в результате разработки и реализации организационно-технических мероприятий, комплексно отражающих факторы эффективности.

Предлагается использовать классификацию факторов эффективности на уровне фирмы, представленную на рис.3.3.

Анализ теоретических подходов к определению наиболее важных направлений повышения эффективности деятельности предприятия позволяет объединить их в две группы -

1 группа - мероприятия по росту результата деятельности организации;

2 группа - мероприятия по экономному использованию ресурсов.

структура может обеспечить свою конкурентоспособность, стать своего рода монополистом на рынке, получая сверхприбыль. Для российских предпринимателей проблема повышения качества продукции в настоящее время стоит очень остро. Это обусловлено тем, что предпринимательская структура как самостоятельный хозяйствующий субъект представляет собой открытую социально-экономическую систему, на функционирование которой существенное влияние оказывает не только внутренняя, но и внешняя по отношению к ней среда.

В связи с этим многократно возрастает значимость другого резерва повышения экономической эффективности предпринимательства – умения предпринимателей комбинировать факторы производства для получения преимуществ на рынке.

Улучшение показателей эффективности деятельности фирмы возможно в результате разработки и реализации организационно-технических мероприятий, комплексно отражающих факторы эффективности. Предлагается использовать классификацию факторов эффективности на уровне фирмы, представленную на рис. 1.9.

Анализ теоретических подходов к определению наиболее важных направлений повышения эффективности деятельности предприятия позволяет объединить их в две группы:

1 группа - мероприятия по росту результата деятельности организации;

2 группа - мероприятия по экономному использованию ресурсов.

В российской действительности все еще встречается пассивная форма стратегии выживания, которая характеризуется сокращением производственных затрат путем сворачивания производства, сокращения занятости, снижения технологического уровня производства, задержки платежей как кредиторам, так и в государственный бюджет и внебюджетные фонды. Однако очевидно, что подобная «стратегия выживания» способна лишь отдалить окончательный крах (банкротство) предпринимательской

В российской действительности все еще встречается пассивная форма стратегии выживания, которая характеризуется сокращением производственных затрат путем сворачивания производства, сокращения занятости, снижения технологического уровня производства, задержки платежей как кредиторам, так и в государственный бюджет и внебюджетные фонды. Однако очевидно, что подобная "стратегия выживания" способна лишь отдалить окончательный крах (банкротство) предпринимательской структуры за счет замедления темпов экономического и финансового падения. Предотвратить банкротство эта стратегия не в силах, поскольку она нарушает все принципы настоящей стратегии выживания: укрепление платежеспособности, повышение доходности за счет более точного соответствия продукции запросам потребителей, снижение издержек.

Вместе с тем, все большее число российских предпринимателей применяет стратегию активного выживания, которая характеризуется:

- активной маркетинговой политикой, включающей поиск новых рыночных сегментов, обновление продукции в соответствии с запросами потребителей и т.д.,
- активной производственной политикой, включающей совершенствование технологии производства с целью повышения качества выпускаемой продукции и снижения издержек производства,
- увеличение загруженности производственных мощностей с одновременной ликвидацией и реструктуризацией неприбыльных производств,
- повышение финансовой дисциплины для укрепления платежеспособности предпринимательской структуры, предотвращения возможности применения к ней Закона о несостоятельности (банкротстве),
- поиск новых организационных структур и т.п.

Активной стратегии выживания свойственна стабилизация состояния предпринимательской структуры на начальном этапе, сменяющаяся затем ростом объемов производства и продаж.

структуры за счет замедления темпов экономического и финансового падения.



Рис. 1.9. Направления повышения эффективности деятельности фирмы



Рис. 3.3. Направления повышения эффективности деятельности фирмы

Предотвратить банкротство эта стратегия не в силах, поскольку она нарушает все принципы настоящей стратегии выживания: укрепление платежеспособности, повышение доходности за счет более точного соответствия продукции запросам потребителей, снижение издержек.

Вместе с тем, все большее число российских предпринимателей применяет стратегию активного выживания, которая характеризуется:

- активной маркетинговой политикой, включающей поиск новых рыночных сегментов, обновление продукции в соответствии с запросами потребителей и т.д.;
- активной производственной политикой, включающей совершенствование технологии производства с целью повышения качества выпускаемой продукции и снижения издержек производства;
- увеличением загруженности производственных мощностей с одновременной ликвидацией и реструктуризацией неприбыльных производств;
- повышением финансовой дисциплины для укрепления платежеспособности предпринимательской структуры, предотвращения возможности банкротства;
- поиска новых организационных структур и т.п.

Активной стратегии выживания свойственна стабилизация состояния предпринимательской структуры на начальном этапе, сменяющаяся затем ростом объемов производства и продаж.

Основными препятствиями, затрудняющими использование активной стратегии выживания в российской экономике, в недавнем прошлом являлись: дефицит собственных оборотных средств, осложненный проблемами с его покрытием банковскими кредитами в связи с высокими темпами инфляции, завышенный курс рубля по отношению к доллару, который стимулировал высокий уровень импорта, угнетающий национальную промышленность, и другие. После девальвации рубля в 1998 году эти причины были устранены и российские предпринимательские

В российской действительности все еще встречается пассивная форма стратегии выживания, которая характеризуется сокращением производственных затрат путем сворачивания производства, сокращения занятости, снижения технологического уровня производства, задержки платежей как кредиторам, так и в государственный бюджет и внебюджетные фонды. Однако очевидно, что подобная "стратегия выживания" способна лишь отдалить окончательный крах (банкротство) предпринимательской структуры за счет замедления темпов экономического и финансового

падения. Предотвратить банкротство эта стратегия не в силах, поскольку она нарушает все принципы настоящей стратегии выживания: укрепление платежеспособности, повышение доходности за счет более точного соответствия продукции запросам потребителей, снижение издержек.

Вместе с тем, все большее число российских предпринимателей применяет стратегию активного выживания, которая характеризуется:

- активной маркетинговой политикой, включающей поиск новых рыночных сегментов, обновление продукции в соответствии с запросами потребителей и т.д.;
- активной производственной политикой, включающей совершенствование технологии производства с целью повышения качества выпускаемой продукции и снижения издержек производства;
- увеличение загруженности производственных мощностей с одновременной ликвидацией и реструктуризацией неприбыльных производств;
- повышение финансовой дисциплины для укрепления платежеспособности предпринимательской структуры, предотвращения возможности применения к ней Закона о несостоятельности (банкротстве);
- поиск новых организационных структур и т.п.

Активной стратегии выживания свойственна стабилизация состояния предпринимательской структуры на начальном этапе, сменяющаяся затем ростом объемов производства и продаж.

Предотвратить банкротство эта стратегия не в силах, поскольку она нарушает все принципы настоящей стратегии выживания: укрепление платежеспособности, повышение доходности за счет более точного соответствия продукции запросам потребителей, снижение издержек.

Вместе с тем, все большее число российских предпринимателей применяет стратегию активного выживания, которая характеризуется:

- активной маркетинговой политикой, включающей поиск новых рыночных сегментов, обновление продукции в соответствии с запросами потребителей и т.д.;
- активной производственной политикой, включающей совершенствование технологии производства с целью повышения качества выпускаемой продукции и снижения издержек производства;
- увеличением загруженности производственных мощностей с одновременной ликвидацией и реструктуризацией неприбыльных производств;
- повышением финансовой дисциплины для укрепления платежеспособности предпринимательской структуры, предотвращения возможности банкротства;
- поиска новых организационных структур и т.п.

Активной стратегии выживания свойственна стабилизация состояния предпринимательской структуры на начальном этапе, сменяющаяся затем ростом объемов производства и продаж.

Основными препятствиями, затрудняющими использование активной стратегии выживания в российской экономике, в недавнем прошлом являлись: дефицит собственных оборотных средств, осложненный проблемами с его покрытием банковскими кредитами в связи с высокими темпами инфляции, завышенный курс рубля по отношению к доллару, который стимулировал высокий уровень импорта, угнетающий национальную промышленность, и другие. После девальвации рубля в 1998 году эти причины были устранены и российские предпринимательские

Основными препятствиями, затрудняющими использование активной стратегии выживания в российской экономике в недавнем прошлом являлись: дефицит собственных оборотных средств, осложненный проблемами с его покрытием банковскими кредитами в связи с высокими темпами инфляции, завышенный курс рубля по отношению к доллару, который стимулировал высокий уровень импорта, угнетающий национальную промышленность и другие [95,96,97]. После девальвации рубля в 1998 году эти причины были устранены и российские предпринимательские структуры получили шанс для использования методов стратегии активного выживания путем стратегической реструктуризации своего бизнеса.

Конкурентное преимущество позволяет фирмам играть главенствующую роль в данной отрасли. Оно делится на два основных вида:

- более низкие издержки
- дифференциация товара.

Низкие издержки отражают способность фирмы разрабатывать, выпускать и продавать сравнимый товар с меньшими затратами, чем конкуренты.

Дифференциация – это способность обеспечивать покупателя уникальной и большей ценностью в виде нового качества товара, особых потребительских свойств или послепродажного обслуживания.

Организационные меры, направленные на повышение конкурентоспособности предприятия, можно свести к следующим:

- обеспечение технико-экономических и качественных показателей, создающих приоритетность продукции предприятия на рынке;
- изменение качества изделия и его технико-экономических параметров с целью учёта требований потребителя и его конкретных запросов, повышение внимания к надёжности продукции;
- выявление и обеспечение преимуществ продукта по сравнению с его заменителями;

структуры получили шанс для использования методов стратегии активного выживания путем стратегической реструктуризации своего бизнеса.

Конкурентное преимущество позволяет фирмам играть главенствующую роль в данной отрасли. Оно делится на два основных вида:

- более низкие издержки;
- дифференциация товара.

Низкие издержки отражают способность фирмы разрабатывать, выпускать и продавать сравнимый товар с меньшими затратами, чем конкуренты.

Дифференциация – это способность обеспечивать покупателя уникальной и большей ценностью в виде нового качества товара, особых потребительских свойств или послепродажного обслуживания.

Организационные меры, направленные на повышение конкурентоспособности предприятия, можно свести к следующим:

- обеспечение технико-экономических и качественных показателей, создающих приоритетность продукции предприятия на рынке;
- изменение качества изделия и его технико-экономических параметров с целью учёта требований потребителя и его конкретных запросов, повышение внимания к надёжности продукции;
- выявление и обеспечение преимуществ продукта по сравнению с его заменителями;

- выявление преимуществ и недостатков товаров-аналогов, выпускаемых конкурентами, и соответствующее использование этих результатов на своём предприятии;

- изучение мероприятий конкурентов по совершенствованию аналогичных товаров, с которыми они выступают на рынке, и разработка мер, дающих преимущества по сравнению с конкурентами;

- определение возможных модификаций продукта путём повышения качественных характеристик, например, таких как

Основными препятствиями, затрудняющими использование активной стратегии выживания в российской экономике в недавнем прошлом являлись: дефицит собственных оборотных средств, осложнённый проблемами с его покрытием банковскими кредитами в связи с высокими темпами инфляции, завышенный курс рубля по отношению к доллару, который стимулировал высокий уровень импорта, угнетающий национальную промышленность и другие [95,96,97]. После девальвации рубля в 1998 году эти причины были устранены и российские

предпринимательские структуры получили шанс для использования методов стратегии активного выживания путем стратегической реструктуризации своего бизнеса.

Конкурентное преимущество позволяет фирмам играть главенствующую роль в данной отрасли. Оно делится на два основных вида:

- более низкие издержки
- дифференциация товара.

Низкие издержки отражают способность фирмы разрабатывать, выпускать и продавать сравнимый товар с меньшими затратами, чем конкуренты.

Дифференциация – это способность обеспечивать покупателя уникальной и большей ценностью в виде нового качества товара, особых потребительских свойств или послепродажного обслуживания.

Организационные меры, направленные на повышение конкурентоспособности предприятия, можно свести к следующим:

- обеспечение технико-экономических и качественных показателей, создающих приоритетность продукции предприятия на рынке;
- изменение качества изделия и его технико-экономических параметров с целью учёта требований потребителя и его конкретных запросов, повышение внимания к надёжности продукции;
- выявление и обеспечение преимуществ продукта по сравнению с его заменителями;

структуры получили шанс для использования методов стратегии активного выживания путем стратегической реструктуризации своего бизнеса.

Конкурентное преимущество позволяет фирмам играть главенствующую роль в данной отрасли. Оно делится на два основных вида:

- более низкие издержки;
- дифференциация товара.

Низкие издержки отражают способность фирмы разрабатывать, выпускать и продавать сравнимый товар с меньшими затратами, чем конкуренты.

Дифференциация – это способность обеспечивать покупателя уникальной и большей ценностью в виде нового качества товара, особых потребительских свойств или послепродажного обслуживания.

Организационные меры, направленные на повышение конкурентоспособности предприятия, можно свести к следующим:

- обеспечение технико-экономических и качественных показателей, создающих приоритетность продукции предприятия на рынке;
- изменение качества изделия и его технико-экономических параметров с целью учёта требований потребителя и его конкретных запросов, повышение внимания к надёжности продукции;
- выявление и обеспечение преимуществ продукта по сравнению с его заменителями;

- выявление преимуществ и недостатков товаров-аналогов, выпускаемых конкурентами, и соответствующее использование этих результатов на своём предприятии;
- изучение мероприятий конкурентов по совершенствованию аналогичных товаров, с которыми они выступают на рынке, и разработка мер, дающих преимущества по сравнению с конкурентами;
- определение возможных модификаций продукта путём повышения качественных характеристик, например, таких как

- выявление преимуществ и недостатков товаров-аналогов, выпускаемых конкурентами, и соответствующее использование этих результатов на своём предприятии;
- изучение мероприятий конкурентов по совершенствованию аналогичных товаров, с которыми они выступают на рынке, и разработка мер, дающих преимущества по сравнению с конкурентами;
- определение возможных модификаций продукта путём повышения качественных характеристик, например, таких как долговечность, надёжность, экономичность в эксплуатации, улучшение внешнего оформления (дизайна);
- выявление и использование ценовых факторов повышения конкурентоспособности продукции, в том числе, применяемых предприятиями-конкурентами (скидок с цены, сроков и объема гарантий);
- нахождение и использование возможных приоритетных сфер применения продукции, в особенности новой продукции;
- приспособление продукции к работе в различных условиях: тропических или полярного климата, на различных грунтах (каменистых, песчаных, болотистых);
- дифференциация продукции, обеспечивающая относительно устойчивое предпочтение покупателей, отдаваемое определённым видам взаимозаменяемых товаров; значение ценовой конкуренции в этих условиях снижается, поскольку покупатели руководствуются сложившимися предпочтениями в отношении качества продукции, особенностей её эксплуатации, репутации предприятия - производителя и другого;
- воздействие непосредственно на потребителя путём искусственного ограничения поступления на рынок новых и более прогрессивных товаров, проведение активной рекламной деятельности, предоставления денежного или товарного кредита, в частности, путём рассрочки платежа.

долговечность, надёжность, экономичность в эксплуатации, улучшение внешнего оформления (дизайна);

- выявление и использование ценовых факторов повышения конкурентоспособности продукции, в том числе, применяемых предприятиями-конкурентами (скидок с цены, сроков и объема гарантий);
- нахождение и использование возможных приоритетных сфер применения продукции, в особенности новой продукции;
- приспособление продукции к работе в различных условиях: тропических или полярного климата, на различных грунтах (каменистых, песчаных, болотистых);
- дифференциация продукции, обеспечивающая относительно устойчивое предпочтение покупателей, отдаваемое определённым видам взаимозаменяемых товаров; значение ценовой конкуренции в этих условиях снижается, поскольку покупатели руководствуются сложившимися предпочтениями в отношении качества продукции, особенностей её эксплуатации, репутации предприятия-производителя и др.;
- воздействие непосредственно на потребителя путём искусственного ограничения поступления на рынок новых и более прогрессивных товаров, проведение активной рекламной деятельности, предоставления денежного или товарного кредита, в частности, путём рассрочки платежа.

Уровень экономической и социальной эффективности предпринимательской деятельности зависит от многих факторов. Поэтому для практического решения задач управления эффективностью важное значение имеет классификация факторов ее роста по определенным признакам, в том числе:

- видам затрат и ресурсов (источникам повышения);
- направлениям развития и совершенствования производства (деятельности);

- выявление преимуществ и недостатков товаров-аналогов, выпускаемых конкурентами, и соответствующее использование этих результатов на своём предприятии;

- изучение мероприятий конкурентов по совершенствованию аналогичных товаров, с которыми они выступают на рынке, и разработка мер, дающих преимущества по сравнению с конкурентами;

- определение возможных модификаций продукта путём повышения качественных характеристик, например, таких как

долговечность, надёжность, экономичность в эксплуатации, улучшение внешнего оформления (дизайна);

- выявление и использование ценовых факторов повышения конкурентоспособности продукции, в том числе, применяемых предприятиями-конкурентами (скидок с цены, сроков и объема гарантий);

- нахождение и использование возможных приоритетных сфер применения продукции, в особенности новой продукции;

- приспособление продукции к работе в различных условиях: тропических или полярного климата, на различных грунтах (каменистых, песчаных, болотистых);

- дифференциация продукции, обеспечивающая относительно устойчивое предпочтение покупателей, отдаваемое определённым видам взаимозаменяемых товаров; значение ценовой конкуренции в этих условиях снижается, поскольку покупатели руководствуются сложившимися предпочтениями в отношении качества продукции, особенностей её эксплуатации, репутации предприятия - производителя и другого;

- воздействие непосредственно на потребителя путём искусственного ограничения поступления на рынок новых и более прогрессивных товаров, проведение активной рекламной деятельности, предоставления денежного или товарного кредита, в частности, путём рассрочки платежа.

влияние на жизненный цикл организации уже не рассматривается как исключительное явление. В практике и научных исследованиях все большее внимания уделяется анализу методов и организационным возможностям управления изменениями. Концепция управления изменениями охватывает все запланированные, организуемые и контролируемые перемены в области стратегии, производственных процессов, структуры и культуры любой социально-экономической системы. Поэтому, целесообразно перейти к изучению эффективности предпринимательской деятельности, а также рассмотреть ее связь с конкурентоспособностью.

### 2.3. Понятие эффективности предпринимательской и управленческой деятельности, их взаимосвязь с конкурентоспособностью предприятия

Для анализа понятий эффективности предпринимательской и управленческой деятельности большое значение имеет определение эффективности вообще, поскольку в литературе, да и на практике понятие «эффективность» имеет много показателей измерения и характеристик. «Эффективность» довольно часто отождествляется с понятием «эффект». Однако при всей близости двух понятий суть их различна. Если эффект характеризует полученный результат, то эффективность – уровень достижения поставленной цели. Если эффект является свойством любого действия или процесса, имеющего какой бы то ни было результат, то об эффективности можно говорить только применительно к целенаправленному действию или процессу.

Если эффект – всегда величина абсолютная, то эффективность – всегда величина относительная, поскольку при ее определении соотносятся либо результат и цель, либо результат и затраты на его получение, либо полученные положительные результаты и возможные отрицательные результаты. Последний показатель особенно важен для оценки эффективности предпринимательства, учитывая рискованный характер предпринимательской деятельности.

## Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### 1.1. Понятие эффективности предпринимательской и управленческой деятельности, их взаимосвязь с конкурентоспособностью предприятия

Для анализа понятий эффективности предпринимательской и управленческой деятельности большое значение имеет определение эффективности вообще, поскольку в литературе, да и на практике понятие «эффективность» имеет много показателей измерения и характеристик. «Эффективность» довольно часто отождествляется с понятием «эффект». Однако при всей близости этих двух понятий, имеющих один и тот же корень - Effectus (в переводе с латинского - действительность, результативность, производительность), суть их различна. Если эффект характеризует полученный результат, то эффективность – уровень достижения поставленной цели. Если эффект является свойством любого действия или процесса, имеющего какой бы то ни было результат, то об эффективности можно говорить только применительно к целенаправленному действию или процессу.

Если эффект – всегда величина абсолютная, то эффективность – всегда величина относительная, поскольку при ее определении соотносятся либо результат и цель, либо результат и затраты на его получение, либо полученные положительные результаты и возможные отрицательные результаты. Последний показатель особенно важен для оценки эффективности предпринимательства, учитывая рискованный характер предпринимательской деятельности[92].

Оценка эффективности имеет первоочередное значение для многих аспектов менеджмента, поскольку с ее помощью определяется правильность, обоснованность, действительность работы руководителя. Важность этой проблемы определяет большое внимание к ней ученых-экономистов, которые по-

Эффективность – это достижение каких-либо определённых результатов с минимально возможными издержками или получение максимально возможного объёма продукции из данного количества ресурсов.

Оценка эффективности имеет первоочередное значение для многих аспектов менеджмента, поскольку с ее помощью определяется правильность, обоснованность, действенность работы руководителя. Важность этой проблемы определяет большое внимание к ней ученых-экономистов, которые по-разному видят сущность и показатели эффективности, порядок и подходы к их определению. Обобщение работ М.И. Баканова, А.Н. Богатко, А.Д. Шеремета и др. [24, 36, 198, 166, 162, 92] показывает трактовки определения указанных категорий.

Понятия эффективности предпринимательской и управленческой деятельности во многом близки между собой, поскольку предприниматель является руководителем своего предприятия. Эффективность управления представляет собой относительную характеристику результативности деятельности конкретной управляющей системы, которая отражается в различных показателях как объекта управления, так и собственно управленческой деятельности (субъекта управления), причем эти показатели имеют как количественные, так и качественные характеристики. Или, другими словами, эффективность деятельности управляющей системы должна быть выражена, в конечном счете, через показатели эффективности управляемой системы, хотя может иметь и свои собственные частные характеристики. Это относится и к предпринимательской деятельности.

Любые изменения в организации, проводимые предпринимателем или аппаратом управления, должны отвечать определенным ее целям, достижение которых предопределяет, будет или нет эффективной работа организации. Наиболее распространенными целями предпринимательской деятельности считаются размер прибыли, размер бизнеса (продаж), устойчивый рост прибыли, высокое качество продукции, признанное во всем мире, и т.п. цели, которые можно назвать общими словами – результативность и эффективность.

## Глава I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### I.1. Понятие эффективности предпринимательской и управленческой деятельности, их взаимосвязь с конкурентоспособностью предприятия

Для анализа понятий эффективности предпринимательской и управленческой деятельности большое значение имеет определение эффективности вообще, поскольку в литературе, да и на практике понятие «эффективность» имеет много показателей измерения и характеристик. «Эффективность» довольно часто отождествляется с понятием «эффект». Однако при всей близости этих двух понятий, имеющих один и тот же корень - Effectus (в переводе с латинского - действенность, результативность, производительность), суть их различна. Если эффект характеризует полученный результат, то эффективность – уровень достижения поставленной цели. Если эффект является свойством любого действия или процесса, имеющего какой бы то ни было результат, то об эффективности можно говорить только применительно к целенаправленному действию или процессу.

Если эффект – всегда величина абсолютная, то эффективность – всегда величина относительная, поскольку при ее определении соотносятся либо результат и цель, либо результат и затраты на его получение, либо полученные положительные результаты и возможные отрицательные результаты. Последний показатель особенно важен для оценки эффективности предпринимательства, учитывая рисковый характер предпринимательской деятельности[92].

Оценка эффективности имеет первоочередное значение для многих аспектов менеджмента, поскольку с ее помощью определяется правильность, обоснованность, действенность работы руководителя. Важность этой проблемы определяет большое внимание к ней ученых-экономистов, которые по-

Эффективность – это достижение каких-либо определенных результатов с минимально возможными издержками или получение максимально возможного объема продукции из данного количества ресурсов.

Оценка эффективности имеет первоочередное значение для многих аспектов менеджмента, поскольку с ее помощью определяется правильность, обоснованность, действительность работы руководителя. Важность этой проблемы определяет большое внимание к ней ученых-экономистов, которые по-разному видят сущность и показатели эффективности, порядок и подходы к их определению. Обобщение работ М.И. Баканова, А.Н. Богатко, А.Д. Шеремета и др. [24, 36, 198, 166, 162, 92] показывает трактовки определения указанных категорий.

Понятия эффективности предпринимательской и управленческой деятельности во многом близки между собой, поскольку предприниматель является руководителем своего предприятия. Эффективность управления представляет собой относительную характеристику результативности деятельности конкретной управляющей системы, которая отражается в различных показателях как объекта управления, так и собственно управленческой деятельности (субъекта управления), причем эти показатели имеют как количественные, так и качественные характеристики. Или, другими словами, эффективность деятельности управляющей системы должна быть выражена, в конечном счете, через показатели эффективности управляемой системы, хотя может иметь и свои собственные частные характеристики. Это относится и к предпринимательской деятельности.

Любые изменения в организации, проводимые предпринимателем или аппаратом управления, должны отвечать определенным ее целям, достижение которых предопределяет, будет или нет эффективной работа организации. Наиболее распространенными целями предпринимательской деятельности считаются размер прибыли, размер бизнеса (продаж), устойчивый рост прибыли, высокое качество продукции, признанное во всем мире, и т.п. цели, которые можно назвать общими словами – результативность и эффективность.

разному определяют сущность и показатели эффективности, порядок и подходы к их определению. Обобщение работ М.И. Баканова, Н.М. Белявской, А.Н. Богатко, А.П. Градова, И.В. Липсица, Ю.А.Львова, М.Л. Разу, Р.А.Фатхутдинова, Б.Б. Хрусталева, Шеремета А.Д., Якутина Ю.В. и др. показывает неоднозначность определения указанных категорий.

Понятия эффективности предпринимательской и управленческой деятельности во многом близки между собой, поскольку предприниматель является руководителем своего предприятия.

Эффективность управления представляет собой относительную характеристику результативности деятельности конкретной управляющей системы, которая отражается в различных показателях как объекта управления, так и собственно управленческой деятельности (субъекта управления), причем эти показатели имеют как количественные, так и качественные характеристики. Или, другими словами, эффективность деятельности управляющей системы должна быть выражена, в конечном счете, через показатели эффективности управляемой системы, хотя может иметь и свои собственные частные характеристики. Это относится и к предпринимательской деятельности.

Любые изменения в организации, проводимые предпринимателем или аппаратом управления, должны отвечать определенным ее целям, достижение которых предопределяет, будет или нет эффективной работа организации. Наиболее распространенными целями предпринимательской деятельности считаются размер прибыли, размер бизнеса (продаж), устойчивый рост прибыли, высокое качество продукции, признанное во всем мире, и т.п. цели, которые можно назвать общими словами – результативность и эффективность.

По словам Питера Ф. Друкера, результативность является следствием того, что "делаются нужные, правильные вещи", а эффективность – следствием того, что "правильно создаются эти самые вещи". Важной количественной характеристикой эффективности является производитель-

По словам Питера Ф. Друкера [63], результативность является следствием того, что «делаются нужные, правильные вещи», а эффективность - следствием того, что «правильно создаются эти самые вещи». Важной количественной характеристикой эффективности является производительность.

Производительность – это отношение количества единиц на выходе к количеству единиц на входе. Она отражает комплексную результативность использования всех видов ресурсов (труда, капитала, технологии, информации).

[81] Учитывая, что в отечественной экономической литературе эффективность имеет в основном количественную, причем стоимостную интерпретацию, то можно считать указанное понимание производительности и понятие эффективности практически тождественными.

Эффективность предпринимательской и управленческой деятельности отражается в различных показателях, как объекта управления, так и собственно управленческой деятельности. Основными понятиями эффективности управления являются: эффективность труда работников аппарата управления; эффективность процесса управления (функций, коммуникаций, выработки и реализации управленческого решения); эффективность системы управления (с учетом иерархии управления); эффективность механизма управления (структурно-функционального, финансового, производственного, маркетингового и др.).

Оценка эффективности предпринимательской деятельности может осуществляться за различные календарные отрезки времени (месяц, квартал, год). Динамика этих показателей, а также сопоставление с аналогичными данными однородных предприятий, работающих в подобных природно-географических условиях, позволяют сделать вывод об эффективности работы предпринимателя.

В экономической литературе различают два вида эффективности: экономическую и социальную. Экономическая эффективность характеризуется отношением полученного результата к затратам. Социальная эффективность

разному определяют сущность и показатели эффективности, порядок и подходы к их определению. Обобщение работ М.И. Баканова, Н.М. Белявской, А.Н. Богатко, А.П. Градова, И.В. Липсица, Ю.А.Львова, М.Л. Разу, Р.А.Фатхутдинова, Б.Б. Хрусталева, Шеремета А.Д., Якутина Ю.В. и др. показывает неоднозначность определения указанных категорий.

Понятия эффективности предпринимательской и управленческой деятельности во многом близки между собой, поскольку предприниматель является руководителем своего предприятия.

Эффективность управления представляет собой относительную характеристику результативности деятельности конкретной управляющей системы, которая отражается в различных показателях как объекта управления, так и собственно управленческой деятельности (субъекта управления), причем эти показатели имеют как количественные, так и качественные характеристики. Или, другими словами, эффективность деятельности управляющей системы должна быть выражена, в конечном счете, через показатели эффективности управляемой системы, хотя может иметь и свои собственные частные характеристики. Это относится и к предпринимательской деятельности.

Любые изменения в организации, проводимые предпринимателем или аппаратом управления, должны отвечать определенным ее целям, достижение которых предопределяет, будет или нет эффективной работа организации. Наиболее распространенными целями предпринимательской деятельности считаются размер прибыли, размер бизнеса (продаж), устойчивый рост прибыли, высокое качество продукции, признанное во всем мире, и т.п. цели, которые можно назвать общими словами - результативность и эффективность.

По словам Питера Ф. Друкера, результативность является следствием того, что "делаются нужные, правильные вещи", а эффективность - следствием того, что "правильно создаются эти самые вещи". Важной количественной характеристикой эффективности является производитель-

По словам Питера Ф. Друкера [63], результативность является следствием того, что «делаются нужные, правильные вещи», а эффективность - следствием того, что «правильно создаются эти самые вещи». Важной количественной характеристикой эффективности является производительность.

Производительность – это отношение количества единиц на выходе к количеству единиц на входе. Она отражает комплексную результативность использования всех видов ресурсов (труда, капитала, технологии, информации).

[81] Учитывая, что в отечественной экономической литературе эффективность имеет в основном количественную, причем стоимостную интерпретацию, то можно считать указанное понимание производительности и понятие эффективности практически тождественными.

Эффективность предпринимательской и управленческой деятельности отражается в различных показателях, как объекта управления, так и собственно управленческой деятельности. Основными понятиями эффективности управления являются: эффективность труда работников аппарата управления; эффективность процесса управления (функций, коммуникаций, выработки и реализации управленческого решения); эффективность системы управления (с учетом иерархии управления); эффективность механизма управления (структурно-функционального, финансового, производственного, маркетингового и др.).

Оценка эффективности предпринимательской деятельности может осуществляться за различные календарные отрезки времени (месяц, квартал, год). Динамика этих показателей, а также сопоставление с аналогичными данными однородных предприятий, работающих в подобных природно-географических и экономических условиях, позволяют сделать вывод об эффективности работы предпринимателя.

В экономической литературе различают два вида эффективности: экономическую и социальную. Экономическая эффективность характеризуется отношением полученного результата к затратам. Социальная эффективность

ность. Производительность - это отношение количества единиц на выходе к количеству единиц на входе. Она отражает комплексную результативность использования всех видов ресурсов (труда, капитала, технологии, информации) [53]. Учитывая, что в отечественной экономической литературе эффективность имеет в основном количественную, причем стоимостную интерпретацию, то можно считать указанное понимание производительности и понятие эффективности практически тождественными.

Эффективность предпринимательской и управленческой деятельности отражается в различных показателях, как объекта управления, так и собственно управленческой деятельности. Основными понятиями эффективности управления являются: эффективность труда работников аппарата управления; эффективность процесса управления (функций, коммуникаций, выработки и реализации управленческого решения); эффективность системы управления (с учетом иерархии управления); эффективность механизма управления (структурно-функционального, финансового, производственного, маркетингового и др.) [64].

Оценка эффективности предпринимательской деятельности может осуществляться за различные календарные отрезки времени (месяц, квартал, год). Динамика этих показателей, а также сопоставление с аналогичными данными однородных предприятий, работающих в подобных природно-географических и экономических условиях, позволяют сделать вывод об эффективности работы предпринимателя.

В экономической теории различают два вида эффективности: экономическую и социальную. Экономическая эффективность характеризуется отношением полученного результата к затратам. Социальная эффективность выражает степень удовлетворения спроса населения (потребителей, заказчиков) на товары, услуги.

Различные свойства и параметры деятельности субъекта и объекта управления на предприятии часто не согласуются между собой, находятся в

выражает степень удовлетворения спроса населения (потребителей, заказчиков) на товары, услуги.

Спектр причин, затрудняющих количественную оценку управленческой и предпринимательской деятельности, достаточно широк. Тем не менее, теорией и практикой управления разработаны некоторые методологические подходы и методические приемы для ее проведения.

В отношении управленческой деятельности необходимо применить комплексный подход к выбору критериев эффективности с учетом их дифференцирования по методическому направлению оценки эффективности, которые могут быть определены в соответствии с целями и миссией организации, выбранной философией управления и реальными условиями деятельности системы или ее подсистем.

Эффективность работы предпринимателя имеет меньше разночтений в определении ее величины, поскольку результаты труда предпринимателя более тесно связаны с результатами деятельности созданной им организации. Поэтому эффективность предпринимательства как целенаправленной деятельности, характеризует целесообразность использования средств для достижения поставленной перед организацией цели.

Логический анализ показывает, что проблема эффективности предпринимательства может рассматриваться как на макро-, так и на микроуровне, то есть в масштабе как всей хозяйственной системы, так и отдельной предпринимательской структуры. Макроэкономический и микроэкономический аспекты эффективности предпринимательства тесно связаны и взаимообусловлены, но в то же время они имеют и самостоятельное значение.

Эффективность предпринимательства на макроуровне отражает вклад предпринимательского сектора реальной экономики в достижение общенациональных целей (прежде всего, в ускорение научно-технического прогресса, формирование технико-технологического потенциала, сокращение техногенных аварий, преодоление экологического кризиса и т.п.).

- фактические результаты, как и затраты на реализацию конкретного решения, далеко не всегда можно учесть количественно из-за отсутствия соответствующей документации;
- реализация решения сопряжена с определенными социально-психологическими результатами, количественное выражение которых еще более затруднительно, чем экономических;
- результаты реализации решений проявляются опосредованно через деятельность коллектива предприятия в целом, в котором сложно выделить долю затрат труда управленческого. В итоге отождествляются результаты труда разработчиков решений и исполнителей, на которых направлено управленческое воздействие;
- из-за существующих трудностей нередко отсутствует текущий контроль за реализацией решений, в результате деятельность оценивается за прошедший период, устанавливается ориентация на будущее с учетом факторов, оказавших влияние в прошлом, хотя в будущем они могут и не проявиться;
- затрудняет оценку эффективности решений и временной фактор, поскольку их реализация может быть как оперативной (сиюминутной), так и развернутой во времени (в течение дней, недель, месяцев и даже лет). Динамизм хозяйственной жизни может привносить швансы, в совокупности, искажающие величину ожидаемой результативности решений;
- затруднено и количественное выражение характеристик качества решений как основной предпосылки их эффективности, а также действий и взаимодействия отдельных работников[64].

Спектр причин, затрудняющих количественную оценку управленческой и предпринимательской деятельности, достаточно широк. Тем не менее, теорией и практикой управления разработаны некоторые методологические подходы и методические приемы для ее проведения.

выражает степень удовлетворения спроса населения (потребителей, заказчиков) на товары, услуги.

Спектр причин, затрудняющих количественную оценку управленческой и предпринимательской деятельности, достаточно широк. Тем не менее, теорией и практикой управления разработаны некоторые методологические подходы и методические приемы для ее проведения.

В отношении управленческой деятельности необходимо применить комплексный подход к выбору критериев эффективности с учетом их дифференцирования по методическому направлению оценки эффективности, которые могут быть определены в соответствии с целями и миссией организации, выбранной философией управления и реальными условиями деятельности системы или ее подсистем.

Эффективность работы предпринимателя имеет меньше разночтений в определении ее величины, поскольку результаты труда предпринимателя более тесно связаны с результатами деятельности созданной им организации. Поэтому эффективность предпринимательства как целенаправленной деятельности, характеризует целесообразность использования средств для достижения поставленной перед организацией цели.

Логический анализ показывает, что проблема эффективности предпринимательства может рассматриваться как на макро-, так и на микроуровне, то есть в масштабе как всей хозяйственной системы, так и отдельной предпринимательской структуры. Макроэкономический и микроэкономический аспекты эффективности предпринимательства тесно связаны и взаимообусловлены, но в то же время они имеют и самостоятельное значение.

Эффективность предпринимательства на макроуровне отражает вклад предпринимательского сектора реальной экономики в достижение общенациональных целей (прежде всего, в ускорение научно-технического прогресса, формирование технико-технологического потенциала, сокращение техногенных аварий, преодоление экологического кризиса и т.п.).

В отношении управленческой деятельности необходимо применить комплексный подход к выбору критериев эффективности с учетом их дифференцированности по методическому направлению оценки эффективности, которые могут быть определены в соответствии с целями и миссией организации, выбранной философией управления и реальными условиями деятельности системы или ее подсистем.

Эффективность работы предпринимателя имеет меньше разночтений в определении ее величины, поскольку результаты труда предпринимателя более тесно связаны с результатами деятельности созданной им организацией. Поэтому эффективность предпринимательства как целенаправленной деятельности, характеризует целесообразность использования средств для достижения поставленной перед организацией цели.

Логический анализ показывает, что проблема эффективности предпринимательства может рассматриваться как на макро-, так и на микроуровне, то есть в масштабе как всей хозяйственной системы, так и отдельной предпринимательской структуры. Макроэкономический и микроэкономический аспекты эффективности предпринимательства тесно связаны и взаимообусловлены, но в то же время они имеют и самостоятельное значение.

Эффективность предпринимательства на макроуровне отражает вклад предпринимательского сектора реальной экономики в достижение общенациональных целей (прежде всего, в ускорение научно-технического прогресса, формирование технико-технологического потенциала, сокращение техногенных аварий, преодоление экологического кризиса и т.п.).

Суть эффективности предпринимательства на макроуровне в самом общем виде состоит в минимизации затрат на единицу произведенной продукции. Необходимость минимизации затрат обусловлена ограниченностью экономических ресурсов, которых на каждом данном этапе не хватает для производства такого количества благ, чтобы полностью удовлетворить безграничные по своей природе потребности людей. Отсюда возникает пробле-

Суть эффективности предпринимательства на макроуровне в самом общем виде состоит в минимизации затрат на единицу произведенной продукции. Необходимость минимизации затрат обусловлена ограниченностью экономических ресурсов, которых на каждом данном этапе не хватает для производства такого количества благ, чтобы полностью удовлетворить безграничные по своей природе потребности людей. Отсюда возникает проблема поиска путей возможно большего удовлетворения этих потребностей за счет максимальной экономии ресурсов.

Эффективность деятельности предпринимателя на микроуровне можно оценивать как по росту прибыли, так и, по нашему мнению, по повышению конкурентоспособности предприятия, которая является основой получения доходов и прибыли, поскольку падение конкурентоспособности, означает потерю рынка, а, значит, и сокращение деятельности, что может привести к закрытию предприятия, что никак нельзя считать положительным результатом.

В связи с этим, чтобы более полно осветить сущность эффективности предпринимательской деятельности, на наш взгляд, необходимо дать представление о конкурентоспособности. Анализируя существующее положение дел в проблематике конкурентоспособности, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, конкурентоспособность – это свойство практически любых экономических объектов.

Во-вторых, конкурентоспособность, может в определенных условиях рассматриваться как тождественная таким экономическим категориям, как качество или эффективность. Можно утверждать, что применительно к товару конкурентоспособность является развитием категории качества. В случае активных экономических объектов – предприятий и организаций, представленных на рынке, конкурентоспособность представляет собой категорию эффективности, но на более высоком, интегрирующем уровне.

«Конкурентоспособность – это свойство объекта, имеющего определенную долю соответствующего релевантного рынка, которое

В отношении управленческой деятельности необходимо применить комплексный подход к выбору критериев эффективности с учетом их дифференцированности по методическому направлению оценки эффективности, которые могут быть определены в соответствии с целями и миссией организации, выбранной философией управления и реальными условиями деятельности системы или ее подсистем.

Эффективность работы предпринимателя имеет меньше разночтений в определении ее величины, поскольку результаты труда предпринимателя более тесно связаны с результатами деятельности созданной им организацией. Поэтому эффективность предпринимательства как целенаправленной деятельности, характеризует целесообразность использования средств для достижения поставленной перед организацией цели.

Логический анализ показывает, что проблема эффективности предпринимательства может рассматриваться как на макро-, так и на микроуровне, то есть в масштабе как всей хозяйственной системы, так и отдельной предпринимательской структуры. Макроэкономический и микроэкономический аспекты эффективности предпринимательства тесно связаны и взаимообусловлены, но в то же время они имеют и самостоятельное значение.

Эффективность предпринимательства на макроуровне отражает вклад предпринимательского сектора реальной экономики в достижение общенациональных целей (прежде всего, в ускорение научно-технического прогресса, формирование технико-технологического потенциала, сокращение техногенных аварий, преодоление экологического кризиса и т.п.).

Суть эффективности предпринимательства на макроуровне в самом общем виде состоит в минимизации затрат на единицу произведенной продукции. Необходимость минимизации затрат обусловлена ограниченностью экономических ресурсов, которых на каждом данном этапе не хватает для производства такого количества благ, чтобы полностью удовлетворить безграничные по своей природе потребности людей. Отсюда возникает пробле-

Суть эффективности предпринимательства на макроуровне в самом общем виде состоит в минимизации затрат на единицу произведенной продукции. Необходимость минимизации затрат обусловлена ограниченностью экономических ресурсов, которых на каждом данном этапе не хватает для производства такого количества благ, чтобы полностью удовлетворить безграничные по своей природе потребности людей. Отсюда возникает проблема поиска путей возможно большего удовлетворения этих потребностей за счет максимальной экономии ресурсов.

Эффективность деятельности предпринимателя на микроуровне можно оценивать как по росту прибыли, так и, по нашему мнению, по повышению конкурентоспособности предприятия, которая является основой получения доходов и прибыли, поскольку падение конкурентоспособности, означает потерю рынка, а, значит, и сокращение деятельности, что может привести к закрытию предприятия, что никак нельзя считать положительным результатом.

В связи с этим, чтобы более полно осветить сущность эффективности предпринимательской деятельности, на наш взгляд, необходимо дать представление о конкурентоспособности. Анализируя существующее положение дел в проблематике конкурентоспособности, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, конкурентоспособность – это свойство практически любых экономических объектов.

Во-вторых, конкурентоспособность, может в определенных условиях рассматриваться как тождественная таким экономическим категориям, как качество или эффективность. Можно утверждать, что применительно к товару конкурентоспособность является развитием категории качества. В случае активных экономических объектов – предприятий и организаций, представленных на рынке, конкурентоспособность представляет собой категорию эффективности, но на более высоком, интегрирующем уровне.

«Конкурентоспособность – это свойство объекта, имеющего определенную долю соответствующего релевантного рынка, которое

ма поиска путей возможно большего удовлетворения этих потребностей за счет максимальной экономии ресурсов.

Эффективность деятельности предпринимателя на микроуровне можно оценивать как по росту прибыли, так и, по нашему мнению, по повышению конкурентоспособности предприятия, которая является основой получения доходов и прибыли, поскольку падение конкурентоспособности, означает потерю рынка, а, значит, и сокращение деятельности, что может привести к закрытию предприятия, что никак нельзя считать положительным результатом.

В связи с этим, чтобы более полно осветить сущность эффективности предпринимательской деятельности, на наш взгляд, необходимо дать представление о конкурентоспособности.

В рамках проекта ОЭСР "Инфраструктура для промышленной конкурентоспособности" секретариат предложил понимать под конкурентоспособностью способность компаний, отраслей промышленности, регионов, наций или групп соседних стран производить высокий уровень дохода и занятости, находясь в условиях международной конкуренции [1]. Это определение, базирующееся на концепции, разработанной профессором Гарвардской школы бизнеса М. Портером, подчеркивает способность создавать (производить) высокий уровень дохода и занятости на устойчивой и долгосрочной основе [102].

Известно определение конкуренции, приведенное в Законе РФ "О конкуренции": это состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке [93]. Согласно рыночная конкуренция или конкуренция в самоорганизующейся экономической системе - это борьба фирмы за ограниченный объем платежеспособного спроса со стороны потребителей, ведущаяся фирмами на доступном им сегменте рынка.

Суть эффективности предпринимательства на макроуровне в самом общем виде состоит в минимизации затрат на единицу произведенной продукции. Необходимость минимизации затрат обусловлена ограниченностью экономических ресурсов, которых на каждом данном этапе не хватает для производства такого количества благ, чтобы полностью удовлетворить безграничные по своей природе потребности людей. Отсюда возникает проблема поиска путей возможно большего удовлетворения этих потребностей за счет максимальной экономии ресурсов.

Эффективность деятельности предпринимателя на микроуровне можно оценивать как по росту прибыли, так и, по нашему мнению, по повышению конкурентоспособности предприятия, которая является основой получения доходов и прибыли, поскольку падение конкурентоспособности, означает потерю рынка, а, значит, и сокращение деятельности, что может привести к закрытию предприятия, что никак нельзя считать положительным результатом.

В связи с этим, чтобы более полно осветить сущность эффективности предпринимательской деятельности, на наш взгляд, необходимо дать представление о конкурентоспособности. Анализируя существующее положение дел в проблематике конкурентоспособности, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, конкурентоспособность – это свойство практически любых экономических объектов.

Во-вторых, конкурентоспособность, может в определенных условиях рассматриваться как тождественная таким экономическим категориям, как качество или эффективность. Можно утверждать, что применительно к товару конкурентоспособность является развитием категории качества. В случае активных экономических объектов – предприятий и организаций, представленных на рынке, конкурентоспособность представляет собой категорию эффективности, но на более высоком, интегрирующем уровне.

«Конкурентоспособность – это свойство объекта, имеющего определенную долю соответствующего релевантного рынка, которое

Проф. Р.Фатхутдинов определяет конкурентоспособность как "...свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном рынке"[134].

Анализируя существующее положение дел в проблематике конкурентоспособности, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, конкурентоспособность - это свойство практически любых экономических объектов.

Во-вторых, конкурентоспособность, может в определенных условиях рассматриваться как тождественная таким экономическим категориям, как качество, или эффективность. Можно утверждать, что применительно к товару конкурентоспособность является развитием категории качества. В случае активных экономических объектов - предприятий и организаций, представленных на рынке - конкурентоспособность представляет собой категорию эффективности, но на более высоком, интегрирующем уровне.

"Конкурентоспособность - это свойство объекта, имеющего определенную долю соответствующего релевантного рынка, которое характеризует степень соответствия технико-функциональных, экономических, организационных и других характеристик объекта требованиям потребителей, определяет долю рынка, принадлежащую данному объекту, и препятствует перераспределению этого рынка в пользу других объектов"[6].

Конкурентоспособность предприятия зависит от ряда таких факторов, как:

- конкурентоспособность товаров предприятия на внешнем и внутреннем рынках;
- вид производимого товара;
- ёмкость рынка (количество ежегодных продаж);
- лёгкость доступа на рынок;
- однородность рынка;

характеризует степень соответствия технико-функциональных, экономических, организационных и других характеристик объекта требованиям потребителей, определяет долю рынка, принадлежащую данному объекту, и препятствует перераспределению этого рынка в пользу других объектов» [12].

Конкурентоспособность предприятия зависит от ряда таких факторов, как:

- конкурентоспособность товаров предприятия на внешнем и внутреннем рынках;
- вид производимого товара;
- ёмкость рынка (количество ежегодных продаж);
- лёгкость доступа на рынок;
- однородность рынка;
- конкурентные позиции предприятий, уже работающих на данном рынке;
- конкурентоспособность отрасли;
- возможность технических новшеств в отрасли;
- конкурентоспособность региона и страны.

Рассмотрим общие принципы, которые дают конкурентные преимущества производителям, а, значит, должны стать основой повышения эффективности предпринимательской деятельности:

- 1) нацеленность всех и каждого работника на действие, на продолжение начатого дела;
- 2) близость предприятия к клиенту;
- 3) создание автономии и творческой атмосферы на предприятии;
- 4) рост производительности благодаря использованию способностей людей и их желанию работать;
- 5) демонстрация важности общих для предприятия ценностей;
- 6) умение твёрдо стоять на своём;
- 7) простота организации, минимум уровней управления и служебного персонала;
- 8) умение быть одновременно мягким и жёстким, держать под жёстким

Проф. Р.Фатхутдинов определяет конкурентоспособность как "...свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном рынке"[134].

Анализируя существующее положение дел в проблематике конкурентоспособности, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, конкурентоспособность - это свойство практически любых экономических объектов.

Во-вторых, конкурентоспособность, может в определенных условиях рассматриваться как тождественная таким экономическим категориям, как качество, или эффективность. Можно утверждать, что применительно к товару конкурентоспособность является развитием категории качества. В случае активных экономических объектов - предприятий и организаций, представленных на рынке - конкурентоспособность представляет собой категорию эффективности, но на более высоком, интегрирующем уровне.

"Конкурентоспособность - это свойство объекта, имеющего определенную долю соответствующего релевантного рынка, которое характеризует степень соответствия технико-функциональных, экономических, организационных и других характеристик объекта требованиям потребителей, определяет долю рынка, принадлежащую данному объекту, и препятствует перераспределению этого рынка в пользу других объектов"[6].

Конкурентоспособность предприятия зависит от ряда таких факторов, как:

- конкурентоспособность товаров предприятия на внешнем и внутреннем рынках;
- вид производимого товара;
- ёмкость рынка (количество ежегодных продаж);
- лёгкость доступа на рынок;
- однородность рынка;

характеризует степень соответствия технико-функциональных, экономических, организационных и других характеристик объекта требованиям потребителей, определяет долю рынка, принадлежащую данному объекту, и препятствует перераспределению этого рынка в пользу других объектов» [12].

Конкурентоспособность предприятия зависит от ряда таких факторов, как:

- конкурентоспособность товаров предприятия на внешнем и внутреннем рынках;
- вид производимого товара;
- ёмкость рынка (количество ежегодных продаж);
- лёгкость доступа на рынок;
- однородность рынка;
- конкурентные позиции предприятий, уже работающих на данном рынке;
- конкурентоспособность отрасли;
- возможность технических новшеств в отрасли;
- конкурентоспособность региона и страны.

Рассмотрим общие принципы, которые дают конкурентные преимущества производителям, а, значит, должны стать основой повышения эффективности предпринимательской деятельности:

- 1) нацеленность всех и каждого работника на действие, на продолжение начатого дела;
- 2) близость предприятия к клиенту;
- 3) создание автономии и творческой атмосферы на предприятии;
- 4) рост производительности благодаря использованию способностей людей и их желанию работать;
- 5) демонстрация важности общих для предприятия ценностей;
- 6) умение твёрдо стоять на своём;
- 7) простота организации, минимум уровней управления и служебного персонала;
- 8) умение быть одновременно мягким и жёстким, держать под жёстким

- конкурентные позиции предприятий, уже работающих на данном рынке;
- конкурентоспособность отрасли;
- возможность технических новшеств в отрасли;
- конкурентоспособность региона и страны.

Рассмотрим общие принципы, которые дают конкурентные преимущества производителям, а, значит, должны стать основой повышения эффективности предпринимательской деятельности:

- 1) нацеленность всех и каждого работника на действие, на продолжение начатого дела;
- 2) близость предприятия к клиенту;
- 3) создание автономии и творческой атмосферы на предприятии;
- 4) рост производительности благодаря использованию способностей людей и их желанию работать;
- 5) демонстрация важности общих для предприятия ценностей;
- 6) умение твёрдо стоять на своём;
- 7) простота организации, минимум уровней управления и служебного персонала;
- 8) умение быть одновременно мягким и жёстким. держать под жёстким контролем наиболее важные проблемы и передавать подчинённым менее важные.

Как показывает мировая практика рыночных отношений, взаимосвязанное решение этих проблем и использование данных принципов гарантирует повышение конкурентоспособности предприятия [90].

Конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия-производителя продукции соотносятся между собой как часть и целое. Возможность компании конкурировать на определённом товарном рынке непосредственно зависит от конкурентоспособности товара и совокупности

контролем наиболее важные проблемы и передавать подчинённым менее важные.

Как показывает мировая практика рыночных отношений, взаимосвязанное решение этих проблем и использование данных принципов гарантирует повышение конкурентоспособности предприятия [126].

Конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия-производителя продукции соотносятся между собой как часть и целое. Возможность компании конкурировать на определённом товарном рынке непосредственно зависит от конкурентоспособности товара и совокупности экономических методов деятельности предприятия, оказывающих воздействие на результаты конкурентной борьбы.

Для того, чтобы полнее оценить взаимосвязь конкурентоспособности предприятия и эффективности предпринимательской деятельности, необходимо дать оценку ее критериям и факторам.

Во-первых, как отмечают современные лидеры продаж, на повышение конкурентоспособности предприятия влияет правильная сегментация рынка и выбор «ниши». С этого процесса надо начинать деятельность на любом рынке.

Во-вторых, на уровень конкурентоспособности и эффективности деятельности предприятия важнейшее воздействие оказывают научно-технический прогресс и степень совершенства технологии производства, использование новейших изобретений и открытий, внедрение современных средств автоматизации производства.

Таким образом, в коммерческой деятельности любого самостоятельного предприятия ключевыми моментами успеха в конкурентной борьбе являются: завоевание устойчивого финансового положения на рынке; наличие передовой технологии и высокого потенциала собственных научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок; умение проводить и эффективно использовать маркетинговые исследования; способность к маневрированию за счет изменения качественных и ценовых характеристик реализуемого товара, а также оказания комплекса услуг, включающих инжиниринговые, консалтинговые, техническое

- конкурентные позиции предприятий, уже работающих на данном рынке;
- конкурентоспособность отрасли;
- возможность технических новшеств в отрасли;
- конкурентоспособность региона и страны.

Рассмотрим общие принципы, которые дают конкурентные преимущества производителям, а, значит, должны стать основой повышения эффективности предпринимательской деятельности:

- 1) нацеленность всех и каждого работника на действие, на продолжение начатого дела;
- 2) близость предприятия к клиенту;
- 3) создание автономии и творческой атмосферы на предприятии;
- 4) рост производительности благодаря использованию способностей людей и их желанию работать;
- 5) демонстрация важности общих для предприятия ценностей;
- 6) умение твердо стоять на своём;
- 7) простота организации, минимум уровней управления и служебного персонала;
- 8) умение быть одновременно мягким и жёстким. держать под жёстким

контролем наиболее важные проблемы и передавать подчинённым менее важные.

Как показывает мировая практика рыночных отношений, взаимосвязанное решение этих проблем и использование данных принципов гарантирует повышение конкурентоспособности предприятия [90].

Конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия-производителя продукции соотносятся между собой как часть и целое. Возможность компании конкурировать на определённом товарном рынке непосредственно зависит от конкурентоспособности товара и совокупности

контролем наиболее важные проблемы и передавать подчиненным менее важные.

Как показывает мировая практика рыночных отношений, взаимосвязанное решение этих проблем и использование данных принципов гарантирует повышение конкурентоспособности предприятия [126].

Конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия-производителя продукции соотносятся между собой как часть и целое. Возможность компании конкурировать на определенном товарном рынке непосредственно зависит от конкурентоспособности товара и совокупности экономических методов деятельности предприятия, оказывающих воздействие на результаты конкурентной борьбы.

Для того, чтобы полнее оценить взаимосвязь конкурентоспособности предприятия и эффективности предпринимательской деятельности, необходимо дать оценку ее критериям и факторам.

Во-первых, как отмечают современные лидеры продаж, на повышение конкурентоспособности предприятия влияет правильная сегментация рынка и выбор «ниши». С этого процесса надо начинать деятельность на любом рынке.

Во-вторых, на уровень конкурентоспособности и эффективности деятельности предприятия важнейшее воздействие оказывают научно-технический прогресс и степень совершенства технологии производства, использование новейших изобретений и открытий, внедрение современных средств автоматизации производства.

Таким образом, в коммерческой деятельности любого самостоятельного предприятия ключевыми моментами успеха в конкурентной борьбе являются: завоевание устойчивого финансового положения на рынке; наличие передовой технологии и высокого потенциала собственных научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок; умение проводить и эффективно использовать маркетинговые исследования; способность к маневрированию за счет изменения качественных и ценовых характеристик реализуемого товара, а также оказания комплекса услуг, включающих инженеринговые, консалтинговые, техническое

экономических методов деятельности предприятия, оказывающих воздействие на результаты конкурентной борьбы.

Для того, чтобы полнее оценить взаимосвязь конкурентоспособности предприятия и эффективности предпринимательской деятельности, необходимо дать оценку ее критериям и факторам.

Во-первых, как отмечают современные лидеры продаж, на повышение конкурентоспособности предприятия влияет правильная сегментация рынка и выбор «ниши». С этого процесса надо начинать деятельность на любом рынке.

Во-вторых, на уровень конкурентоспособности и эффективности деятельности предприятия важнейшее воздействие оказывают научно-технический прогресс и степень совершенства технологии производства, использование новейших изобретений и открытий, внедрение современных средств автоматизации производства.

Таким образом, в коммерческой деятельности любого самостоятельного предприятия ключевыми моментами успеха в конкурентной борьбе являются: завоевание устойчивого финансового положения на рынке; наличие передовой технологии и высокого потенциала собственных научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок; умение проводить и эффективно использовать маркетинговые исследования; способность к маневрированию за счет изменения качественных и ценовых характеристик реализуемого товара, а также оказания комплекса услуг, включающих инженеринговые, консалтинговые, техническое обслуживание, услуги транспорта, связи, посреднические и другие; наличие собственной сети снабжения и сбыта, обслуживаемых опытными специалистами; реализация действенной рекламы и системы связи с общественностью; анализ слабых и сильных сторон основных фирм-конкурентов на основе объективной информации.

Выпуская конкурентоспособные товары, производитель обеспечивает для себя прочное место на рынке. В борьбе за конкурентоспособность вы-

обслуживание, услуги транспорта, связи, посреднические и другие; наличие собственной сети снабжения и сбыта, обслуживаемых опытными специалистами; реализация действенной рекламы и системы связи с общественностью; анализ слабых и сильных сторон основных фирм-конкурентов на основе объективной информации.

Выпуская конкурентоспособные товары, производитель обеспечивает для себя прочное место на рынке. В борьбе за конкурентоспособность выпускаемых товаров используются наряду с ценовыми методами и неценовые.

Нужно отметить, что сегодня в мировой экономической системе среди составляющих конкурентоспособности товара не доминирует цена, на которую, по-прежнему, ориентируются многие российские предприниматели. На лидирующие позиции должны выйти потребительские свойства (функциональность, дизайн) и уровень сервиса, под которым понимается не только возможности ремонта, но и быстрота, с которой он может быть произведен в любой точке планеты.

Предприятия придают большое значение анализу своих сильных и слабых сторон для оценки реальных возможностей в конкурентной борьбе и разработке мер и средств, за счёт которых предприятие могло бы повысить конкурентоспособность и обеспечить свой успех. В процессе маркетингового исследования для оценки конкурентоспособности предприятия пользуются некоторыми численными показателями, которые свидетельствуют о степени устойчивости положения предприятия, способности выпускать продукцию, пользующуюся спросом на рынке и обеспечивающую предприятию получение намеченных и стабильных конечных результатов.

Предприятие, имеющее более низкие издержки производства, получает большую величину прибыли, что позволяет расширять масштабы производства, повышать его технический уровень, экономическую эффективность и качество продукции, а также совершенствовать систему сбыта. В результате растет конкурентоспособность такого предприятия и выпускаемой им продукции, что способствует увеличению её доли за счёт других предприятий, не имеющих таких финансовых и технических возможностей.

экономических методов деятельности предприятия, оказывающих воздействие на результаты конкурентной борьбы.

Для того, чтобы полнее оценить взаимосвязь конкурентоспособности предприятия и эффективности предпринимательской деятельности, необходимо дать оценку ее критериям и факторам.

Во-первых, как отмечают современные лидеры продаж, на повышение конкурентоспособности предприятия влияет правильная сегментация рынка и выбор «ниши». С этого процесса надо начинать деятельность на любом рынке.

Во-вторых, на уровень конкурентоспособности и эффективности деятельности предприятия важнейшее воздействие оказывают научно-технический прогресс и степень совершенства технологии производства, использование новейших изобретений и открытий, внедрение современных средств автоматизации производства.

Таким образом, в коммерческой деятельности любого самостоятельного предприятия ключевыми моментами успеха в конкурентной борьбе являются: завоевание устойчивого финансового положения на рынке; наличие передовой технологии и высокого потенциала собственных научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок; умение проводить и эффективно использовать маркетинговые исследования; способность к маневрированию за счет изменения качественных и ценовых характеристик реализуемого товара, а также оказания комплекса услуг, включающих инженеринговые, консалтинговые, техническое обслуживание, услуги транспорта, связи, посреднические и другие; наличие собственной сети снабжения и сбыта, обслуживаемых опытными специалистами; реализация действенной рекламы и системы связи с общественностью; анализ слабых и сильных сторон основных фирм-конкурентов на основе объективной информации.

Выпуская конкурентоспособные товары, производитель обеспечивает для себя прочное место на рынке. В борьбе за конкурентоспособность вы-

обслуживание, услуги транспорта, связи, посреднические и другие; наличие собственной сети снабжения и сбыта, обслуживаемых опытными специалистами; реализация действенной рекламы и системы связи с общественностью; анализ слабых и сильных сторон основных фирм-конкурентов на основе объективной информации.

Выпуская конкурентоспособные товары, производитель обеспечивает для себя прочное место на рынке. В борьбе за конкурентоспособность выпускаемых товаров используются наряду с ценовыми методами и неценовые.

Нужно отметить, что сегодня в мировой экономической системе среди составляющих конкурентоспособности товара не доминирует цена, на которую, по-прежнему, ориентируются многие российские предприниматели. На лидирующие позиции должны выйти потребительские свойства (функциональность, дизайн) и уровень сервиса, под которым понимается не только возможности ремонта, но и быстрота, с которой он может быть произведен в любой точке планеты.

Предприятия придают большое значение анализу своих сильных и слабых сторон для оценки реальных возможностей в конкурентной борьбе и разработке мер и средств, за счёт которых предприятие могло бы повысить конкурентоспособность и обеспечить свой успех. В процессе маркетингового исследования для оценки конкурентоспособности предприятия пользуются некоторыми численными показателями, которые свидетельствуют о степени устойчивости положения предприятия, способности выпускать продукцию, пользующуюся спросом на рынке и обеспечивающую предприятию получение намеченных и стабильных конечных результатов.

Предприятие, имеющее более низкие издержки производства, получает большую величину прибыли, что позволяет расширять масштабы производства, повышать его технический уровень, экономическую эффективность и качество продукции, а также совершенствовать систему сбыта. В результате растёт конкурентоспособность такого предприятия и выпускаемой им продукции, что способствует увеличению её доли за счёт других предприятий, не имеющих таких финансовых и технических возможностей.

пускаемых товаров используется наряду с ценовыми методами и неценовыми.

Нужно отметить, что сегодня в мировой экономической системе среди составляющих конкурентоспособности товара не доминирует цена, на которую, по-прежнему, ориентируются многие российские предприниматели. На лидирующие позиции должны выйти потребительские свойства (функциональность, дизайн) и уровень сервиса, под которым понимается не только возможности ремонта, но и быстрота, с которой он может быть произведен в любой точке планеты.

Предприятия придают большое значение анализу своих сильных и слабых сторон для оценки реальных возможностей в конкурентной борьбе и разработке мер и средств, за счёт которых предприятие могло бы повысить конкурентоспособность и обеспечить свой успех. В процессе маркетингового исследования для оценки конкурентоспособности предприятия пользуются некоторыми численными показателями, которые свидетельствуют о степени устойчивости положения предприятия, способности выпускать продукцию, пользующуюся спросом на рынке и обеспечивающую предприятию получение намеченных и стабильных конечных результатов.

Предприятие, имеющее более низкие издержки производства, получает большую величину прибыли, что позволяет расширять масштабы производства, повышать его технический уровень, экономическую эффективность и качество продукции, а также совершенствовать систему сбыта. В результате растёт конкурентоспособность такого предприятия и выпускаемого им продукции, что способствует увеличению её доли за счёт других предприятий, не имеющих таких финансовых и технических возможностей.

Важное значение имеет анализ издержек обращения, производимый путём отнесения величины сбытовых расходов к размерам прибыли. Такое сопоставление делается обычно не только по всей сумме сбытовых расходов,

Важное значение имеет анализ издержек обращения, производимый путём отнесения величины сбытовых расходов к размерам прибыли. Такое сопоставление делается обычно не только по всей сумме сбытовых расходов,

но и по отдельным элементам: сбытовым филиалам, торговым посредникам, по конкретным товарам и рынкам сбыта. Анализ эффективности издержек обращения позволяет обнаружить непроизводительные расходы по всей системе товародвижения: от продавца к покупателю.

Конкурентоспособность любого товара и любого предприятия, как результат предпринимательской деятельности, может быть определена только в результате сравнения, и поэтому является относительным показателем. Она представляет собой характеристику товара или предприятия, отражающую его отличие от товара (предприятия)-конкурента по степени удовлетворения конкурентной общественной потребности. Таким образом, оценка конкурентоспособности предприятия на конкретном рынке или его сегменте основывается на тщательном анализе технологических, производственных, финансовых и сбытовых возможностей предприятия, она призвана определить потенциальные возможности предприятия и мероприятия, которые предприятие должно предпринять для обеспечения конкурентных позиций на конкретном рынке [24,25,51].

Такая оценка должна содержать следующие показатели: потребность в капиталовложениях фактических и на перспективу, как в целом, так и по отдельным видам продукции и конкретным рынкам; ассортимент конкурентоспособной продукции, её объёмы и стоимость («продуктовая дифференциация»; набор рынков или их сегментов для каждого продукта («рыночная дифференциация»); потребность в средствах на формирование спроса и стимулирование сбыта; перечень мер и приёмов, которыми предприятие может обеспечить себе преимущество на рынке; создание благоприятного представления о предприятии у покупателей, выпуск высококачественной и надёжной продукции, постоянное обновление продукции на основе собственных разработок и изобретений, обеспеченных патентной

пускаемых товаров используется наряду с ценовыми методами и неценовыми.

Нужно отметить, что сегодня в мировой экономической системе среди составляющих конкурентоспособности товара не доминирует цена, на которую, по-прежнему, ориентируются многие российские предприниматели. На лидирующие позиции должны выйти потребительские свойства (функциональность, дизайн) и уровень сервиса, под которым понимается не только возможности ремонта, но и быстрота, с которой он может быть произведен в любой точке планеты.

Предприятия придают большое значение анализу своих сильных и слабых сторон для оценки реальных возможностей в конкурентной борьбе и разработке мер и средств, за счёт которых предприятие могло бы повысить конкурентоспособность и обеспечить свой успех. В процессе маркетингового исследования для оценки конкурентоспособности предприятия пользуются некоторыми численными показателями, которые свидетельствуют о степени устойчивости положения предприятия, способности выпускать продукцию, пользующуюся спросом на рынке и обеспечивающую предприятию получение намеченных и стабильных конечных результатов.

Предприятие, имеющее более низкие издержки производства, получает большую величину прибыли, что позволяет расширять масштабы производства, повышать его технический уровень, экономическую эффективность и качество продукции, а также совершенствовать систему сбыта. В результате растёт конкурентоспособность такого предприятия и выпускаемого им продукции, что способствует увеличению её доли за счёт других предприятий, не имеющих таких финансовых и технических возможностей.

Важное значение имеет анализ издержек обращения, производимый путём отнесения величины сбытовых расходов к размерам прибыли. Такое сопоставление делается обычно не только по всей сумме сбытовых расходов,

Важное значение имеет анализ издержек обращения, производимый путём отнесения величины сбытовых расходов к размерам прибыли. Такое сопоставление делается обычно не только по всей сумме сбытовых расходов,

но и по отдельным элементам: сбытовым филиалам, торговым посредникам, по конкретным товарам и рынкам сбыта. Анализ эффективности издержек обращения позволяет обнаружить непроизводительные расходы по всей системе товародвижения: от продавца к покупателю.

Конкурентоспособность любого товара и любого предприятия, как результат предпринимательской деятельности, может быть определена только в результате сравнения, и поэтому является относительным показателем. Она представляет собой характеристику товара или предприятия, отражающую его отличие от товара (предприятия)-конкурента по степени удовлетворения конкурентной общественной потребности. Таким образом, оценка конкурентоспособности предприятия на конкретном рынке или его сегменте основывается на тщательном анализе технологических, производственных, финансовых и сбытовых возможностей предприятия, она призвана определить потенциальные возможности предприятия и мероприятия, которые предприятие должно предпринять для обеспечения конкурентных позиций на конкретном рынке [24,25,51].

Такая оценка должна содержать следующие показатели: потребность в капиталовложениях фактических и на перспективу, как в целом, так и по отдельным видам продукции и конкретным рынкам; ассортимент конкурентоспособной продукции, её объёмы и стоимость («продуктовая дифференциация»; набор рынков или их сегментов для каждого продукта («рыночная дифференциация»); потребность в средствах на формирование спроса и стимулирование сбыта; перечень мер и приёмов, которыми предприятие может обеспечить себе преимущество на рынке; создание благоприятного представления о предприятии у покупателей, выпуск высококачественной и надёжной продукции, постоянное обновление продукции на основе собственных разработок и изобретений, обеспеченных патентной

но и по отдельным элементам: сбытовым филиалам, торговым посредникам, по конкретным товарам и рынкам сбыта.

Анализ эффективности издержек обращения позволяет обнаружить непроизводительные расходы по всей системе товародвижения от продавца к покупателю.

Конкурентоспособность любого товара и любого предприятия, как результат предпринимательской деятельности, может быть определена только в результате сравнения, и поэтому является относительным показателем. Она представляет собой характеристику товара или предприятия, отражающую его отличие от товара (предприятия)- конкурента по степени удовлетворения конкурентной общественной потребности. Таким образом, оценка конкурентоспособности предприятия на конкретном рынке или его сегменте основывается на тщательном анализе технологических, производственных, финансовых и сбытовых возможностей предприятия, она призвана определить потенциальные возможности предприятия и мероприятия, которые предприятие должно предпринять для обеспечения конкурентных позиций на конкретном рынке[8,9,33].

Такая оценка должна содержать следующие показатели: потребность в капиталовложениях фактических и на перспективу, как в целом, так и по отдельным видам продукции и конкретным рынкам; ассортимент конкурентоспособной продукции, её объёмы и стоимость («продуктовая дифференциация»; набор рынков или их сегментов для каждого продукта («рыночная дифференциация»); потребность в средствах на формирование спроса и стимулирование сбыта; перечень мер и приёмов, которыми предприятие может обеспечить себе преимущество на рынке; создание благоприятного представления о предприятии у покупателей, выпуск высококачественной и надёжной продукции, постоянное обновление продукции на основе собственных разработок и изобретений, обеспеченных патентной защитой, добросовестное и чёткое выполнение обязательств по сделкам в отношении сроков поставок

защитой, добросовестное и чёткое выполнение обязательств по сделкам в отношении сроков поставок товаров и услуг. Результаты исследования берутся за основу при разработке стратегии предприятия, её технической, ассортиментной и сбытовой политики.

Следовательно, в современных условиях конкурентоспособность предприятия на рынке является главным критерием оценки эффективности предпринимательской деятельности и эффективности системы управления.

Для измерения эффективности производства используются показатели производительности труда, фондоотдачи, рентабельности, прибыльности, окупаемости и др. С их помощью сопоставляются различные варианты развития производства, решения его структурных проблем.

Конкурентоспособность малых промышленных предприятий, на наш взгляд, можно определить по таким показателям как:

- объем продаж продукции;
- себестоимость проданной продукции;
- прибыль от продаж продукции.

Для повышения эффективности, а следовательно и конкурентоспособности малых промышленных предприятий первоочередное значение имеет выявление резервов увеличения объемов производства и продажи, снижения себестоимости продукции, роста прибыли.

Достижение устойчивой эффективности малого промышленного предприятия является одной из наиболее актуальных проблем его руководителя.

Устойчивость – это характеристика системы, в нашем случае организации малого бизнеса, которая показывает ее способности сохранять целостность под воздействием факторов внешней и внутренней среды. Эффективность же – характеристика процесса, результативности предпринимательской деятельности малого промышленного предприятия. Следовательно, эффективность характеризует процесс достижения

товаров и услуг. Результаты исследования берутся за основу при разработке стратегии предприятия, её технической, ассортиментной и сбытовой политики.

Следовательно, в современных условиях конкурентоспособность предприятия на рынке является главным критерием оценки эффективности предпринимательской деятельности и эффективности системы управления.

## 1.2. Общее и особенное в управленческой и предпринимательской деятельности и оценке их эффективности

Предпринимательство – сложный социально-экономический феномен, и в этом качестве допускает множество интерпретаций.

Одно из определений предпринимательства было дано в Законе Российской Федерации "О предприятиях и предпринимательской деятельности" от 25 декабря 1990 г., в котором было записано, что "предпринимательская деятельность (предпринимательство) представляет собой инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли"[126]. Очевидным недостатком этого определения является то, что экономический характер предпринимательства даже не упоминается, не оговариваются условия проведения этой деятельности и методы извлечения прибыли, что позволяет относить к предпринимательству любые виды деятельности, в результате которых увеличивается имущество субъектов, осуществлявших или инициировавших эту деятельность, в том числе и все корыстные преступления.

В 1994 году, с принятием Федерального закона № 52-ФЗ [84], статья Закона "О предприятиях и предпринимательской деятельности", содержащая определение предпринимательства, была отменена. В Гражданском кодексе понятие предпринимательской деятельности было конкретизировано следующим образом: "Предпринимательством является самостоятельная, осу-

### ГЛАВА 3. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

#### 3.1. Совершенствование методических подходов к анализу и оценке эффективности деятельности малых промышленных предприятий

К настоящему времени предложено множество методов и процедур оценки эффективности деятельности предприятий, в том числе и малых. Одни из них предназначены для оценки отдельных аспектов деятельности, например в области охраны труда или ведения финансовой документации. Другие ставят своей целью получение оценок эффективности деятельности организации в целом с учетом ее основных результатов, прежде всего, экономических. Естественно, что во многих случаях проводятся сравнительные оценки аналогичной деятельности разных организаций, и это, в частности, стало отдельной областью маркетинговых исследований и бенчмаркинга.

Во многих работах предлагается использовать комплексную методику анализа систем управления [93].

Комплексная методика анализа систем управления включает (табл. 3.1):

- анализ организационно-производственных структур (уровень специализации, концентрации, кооперирования, централизации производства);
- анализ организационных структур управления (функции, управленческие процессы, состав управленческих звеньев и их взаимодействие);
- анализ интеграции предприятий (факторы, объекты и глубина);
- анализ хозяйственной самостоятельности предприятий;
- анализ обеспечивающих подсистем управления (информационное, кадровое и техническое обеспечение).

#### 3.3. Совершенствование методических подходов к анализу и оценке эффективности предпринимательской деятельности

К настоящему времени предложено множество методов и процедур оценки эффективности предпринимательской деятельности.

Одни из них предназначены для оценки отдельных аспектов деятельности, например в области охраны труда или ведения финансовой документации.

Другие ставят своей целью получение оценок эффективности деятельности организации в целом с учетом ее основных результатов, прежде всего экономических. Естественно, что во многих случаях проводятся сравнительные оценки аналогичной деятельности разных организаций, и это, в частности, стало отдельной областью маркетинговых исследований и бенчмаркинга.

Во многих работах предлагается использовать комплексную методику анализа систем управления[53].

Комплексная методика анализа систем управления включает:

- анализ организационно-производственных структур (уровень специализации, концентрации, кооперирования, централизации производства);
- анализ организационных структур управления (функции, управленческие процессы, состав управленческих звеньев и их взаимодействие);
- анализ интеграции предприятий (факторы, объекты и глубина);
- анализ хозяйственной самостоятельности предприятий;
- анализ обеспечивающих подсистем управления (информационное, кадровое и техническое обеспечение).

Обобщенная система показателей, используемых при анализе системы управления приведена в табл.3.2.

Обобщенная система показателей, используемых при анализе системы управления, приведена в табл. 3.1.

**Обобщенная система показателей используемых при анализе системы управления [133]**

Таблица 3.1

Группа показателей	Направление использования
1	2
<b>I. Показатели, характеризующие эффективность элементов системы управления</b>	
<b>Кадры руководителей и специалистов:</b>	
1. Состав кадров руководителей и специалистов по квалификации, профессиональной подготовленности, стажу работы. 2. Уровень организации целевой учебы, повышения квалификации и переподготовки кадров. 3. Стабильность кадров и их продвижение. 4. Загруженность отдельных категорий работников.	1. Обоснование потребности в кадрах, разработка кадровой политики. 2. Анализ и планирование развития подготовки и повышения квалификации работников системы управления. 3. Анализ и планирование совершенствования организации труда в аппарате управления.
<b>Информация:</b>	
1. Полнота информационных массивов соотношение форм обеспечения информацией. 2. Экстенсивное и интенсивное использование информационных массивов. 3. Интенсивность информационных потоков. 4. Прямоточность, непрерывность потоков информации.	Анализ и проектирование информационных массивов.
<b>Техника управления:</b>	
1. Состав, соотношение и пропорциональность мощности основных групп техники управления. 2. Уровень технической оснащенности труда различных групп работников аппарата управления. 3. Обеспеченность основных видов работ по управлению мощностью техники управления (вычислительной, организационной, связи и др).	Анализ и проектирование информационных потоков.
<b>II. Показатели, характеризующие организацию процессов управления (технологии управления)</b>	
1. Плотность управленческих циклов. 2. Прямоточность процессов управления. 3. Пропорциональность и ритмичность загрузки отдельных подразделений аппарата управления.	Анализ и проектирование технологий управления.

**Обобщенная система показателей используемых при анализе системы управления [95]**

Таблица 3.2.

Группа показателей	Направление использования
1	2
<b>I. Показатели, характеризующие эффективность элементов системы управления</b>	
<b>Кадры руководителей и специалистов:</b>	<b>Обоснование потребности в кадрах, разработка кадровой политики</b> Анализ и планирование развития подготовки и повышения квалификации работников системы управления Разработка кадровой политики Анализ и планирование совершенствования организации труда в аппарате управления
1. Состав кадров руководителей и специалистов по квалификации, профессиональной подготовленности, стажу работы 2. Уровень организации целевой учебы, повышения квалификации и переподготовки кадров 3. Стабильность кадров и их продвижение 4. Загруженность отдельных категорий работников	
<b>Информация:</b>	<b>Анализ и проектирование информационных массивов</b>
полнота информационных массивов соотношение форм обеспечения информацией экстенсивное и интенсивное использование информационных массивов интенсивность информационных потоков прямоточность, непрерывность потоков информации	
<b>Техника управления:</b>	<b>Анализ и проектирование информационных потоков</b>
состав, соотношение и пропорциональность мощности основных групп техники управления уровень технической оснащенности труда различных групп работников аппарата управления загруженность различных видов техники обеспеченность основных видов работ по управлению мощностью техники управления (вычислительной, организационной, связи и др).	

Обобщенная система показателей, используемых при анализе системы управления, приведена в табл. 3.1.

Таблица 3.1

Обобщенная система показателей используемых при анализе системы управления [133]

Группа показателей	Направление использования
1	2
I. Показатели, характеризующие эффективность элементов системы управления	
Кадры руководителей и специалистов:	
1. Состав кадров руководителей и специалистов по квалификации, профессиональной подготовленности, стажу работы. 2. Уровень организации целевой учебы, повышения квалификации и переподготовки кадров. 3. Стабильность кадров и их продление. 4. Загруженность отдельных категорий работников.	1. Обоснование потребности в кадрах, разработка кадровой политики. 2. Анализ и планирование развития подготовки и повышения квалификации работников системы управления. 3. Анализ и планирование совершенствования организации труда в аппарате управления.
Информация:	
1. Полнота информационных массивов соотношение форм обеспечения информацией. 2. Экстенсивное и интенсивное использование информационных массивов. 3. Интенсивность информационных потоков. 4. Прямоточность, непрерывность потоков информации.	Анализ и проектирование информационных массивов.
Техника управления:	
1. Состав, соотношение и пропорциональность мощности основных групп техники управления. 2. Уровень технической оснащенности труда различных групп работников аппарата управления. 3. Обеспеченность основных видов работ по управлению мощностью техники управления (вычислительной, организационной, связи и др.).	Анализ и проектирование информационных потоков.
II. Показатели, характеризующие организацию процессов управления (технологии управления)	
1. Плотность управленческих циклов. 2. Прямоточность процессов управления. 3. Пропорциональность и ритмичность загрузки отдельных подразделений аппарата управления.	Анализ и проектирование технологии управления.

Продолжение таблицы 3.1

1	2
II. Показатели, характеризующие организацию процессов управления (технологии управления): плотность управленческих циклов прямоточность процессов управления пропорциональность и ритмичность загрузки отдельных подразделений аппарата управления	Анализ и проектирование технологии управления
III. Показатели, характеризующие организационную структуру управления: уровень централизации функций управления специализация отдельных подразделений аппарата управления развитость и устойчивость межфункциональных связей полнота реализации функций управления в системе управления	Анализ и проектирование организационной структуры управления
IV. Показатели, характеризующие экономический механизм: непрерывность и стабильность планов дифференцированность форм организации заработной платы состав, соотношение и доля фондов материального стимулирования в общем составе фондов доходов трудящихся разнообразие видов цен на готовую продукцию	Анализ и планирование развития экономического механизма
V. Показатели эффективности системы управления: экономичность организации управления эффективность отдельных функциональных подразделений системы управления эффективность деятельности линейных руководителей и системы управления в целом	Анализ эффективности системы управления и оценка мероприятий по ее развитию

В каждом случае вся система показателей не охватывается. В зависимости от целей анализа отдельные показатели и даже блоки могут

Окончание табл. 3.1

1	2
III. Показатели, характеризующие организационную структуру управления	
1. Уровень централизации функций управления. 2. Специализация отдельных подразделений аппарата управления. 3. Развитость и устойчивость межфункциональных связей. 4. Полнота реализации функций управления в системе управления.	Анализ и проектирование организационной структуры управления.
IV. Показатели, характеризующие экономический механизм	
1. Непрерывность и стабильность планов. 2. Дифференцированность форм организации заработной платы. 3. Состав, соотношение и доля фондов материального стимулирования в общем составе доходов трудящихся. 4. Разнообразие видов цен на готовую продукцию.	Анализ и планирование развития экономического механизма.
V. Показатели эффективности системы управления	
1. Экономичность организации управления. 2. Эффективность отдельных функциональных подразделений системы управления. 3. Эффективность деятельности линейных руководителей и системы управления в целом.	Анализ эффективности системы управления и оценка мероприятий по ее развитию.

В каждом случае вся система показателей не охватывается. В зависимости от целей анализа отдельные показатели и даже блоки могут рассматриваться как вспомогательные или совсем исключаться из рассмотрения.

Расчет и анализ динамики указанных выше показателей не только позволяет оценить эффективность функционирования малого промышленного предприятия, но и выявить те из сторон, которые являются «слабым местом» организации, направив усилия на решение ее первоочередных проблем.

В большинстве работ интегрально эффективность предпринимательской деятельности принято оценивать по прибыли, полученной предприятием, и рентабельности. Однако за счет чего получена

Продолжение таблицы 3.2

1	2
II. Показатели, характеризующие организацию процессов управления (технологии управления): плотность управленческих циклов прямоточность процессов управления пропорциональность и ритмичность загрузки отдельных подразделений аппарата управления	
Анализ и проектирование технологий управления	
III. Показатели, характеризующие организационную структуру управления: уровень централизации функций управления специализация отдельных подразделений аппарата управления развитость и устойчивость межфункциональных связей полнота реализации функций управления в системе управления	
Анализ и проектирование организационной структуры управления	
IV. Показатели, характеризующие экономический механизм: непрерывность и стабильность планов дифференцированность форм организации заработной платы состав, соотношение и доля фондов материального стимулирования в общем составе фондов доходов трудящихся разнообразие видов цен на готовую продукцию	
Анализ и планирование развития экономического механизма	
V. Показатели эффективности системы управления: экономичность организации управления эффективность отдельных функциональных подразделений системы управления эффективность деятельности линейных руководителей и системы управления в целом	
Анализ эффективности системы управления и оценка мероприятий по ее развитию	

В каждом случае вся система показателей не охватывается. В зависимости от целей анализа отдельные показатели и даже блоки могут

Окончание табл. 3.1

1	2
III. Показатели, характеризующие организационную структуру управления	
1. Уровень централизации функций управления. 2. Специализация отдельных подразделений аппарата управления. 3. Развитость и устойчивость межфункциональных связей. 4. Полнота реализации функций управления в системе управления.	Анализ и проектирование организационной структуры управления.
IV. Показатели, характеризующие экономический механизм	
1. Непрерывность и стабильность планов. 2. Дифференцированность форм организации заработной платы. 3. Состав, соотношение и доля фондов материального стимулирования в общем составе доходов трудящихся. 4. Разнообразие видов цен на готовую продукцию.	Анализ и планирование развития экономического механизма.
V. Показатели эффективности системы управления	
1. Экономичность организации управления. 2. Эффективность отдельных функциональных подразделений системы управления. 3. Эффективность деятельности линейных руководителей и системы управления в целом.	Анализ эффективности системы управления и оценка мероприятий по ее развитию.

В каждом случае вся система показателей не охватывается. В зависимости от целей анализа отдельные показатели и даже блоки могут рассматриваться как вспомогательные или совсем исключаться из рассмотрения.

Расчет и анализ динамики указанных выше показателей не только позволяет оценить эффективность функционирования малого промышленного предприятия, но и выявить те из сторон, которые являются «слабым местом» организации, направив усилия на решение ее первоочередных проблем.

В большинстве работ интегрально эффективность предпринимательской деятельности принято оценивать по прибыли, полученной предприятием, и рентабельности. Однако за счет чего получена

рассматриваться как вспомогательные или совсем исключаться из рассмотрения.

Расчет и анализ динамики указанных выше показателей не только позволяет оценить эффективность функционирования предприятия, но и выявить те из сторон, которые являются "слабым местом" организации, направив усилия на решение ее первоочередных проблем.

В большинстве работ интегрально эффективность предпринимательской деятельности принято оценивать по прибыли и рентабельности, полученной предприятием. Однако, за счет чего получена прибыль, как влияет ее получение на будущее организации, в этой оценке не отражается.

Нами предлагается эффективность деятельности предпринимателя оценивать по росту конкурентоспособности предприятия (КСП), которая является основой получения доходов и прибыли, поскольку падение КСП, означает потерю рынка, а, значит, и сокращение деятельности, что может привести к закрытию предприятия, что никак нельзя считать положительным результатом.

Хотя, в общем и целом, эффективность работы зависит от целей, которые ставит перед собой предприниматель. Если эта цель, получить прибыль и уйти с рынка, то, возможно, считать эффективной и такую деятельность, но это скорее исключение, чем правило. И оно характерно для предприятий «однодневок», само существование которых является необходимостью трансформирующейся экономики, поэтому, модель эффективности надо строить в зависимости от того, что является приоритетным в работе конкретной предпринимательской структуры – более долгое существование или более высокие прибыли.

Если более долгое существование, то эффективной надо считать такую предпринимательскую деятельность, которая приводит к росту конкурентоспособности организации. При этом в качестве ограничения

прибыль, как влияет ее получение на будущее организации, в этой оценке не отражается.

Нами предлагается эффективность деятельности малых промышленных предприятий оценивать по росту конкурентоспособности предприятия (КСП), которая является основой получения доходов и прибыли, поскольку падение КСП означает потерю рынка, а, значит, и сокращение деятельности, что может привести к закрытию предприятия, что никак нельзя считать положительным результатом. Хотя, в общем и целом, эффективность работы зависит от целей, которые ставит перед собой предприниматель. Если эта цель – получить прибыль и уйти с рынка, то, можно считать эффективной и такую деятельность, но это скорее исключение, чем правило. И оно характерно для предприятий-«однодневок», само существование которых является необходимостью трансформирующейся экономики. Поэтому модель эффективности надо строить в зависимости от того, что является приоритетным в работе конкретной предпринимательской структуры – более долгое существование или более высокие прибыли.

Если при оценке ориентироваться на более долгое существование, то эффективной надо считать такую предпринимательскую деятельность, которая приводит к росту конкурентоспособности организации. При этом в качестве ограничения должна присутствовать функция неотрицательной прибыли или неотрицательного предельного дохода (по отдельным сделкам).

Эффект работы предпринимателя за период от  $t-1$  до  $t$  оценивается по соотношению уровней конкурентоспособности на начало  $t-1$  и конец периода  $t$ :

$$\mathcal{E} = KSP_t - KSP_{t-1}. \quad (3.1)$$

Если прошедших анализируемых периодов несколько, то, обозначив начало периода индексом «0», получим

$$\mathcal{E} = KSP_t - KSP_0. \quad (3.2)$$

рассматриваться как вспомогательные или совсем исключаться из рассмотрения.

Расчет и анализ динамики указанных выше показателей не только позволяет оценить эффективность функционирования предприятия, но и выявить те из сторон, которые являются "слабым местом" организации, направив усилия на решение ее первоочередных проблем.

В большинстве работ интегрально эффективность предпринимательской деятельности принято оценивать по прибыли и рентабельности, полученной предприятием. Однако, за счет чего получена прибыль, как влияет ее получение на будущее организации, в этой оценке не отражается.

Нами предлагается эффективность деятельности предпринимателя оценивать по росту конкурентоспособности предприятия (КСП), которая является основой получения доходов и прибыли, поскольку падение КСП, означает потерю рынка, а, значит, и сокращение деятельности, что может привести к закрытию предприятия, что никак нельзя считать положительным результатом.

Хотя, в общем и целом, эффективность работы зависит от целей, которые ставит перед собой предприниматель. Если эта цель, получить прибыль и уйти с рынка, то, возможно, считать эффективной и такую деятельность, но это скорее исключение, чем правило. И оно характерно для предприятий-«однодневок», само существование которых является необходимостью трансформирующейся экономики, поэтому, модель эффективности надо строить в зависимости от того, что является приоритетным в работе конкретной предпринимательской структуры – более долгое существование или более высокие прибыли.

Если более долгое существование, то эффективной надо считать такую предпринимательскую деятельность, которая приводит к росту конкурентоспособности организации. При этом в качестве ограничения

прибыль, как влияет ее получение на будущее организации, в этой оценке не отражается.

Нами предлагается эффективность деятельности малых промышленных предприятий оценивать по росту конкурентоспособности предприятия (КСП), которая является основой получения доходов и прибыли, поскольку падение КСП означает потерю рынка, а, значит, и сокращение деятельности, что может привести к закрытию предприятия, что никак нельзя считать положительным результатом. Хотя, в общем и целом, эффективность работы зависит от целей, которые ставит перед собой предприниматель. Если эта цель – получить прибыль и уйти с рынка, то, можно считать эффективной и такую деятельность, но это скорее исключение, чем правило. И оно характерно для предприятий «однодневок», само существование которых является необходимостью трансформирующейся экономики. Поэтому модель эффективности надо строить в зависимости от того, что является приоритетным в работе конкретной предпринимательской структуры – более долгое существование или более высокие прибыли.

Если при оценке ориентироваться на более долгое существование, то эффективной надо считать такую предпринимательскую деятельность, которая приводит к росту конкурентоспособности организации. При этом в

качестве ограничения должна присутствовать функция неотрицательной прибыли или неотрицательного предельного дохода (по отдельным сделкам).

Эффект работы предпринимателя за период от  $t-1$  до  $t$  оценивается по соотношению уровней конкурентоспособности на начало  $t-1$  и конец периода  $t$ :

$$\mathcal{E} = КСП_t - КСП_{t-1} \quad (3.1)$$

Если прошедших анализируемых периодов несколько, то, обозначив начало периода индексом «0», получим

$$\mathcal{E} = КСП_t - КСП_0 \quad (3.2)$$

должна присутствовать функция неотрицательной прибыли или неотрицательного предельного дохода (по отдельным сделкам).

Эффект работы предпринимателя за период от  $t-1$  до  $t$  оценивается по соотношению уровней конкурентоспособности на начало  $t-1$  и конец периода  $t$

$$\mathcal{E} = КСП_t - КСП_{t-1} \quad (3.4)$$

при  $\sum_{i=t-1}^t П(МД)_i \geq 0$ ,

Если прошедших анализируемых периодов несколько, то, обозначив начало периода индексом «0», получим

$$\mathcal{E} = КСП_t - КСП_0 \quad (3.5)$$

при  $\sum_{i=0}^t П(МД)_i \geq 0$ ,

Если приоритет отдается более высокой прибыли, то эффект работы предпринимателя за период от  $t-1$  до  $t$  оценивается по величине прибыли, полученной за этот период

$$\mathcal{E} = \sum_{i=t-1}^t П_i \quad (3.6)$$

при  $КСП_t - КСП_{t-1} \geq 0$ ,

Если таких периодов несколько, то, обозначив начало периода индексом «0», получим

$$\mathcal{E} = \sum_{i=0}^t П_i \quad (3.7)$$

при  $КСП_t - КСП_0 \geq 0$ ,

Показатель прибыли имеет достаточно разработанную методику определения, поэтому нужно лишь определить, какую прибыль из всей совокупности предлагаемых в экономической науке показателей целесообразно использовать при оценке работы предпринимателя. По нашему мнению, в расчетах оценки эффективности предпринимательской

Если приоритет отдается более высокой прибыли, то эффект работы предпринимателя за период от  $t-1$  до  $t$  оценивается по величине прибыли, полученной за этот период:

$$\mathcal{E} = \sum_{i=t-1}^t \Pi_i, \quad (3.3)$$

при  $KСП_t - KСП_{t-1} \geq 0$ .

Если таких периодов несколько, то, обозначив начало периода индексом «0», получим

$$\mathcal{E} = \sum_{i=0}^t \Pi_i, \quad (3.4)$$

при  $KСП_t - KСП_0 \geq 0$ .

Показатель прибыли имеет достаточно разработанную методику определения, поэтому нужно лишь определить, какую прибыль из всей совокупности предлагаемых в экономической науке показателей целесообразно использовать при оценке работы предпринимателя. По нашему мнению, в расчетах оценки эффективности деятельности малых промышленных предприятий можно использовать как прибыль от продаж, так и чистую прибыль.

Нам предлагается модель прибыли от продаж как основного результата предпринимательской деятельности, в которой затраты формируются в зависимости от стадии жизненного цикла продукции:

- по нарождающемуся рынку (стадия внедрения) учитывать только прямые издержки;
- по растущему рынку (стадия роста) учитывать при расчете полные расходы и уплату процентов по кредиту;
- на стадии насыщения и зрелости учитывать полные расходы;
- на стадии спада учитывать только прямые издержки.

Таким образом, общая сумма прибыли определяется как сумма прибылей по продукции, относящейся к разным стадиям жизненного цикла.

Эта методика позволит руководителю малого промышленного предприятия из оцениваемых вариантов продукции выбрать те, которые

должна присутствовать функция неотрицательной прибыли или неотрицательного предельного дохода (по отдельным сделкам).

Эффект работы предпринимателя за период от  $t-1$  до  $t$  оценивается по соотношению уровней конкурентоспособности на начало  $t-1$  и конец периода  $t$

$$\mathcal{E} = KСП_t - KСП_{t-1} \\ \text{при } \sum_{i=t-1}^t \Pi(MД)_i \geq 0, \quad (3.4)$$

Если прошедших анализируемых периодов несколько, то, обозначив начало периода индексом «0», получим

$$\mathcal{E} = KСП_t - KСП_0 \\ \text{при } \sum_{i=0}^t \Pi(MД)_i \geq 0, \quad (3.5)$$

Если приоритет отдается более высокой прибыли, то эффект работы предпринимателя за период от  $t-1$  до  $t$  оценивается по величине прибыли, полученной за этот период

$$\mathcal{E} = \sum_{i=t-1}^t \Pi_i \\ \text{при } KСП_t - KСП_{t-1} \geq 0, \quad (3.6)$$

Если таких периодов несколько, то, обозначив начало периода индексом «0», получим

$$\mathcal{E} = \sum_{i=0}^t \Pi_i \\ \text{при } KСП_t - KСП_0 \geq 0, \quad (3.7)$$

Показатель прибыли имеет достаточно разработанную методику определения, поэтому нужно лишь определить, какую прибыль из всей совокупности предлагаемых в экономической науке показателей целесообразно использовать при оценке работы предпринимателя. По нашему мнению, в расчетах оценки эффективности предпринимательской

Если приоритет отдается более высокой прибыли, то эффект работы предпринимателя за период от  $t-1$  до  $t$  оценивается по величине прибыли, полученной за этот период:

$$\Delta = \sum_{i=t-1}^t \Pi_i, \quad (3.3)$$

при  $KSP_t - KSP_{t-1} \geq 0$ .

Если таких периодов несколько, то, обозначив начало периода индексом «0», получим

$$\Delta = \sum_{i=0}^t \Pi_i, \quad (3.4)$$

при  $KSP_t - KSP_0 \geq 0$ .

Показатель прибыли имеет достаточно разработанную методику определения, поэтому нужно лишь определить, какую прибыль из всей совокупности предлагаемых в экономической науке показателей целесообразно использовать при оценке работы предпринимателя. По нашему мнению, в расчетах оценки эффективности деятельности малых промышленных предприятий можно использовать как прибыль от продаж, так и чистую прибыль.

Нами предлагается модель прибыли от продаж как основного результата предпринимательской деятельности, в которой затраты формируются в зависимости от стадии жизненного цикла продукции:

- по нарождающемуся рынку (стадия внедрения) учитывать только прямые издержки;
- по растущему рынку (стадия роста) учитывать при расчете полные расходы и уплату процентов по кредиту;
- на стадии насыщения и зрелости учитывать полные расходы;
- на стадии спада учитывать только прямые издержки.

Таким образом, общая сумма прибыли определяется как сумма прибылей по продукции, относящейся к разным стадиям жизненного цикла.

Эта методика позволит руководителю малого промышленного предприятия из оцениваемых вариантов продукции выбрать те, которые

деятельности можно использовать и общую (балансовую) прибыль, но более верно отражает результат деятельности предпринимателя прибыль после уплаты налогов - чистая прибыль.

Нами предлагается модель прибыли как основного результата предпринимательской деятельности, в которой затраты формируются в зависимости от стадии жизненного цикла продукции:

- по нарождающемуся рынку (стадия внедрения) учитывать только прямые издержки;
- по растущему рынку (стадия роста) учитывать при расчете полные расходы и уплату процентов по кредиту;
- на стадии насыщения и зрелости учитывать полные расходы;
- на стадии спада учитывать только прямые издержки.

Таким образом, общая сумма прибыли определяется как сумма прибылей по продукции, относящейся к разным стадиям жизненного цикла.

Этот подход важен для анализа прибыли, поскольку многие авторы указывают на зависимость показателей результата предпринимательской деятельности от стадии жизненного цикла продукции, которую можно представить следующим образом (таблица 3.3)

Таблица 3.3.

Зависимость показателя результата предпринимательской деятельности от стадии жизненного цикла продукции

Стадии жизненного цикла продукции	Цели, ставящиеся на стадии жизненного цикла	Наименование показателя результата
1	2	3
1.Разработка	Разработка конкурентоспособной продукции и сокращение периода разработки	Показатель (или их совокупность), соответствующий стратегии предпринимательства
2.Внедрение	Быстрое внедрение на рынок	Показатель (или их совокупность), соответствующий стратегии предпринимательства

принесут максимальную прибыль. Она необходима на стадии планирования видов продукции и рассчитана на недопущение в будущем убытков от внедрения на рынок товара. В отличие от уже существующей методики определения суммы прибыли от предпринимательской деятельности, нами предлагается, в зависимости от стадии жизненного цикла продукции, учитывать либо полные издержки (стадия роста, стадия зрелости, стадия насыщения) либо прямые издержки (стадия внедрения и стадия спада), что в конечном итоге приносит немного другой финансовый результат. Это необходимо для того, чтобы на каждой конкретной стадии увидеть предполагаемый финансовый результат по продукции и определить целесообразность внедрения на рынок нового вида товара.

Этот подход важен для анализа прибыли, поскольку многие авторы указывают на зависимость показателей результата предпринимательской деятельности от стадии жизненного цикла продукции, которую можно представить следующим образом (табл. 3.2).

Таблица 3.2

**Зависимость показателя результата предпринимательской деятельности от стадии жизненного цикла продукции**

Стадии цикла продукции	Цели, ставящиеся на стадии жизненного цикла	Наименование показателя результата
1	2	3
1.Разработка	Разработка конкурентоспособной продукции и сокращение периода разработки	Показатель (или их совокупность), соответствующий стратегии предпринимательства
2.Внедрение	Быстрое внедрение на рынок	Показатель (или их совокупность), соответствующий стратегии предпринимательства
3.Рост	Увеличение прибыли	Прибыль
	Выход на новые рынки	Занимаемая доля рынка

деятельности можно использовать и общую (балансовую) прибыль, но более верно отражает результат деятельности предпринимателя прибыль после уплаты налогов - чистая прибыль.

Нами предлагается модель прибыли как основного результата предпринимательской деятельности, в которой затраты формируются в зависимости от стадии жизненного цикла продукции:

- по нарождающемуся рынку (стадия внедрения) учитывать только прямые издержки;
- по растущему рынку (стадия роста) учитывать при расчете полные расходы и уплату процентов по кредиту;
- на стадии насыщения и зрелости учитывать полные расходы;
- на стадии спада учитывать только прямые издержки.

Таким образом, общая сумма прибыли определяется как сумма прибылей по продукции, относящейся к разным стадиям жизненного цикла.

Этот подход важен для анализа прибыли, поскольку многие авторы указывают на зависимость показателей результата предпринимательской деятельности от стадии жизненного цикла продукции, которую можно представить следующим образом (таблица 3.3)

Таблица 3.3.

**Зависимость показателя результата предпринимательской деятельности от стадии жизненного цикла продукции**

Стадии жизненного цикла продукции	Цели, ставящиеся на стадии жизненного цикла	Наименование показателя результата
1	2	3
1.Разработка	Разработка конкурентоспособной продукции и сокращение периода разработки	Показатель (или их совокупность), соответствующий стратегии предпринимательства
2.Внедрение	Быстрое внедрение на рынок	Показатель (или их совокупность), соответствующий стратегии предпринимательства

принесут максимальную прибыль. Она необходима на стадии планирования видов продукции и рассчитана на недопущение в будущем убытков от внедрения на рынок товара. В отличие от уже существующей методики определения суммы прибыли от предпринимательской деятельности, нами предлагается, в зависимости от стадии жизненного цикла продукции, учитывать либо полные издержки (стадия роста, стадия зрелости, стадия насыщения) либо прямые издержки (стадия внедрения и стадия спада), что в конечном итоге приносит немного другой финансовый результат. Это необходимо для того, чтобы на каждой конкретной стадии увидеть предполагаемый финансовый результат по продукции и определить целесообразность внедрения на рынок нового вида товара.

Этот подход важен для анализа прибыли, поскольку многие авторы указывают на зависимость показателей результата предпринимательской деятельности от стадии жизненного цикла продукции, которую можно представить следующим образом (табл. 3.2).

Таблица 3.2

Зависимость показателя результата предпринимательской деятельности от стадии жизненного цикла продукции

Стадии цикла продукции	Цели, ставящиеся на стадии жизненного цикла	Наименование показателя результата
1	2	3
1.Разработка	Разработка конкурентоспособной продукции и сокращение периода разработки	Показатель (или их совокупность), соответствующий стратегии предпринимательства
2.Внедрение	Быстрое внедрение на рынок	Показатель (или их совокупность), соответствующий стратегии предпринимательства
3. Рост	Увеличение прибыли Выход на новые рынки	Прибыль Занимаемая доля рынка

Продолжение таблицы 3.3

1	2	3
3.Рост	Увеличение прибыли	Прибыль
	Выход на новые рынки	Занимаемая доля рынка
4.Зрелость	Увеличение прибыли	Прибыль
	Увеличение конкурентоспособности продукта	Конкурентоспособность продукта
	Углубленное проникновение на рынок (модификация продукта)	Занимаемая доля рынка
5.Насыщение	Разработка нового продукта	Показатель (или их совокупность), соответствующий стратегии предпринимательства
	Увеличение прибыли	Прибыль
	Обеспечение конкурентоспособности продукта	Конкурентоспособность продукта
6. Спад	Внедрение на рынок нового продукта	Показатель (или их совокупность), соответствующий стратегии предпринимательства
	Быстрый уход с рынка и замена устаревшего продукта новым	Прибыль
	Пассивное отношение к продукту	Показатель (или их совокупность), соответствующий стратегии предпринимательства

Если учесть зависимость результата предпринимательской деятельности от стадии жизненного цикла продукции, модель прибыли от предпринимательской деятельности может быть представлена следующим образом:

$$ПП = \sum_{i=1}^6 \Pi_i (1 - H_{cm}) \quad (3.8)$$

По продукции, находящейся в стадии разработки будут иметь место только издержки, которые впоследствии, при ее производстве будут равномерно отнесены на себестоимость. Поэтому в модели они не участвуют.

$$\Pi_i = 0. \quad (3.9)$$

Окончание табл. 3.2

1	2	3
4. Зрелость	Увеличение прибыли	Прибыль
	Увеличение конкурентоспособности продукта	Конкурентоспособность продукта
	Углубленное проникновение на рынок (модификация продукта)	Занимаемая доля рынка
	Разработка нового продукта	Показатель (или их совокупность), соответствующий стратегии предпринимательства
5. Насыщение	Увеличение прибыли	Прибыль
	Обеспечение конкурентоспособности продукта	Конкурентоспособность продукта
	Внедрение на рынок нового продукта	Показатель (или их совокупность), соответствующий стратегии предпринимательства
6. Спад	Быстрый уход с рынка и замена устаревшего продукта новым	Прибыль
	Пассивное отношение к продукту	Показатель (или их совокупность), соответствующий стратегии предпринимательства

Если учесть зависимость результата предпринимательской деятельности малого промышленного предприятия от стадии жизненного цикла продукции, модель прибыли от предпринимательской деятельности может быть представлена следующим образом:

$$П_{ин} = \sum_{i=1}^6 П_i \quad (3.5)$$

По продукции, находящейся в стадии разработки, будут иметь место только издержки, которые впоследствии при ее производстве будут равномерно отнесены на себестоимость. Поэтому в модели они не участвуют.

$$П_i = 0 \quad (3.6)$$

По продукции, находящейся на стадии внедрения, необходимо учитывать только прямые издержки, поскольку она еще не стала основным видом деятельности

Продолжение таблицы 3.3

1	2	3
3. Рост	Увеличение прибыли	Прибыль
	Выход на новые рынки	Занимаемая доля рынка
4. Зрелость	Увеличение прибыли	Прибыль
	Увеличение конкурентоспособности продукта	Конкурентоспособность продукта
	Углубленное проникновение на рынок (модификация продукта)	Занимаемая доля рынка
	Разработка нового продукта	Показатель (или их совокупность), соответствующий стратегии предпринимательства
5. Насыщение	Увеличение прибыли	Прибыль
	Обеспечение конкурентоспособности продукта	Конкурентоспособность продукта
	Внедрение на рынок нового продукта	Показатель (или их совокупность), соответствующий стратегии предпринимательства
6. Спад	Быстрый уход с рынка и замена устаревшего продукта новым	Прибыль
	Пассивное отношение к продукту	Показатель (или их совокупность), соответствующий стратегии предпринимательства

Если учесть зависимость результата предпринимательской деятельности от стадии жизненного цикла продукции, модель прибыли от предпринимательской деятельности может быть представлена следующим образом:

$$ПП = \sum_{i=1}^6 П_i (1 - Н_{сн}) \quad (3.8)$$

По продукции, находящейся в стадии разработки будут иметь место только издержки, которые впоследствии, при ее производстве будут равномерно отнесены на себестоимость. Поэтому в модели они не участвуют.

$$П_i = 0 \quad (3.9)$$

и может считаться дополнительным заказом на период до освоения производства. То есть, прибыль может быть определена по следующей формуле:

$$\Pi_2 = \sum_{a=1}^k \Pi_a = \sum_{a=1}^k (U_a - \Pi H_a) \times V_a, \quad (3.7)$$

где  $a$  - вид продукции, находящийся на стадии внедрения;

$k$  - число видов продукции, находящихся на стадии внедрения;

$U_a$  - цена единицы продукции  $a$ -вида;

$\Pi H_a$  - прямые издержки на единицу продукции  $a$ -вида;

$V_a$  - объем продаж продукции  $a$ -вида.

По продукции, находящейся на стадии роста, как правило, должны учитываться полные издержки и проценты по кредитам, взятым для расширения производства, поэтому модель прибыли будет иметь следующий вид:

$$\Pi_3 = \sum_{b=1}^m \Pi_b = \sum_{b=1}^m (U_b - \Pi_b) \times V_b - K_p \times I_{kp}, \quad (3.8)$$

где  $b$  - вид продукции, находящийся на стадии роста;

$m$  - число видов продукции, находящихся на стадии роста;

$U_b$  - цена единицы продукции  $b$ -вида;

$\Pi_b$  - полные издержки на единицу продукции  $b$ -вида;

$V_b$  - объем продаж продукции  $b$ -вида;

$K_p$  - сумма кредита, взятого на развитие производства;

$I_{kp}$  - процентная ставка по кредиту за период расчета.

Поскольку необходимость в получении кредита для продукции, находящейся на стадии зрелости и насыщения рынка невелика, то считаем нецелесообразным включать в модель расчета прибыли проценты по кредиту, поэтому для этих стадий жизненного цикла модель будет иметь вид:

$$\Pi_{4,5} = \sum_{c=1}^l \Pi_c = \sum_{c=1}^l (U_c - \Pi_c) \times V_c, \quad (3.9)$$

где  $c$  - вид продукции, находящийся на стадии насыщения рынка и зрелости;

$l$  - число видов продукции, находящихся на стадии насыщения рынка и зрелости;

По продукции, находящейся на стадии внедрения, необходимо учитывать только прямые издержки, поскольку она еще не стала основным видом деятельности и может считаться дополнительным заказом на период до освоения производства. То есть, прибыль может быть определена по следующей формуле:

$$\Pi_2 = \sum_{j=1}^k \Pi_j = \sum_{j=1}^k (u_j - s^{np}_j) * P_j, \quad (3.10)$$

где  $j$  - вид продукции, находящийся на стадии внедрения;

$k$  - число видов продукции, находящихся на стадии внедрения;

$u_j$  - цена единицы продукции  $j$ -вида;

$s^{np}_j$  - прямые издержки на единицу продукции  $j$ -вида;

$P_j$  - объем реализации продукции  $j$ -вида.

По продукции, находящейся на стадии роста, как правило, должны учитываться полные издержки и проценты по кредитам, взятым для расширения производства, то модель прибыли будет иметь следующий вид:

$$\Pi_3 = \sum_{l=1}^m \Pi_l = \sum_{l=1}^m (u_l - s_l) * P_l - Kp * I_{kp}, \quad (3.11)$$

где  $l$  - вид продукции, находящийся на стадии роста;

$m$  - число видов продукции, находящихся на стадии роста;

$u_l$  - цена единицы продукции  $l$ -вида;

$s_l$  - полные издержки на единицу продукции  $l$ -вида;

$P_l$  - объем реализации продукции  $l$ -вида;

$Kp$  - сумма кредита, взятого на развитие производства;

$I_{kp}$  - процентная ставка по кредиту за период расчета.

Поскольку необходимость в получении кредита для продукции, находящейся на стадии зрелости и насыщения рынка невелика, то считаем нецелесообразным включать в модель расчета прибыли проценты по кредиту, поэтому для этих стадий жизненного цикла модель будет иметь вид:

и может считаться дополнительным заказом на период до освоения производства. То есть, прибыль может быть определена по следующей формуле:

$$\Pi_2 = \sum_{a=1}^k \Pi_a = \sum_{a=1}^k (U_a - \Pi\Pi_a) \times V_a, \quad (3.7)$$

где  $a$  - вид продукции, находящийся на стадии внедрения;  
 $k$  - число видов продукции, находящихся на стадии внедрения;  
 $U_a$  - цена единицы продукции  $a$ - вида;  
 $\Pi\Pi_a$  - прямые издержки на единицу продукции  $a$ - вида;  
 $V_a$  - объем продаж продукции  $a$ - вида.

По продукции, находящейся на стадии роста, как правило, должны учитываться полные издержки и проценты по кредитам, взятым для расширения производства, поэтому модель прибыли будет иметь следующий вид:

$$\Pi_3 = \sum_{b=1}^m \Pi_b = \sum_{b=1}^m (U_b - H_b) \times V_b - K_p \times I_{K_p}, \quad (3.8)$$

где  $b$ -вид продукции, находящийся на стадии роста;  
 $m$  - число видов продукции, находящихся на стадии роста;  
 $U_b$  - цена единицы продукции  $b$ - вида;  
 $H_b$  - полные издержки на единицу продукции  $b$ -вида;  
 $V_b$  - объем продаж продукции  $b$ - вида;  
 $K_p$  - сумма кредита, взятого на развитие производства;  
 $I_{K_p}$  - процентная ставка по кредиту за период расчета.

Поскольку необходимость в получении кредита для продукции, находящейся на стадии зрелости и насыщения рынка невелика, то считаем нецелесообразным включать в модель расчета прибыли проценты по кредиту, поэтому для этих стадий жизненного цикла модель будет иметь вид:

$$\Pi_{4,5} = \sum_{c=1}^l \Pi_c = \sum_{c=1}^l (U_c - H_c) \times V_c, \quad (3.9)$$

где  $c$  - вид продукции, находящийся на стадии насыщения рынка и зрелости;  
 $l$  - число видов продукции, находящихся на стадии насыщения рынка и зрелости;

$$\Pi_{4,5} = \sum_{d=1}^n \Pi_d = \sum_{d=1}^n (u_d - s_d) * P_d, \quad (3.12)$$

где  $d$  - вид продукции, находящийся на стадии насыщения рынка и зрелости;  
 $n$  - число видов продукции, находящихся на стадии насыщения рынка и зрелости;

$u_d$  - цена единицы продукции  $d$  - вида;  
 $s_d$  - полные издержки на единицу продукции  $d$  - вида;  
 $P_d$  - объем реализации продукции  $d$  - вида.

Поскольку на стадии спада продукция выводится с рынка и из производства, она не может считаться основной и прибыль от ее реализации можно считать по «усеченной» себестоимости:

$$\Pi_6 = \sum_{f=1}^r \Pi_f = \sum_{f=1}^r (u_f - s^{sp}_f) * P_f, \quad (3.13)$$

где  $f$  - вид продукции, находящийся на стадии;  
 $r$  - число видов продукции, находящихся на стадии ;  
 $u_f$  - цена единицы продукции  $f$ - вида;  
 $s^{sp}_f$  - прямые издержки на единицу продукции  $f$ - вида;  
 $P_f$  - объем реализации продукции  $f$ - вида.

Принимая во внимание приведенные выше формулы, модель прибыли от предпринимательской деятельности принимает вид:

$$\Pi\Pi = \sum_{i=1}^6 \Pi_i (1 - H_{cm}) = \left\{ \sum_{j=1}^k (u_j - s^{sp}_j) * P_j + \sum_{l=1}^m (u_l - s_l) * P_l - Kp * I_{Kp} + \sum_{d=1}^n (u_d - s_d) * P_d + \sum_{f=1}^r (u_f - s^{sp}_f) * P_f \right\} (1 - H_{cm}) \quad (3.14)$$

Для интерпретации возможностей применения разработанной модели использованы данные трех предприятий, которые имеют примерно одинаковые стартовые условия по конкурентоспособности товара и уровню получаемой прибыли. Однако, одно из них - № 1 (ООО «Алеко») имеет всю

$Ц_c$  - цена единицы продукции  $c$ - вида;

$И_c$  - полные издержки на единицу продукции  $c$ - вида;

$V_c$  - объем продаж продукции  $c$ - вида.

Поскольку на стадии спада продукция выводится с рынка и из производства, она не может считаться основной и прибыль от ее продажи можно считать по «усеченной» себестоимости:

$$\Pi_6 = \sum_{d=1}^r \Pi_d = \sum_{d=1}^r (И_d - ПИ_d) \times V_d, \quad (3.10)$$

где  $d$  - вид продукции, находящийся на стадии;

$r$  - число видов продукции, находящихся на стадии ;

$Ц_d$  - цена единицы продукции  $d$ - вила;

$ПИ_d$  - прямые издержки на единицу продукции  $d$ - вида;

$V_d$  - объем продаж продукции  $d$ - вила.

Принимая во внимание приведенные выше формулы, модель прибыли от предпринимательской деятельности малого промышленного предприятия принимает вид:

$$\Pi_{об} = \sum_{i=1}^k \Pi_i = \left[ \sum_{a=1}^k (Ц_a - ПИ_a) \times V_a + \sum_{b=1}^m (И_b - И_c) \times V_b - K_p \times I_{K_p} + \sum_{c=1}^r (И_c - И_d) \times V_c + \sum_{d=1}^r (И_d - ПИ_d) \times V_d \right]. \quad (3.11)$$

Как уже отмечалось, любая организация – это система и организация малого промышленного бизнеса не исключение. Малые промышленные предприятия быстрее реагируют на изменения внешней среды, лучше приспосабливаются к сложившимся условиям. Поэтому их адаптация проходит легче, чем у крупных и средних предприятий. Адаптация малого промышленного бизнеса к среде может осуществляться, по нашему убеждению, через внутренние условия механизма обеспечения устойчивого развития малых промышленных предприятий. Одной из наиболее адапционных его составляющих является, как мы уже упоминали, финансовые ресурсы. Основным источником финансовых ресурсов малого промышленного предприятия является его прибыль от производственной

$$\Pi_{d,5} = \sum_{d=1}^n \Pi_d = \sum_{d=1}^n (u_d - s_d) * P_d, \quad (3.12)$$

где  $d$  – вид продукции, находящийся на стадии насыщения рынка и зрелости;

$n$  – число видов продукции, находящихся на стадии насыщения рынка и зрелости;

$u_d$  - цена единицы продукции  $d$  – вида;

$s_d$  - полные издержки на единицу продукции  $d$  – вида;

$P_d$  – объем реализации продукции  $d$  – вида.

Поскольку на стадии спада продукция выводится с рынка и из производства, она не может считаться основной и прибыль от ее реализации можно считать по «усеченной» себестоимости:

$$\Pi_6 = \sum_{f=1}^r \Pi_f = \sum_{f=1}^r (u_f - s^{sp}_f) * P_f, \quad (3.13)$$

где  $f$  – вид продукции, находящийся на стадии;

$r$  – число видов продукции, находящихся на стадии ;

$u_f$  - цена единицы продукции  $f$ – вида;

$s^{sp}_f$  - прямые издержки на единицу продукции  $f$ – вида;

$P_f$  - объем реализации продукции  $f$ – вила.

Принимая во внимание приведенные выше формулы, модель прибыли от предпринимательской деятельности принимает вид:

$$\Pi_{П} = \sum_{i=1}^6 \Pi_i (I - H_{cm}) = \left\{ \sum_{j=1}^k (u_j - s^{sp}_j) * P_j + \sum_{l=1}^m (u_l - s_l) * P_l - K_p * I_{K_p} + \sum_{d=1}^n (u_d - s_d) * P_d + \sum_{f=1}^r (u_f - s^{sp}_f) * P_f \right\} (I - H_{cm}) \quad (3.14)$$

Для интерпретации возможностей применения разработанной модели использованы данные трех предприятий, которые имеют примерно одинаковые стартовые условия по конкурентоспособности товара и уровню получаемой прибыли. Однако, одно из них – № 1 (ООО «Алеко») имеет всю

рассматривать, так как прибыль от продаж данного вида продукции значительна и составляет 1351427 руб.

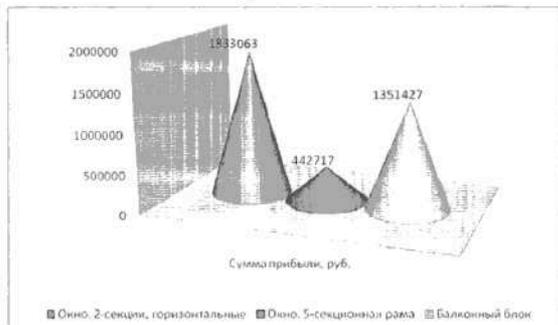


Рис. 3.2. Величина прибыли от предпринимательской деятельности, рассчитанная в зависимости от стадии жизненного цикла продукции, в ИП Щербаков С.И. по видам продукции

По нашему мнению, расчет прибыли от предпринимательской деятельности в зависимости от стадии жизненного цикла продукции, работ, услуг является самым реальным, т.к. позволяет получить наибольшее ее значение, что наглядно демонстрируют рассчитанные нами показатели.

Итак, суть предлагаемой нами методики оценки конкурентоспособности предприятия заключается в следующем:

- уровень конкурентоспособности следует считать как средневзвешенную величину по показателям конкурентоспособности конкретных товаров на конкретных рынках;
- необходимо отдельно проводить анализ эффективности инвестиционных проектов, эффективности деятельности организации, исходя из конкурентоспособности конкретных товаров на конкретных рынках;
- предлагается отдельно считать показатель устойчивости функционирования предприятия;

По методике оценки конкурентоспособности предприятия наше предложение заключается в следующем:

- уровень конкурентоспособности считать как средневзвешенную величину по показателям конкурентоспособности конкретных товаров на конкретных рынках;
- отдельно проводить анализ эффективности инвестиционных проектов эффективности деятельности организации, исходя из конкурентоспособности конкретных товаров на конкретных рынках;
- отдельно считать показатель устойчивости функционирования предприятия;
- прогнозировать перечисленные при комплексных показателя минимум на 5 лет.

Конкурентоспособность предприятия ( $KCP$ ) можно определять в статике и динамике. В статике она определяется с учётом весомости товаров и рынков, на которых они реализуются:

$$KCP = \sum_{i=1}^n a_i b_i * K_{ij} \rightarrow 1, \quad (3.15)$$

где  $a_i$  – удельный вес  $i$ -го товара организации в объёме продаж за анализируемый период, доли единицы,  $i = 1, 2, \dots, n$ ;

$$\sum a_i = 1;$$

$b_i$  – показатель значимости рынка, на котором представлен товар организации. Для промышленно развитых стран значимость рынка Фатхутдиновым рекомендуется принимать равной 1,0, для остальных стран – 0,7, для внутреннего рынка – 0,5[84];

$K_{ij}$  – конкурентоспособность  $i$  – го товара на  $j$  – м рынке.

Учитывая, что предприятие работает, как правило, на трех рынках: товаров, труда и капитала, то КСП предприятия необходимо оценивать, сведя воедино три цены, которые может «выдержать» предприятие:

- цену товара (минимальная цена должна быть равна себестоимости – неотрицательная прибыль);

– целесообразно прогнозировать перечисленные три комплексных показателя минимум на 5 лет.

Нами был рассмотрен механизм адаптации малых промышленных предприятий к среде через сумму полученной прибыли от предпринимательской деятельности в зависимости от стадии жизненного цикла продукции. Далее целесообразно перейти к рассмотрению адаптации среды к малым промышленным предприятиям. Адаптация, как правило, проходит через определенные механизмы, в нашем исследовании – механизм финансово-кредитной поддержки малого предпринимательства на всех уровнях управления чему и посвящено наше дальнейшее исследование.

### 3.2. Формирование механизма финансово – кредитной поддержки малого промышленного предпринимательства

Адаптационный механизм устойчивого развития малых промышленных предприятий формируется при наличии внешних условий. А именно, налоговые льготы, субсидии, дотации, кредитная поддержка, лизинг, франчайзинг и венчурное финансирование. Чтобы обеспечить устойчивое развитие малого промышленного предприятия необходимо применение упомянутых выше элементов как отдельно друг от друга, так и в совокупности, во взаимосвязи и взаимозависимости. Только при таких условиях организации малого промышленного бизнеса смогут сохранить на прежнем уровне или улучшить свое финансовое положение, а, следовательно, и финансовую устойчивость.

В настоящее время финансовое положение производственных, строительных, инновационных малых предприятий, индивидуальных предпринимателей остается тяжелым. Сохраняется чрезмерный налоговый пресс, инвестиционные ресурсы недоступны для малых промышленных предприятий. Не созданы условия для реального доступа малых

ется весь комплекс обстоятельств, связанных с недостаточным развитием в нашей стране гражданского общества и рыночных отношений, на сегодня возможным решением данной проблемы могло бы стать, вероятно, только создание возможностей для работы здесь иностранных и международных венчурных фондов. Более подробно механизм финансово-кредитной поддержки предпринимательства и направления его совершенствования рассмотрены в следующем параграфе.

### 3. 2 Совершенствование механизма финансово-кредитной поддержки предпринимательства

В настоящее время финансовое положение производственных, строительных, инновационных малых предприятий, индивидуальных предпринимателей остается тяжелым. Сохраняется чрезмерный налоговый пресс, инвестиционные ресурсы недоступны для малых предприятий. Не созданы условия для реального доступа малых предприятий на рынок недвижимости и технологии при приватизации государственного и муниципального имущества.

Все это способствует снижению инвестиционной активности, падению объемов производства и строительства, в том числе и за счет сектора малого предпринимательства. На местах сохраняются административные барьеры при регистрации, получении помещений, лицензировании малых предприятий и т.д.

Основным источником финансирования для большинства малых предприятий являются их собственные средства. Но при низкой доле основного капитала покрыть все потребности в финансировании только за счет собственных ресурсов невозможно.

промышленных предприятий на рынок недвижимости и технологий при приватизации государственного и муниципального имущества.

Все это способствует снижению инвестиционной активности, падению объемов производства и строительства, в том числе и за счет сектора малого промышленного предпринимательства. На местах сохраняются административные барьеры при регистрации, получении помещений, лицензировании малых промышленных предприятий и т.д.

Основным источником финансирования для большинства малых промышленных предприятий являются их собственные средства. Но при низкой доле основного капитала покрыть все потребности в финансировании только за счет собственных ресурсов невозможно.

Для успешного привлечения финансовых средств в малый промышленный бизнес (и отечественных, и иностранных) как одного из важнейших условий дальнейшего развития сферы малого промышленного предпринимательства необходимы финансовые механизмы и технологии поддержки предпринимательства, отвечающие мировой практике, но при этом адаптированные к российским условиям. Особая роль здесь отводится муниципальным образованиям. Необходимо задействование всего арсенала технологий привлечения финансовых средств в сферу малого промышленного предпринимательства на муниципальном уровне (рис. 3.3).

При этом, очевидно, что на эффективность и состав технологий окажут влияние региональные и структурные особенности, социальные и экономические приоритеты. Рассмотрим основные источники и технологии привлечения финансовых средств в сферу малого промышленного предпринимательства с использованием возможностей органов местного самоуправления. Разграничение обязанностей между центром Федерации и ее

есть весь комплекс обстоятельств, связанных с недостаточным развитием в нашей стране гражданского общества и рыночных отношений, на сегодня возможным решением данной проблемы могло бы стать, вероятно, только создание возможностей для работы здесь иностранных и международных венчурных фондов. Более подробно механизм финансово-кредитной поддержки предпринимательства и направления его совершенствования рассмотрены в следующем параграфе.

### 3. 2 Совершенствование механизма финансово-кредитной поддержки предпринимательства

В настоящее время финансовое положение производственных, строительных, инновационных малых предприятий, индивидуальных предпринимателей остается тяжелым. Сохраняется чрезмерный налоговый пресс, инвестиционные ресурсы недоступны для малых предприятий. Не созданы условия для реального доступа малых предприятий на рынок недвижимости и технологий при приватизации государственного и муниципального имущества.

Все это способствует снижению инвестиционной активности, падению объемов производства и строительства, в том числе и за счет сектора малого предпринимательства. На местах сохраняются административные барьеры при регистрации, получении помещений, лицензировании малых предприятий и т.д.

Основным источником финансирования для большинства малых предприятий являются их собственные средства. Но при низкой доле основного капитала покрыть все потребности в финансировании только за счет собственных ресурсов невозможно.

промышленных предприятий на рынок недвижимости и технологий при приватизации государственного и муниципального имущества.

Все это способствует снижению инвестиционной активности, падению объемов производства и строительства, в том числе и за счет сектора малого промышленного предпринимательства. На местах сохраняются административные барьеры при регистрации, получении помещений, лицензировании малых промышленных предприятий и т.д.

Основным источником финансирования для большинства малых промышленных предприятий являются их собственные средства. Но при низкой доле основного капитала покрыть все потребности в финансировании только за счет собственных ресурсов невозможно.

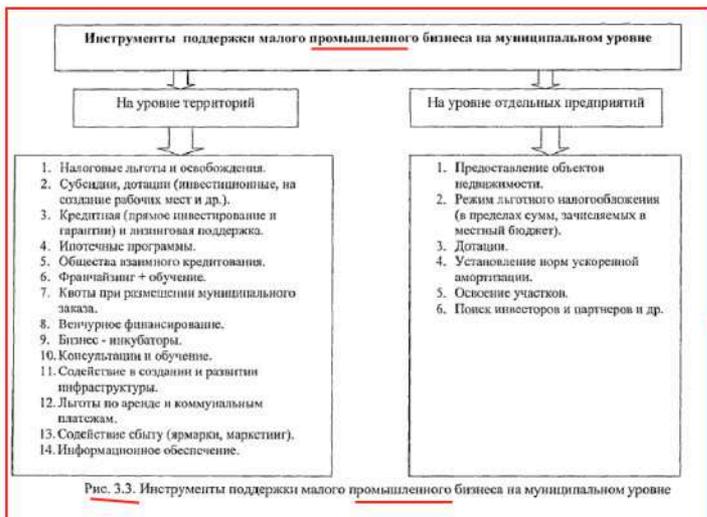
Для успешного привлечения финансовых средств в малый промышленный бизнес (и отечественных, и иностранных) как одного из важнейших условий дальнейшего развития сферы малого промышленного предпринимательства необходимы финансовые механизмы и технологии поддержки предпринимательства, отвечающие мировой практике, но при этом адаптированные к российским условиям. Особая роль здесь отводится муниципальным образованиям. Необходимо задействование всего арсенала технологий привлечения финансовых средств в сферу малого промышленного предпринимательства на муниципальном уровне (рис. 3.3).

При этом, очевидно, что на эффективность и состав технологий окажут влияние региональные и структурные особенности, социальные и экономические приоритеты. Рассмотрим основные источники и технологии привлечения финансовых средств в сферу малого промышленного предпринимательства с использованием возможностей органов местного самоуправления. Разграничение обязанностей между центром Федерации и ее

Для успешного привлечения финансовых средств в малый бизнес (и отечественных, и иностранных) как одного из важнейших условий дальнейшего развития сферы МП необходимы финансовые механизмы и технологии поддержки предпринимательства, отвечающие мировой практике, но при этом адаптированные к российским условиям. Особая роль здесь отводится муниципальным образованиям. Необходимо задействование всего арсенала технологий привлечения финансовых средств в сферу МП на муниципальном уровне (Рисунок 8).

При этом, очевидно, что на эффективность и состав технологий окажут влияние региональные и структурные особенности, социальные и экономические приоритеты. Рассмотрим основные источники и технологии привлечения финансовых средств в сферу МП с использованием возможностей органов местного самоуправления. Разграничение обязанностей между центром Федерации и ее субъектами требует передачи максимума функций, связанных с проведением политики финансовой поддержки МП, с федерального на региональный и муниципальный уровни управления. Главной целью мер муниципальной финансовой поддержки МСУ является ускорение появления на местных рынках малых предприятий, действующих в приоритетных направлениях, т.е. создание базы для рациональной структуры хозяйства.

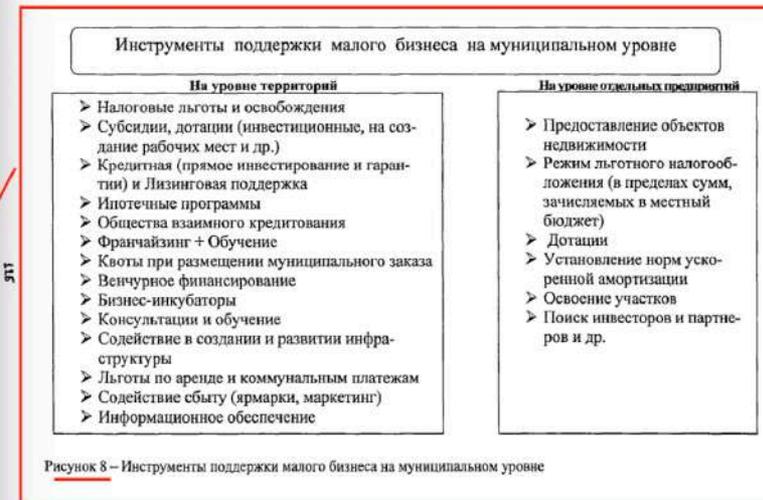
Достижение этой цели связано с разработкой специального механизма финансово-кредитной поддержки сферы МП и решением комплекса взаимосвязанных вопросов, включающих: развитие системы гарантий и внедрение в практику компенсации части процентных ставок по кредитам коммерческих банков; налоговые льготы; совершенствование местного законодательного пространства, информационную поддержку; обучение кадров; формирование инфраструктуры МП; налаживание эффективной координации в этой области между федеральным центром, субъектами Федерации и муниципальными органами власти.



131

субъектами требует передачи максимума функций, связанных с проведением политики финансовой поддержки малого промышленного предпринимательства, с федерального на региональный и муниципальный уровни управления. Главной целью мер муниципальной финансовой поддержки предпринимательства является ускорение появления на местных рынках малых промышленных предприятий, действующих в приоритетных направлениях, т.е. создание базы для рациональной структуры хозяйства.

Достижение этой цели связано с разработкой специального механизма финансово-кредитной поддержки сферы малого промышленного



Выделим два основных направления, по которым органами городского самоуправления может осуществляться муниципальная финансово-кредитная поддержка малых предприятий:

- первое из них связано с оказанием субъектам малого бизнеса прямой финансовой помощи путем предоставления, например,
  - субсидий, дотаций;
  - прямого инвестирования и выделения инвестиционных кредитов за счет средств бюджета города, в том числе льготных и беззалоговых;
  - предоставление малым предприятиям помощи в виде гаран-

субъектами требует передачи максимума функций, связанных с проведением политики финансовой поддержки малого промышленного предпринимательства, с федерального на региональный и муниципальный уровни управления. Главной целью мер муниципальной финансовой поддержки предпринимательства является ускорение появления на местных рынках малых промышленных предприятий, действующих в приоритетных направлениях, т.е. создание базы для рациональной структуры хозяйства.

Достижение этой цели связано с разработкой специального механизма финансово-кредитной поддержки сферы малого промышленного предпринимательства и решением комплекса взаимосвязанных вопросов, включающих: развитие системы гарантий и внедрение в практику компенсации части процентных ставок по кредитам коммерческих банков; налоговые льготы; совершенствование местного законодательного пространства, информационную поддержку; обучение кадров; формирование инфраструктуры малого промышленного предпринимательства; налаживание эффективной координации в этой области между федеральным центром, субъектами Федерации и муниципальными органами власти.

Выделим два основных направления, по которым органами городского самоуправления может осуществляться муниципальная финансово-кредитная поддержка малых промышленных предприятий:

1. Первое из них связано с оказанием субъектам малого промышленного бизнеса прямой финансовой помощи путем предоставления, например:

- субсидий, дотаций;
- прямого инвестирования и выделения инвестиционных кредитов за счет средств бюджета города, в том числе льготных и беззалоговых;
- предоставление малым промышленным предприятиям поручительств и гарантий по кредитам коммерческих банков;
- полная или частичная компенсация финансовым структурам недополученной прибыли при кредитовании субъектов малого

Для успешного привлечения финансовых средств в малый бизнес (и отечественных, и иностранных) как одного из важнейших условий дальнейшего развития сферы МП необходимы финансовые механизмы и технологии поддержки предпринимательства, отвечающие мировой практике, но при этом адаптированные к российским условиям. Особая роль здесь отводится муниципальным образованиям. Необходимо задействование всего арсенала технологий привлечения финансовых средств в сферу МП на муниципальном уровне (Рисунок 8).

При этом, очевидно, что на эффективность и состав технологий окажут влияние региональные и структурные особенности, социальные и экономические приоритеты. Рассмотрим основные источники и технологии привлечения финансовых средств в сферу МП с использованием возможностей органов местного самоуправления. Разграничение обязанностей между центром

Федерации и ее субъектами требует передачи максимума функций, связанных с проведением политики финансовой поддержки МП, с федерального на региональный и муниципальный уровни управления. Главной целью мер муниципальной финансовой поддержки МСУ является ускорение появления на местных рынках малых предприятий, действующих в приоритетных направлениях, т.е. создание базы для рациональной структуры хозяйства.

Достижение этой цели связано с разработкой специального механизма финансово-кредитной поддержки сферы МП и решением комплекса взаимосвязанных вопросов, включающих: развитие системы гарантий и внедрение в практику компенсации части процентных ставок по кредитам коммерческих банков; налоговые льготы; совершенствование местного законодательного пространства, информационную поддержку; обучение кадров; формирование инфраструктуры МП; налаживание эффективной координации в этой области между федеральным центром, субъектами Федерации и муниципальными органами власти.

субъектами требует передачи максимума функций, связанных с проведением политики финансовой поддержки малого промышленного предпринимательства, с федерального на региональный и муниципальный уровни управления. Главной целью мер муниципальной финансовой поддержки предпринимательства является ускорение появления на местных рынках малых промышленных предприятий, действующих в приоритетных направлениях, т.е. создание базы для рациональной структуры хозяйства.

Достижение этой цели связано с разработкой специального механизма финансово-кредитной поддержки сферы малого промышленного предпринимательства и решением комплекса взаимосвязанных вопросов, включающих: развитие системы гарантий и внедрение в практику компенсации части процентных ставок по кредитам коммерческих банков; налоговые льготы; совершенствование местного законодательного пространства, информационную поддержку; обучение кадров; формирование инфраструктуры малого промышленного предпринимательства; налаживание эффективной координации в этой области между федеральным центром, субъектами Федерации и муниципальными органами власти.

Выделим два основных направления, по которым органами городского самоуправления может осуществляться муниципальная финансово-кредитная поддержка малых промышленных предприятий:

1. Первое из них связано с оказанием субъектам малого промышленного бизнеса прямой финансовой помощи путем предоставления, например:

- субсидий, дотаций;
- прямого инвестирования и выделения инвестиционных кредитов за счет средств бюджета города, в том числе льготных и беззалоговых;
- предоставление малым промышленным предприятиям поручительств и гарантий по кредитам коммерческих банков;
- полная или частичная компенсация финансовым структурам недополученной прибыли при кредитовании субъектов малого

Выделим два основных направления, по которым органами городского самоуправления может осуществляться муниципальная финансово-кредитная поддержка малых предприятий:

- первое из них связано с оказанием субъектам малого бизнеса прямой финансовой помощи путем предоставления, например,
  - субсидий, дотаций;
  - прямого инвестирования и выделения инвестиционных кредитов за счет средств бюджета города, в том числе льготных и беззалоговых;
  - предоставление малым предприятиям поручительств и гарантий по кредитам коммерческих банков;
  - полная или частичная компенсация финансовым структурам недополученной прибыли при кредитовании субъектов МП по пониженной процентной ставке;
- второе – представляет собой форму косвенной финансовой поддержки МП, имеющей своей целью поощрение, стимулирование инвестиционной активности малых предприятий. Соответствующие меры могут включать:
  - муниципальные режимы льготного налогообложения малых предприятий в пределах сумм, зачисляемых в бюджет города;
  - внедрение упрощенных схем взимания налогов с них;
  - предоставление инвестиционных налоговых кредитов;
  - установление норм ускоренной амортизации оборудования, используемого малыми предприятиями;
  - распространение в сфере малого предпринимательства системы лизинга и т.д.

Представляется целесообразной перестановка акцентов в реализации муниципальной политики в сфере малого предпринимательства. Поддержка субъектам малого бизнеса должна оказываться преимущественно не напрямую, а через кредитно-финансовые организации, обеспечивающие их обслуживание, с развитием механизма гарантий по инвестиционным кредитам малым предприятиям, включая предоставление муниципальных гарантий ком-

промышленного предпринимательства по пониженной процентной ставке;

2. Второе – представляет собой форму косвенной финансовой поддержки малого промышленного предпринимательства, имеющей своей целью поощрение, стимулирование инвестиционной активности малых предприятий. Соответствующие меры могут включать:

- муниципальные режимы льготного налогообложения малых промышленных предприятий в пределах сумм, зачисляемых в бюджет города;
- внедрение упрощенных схем взимания налогов с них;
- предоставление инвестиционных налоговых кредитов;
- установление норм ускоренной амортизации оборудования, используемого малыми промышленными предприятиями;
- распространение в сфере малого промышленного предпринимательства системы лизинга и т.д.

Представляется целесообразной перестановка акцентов в реализации муниципальной политики в сфере малого промышленного предпринимательства. Поддержка субъектам малого бизнеса должна оказываться преимущественно не напрямую, а через кредитно-финансовые организации, обеспечивающие их обслуживание, с развитием механизма гарантий по инвестиционным кредитам малым промышленным предприятиям, включая предоставление муниципальных гарантий коммерческим банкам, принимающим участие в финансировании сферы малого промышленного предпринимательства. В настоящее время особое внимание следует уделить такому методу финансовой поддержки малых промышленных предприятий, как предоставление гарантий со стороны муниципальных фондов поддержки малого промышленного предпринимательства.

Специальные соглашения между этими фондами и коммерческими банками могут предусматривать выделение определенных объемов кредитных ресурсов для финансирования поддержки инвестиционной деятельности предприятий под гарантии фондов, при участии фондов в уставном капитале

Выделим два основных направления, по которым органами городского самоуправления может осуществляться муниципальная финансово-кредитная поддержка малых предприятий:

- первое из них связано с оказанием субъектам малого бизнеса прямой финансовой помощи путем предоставления, например,
  - субсидий, дотаций;
  - прямого инвестирования и выделения инвестиционных кредитов за счет средств бюджета города, в том числе льготных и беззалоговых;
  - предоставление малым предприятиям поручительств и гарантий по кредитам коммерческих банков;
  - полная или частичная компенсация финансовым структурам недополученной прибыли при кредитовании субъектов МП по пониженной процентной ставке;

➤ второе – представляет собой форму косвенной финансовой поддержки МП, имеющей своей целью поощрение, стимулирование инвестиционной активности малых предприятий. Соответствующие меры могут включать:

- муниципальные режимы льготного налогообложения малых предприятий в пределах сумм, зачисляемых в бюджет города;
- внедрение упрощенных схем взимания налогов с них;
- предоставление инвестиционных налоговых кредитов;
- установление норм ускоренной амортизации оборудования, используемого малыми предприятиями;
- распространение в сфере малого предпринимательства системы лизинга и т.д.

Представляется целесообразной перестановка акцентов в реализации муниципальной политики в сфере малого предпринимательства. Поддержка субъектам малого бизнеса должна оказываться преимущественно не напрямую, а через кредитно-финансовые организации, обеспечивающие их обслуживание, с развитием механизма гарантий по инвестиционным кредитам малым предприятиям, включая предоставление муниципальных гарантий ком-

промышленного предпринимательства по пониженной процентной ставке;

2. Второе – представляет собой форму косвенной финансовой поддержки малого промышленного предпринимательства, имеющей своей целью поощрение, стимулирование инвестиционной активности малых предприятий. Соответствующие меры могут включать:

- муниципальные режимы льготного налогообложения малых промышленных предприятий в пределах сумм, зачисляемых в бюджет города;
- внедрение упрощенных схем взимания налогов с них;
- предоставление инвестиционных налоговых кредитов;
- установление норм ускоренной амортизации оборудования, используемого малыми промышленными предприятиями;
- распространение в сфере малого промышленного предпринимательства системы лизинга и т.д.

Представляется целесообразной перестановка акцентов в реализации муниципальной политики в сфере малого промышленного предпринимательства. Поддержка субъектам малого бизнеса должна оказываться преимущественно не напрямую, а через кредитно-финансовые организации, обеспечивающие их обслуживание, с развитием механизма гарантий по инвестиционным кредитам малым промышленным предприятиям, включая предоставление муниципальных гарантий

коммерческим банкам, принимающим участие в финансировании сферы малого промышленного предпринимательства. В настоящее время особое внимание следует уделить такому методу финансовой поддержки малых промышленных предприятий, как предоставление гарантий со стороны муниципальных фондов поддержки малого промышленного предпринимательства.

Специальные соглашения между этими фондами и коммерческими банками могут предусматривать выделение определенных объемов кредитных ресурсов для финансирования поддержки инвестиционной деятельности предприятий под гарантии фондов, при участии фондов в уставном капитале

мерческим банкам, принимающим участие в финансировании сферы МП. В настоящее время особое внимание следует уделить такому методу финансовой поддержки малых предприятий, как предоставление гарантий со стороны муниципальных фондов поддержки МП.

Специальные соглашения между этими фондами и коммерческими банками могут предусматривать выделение определенных объемов кредитных ресурсов для финансирования поддержки инвестиционной деятельности предприятий под гарантии фондов, при участии фондов в уставном капитале банков либо при размещении в данных банках своих временно свободных денежных средств. По предварительным оценкам предоставление государственных гарантий и поручительств по кредитам в сфере МП значительно увеличивает число проектов и программ, получающих поддержку, в сравнении с прямым предоставлением ссуд из государственных и частных источников.

Исходя из сложившейся банковской практики кредитные ресурсы, которые могут быть предоставлены коммерческими банками на финансирование предпринимательских проектов при наличии гарантийного обеспечения, в среднем в 2-3 раза превышает объем средств, выделяемых государством по гарантийным программам. Важным направлением использования гарантийного резерва для поддержки инвестиционной деятельности в сфере МП может стать компенсация части процентных ставок по кредитам коммерческих банков, особенно на начальном этапе реализации проекта, когда еще не начался возврат средств.

Механизм частичной компенсации также увеличивает число получателей финансовой поддержки и облегчает доступ малых предприятий к коммерческим кредитам. В основном механизм компенсации различия в процентных ставках по коммерческим кредитам, выдаваемым субъектам МП, осуществляется следующим образом. Если при экспертизе инвестиционного проекта выясняется, что он может быть реализован только в условиях предоставления коммерческого кредита по льготной ставке, государственный орган поддержки предпринимательства в лице муниципального фонда может принять решение о предоставлении конкретному заявителю займа на общую

банков либо при размещении в данных банках своих временно свободных денежных средств. По предварительным оценкам, предоставление государственных гарантий и поручительств по кредитам в сфере малого промышленного предпринимательства значительно увеличивает число проектов и программ, получающих поддержку, в сравнении с прямым предоставлением ссуд из государственных и частных источников.

Исходя из сложившейся банковской практики, кредитные ресурсы, которые могут быть предоставлены коммерческими банками на финансирование предпринимательских проектов при наличии гарантийного обеспечения, в среднем в 2-3 раза превышает объем средств, выделяемых государством по гарантийным программам. Важным направлением использования гарантийного резерва для поддержки инвестиционной деятельности в сфере малого промышленного предпринимательства может стать компенсация части процентных ставок по кредитам коммерческих банков, особенно на начальном этапе реализации проекта, когда еще не начался возврат средств. Что использовал в своей работе Белгородский областной фонд поддержки малого предпринимательства.

Механизм частичной компенсации также увеличивает число получателей финансовой поддержки и облегчает доступ малых промышленных предприятий к коммерческим кредитам. В основном механизм компенсации разниц в процентных ставках по коммерческим кредитам, выдаваемым субъектам малого промышленного предпринимательства, осуществляется следующим образом. Если при экспертизе инвестиционного проекта выясняется, что он может быть реализован только в условиях предоставления коммерческого кредита по льготной ставке, государственный орган поддержки предпринимательства в лице муниципального фонда может принять решение о предоставлении конкретному заявителю займа на общую сумму компенсации процентной ставки. Это дает возможность заявителю компенсировать кредитуемой финансовой организации разницу в процентных ставках по предоставляемому кредиту.

мерческим банкам, принимающим участие в финансировании сферы МП. В настоящее время особое внимание следует уделить такому методу финансовой поддержки малых предприятий, как предоставление гарантий со стороны муниципальных фондов поддержки МП.

Специальные соглашения между этими фондами и коммерческими банками могут предусматривать выделение определенных объемов кредитных ресурсов для финансирования поддержки инвестиционной деятельности предприятий под гарантии фондов, при участии фондов в уставном капитале банков либо при размещении в данных банках своих временно свободных денежных средств. По предварительным оценкам предоставление государственных гарантий и поручительств по кредитам в сфере МП значительно увеличивает число проектов и программ, получающих поддержку, в сравнении с прямым предоставлением ссуд из государственных и частных источников.

Исходя из сложившейся банковской практики кредитные ресурсы, которые могут быть предоставлены коммерческими банками на финансирование предпринимательских проектов при наличии гарантийного обеспечения, в среднем в 2-3 раза превышает объем средств, выделяемых государством по гарантийным программам. Важным направлением использования гарантийного резерва для поддержки инвестиционной деятельности в сфере МП может стать компенсация части процентных ставок по кредитам коммерческих банков, особенно на начальном этапе реализации проекта, когда еще не начался возврат средств.

Механизм частичной компенсации также увеличивает число получателей финансовой поддержки и облегчает доступ малых предприятий к коммерческим кредитам. В основном механизм компенсации разниц в процентных ставках по коммерческим кредитам, выдаваемым субъектам МП, осуществляется следующим образом. Если при экспертизе инвестиционного проекта выясняется, что он может быть реализован только в условиях предоставления коммерческого кредита по льготной ставке, государственный орган поддержки предпринимательства в лице муниципального фонда может принять решение о предоставлении конкретному заявителю займа на общую

Условия предоставления займа должны предусматривать начало погашения после планового окончания выплат по полученному кредиту в сроки, удовлетворяющие как заявителя, так и фонд. Механизм компенсации разниц в процентных ставках кредиторам по проектам малого промышленного предпринимательства должен стимулировать долгосрочные вложения в производственную сферу и снижать первоначальные затраты инициатора конкретного проекта малого промышленного бизнеса, создавая таким образом благоприятные условия для инвестирования временно свободных средств коммерческих кредитно-финансовых учреждений в проекты малого бизнеса.

Для обеспечения прозрачности в работе гарантийной системы должны быть предусмотрены консультации с банками по общим направлениям деятельности гарантийных фондов: для определения политики принятия рисков, для установления показателя инвестиционной мультипликации (соотношения между максимальной суммой обязательств, принимаемой на себя гарантийными фондами, и размером средств в фонде), максимального размера гарантируемой части кредита в зависимости от типа гарантируемого финансирования. Принципиально важную роль для обеспечения этого аспекта могут играть кредитные бюро, которые аккумулируют предоставляемую предприятиями на добровольных основах информацию о полученных и возвращенных кредитах, арендной плате за недвижимость, страховых платежах, регулярных платежах контрагентам и так далее. Таким образом, в кредитных бюро могут формироваться кредитные истории малых промышленных предприятий.

Для повышения эффективности указанных выше мероприятий необходимо расширить при участии местных органов власти профессиональную подготовку, переподготовку и повышение квалификации всех групп специалистов, имеющих отношение к финансовой поддержке малых промышленных предприятий, а также предпринимателей в области инвестиционного проектирования и финансового менеджмента. Подготовка

сумму компенсации процентной ставки. Это дает возможность заявителю компенсировать кредитующей финансовой организации разницу в процентных ставках по предоставляемому кредиту.

Условия предоставления займа должны предусматривать начало погашения после планового окончания выплат по полученному кредиту в сроки, удовлетворяющие как заявителя, так и фонд. Механизм компенсации разниц в процентных ставках кредиторам по проектам малого предпринимательства должен стимулировать долгосрочные вложения в производственную сферу и снижать первоначальные затраты инициатора конкретного проекта малого бизнеса, создавая таким образом благоприятные условия для инвестирования временно свободных средств коммерческих кредитно-финансовых учреждений в проекты малого бизнеса.

Для обеспечения прозрачности в работе гарантийной системы должны быть предусмотрены консультации с банками по общим направлениям деятельности гарантийных фондов: для определения политики принятия рисков, для установления показателя инвестиционной мультипликации (соотношения между максимальной суммой обязательств, принимаемой на себя гарантийными фондами, и размером средств в фонде), максимального размера гарантируемой части кредита в зависимости от типа гарантируемого финансирования. Принципиально важную роль для обеспечения этого аспекта могут играть кредитные бюро, которые аккумулируют предоставляемую предприятиями на добровольных основах информацию о полученных и возвращенных кредитах, арендной плате за недвижимость, страховых платежах, регулярных платежах контрагентам и так далее. Таким образом, в кредитных бюро могут формироваться кредитные истории малых предприятий.

Для повышения эффективности указанных выше мероприятий необходимо расширить при участии местных органов власти профессиональную подготовку, переподготовку и повышение квалификации всех групп специалистов, имеющих отношение к финансовой поддержке малых предприятий, а также предпринимателей в области инвестиционного проектирования и фи-

кадров должна сочетаться с изданием и распространением доступного комплекса учебно-методических материалов.

В области финансово-кредитной поддержки малого промышленного предпринимательства особую важность играет повышение роли банковского кредита как классической формы заимствования финансовых средств. Банки должны внедрять новые гибкие и мобильные технологии работы с малыми промышленными предприятиями, учитывающие их интересы и нужды. Ориентация в деятельности только на крупных клиентов по мере развития малых предприятий не позволит банкам обслуживать важный сегмент рынка и лишить их перспективных источников доходов.

Как говорилось выше, местные органы власти должны активно содействовать процессу сближения банковской системы с малыми промышленными предприятиями. Кроме кредитных операций банки смогут выполнять ряд других специфичных и уникальных функций:

- выступать инициаторами в мобилизации финансовых средств для реализации конкретных инвестиционных проектов малых промышленных предприятий;
- инвестировать в проекты собственные или привлеченные средства;
- выступать гарантами возврата инвестируемых средств;
- быть финансовым институтом по обслуживанию инвестиций (все платежи выполняются через конкретный уполномоченный банк).

Рассчитывать на значительный рост объема предоставляемых кредитов малым промышленным предприятиям пока не приходится. Привлечению дополнительных финансовых ресурсов в сферу малого промышленного предпринимательства могут способствовать развитие и правовое урегулирование вопросов ипотечного кредитования, т.е. предоставление заемных средств под залог недвижимого имущества малого промышленного предприятия или физического лица, начинающего предпринимательскую деятельность.

нансового менеджмента. Подготовка кадров должна сочетаться с изданием и распространением доступного комплекса учебно-методических материалов.

В области финансово-кредитной поддержки МП особую важность играет повышение роли банковского кредита как классической формы заимствования финансовых средств. Банки должны внедрять новые гибкие и мобильные технологии работы с малыми предприятиями, учитывающие их интересы и нужды. Ориентация в деятельности только на крупных клиентов по мере развития малых предприятий не позволит банкам обслуживать важный сегмент рынка и лишить их перспективных источников доходов.

Как говорилось выше, местные органы власти должны активно содействовать процессу сближения банковской системы с малыми предприятиями. Кроме кредитных операций банки смогут выполнять ряд других специфичных и уникальных функций:

- выступать инициаторами в мобилизации финансовых средств для реализации конкретных инвестиционных проектов малых предприятий;
- инвестировать в проекты собственные или привлеченные средства;
- выступать гарантами возврата инвестируемых средств;
- быть финансовым институтом по обслуживанию инвестиций (все платежи выполняются через конкретный уполномоченный банк).

Рассчитывать на значительный рост объема предоставляемых кредитов малым предприятиям пока не приходится. Привлечению дополнительных финансовых ресурсов в сферу МП могут способствовать развитие и правовое урегулирование вопросов ипотечного кредитования, т.е. предоставление заемных средств под залог недвижимого имущества малого предприятия или физического лица, начинающего предпринимательскую деятельность.

Объектом ипотечного кредитования могут быть как имущество, принадлежащее малому предприятию на правах собственности, так и личное имущество предпринимателя. Следует отметить некоторый опыт, имеющийся в сфере кредитования под залог квартир, в перспективе таким объектом должна стать и земля. Что касается выделяемого населению жилья, то доля бюджетных средств на его строительство составляет не более 20% и, видимо,

Объектом ипотечного кредитования могут быть как имущество, принадлежащее малому промышленному предприятию на правах собственности, так и личное имущество предпринимателя. Следует отметить некоторый опыт, имеющийся в сфере кредитования под залог квартир, в перспективе таким объектом должна стать и земля. Основная проблема – нехватка у кредитных организаций средств, которые они могут выделять на долгосрочной основе.

Механизм финансово-кредитной поддержки малых промышленных предприятий включает развитие новых форм сотрудничества малых промышленных предприятий в области кредитования.

Подчеркнем, что для привлечения и аккумуляции внебюджетных финансовых ресурсов необходимо инициировать создание кредитных кооперативов, обществ и союзов взаимного кредитования и страхования инвестиций в малый промышленный бизнес, одновременно создавая условия для централизованной закупки кредитных ресурсов на рынке с последующим их распределением по умеренным ставкам между этими небанковскими кредитными институтами. Кредитная кооперация, при создании необходимой законодательной базы, способна обеспечить большую защищенность средств вкладчиков и содействовать восстановлению доверия населения к финансовым операциям и финансовым учреждениям.

Необходимо продолжить развитие системы микрофинансирования субъектов малого промышленного бизнеса, призванной обеспечивать предпринимателей минимально необходимым стартовым капиталом и оборотными средствами. Целесообразно направить усилия на усовершенствование нормативно-правовой базы деятельности небанковских финансовых организаций, выдающих займы малым промышленным предприятиям и индивидуальным предпринимателям. Внести изменения в уголовное, гражданско-процессуальное и налоговое законодательства, обеспечивающие равные условия для всех финансовых организаций, занимающихся финансированием субъектов малого промышленного предпринимательства.

нансового менеджмента. Подготовка кадров должна сочетаться с изданием и распространением доступного комплекса учебно-методических материалов.

В области финансово-кредитной поддержки МП особую важность играет повышение роли банковского кредита как классической формы заимствования финансовых средств. Банки должны внедрять новые гибкие и мобильные технологии работы с малыми предприятиями, учитывающие их интересы и нужды. Ориентация в деятельности только на крупных клиентов по мере развития малых предприятий не позволит банкам обслуживать важный сегмент рынка и лишит их перспективных источников доходов.

Как говорилось выше, местные органы власти должны активно содействовать процессу сближения банковской системы с малыми предприятиями. Кроме кредитных операций банки смогут выполнять ряд других специфических и уникальных функций:

- выступать инициаторами в мобилизации финансовых средств для реализации конкретных инвестиционных проектов малых предприятий;
- инвестировать в проекты собственные или привлеченные средства;
- выступать гарантами возврата инвестируемых средств;
- быть финансовым институтом по обслуживанию инвестиций (все платежи выполняются через конкретный уполномоченный банк).

Рассчитывать на значительный рост объема предоставляемых кредитов малым предприятиям пока не приходится. Привлечению дополнительных финансовых ресурсов в сферу МП могут способствовать развитие и правовое урегулирование вопросов ипотечного кредитования, т.е. предоставление заемных средств под залог недвижимого имущества малого предприятия или физического лица, начинающего предпринимательскую деятельность.

Объектом ипотечного кредитования могут быть как имущество, принадлежащее малому предприятию на правах собственности, так и личное имущество предпринимателя. Следует отметить некоторый опыт, имеющийся в сфере кредитования под залог квартир, в перспективе таким объектом должна стать и земля. Что касается выделяемого населению жилья, то доля бюджетных средств на его строительство составляет не более 20% и, видимо,

Объектом ипотечного кредитования могут быть как имущество, принадлежащее малому промышленному предприятию на правах собственности, так и личное имущество предпринимателя. Следует отметить некоторый опыт, имеющийся в сфере кредитования под залог квартир, в перспективе таким объектом должна стать и земля. Основная проблема – нехватка у кредитных организаций средств, которые они могут выделять на долгосрочной основе.

Механизм финансово-кредитной поддержки малых промышленных предприятий включает развитие новых форм сотрудничества малых промышленных предприятий в области кредитования.

Подчеркнем, что для привлечения и аккумулирования внебюджетных финансовых ресурсов необходимо инициировать создание кредитных кооперативов, обществ и союзов взаимного кредитования и страхования инвестиций в малый промышленный бизнес, одновременно создавая условия для централизованной закупки кредитных ресурсов на рынке с последующим их распределением по умеренным ставкам между этими небанковскими кредитными институтами. Кредитная кооперация, при создании необходимой законодательной базы, способна обеспечить большую защищенность средств вкладчиков и содействовать восстановлению доверия населения к финансовым операциям и финансовым учреждениям.

Необходимо продолжить развитие системы микрофинансирования субъектов малого промышленного бизнеса, призванной обеспечивать предпринимателей минимально необходимым стартовым капиталом и оборотными средствами. Целесообразно направить усилия на усовершенствование нормативно-правовой базы деятельности небанковских финансовых организаций, выдающих займы малым промышленным предприятиям и индивидуальным предпринимателям. Внести изменения в уголовное, гражданско-процессуальное и налоговое законодательства, обеспечивающие равные условия для всех финансовых организаций, занимающихся финансированием субъектов малого промышленного предпринимательства.

будет сокращаться. Определенные средства в ипотечные программы закладываются из бюджетов десяти регионов-доноров. Основная проблема — нехватка у кредитных организаций средств, которые они могут выделять на долгосрочной основе.

Наиболее удачные системы кредитования сложились в таких городах, как Москва, Санкт-Петербург, Оренбург и Волгоград. Кроме этого, применяются следующие формы кредитных гарантий: имущество, находящееся в городской собственности, может быть использовано в качестве залогового обеспечения кредитных операций. Используется механизм налоговых льгот для инвестиций, связанных с реализацией тех или иных признанных важными для города объектов.

Механизм финансово-кредитной поддержки малых предприятий включает развитие новых форм сотрудничества малых предприятий в области кредитования. Исходя из того, что значительные резервы привлечения инвестиций в сферу малого бизнеса заложены в развитии внебанковского рынка капитала, Федеральный закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» определил основные правовые и организационные аспекты развития системы взаимного кредитования малых предприятий путем учреждения обществ взаимного кредитования (ОВК) — кредитных кооперативов и союзов, представляющих собой форму организации взаимного кредитования физических и юридических лиц, которые не прибегают к помощи банков и других внешних финансовых источников, а работают по принципу кассы взаимопомощи.

Общества взаимного кредитования создаются с целью укрепления кредитоспособности и финансовой устойчивости групп малых предприятий путем аккумулирования их временно свободных денежных средств и предоставления кредитов предприятиям, являющимся участниками общества. Они самостоятельно определяют размер, периодичность и порядок внесения вкладов в кредитный фонд, а также условия, сроки и лимиты кредитования. При этом ОVK в наибольшей степени учитывают специфику малых предприятий и ориентированы на интересы малых предприятий его лайщиков. Тем самым

Объектом ипотечного кредитования могут быть как имущество, принадлежащее малому промышленному предприятию на правах собственности, так и личное имущество предпринимателя. Следует отметить некоторый опыт, имеющийся в сфере кредитования под залог квартир, в перспективе таким объектом должна стать и земля. Основная проблема – нехватка у кредитных организаций средств, которые они могут выделять на долгосрочной основе.

Механизм финансово-кредитной поддержки малых промышленных предприятий включает развитие новых форм сотрудничества малых промышленных предприятий в области кредитования.

Подчеркнем, что для привлечения и аккумуляции внебюджетных финансовых ресурсов необходимо инициировать создание кредитных кооперативов, обществ и союзов взаимного кредитования и страхования инвестиций в малый промышленный бизнес, одновременно создавая условия для централизованной закупки кредитных ресурсов на рынке с последующим их распределением по умеренным ставкам между этими небанковскими кредитными институтами. Кредитная кооперация, при создании необходимой законодательной базы, способна обеспечить большую защищенность средств вкладчиков и содействовать восстановлению доверия населения к финансовым операциям и финансовым учреждениям.

Необходимо продолжить развитие системы микрофинансирования субъектов малого промышленного бизнеса, призванной обеспечивать предпринимателей минимально необходимым стартовым капиталом и оборотными средствами. Целесообразно направить усилия на усовершенствование нормативно-правовой базы деятельности небанковских финансовых организаций, выдающих займы малым промышленным предприятиям и индивидуальным предпринимателям. Внести изменения в уголовное, гражданско-процессуальное и налоговое законодательства, обеспечивающие равные условия для всех финансовых организаций, занимающихся финансированием субъектов малого промышленного предпринимательства.

расширяются возможности, по сравнению с банковским кредитованием, в финансировании рассматриваемой сферы.

Подчеркнем, что для привлечения и аккумуляции внебюджетных финансовых ресурсов необходимо инициировать создание кредитных кооперативов, обществ и союзов взаимного кредитования и страхования инвестиций в малый бизнес, одновременно создавая условия для централизованной закупки кредитных ресурсов на рынке с последующим их распределением по умеренным ставкам между этими небанковскими кредитными институтами. Кредитная кооперация, при создании необходимой законодательной базы, способна обеспечить большую защищенность средств вкладчиков и содействовать восстановлению доверия населения к финансовым операциям и финансовым учреждениям.

В целях поддержки развития благоприятного микрофинансового климата Правительству РФ необходимо публично признать важность микрофинансового сектора для развития МСП и частичного решения социальных проблем, подтвердить, что небанковские финансовые институты могут на законных основаниях участвовать в микрофинансировании, а также утвердить, что предоставление микрофинансовых услуг некоммерческими организациями признается некоммерческой деятельностью.

Необходимо продолжить развитие системы микрофинансирования субъектов малого бизнеса, призванной обеспечивать предпринимателей минимально необходимым стартовым капиталом и оборотными средствами. Целесообразно направить усилия на усовершенствование нормативно-правовой базы деятельности небанковских финансовых организаций, выдающих займы малым предприятиям и индивидуальным предпринимателям. Внести изменения в уголовное, гражданско-процессуальное и налоговое законодательства, обеспечивающие равные условия для всех финансовых организаций, занимающихся финансированием субъектов МП.

С целью внедрения положительно зарекомендовавшего себя зарубежного опыта деятельности кредитных кооперативов, опыта работы сельскохозяйственных кредитных кооперативов в России и учета позиции Банка Рос-

Целесообразно обеспечить общие подходы к развитию конкуренции среди всех кредитных институтов, не допустить отмывания денег через небанковские депозитно-кредитные институты. Для практической реализации данных задач в комплексе мер предусмотреть разработку нормативного документа Банка России, регулирующего их деятельность.

Необходимо расширять сотрудничество небанковских кредитных институтов и фондов государственной поддержки малого промышленного предпринимательства по развитию микрофинансовой деятельности. Считать целесообразным координацию деятельности и тесное взаимодействие существующей инфраструктуры сервисного обслуживания малого промышленного предпринимательства (учебно-деловые центры, агентства поддержки малого промышленного бизнеса, бизнес-инкубаторы и пр.) и банковских и небанковских институтов финансовой поддержки.

Малым промышленным предприятиям в наибольшей степени доступно использование альтернативных источников привлечения средств. Чаще всего средства привлекаются в виде частного кредита - займов друзей, знакомых, родственников, предприятий-партнеров, доверенных финансовых организаций, теневых структур. Средства могут привлекаться малыми промышленными предприятиями для разных целей и на разных условиях.

Однако в целом частный кредит обладает рядом преимуществ для предпринимателей по сравнению с банковскими кредитами. Это более продолжительные сроки кредитования, меньшие процентные ставки, сниженные требования по предоставлению гарантий возврата кредита и необходимой документации, большая оперативность в получении.

Лизинг предоставляет малым промышленным предприятиям дополнительные возможности и снижает отдельные факторы риска для участников инвестиционного рынка по сравнению с другими финансовыми формами, что особенно повышает его привлекательность для малого промышленного бизнеса. В частности, снижение объема необходимых инвестиций, предоставление соискателям не денежных средств, а оборудования, которое будет использоваться по своему прямому назначению

снии по данному вопросу необходимо при последующем рассмотрении проекта Закона РФ «О кредитной кооперации» палатами Федерального Собрания Российской Федерации внести в него дополнения, связанные с возможностью преобразования кредитных кооперативов и их объединений в небанковские кредитные организации, сформированные на кооперативных принципах с внесением соответствующих изменений в банковское законодательство, и ускорить его принятие.

Необходимо обеспечить общие подходы к развитию конкуренции среди всех кредитных институтов, не допустить отмывания денег через небанковские депозитно-кредитные институты. Для практической реализации данных задач в комплексе мер предусмотреть разработку нормативного документа Банка России, регулирующего их деятельность. Рекомендовать Банку России поддержать функционирование небанковских депозитно-кредитных организаций с получением соответствующей лицензии для осуществления банковских операций в интересах субъектов малого предпринимательства.

Необходимо расширять сотрудничество небанковских кредитных институтов и фондов государственной поддержки малого предпринимательства по развитию микрофинансовой деятельности. Считать целесообразным координацию деятельности и тесное взаимодействие существующей инфраструктуры сервисного обслуживания малого предпринимательства (учебно-деловые центры, агентства поддержки малого бизнеса, бизнес-инкубаторы и пр.) и банковских и небанковских институтов финансовой поддержки.

Малым предприятиям в наибольшей степени доступно использование альтернативных источников привлечения средств. Чаще всего средства привлекаются в виде частного кредита – займов друзей, знакомых, родственников, предприятий-партнеров, доверенных финансовых организаций, теневых структур. Средства могут привлекаться малыми предприятиями для разных целей и на разных условиях.

Однако в целом частный кредит обладает рядом преимуществ для предпринимателей по сравнению с банковскими кредитами. Это более продолжительные сроки кредитования, меньшие процентные ставки, сниженные

Целесообразно обеспечить общие подходы к развитию конкуренции среди всех кредитных институтов, не допустить отмывания денег через небанковские депозитно-кредитные институты. Для практической реализации данных задач в комплексе мер предусмотреть разработку нормативного документа Банка России, регулирующего их деятельность.

Необходимо расширять сотрудничество небанковских кредитных институтов и фондов государственной поддержки малого промышленного предпринимательства по развитию микрофинансовой деятельности. Считать целесообразным координацию деятельности и тесное взаимодействие существующей инфраструктуры сервисного обслуживания малого промышленного предпринимательства (учебно-деловые центры, агентства поддержки малого промышленного бизнеса, бизнес-инкубаторы и пр.) и банковских и небанковских институтов финансовой поддержки.

Малым промышленным предприятиям в наибольшей степени доступно использование альтернативных источников привлечения средств. Чаще всего средства привлекаются в виде частного кредита - займов друзей, знакомых, родственников, предприятий-партнеров, доверенных финансовых организаций, теневого структур. Средства могут привлекаться малыми промышленными предприятиями для разных целей и на разных условиях.

Однако в целом частный кредит обладает рядом преимуществ для предпринимателей по сравнению с банковскими кредитами. Это более продолжительные сроки кредитования, меньшие процентные ставки, сниженные требования по предоставлению гарантий возврата кредита и необходимой документации, большая оперативность в получении.

Лизинг предоставляет малым промышленным предприятиям дополнительные возможности и снижает отдельные факторы риска для участников инвестиционного рынка по сравнению с другими финансовыми формами, что особенно повышает его привлекательность для малого промышленного бизнеса. В частности, снижение объема необходимых инвестиций, предоставление соискателям не денежных средств, а оборудования, которое будет использоваться по своему прямому назначению

требования по предоставлению гарантий возврата кредита и необходимой документации, большая оперативность в получении.

Лизинг предоставляет малым предприятиям дополнительные возможности и снижает отдельные факторы риска для участников инвестиционного рынка по сравнению с другими финансовыми формами, что особенно повышает его привлекательность для малого бизнеса. В частности, снижение объема необходимых инвестиций, предоставление соискателям не денежных средств, а оборудования, которое будет использоваться по своему прямому назначению и одновременно выступать в качестве залога (в случае неудачи проекта оно возвращается к лизингодателю), более гибкое расходование части свободных средств, получаемых в процессе эксплуатации оборудования и обслуживания лизинговых платежей.

Среди основных причин ограниченности распространения лизинга выделяется:

- несовершенство нормативно-законодательной базы;
- недостаточное внимание со стороны органов муниципального управления к его развитию на территориях;
- наличие противоречий в терминологии:
  - по вопросам определения видов лизинга, сублизинга;
  - по запрету на совмещение обязательств кредитора и лизингополучателя;
  - по правам лизингополучателя отдавать в залог лизинговое имущество и по другим аспектам.

Выделим основные преимущества лизинга для МСП, которые связаны с тем, что:

- лизинг не требует обеспечения, что отличает его от банковских ссуд, которые традиционно сопровождаются необходимостью предоставления гарантий по возврату средств. (Достаточно часто МСП не имеют требуемого обеспечения, а, следовательно, их доступ к банковским кредитам ограничен);

и одновременно выступать в качестве залога (в случае неудачи проекта оно возвращается к лизингодателю), более гибкое расходование части свободных средств, получаемых в процессе эксплуатации оборудования и обслуживания лизинговых платежей.

Среди основных причин ограниченности распространения лизинга выделяется:

- несовершенство нормативно-законодательной базы;
- недостаточное внимание со стороны органов муниципального управления к его развитию на территориях;
- наличие противоречий в терминологии;
- по вопросам определения видов лизинга, сублизинга;
- по запрету на совмещение обязательств кредитора и лизингополучателя;
- по правам лизингополучателя отдавать в залог лизинговое имущество и по другим аспектам.

Выделим основные преимущества лизинга для малого промышленного предпринимательства, которые связаны с тем, что:

- лизинг не требует обеспечения, что отличает его от банковских ссуд, которые традиционно сопровождаются необходимостью предоставления гарантий по возврату средств (достаточно часто малого промышленного предпринимательства не имеют требуемого обеспечения, а, следовательно, их доступ к банковским кредитам ограничен);
- в случае оперативного лизинга ремонтом и обслуживанием оборудования занимается лизингодатель (у малого промышленного предпринимательства, как правило, нет технических возможностей, знаний и умений делать это своими силами);
- при лизинге оборудования у малого промышленного предпринимательства появляется возможность денежные средства, которые они потратили бы в случае покупки данного оборудования, направить, например, на формирование оборотного капитала;
- даже при том, что лизинг означает «внешнее финансирование»,

требования по предоставлению гарантий возврата кредита и необходимой документации, большая оперативность в получении.

Лизинг предоставляет малым предприятиям дополнительные возможности и снижает отдельные факторы риска для участников инвестиционного рынка по сравнению с другими финансовыми формами, что особенно повышает его привлекательность для малого бизнеса. В частности, снижение объема необходимых инвестиций, предоставление соискателям не денежных средств, а оборудования, которое будет использоваться по своему прямому назначению и одновременно выступать в качестве залога (в случае неудачи проекта оно возвращается к лизингодателю), более гибкое расходование части свободных средств, получаемых в процессе эксплуатации оборудования и обслуживания лизинговых платежей.

Среди основных причин ограниченности распространения лизинга выделяется:

- несовершенство нормативно-законодательной базы;
- недостаточное внимание со стороны органов муниципального управления к его развитию на территориях;
- наличие противоречий в терминологии:
  - по вопросам определения видов лизинга, сублизинга;
  - по запрету на совмещение обязательств кредитора и лизингополучателя;
  - по правам лизингополучателя отдавать в залог лизинговое имущество и по другим аспектам.

Выделим основные преимущества лизинга для МСП, которые связаны с тем, что:

- лизинг не требует обеспечения, что отличает его от банковских ссуд, которые традиционно сопровождаются необходимостью предоставления гарантий по возврату средств. (Достаточно часто МСП не имеют требуемого обеспечения, а, следовательно, их доступ к банковским кредитам ограничен);

и одновременно выступать в качестве залога (в случае неудачи проекта оно возвращается к лизингодателю), более гибкое расходование части свободных средств, получаемых в процессе эксплуатации оборудования и обслуживания лизинговых платежей.

Среди основных причин ограниченности распространения лизинга выделяется:

- несовершенство нормативно-законодательной базы;
- недостаточное внимание со стороны органов муниципального управления к его развитию на территориях;
- наличие противоречий в терминологии;
- по вопросам определения видов лизинга, сублизинга;
- по запрету на совмещение обязательств кредитора и лизингополучателя;
- по правам лизингополучателя отдавать в залог лизинговое имущество и по другим аспектам.

Выделим основные преимущества лизинга для малого промышленного предпринимательства, которые связаны с тем, что:

- лизинг не требует обеспечения, что отличает его от банковских ссуд, которые традиционно сопровождаются необходимостью предоставления гарантий по возврату средств (достаточно часто малого промышленного предпринимательства не имеют требуемого обеспечения, а, следовательно, их доступ к банковским кредитам ограничен);

- в случае оперативного лизинга ремонтом и обслуживанием оборудования занимается лизингодатель (у малого промышленного предпринимательства, как правило, нет технических возможностей, знаний и умений делать это своими силами);

- при лизинге оборудования у малого промышленного предпринимательства появляется возможность денежные средства, которые они потратили бы в случае покупки данного оборудования, направить, например, на формирование оборотного капитала;

- даже при том, что лизинг означает «внешнее финансирование»,

➤ в случае оперативного лизинга ремонтом и обслуживанием оборудования занимается лизингодатель (у МСП, как правило, нет технических возможностей, знаний и умений делать это своими силами);

➤ при лизинге оборудования у МСП появляется возможность денежные средства, которые оно потратило бы в случае покупки данного оборудования, направить, например, на формирование оборотного капитала;

➤ даже при том, что лизинг означает «внешнее финансирование», роста долгосрочных долговых обязательств не происходит. (Поскольку взятое в лизинг оборудование не находится на балансе предприятия, следовательно, не существует и дополнительных балансовых обязательств);

➤ кредитную историю и/или залог, которые требуют многие финансовые учреждения от потенциального заемщика, в случае с лизингом заменяют прогнозные оценки будущего потока денежных средств (Это очевидное преимущество для МСП, поскольку у многих из них отсутствует кредитная история, часто, как это уже отмечалось выше, у них нет требуемого обеспечения, залога).

В качестве другой перспективной формы в этом разделе можно отметить франчайзинг. Роль его для малого бизнеса будет возрастать. Он дает предпринимателю возможность начать собственное дело, пользуясь чужим опытом, знаниями и поддержкой. В последние годы наблюдается интенсивное развитие отечественных франчайзинговых предприятий, которые многое почерпнули из опыта западных франчайзеров.

Одним из факторов, сдерживающих развитие франчайзинга в России, является ограниченный доступ к финансовым ресурсам. Оценивая ситуацию в общем, можно заметить, что лишь немногие российские банки понимают концепцию франчайзинга, или знакомы с возможностью снижения риска непогашения задолженности по кредиту, которые он предлагает. Наряду с этим, банки не располагают достаточным опытом предоставления кредитов для малых предприятий, работающих на условиях франшизы. Все же в последнее время банки начали предоставлять краткосрочные ссуды владельцам недорогих франшизных предприятий с высоким производственным оборотом.

роста долгосрочных долговых обязательств не происходит (поскольку взятое в лизинг оборудование не находится на балансе предприятия, следовательно, не существует и дополнительных балансовых обязательств);

– кредитную историю и/или залог, которые требуют многие финансовые учреждения от потенциального заемщика, в случае с лизингом заменяют прогнозные оценки будущего потока денежных средств (это очевидное преимущество для малого промышленного предпринимательства, поскольку у многих из них отсутствует кредитная история, часто, как это уже отмечалось выше, у них нет требуемого обеспечения, залога).

В качестве другой перспективной формы в этом разделе можно отметить франчайзинг. Роль его для малого промышленного бизнеса будет возрастать. Он дает предпринимателю возможность начать собственное дело, пользуясь чужим опытом, знаниями и поддержкой. В последние годы наблюдается интенсивное развитие отечественных франчайзинговых предприятий, которые многое почерпнули из опыта западных франчайзоров.

Одним из факторов, сдерживающих развитие франчайзинга в России, является ограниченный доступ к финансовым ресурсам. Оценивая ситуацию в целом, можно заметить, что лишь немногие российские банки понимают концепцию франчайзинга, или знакомы с возможностью снижения риска непогашения задолженности по кредиту, которые он предлагает. Наряду с этим, банки не располагают достаточным опытом предоставления кредитов для малых промышленных предприятий, работающих на условиях франшизы. Все же в последнее время банки начали предоставлять краткосрочные ссуды владельцам недорогих франшизных предприятий с высоким производственным оборотом.

Сама суть франчайзинга предусматривает мощную систему обучения малому бизнесу. Ни в одном университете предприниматель не получит такого качественного практического обучения со стороны опытных, заинтересованных в успехе своих «учеников» преподавателей, как в учебных центрах франчайзоров. Развитие международного франчайзинга влечет за

➤ в случае оперативного лизинга ремонтом и обслуживанием оборудования занимается лизингодатель (у МСП, как правило, нет технических возможностей, знаний и умений делать это своими силами);

➤ при лизинге оборудования у МСП появляется возможность денежные средства, которые оно потратило бы в случае покупки данного оборудования, направить, например, на формирование оборотного капитала;

➤ даже при том, что лизинг означает «внешнее финансирование», роста долгосрочных долговых обязательств не происходит. (Поскольку взятое в лизинг оборудование не находится на балансе предприятия, следовательно, не существует и дополнительных балансовых обязательств);

➤ кредитную историю и/или залог, которые требуют многие финансовые учреждения от потенциального заемщика, в случае с лизингом заменяют прогнозные оценки будущего потока денежных средств (Это очевидное преимущество для МСП, поскольку у многих из них отсутствует кредитная история, часто, как это уже отмечалось выше, у них нет требуемого обеспечения, залога).

В качестве другой перспективной формы в этом разделе можно отметить франчайзинг. Роль его для малого бизнеса будет возрастать. Он дает предпринимателю возможность начать собственное дело, пользуясь чужим опытом, знаниями и поддержкой. В последние годы наблюдается интенсивное развитие отечественных франчайзинговых предприятий, которые многое почерпнули из опыта западных франчайзоров.

Одним из факторов, сдерживающих развитие франчайзинга в России, является ограниченный доступ к финансовым ресурсам. Оценивая ситуацию в целом, можно заметить, что лишь немногие российские банки понимают концепцию франчайзинга, или знакомы с возможностью снижения риска непогашения задолженности по кредиту, которые он предлагает. Наряду с этим, банки не располагают достаточным опытом предоставления кредитов для малых предприятий, работающих на условиях франшизы. Все же в последнее время банки начали предоставлять краткосрочные ссуды владельцам недорогих франшизных предприятий с высоким производственным оборотом.

роста долгосрочных долговых обязательств не происходит (поскольку взятое в лизинг оборудование не находится на балансе предприятия, следовательно, не существует и дополнительных балансовых обязательств);

– кредитную историю и/или залог, которые требуют многие финансовые учреждения от потенциального заемщика, в случае с лизингом заменяют прогнозные оценки будущего потока денежных средств (это очевидное преимущество для малого промышленного предпринимательства, поскольку у многих из них отсутствует кредитная история, часто, как это уже отмечалось выше, у них нет требуемого обеспечения, залога).

В качестве другой перспективной формы в этом разделе можно отметить франчайзинг. Роль его для малого промышленного бизнеса будет возрастать. Он дает предпринимателю возможность начать собственное дело, пользуясь чужим опытом, знаниями и поддержкой. В последние годы наблюдается интенсивное развитие отечественных франчайзинговых предприятий, которые многое почерпнули из опыта западных франчайзоров.

Одним из факторов, сдерживающих развитие франчайзинга в России, является ограниченный доступ к финансовым ресурсам. Оценивая ситуацию в общем, можно заметить, что лишь немногие российские банки понимают концепцию франчайзинга, или знакомы с возможностью снижения риска непогашения задолженности по кредиту, которые он предлагает. Наряду с этим, банки не располагают достаточным опытом предоставления кредитов для малых промышленных предприятий, работающих на условиях франшизы. Все же в последнее время банки начали предоставлять краткосрочные ссуды владельцам недорогих франшизных предприятий с высоким производственным оборотом.

Сама суть франчайзинга предусматривает мощную систему обучения малому бизнесу. Ни в одном университете предприниматель не получит такого качественного практического обучения со стороны опытных, заинтересованных в успехе своих «учеников» преподавателей, как в учебных центрах франчайзоров. Развитие международного франчайзинга влечет за

Сама суть франчайзинга предусматривает мощную систему обучения малому бизнесу. Ни в одном университете предприниматель не получит такого качественного практического обучения со стороны опытных, заинтересованных в успехе своих «учеников» преподавателей, как в учебных центрах франчайзоров. Развитие международного франчайзинга влечет за собой инвестирование значительных иностранных капиталов в российскую экономику. По неофициальным данным американских экспертов даже современная начальная стадия развития российского международного франчайзинга характеризуется иностранными инвестициями в объеме более 600 млн. долл. США.

Другим наиболее перспективным источником средств для развития малых предприятий, получившим, однако, слабое распространение в России, является привлечение венчурного (рискового) капитала. Венчурное финансирование осуществляется в разных формах, его источниками могут быть специализированные венчурные фонды и индивидуальные инвесторы. В основе венчурного финансирования лежит вложение средств новых партнеров в развитие, прежде всего, инновационных предприятий, сопровождающееся появлением новых собственников бизнеса и перераспределением долей акционерного капитала.

Перспективным представляется формирование устойчиво работающих групп (наподобие финансово-промышленных), включающих в себя в разной пропорции в зависимости от региональных, местных, отраслевых и других особенностей российские банки, иностранных инвесторов, фонды поддержки предпринимательства, консалтинговые фирмы, страховые, лизинговые компании, общества взаимного кредитования, паевые фонды и другие потенциально заинтересованные организации.

Необходимо активное использование новых для России видов залогов и обеспечения кредитов (что уже происходит на практике) с приведением в соответствие нормативно-правовой базы: права на аренду помещений, интеллектуальную собственность, взаимная или коллективная ответственность заемщика и его доверенных лиц (например, при микрокредитовании).

собой инвестирование значительных иностранных капиталов в российскую экономику.

Другим наиболее перспективным источником средств для развития малых промышленных предприятий, получившим, однако, слабое распространение в России, является привлечение венчурного (рискового) капитала. Венчурное финансирование является одним из наиболее адаптивных элементов внешнего механизма обеспечения устойчивого развития малых промышленных предприятий. Венчурное финансирование осуществляется в разных формах, его источниками могут быть специализированные венчурные фонды и индивидуальные инвесторы. В основе венчурного финансирования лежит вложение средств новых партнеров в развитие, прежде всего, инновационных предприятий, сопровождающееся появлением новых собственников бизнеса и перераспределением долей акционерного капитала.

Перспективным представляется формирование устойчиво работающих групп (наподобие финансово-промышленных), включающих в себя в разной пропорции в зависимости от региональных, местных, отраслевых и других особенностей российские банки, иностранных инвесторов, фонды поддержки предпринимательства, консалтинговые фирмы, страховые, лизинговые компании, общества взаимного кредитования, паевые фонды и другие потенциально заинтересованные организации.

Необходимо активное использование новых для России видов залогов и обеспечения кредитов (что уже происходит на практике) с приведением в соответствие нормативно-правовой базы: права на аренду помещений, интеллектуальную собственность, взаимная или коллективная ответственность заемщика и его доверенных лиц (например, при микрокредитовании).

Важным условием для поиска малыми промышленными предприятиями финансирования и инвестиций является наличие бизнес-плана инвестиционного проекта. Бизнес-план до сих пор принципиально новый документ для многих российских предпринимателей. Даже в настоящее

Сама суть франчайзинга предусматривает мощную систему обучения малому бизнесу. Ни в одном университете предприниматель не получит такого качественного практического обучения со стороны опытных, заинтересованных в успехе своих «учеников» преподавателей, как в учебных центрах франчайзеров. Развитие международного франчайзинга влечет за собой инвестирование значительных иностранных капиталов в российскую экономику. По неофициальным данным американских экспертов даже современная начальная стадия развития российского международного франчайзинга характеризуется иностранными инвестициями в объеме более 600 млн. долл. США.

Другим наиболее перспективным источником средств для развития малых предприятий, получившим, однако, слабое распространение в России, является привлечение венчурного (рискового) капитала. Венчурное финансирование осуществляется в разных формах, его источниками могут быть специализированные венчурные фонды и индивидуальные инвесторы. В основе венчурного финансирования лежит вложение средств новых партнеров в развитие, прежде всего, инновационных предприятий, сопровождающееся появлением новых собственников бизнеса и перераспределением долей акционерного капитала.

Перспективным представляется формирование устойчиво работающих групп (наподобие финансово-промышленных), включающих в себя в разной пропорции в зависимости от региональных, местных, отраслевых и других особенностей российские банки, иностранных инвесторов, фонды поддержки предпринимательства, консалтинговые фирмы, страховые, лизинговые компании, общества взаимного кредитования, паевые фонды и другие потенциально заинтересованные организации.

Необходимо активное использование новых для России видов залогов и обеспечения кредитов (что уже происходит на практике) с приведением в соответствие нормативно-правовой базы: права на аренду помещений, интеллектуальную собственность, взаимная или коллективная ответственность заемщика и его доверенных лиц (например, при микрокредитовании).

собой инвестирование значительных иностранных капиталов в российскую экономику.

Другим наиболее перспективным источником средств для развития малых промышленных предприятий, получившим, однако, слабое распространение в России, является привлечение венчурного (рискового) капитала. Венчурное финансирование является одним из наиболее адаптивных элементов внешнего механизма обеспечения устойчивого развития малых промышленных предприятий. Венчурное финансирование осуществляется в разных формах, его источниками могут быть специализированные венчурные фонды и индивидуальные инвесторы. В основе венчурного финансирования лежит вложение средств новых партнеров в развитие, прежде всего, инновационных предприятий, сопровождающееся появлением новых собственников бизнеса и перераспределением долей акционерного капитала.

Перспективным представляется формирование устойчиво работающих групп (наподобие финансово-промышленных), включающих в себя в разной пропорции в зависимости от региональных, местных, отраслевых и других особенностей российские банки, иностранных инвесторов, фонды поддержки предпринимательства, консалтинговые фирмы, страховые, лизинговые компании, общества взаимного кредитования, паевые фонды и другие потенциально заинтересованные организации.

Необходимо активное использование новых для России видов залогов и обеспечения кредитов (что уже происходит на практике) с приведением в соответствие нормативно-правовой базы: права на аренду помещений, интеллектуальную собственность, взаимная или коллективная ответственность заемщика и его доверенных лиц (например, при микрокредитовании).

Важным условием для поиска малыми промышленными предприятиями финансирования и инвестиций является наличие бизнес-плана инвестиционного проекта. Бизнес-план до сих пор принципиально новый документ для многих российских предпринимателей. Даже в настоящее

Важным условием для поиска малыми предприятиями финансирования и инвестиций является наличие бизнес-плана инвестиционного проекта. Бизнес-план до сих пор принципиально новый документ для многих российских предпринимателей. Даже в настоящее время широко распространена позиция, отрицающая целесообразность разработки развернутого бизнес-плана и предлагающая в качестве альтернативы краткое технико-экономическое обоснование. Считается, что отсутствие проработанного бизнес-плана может быть компенсировано знанием «глубин» отечественного бизнеса, интуицией или внутренней уверенностью в эффективности проекта.

Современные технологии разработки бизнес-планов базируются на использовании компьютерных программ в области теории и практики предпринимательства, инвестиционного бизнес-планирования и финансового моделирования. Органы муниципального управления должны предусматривать широкое применение таких программ в информационной, обучающей и консалтинговой деятельности по поддержке малых предприятий. Это позволит повысить эффективность обучения предпринимательству, бизнес-планированию и анализу инвестиционных проектов; сократить сроки и затраты на обучение и разработку бизнес-планов; готовить бизнес-планы, отвечающие международным стандартам; облегчить консультирование и работу с клиентами; систематизировать сбор и накопление информации, необходимой для ведения бизнеса и подготовки инвестиционных проектов.

Адресными категориями пользователей компьютерных программ могут выступать предприниматели, консультанты, преподаватели, руководители и ведущие специалисты финансовых, планово-экономических, инвестиционных служб предприятий, муниципальных структур поддержки предпринимательства, различных финансовых институтов.

время широко распространена позиция, отрицающая целесообразность разработки развернутого бизнес-плана и предлагающая в качестве альтернативы краткое технико-экономическое обоснование. Считается, что отсутствие проработанного бизнес-плана может быть компенсировано знанием «глубин» отечественного бизнеса, интуицией или внутренней уверенностью в эффективности проекта.

Современные технологии разработки бизнес-планов базируются на использовании компьютерных программ в области теории и практики предпринимательства, инвестиционного бизнес-планирования и финансового моделирования. Органы муниципального управления должны предусматривать широкое применение таких программ в информационной, обучающей и консалтинговой деятельности по поддержке малых промышленных предприятий. Это позволит повысить эффективность обучения предпринимательству, бизнес-планированию и анализу инвестиционных проектов; сократить сроки и затраты на обучение и разработку бизнес-планов; готовить бизнес-планы, отвечающие международным стандартам; облегчить консультирование и работу с клиентами; систематизировать сбор и накопление информации, необходимой для ведения бизнеса и подготовки инвестиционных проектов.

Адресными категориями пользователей компьютерных программ могут выступать предприниматели, консультанты, преподаватели, руководители и ведущие специалисты финансовых, планово-экономических, инвестиционных служб предприятий, муниципальных структур поддержки предпринимательства, различных финансовых институтов.

Таким образом, внешние условия механизма обеспечения устойчивого развития малых промышленных предприятий в части финансово-кредитной поддержки малого промышленного предпринимательства на муниципальном уровне, а именно оказания субъектам малого промышленного бизнеса прямой финансовой помощи, повысят эффективность деятельности малых промышленных предприятий.

Важным условием для поиска малыми предприятиями финансирования и инвестиций является наличие бизнес-плана инвестиционного проекта. Бизнес-план до сих пор принципиально новый документ для многих российских предпринимателей. Даже в настоящее время широко распространена позиция, отрицающая целесообразность разработки развернутого бизнес-плана и предлагающая в качестве альтернативы краткое технико-экономическое обоснование. Считается, что отсутствие проработанного бизнес-плана может быть компенсировано знанием «глубин» отечественного бизнеса, интуицией или внутренней уверенностью в эффективности проекта.

Современные технологии разработки бизнес-планов базируются на использовании компьютерных программ в области теории и практики предпринимательства, инвестиционного бизнес-планирования и финансового моделирования. Органы муниципального управления должны предусматривать широкое применение таких программ в информационной, обучающей и консалтинговой деятельности по поддержке малых предприятий. Это позволит повысить эффективность обучения предпринимательству, бизнес-планированию и анализу инвестиционных проектов; сократить сроки и затраты на обучение и разработку бизнес-планов; готовить бизнес-планы, отвечающие международным стандартам; облегчить консультирование и работу с клиентами; систематизировать сбор и накопление информации, необходимой для ведения бизнеса и подготовки инвестиционных проектов.

Адресными категориями пользователей компьютерных программ могут выступать предприниматели, консультанты, преподаватели, руководители и ведущие специалисты финансовых, планово-экономических, инвестиционных служб предприятий, муниципальных структур поддержки предпринимательства, различных финансовых институтов.

Далее рассмотрим адаптивный механизм устойчивого развития малых промышленных предприятий через приоритетные направления совершенствования поддержки и управления малым промышленным бизнесом для отдельно взятого региона – Белгородской области.

### 3.3. Приоритетные направления совершенствования поддержки и управления малым промышленным бизнесом в Белгородской области

Существующая система управления развитием малого промышленного бизнеса требует совершенствования. Основные направления совершенствования представлены в блок-схеме (рис. 3.4).

В нее включена совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, функционирующих как единый динамичный комплекс, нацеленный на удовлетворение многочисленных потребностей рынка и выполнение социальной функции, миссии перед обществом. Система управления направлена на обеспечение устойчивого функционирования и развития предприятий малого промышленного бизнеса за счет взаимодействия федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов РФ и местного самоуправления в сфере малого промышленного предпринимательства.

По нашему мнению, на федеральном уровне необходимо обеспечить:

1. Стратегическое планирование поддержки малого промышленного предпринимательства.
2. Повышение эффективности федеральных программ поддержки малого промышленного предпринимательства; получение денег из государственного бюджета (на возвратной основе) участниками федеральных программ.
3. Преодоление административных барьеров, предотвращение коррупции и ухода малых промышленных предприятий в теневую экономику.

ти. В системе представлена совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, функционирующих как единый динамичный комплекс, нацеленный на удовлетворение многочисленных потребностей рынка и выполнение социальной функции миссии перед обществом. Данная система обеспечивает устойчивое функционирование и развитие предприятий малого бизнеса за счет формирования системы взаимодействия федеральных, региональных и местных органов власти в сфере малого предпринимательства. Положительные результаты бизнеса обеспечиваются также развитием инфраструктуры как государственной, так и негосударственной, путем создания банков, аудиторских фирм, бизнес-инкубаторов, т.д., оказывающих поддержку субъектам малого предпринимательства. Важная роль принадлежит Союзу предпринимателей и промышленников, поскольку посредством объединения предприниматели могут решать вопросы дальнейшего развития, лоббировать интересы субъектов малого бизнеса во всех структурах государственной власти РФ.

Экономический механизм управления малым бизнесом является связующим звеном между объектом и субъектом управления, следовательно, качество всего процесса управления во многом определяется степенью его совершенствования.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. Для формирования предпринимательства необходимы определенные условия: экономические, правовые, социальные. Несмотря на большой потенциал, в нашей стране малый бизнес сталкивается с проблемами, которые сдерживают его развитие. Острота проявления проблем различна в зависимости от дифференциации уровней социально-экономического развития региона, действий региональных властей, а также специфики экономико-географических параметров. Представленная систематизация проблем по их видам и уровню управления позволяет определять пути их решения с тем, чтобы этот бизнес занял малый бизнес занял достойное



Рис. 3.4. Система управления малым промышленным бизнесом в регионе

4. Формирование федеральной нормативно-правовой базы поддержки малого промышленного предпринимательства.
5. Предоставление налоговых льгот, упрощение и стабильность систем налогообложения, стандартизации и сертификации; создание системы информационного обеспечения малого промышленного предпринимательства.

рынка и выполнение социальной функции миссии перед обществом. Блок-схема направлена на обеспечение устойчивого функционирования и развития предприятий малого бизнеса за счет формирования системы взаимодействия федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов РФ и местного самоуправления в сфере малого предпринимательства.

На федеральном уровне необходимо обеспечить:

1. Стратегическое планирование поддержки малого предпринимательства;
1. Повышение эффективности федеральных программ поддержки малого предпринимательства; получение денег из государственного бюджета (на возвратной основе) участниками федеральных программ;
2. Преодоление административных барьеров, предотвращение коррупции и ухода малых предприятий в теневую экономику;
3. Формирование федеральной нормативно-правовой базы поддержки малого предпринимательства;
4. Совершенствование системы финансовой поддержки, ускоренное освоение новых кредитно-инвестиционных механизмов (микрокредитования, инвестиционных конкурсов т др.);
5. Предоставление налоговых льгот, упрощение и стабильность систем налогообложения, стандартизации и сертификации; создание системы информационного обеспечения малого предпринимательства;
6. Подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров для малого бизнеса; надежность статистической информации о данном секторе.

На региональном уровне целесообразно обеспечить:

1. Участие субъектов малого предпринимательства во всех возможных программах государственной поддержки;
2. Повышение эффективности аналогичных региональных программ;

6. Совершенствование системы финансовой поддержки, ускоренное освоение новых кредитно-инвестиционных механизмов (микрокредитования, инвестиционных конкурсов и др.).

7. Подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров для малого промышленного бизнеса; надежность статистической информации о данном секторе.

На региональном уровне целесообразно обеспечить:

1. Участие субъектов малого промышленного предпринимательства во всех возможных программах государственной поддержки.

2. Повышение эффективности аналогичных региональных программ.

3. Создание межведомственных комиссий при администрации области в целях ликвидации административных барьеров на пути развития малого промышленного предпринимательства.

4. Разработку механизма привлечения субъектов малого промышленного бизнеса к выполнению государственного (областного) и муниципального заказов на конкурсной основе.

5. Результативность мер по взаимодействию малых промышленных предприятий с крупными промышленными структурами.

6. Производственно-техническую поддержку малого промышленного предпринимательства.

7. Мероприятия по государственной поддержке малого промышленного бизнеса в регионах с участием фондов поддержки и развития конкуренции.

8. Подготовку кадров для него через бизнес-инкубатор.

9. Безопасность бизнеса и личности.

В целях решения вопросов местного значения органы местного самоуправления, по нашему мнению, должны обеспечить:

1. Формирование и размещение муниципальных заказов с участием в конкурсах предприятий малого промышленного бизнеса и индивидуальных предпринимателей.

рынка и выполнение социальной функции миссии перед обществом. Блок-схема направлена на обеспечение устойчивого функционирования и развития предприятий малого бизнеса за счет формирования системы взаимодействия федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов РФ и местного самоуправления в сфере малого предпринимательства.

На федеральном уровне необходимо обеспечить:

1. Стратегическое планирование поддержки малого предпринимательства;

1. Повышение эффективности федеральных программ поддержки малого предпринимательства; получение денег из государственного бюджета (на возвратной основе) участниками федеральных программ;

2. Преодоление административных барьеров, претотвращение коррупции и ухода малых предприятий в теневую экономику;

3. Формирование федеральной нормативно-правовой базы поддержки малого предпринимательства;

4. Совершенствование системы финансовой поддержки, ускоренное освоение новых кредитно-инвестиционных механизмов (микрокредитования, инвестиционных конкурсов т др.);

5. Предоставление налоговых льгот, упрощение и стабильность систем налогообложения, стандартизации и сертификации;создание системы информационного обеспечения малого предпринимательства;

6. Подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров для малого бизнеса; надежность статистической информации о данном секторе.

На региональном уровне целесообразно обеспечить:

1. Участие субъектов малого предпринимательства во всех возможных программах государственной поддержки;

2. Повышение эффективности аналогичных региональных программ;

6. Совершенствование системы финансовой поддержки, ускоренное освоение новых кредитно-инвестиционных механизмов (микрокредитования, инвестиционных конкурсов и др.).

7. Подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров для малого промышленного бизнеса; надежность статистической информации о данном секторе.

На региональном уровне целесообразно обеспечить:

1. Участие субъектов малого промышленного предпринимательства во всех возможных программах государственной поддержки.

2. Повышение эффективности аналогичных региональных программ.

3. Создание межведомственных комиссий при администрации области в целях ликвидации административных барьеров на пути развития малого промышленного предпринимательства.

4. Разработку механизма привлечения субъектов малого промышленного бизнеса к выполнению государственного (областного) и муниципального заказов на конкурсной основе.

5. Результативность мер по взаимодействию малых промышленных предприятий с крупными промышленными структурами.

6. Производственно-техническую поддержку малого промышленного предпринимательства.

7. Мероприятия по государственной поддержке малого промышленного бизнеса в регионах с участием фондов поддержки и развития конкуренции.

8. Подготовку кадров для него через бизнес-инкубатор.

9. Безопасность бизнеса и личности.

В целях решения вопросов местного значения органы местного самоуправления, по нашему мнению, должны обеспечить:

1. Формирование и размещение муниципальных заказов с участием в конкурсах предприятий малого промышленного бизнеса и индивидуальных предпринимателей.

3. Создание межведомственных комиссий при администрации области в целях ликвидации административных барьеров на пути развития малого предпринимательства;

4. Результативность мер по взаимодействию малых предприятий с крупными промышленными структурами;

5. Разработку механизма привлечения субъектов малого бизнеса к выполнению государственного (областного) и муниципального заказов на конкурсной основе;

6. Производственно-техническую поддержку малого предпринимательства;

7. Подготовку кадров для него через бизнес-инкубатор;

8. Мероприятия по господдержке малого и среднего бизнеса в регионах с участием фондов поддержки и развития конкуренции;

9. Безопасность бизнеса и личности.

В целях решения вопросов местного значения органы местного самоуправления должны обеспечить:

1. Формирование и размещение муниципальных заказов с участием в конкурсах предприятий малого бизнеса и индивидуальных предпринимателей;

2. Установление индивидуальных тарифов на услуги, предоставляемые муниципальными предприятиями и учреждениями для малых предприятий, осуществляющих деятельность, являющуюся приоритетной для региона;

3. Организационную и материально-техническую помощь субъектам малого предпринимательства, в том числе путем льготной аренды помещений;

4. Принятие и организацию выполнения планов и программ комплексного социально-экономического развития муниципального образования посредством развития малого бизнеса;

2. Установление индивидуальных тарифов на услуги, предоставляемые муниципальными предприятиями и учреждениями для малых промышленных предприятий, осуществляющих деятельность, являющуюся приоритетной для региона.

3. Принятие и организацию выполнения планов и программ комплексного социально-экономического развития муниципального образования посредством развития малого бизнеса.

4. Организационную и материально-техническую помощь субъектам малого промышленного предпринимательства, в том числе путем льготной аренды помещений.

5. Организацию сбора статистических показателей, характеризующих состояние малого промышленного бизнеса муниципального образования, предоставление указанных данных органам государственной власти.

6. Учреждение печатного средства массовой информации для опубликования муниципальных правовых актов, связанных с деятельностью субъектов малого промышленного предпринимательства и информации, выступающей в поддержку развития малого промышленного бизнеса.

7. Осуществление международных и внешнеэкономических связей с участием субъектов малого промышленного бизнеса в соответствии с федеральными законами.

Необходимо отметить, что малый промышленный бизнес гораздо более управляем со стороны местной администрации. Разумная финансовая, материальная и информационная поддержка должна стать важным направлением реализации муниципальной экономической политики. Положительные результаты бизнеса обеспечиваются также развитием инфраструктуры как государственной, так и негосударственной, путем создания банков, аудиторских фирм, бизнес-инкубаторов, т.д., оказывающих поддержку субъектам малого промышленного предпринимательства. Союзу предпринимателей и промышленников также отводится отдельная роль.

3. Создание межведомственных комиссий при администрации области в целях ликвидации административных барьеров на пути развития малого предпринимательства;
4. Результативность мер по взаимодействию малых предприятий с крупными промышленными структурами;
5. Разработку механизма привлечения субъектов малого бизнеса к выполнению государственного (областного) и муниципального заказов на конкурсной основе;
6. Производственно-техническую поддержку малого предпринимательства;
7. Подготовку кадров для него через бизнес-инкубатор;
8. Мероприятия по господдержке малого и среднего бизнеса в регионах с участием фондов поддержки и развития конкуренции;
9. Безопасность бизнеса и личности.

В целях решения вопросов местного значения органы местного самоуправления должны обеспечить:

1. Формирование и размещение муниципальных заказов с участием в конкурсах предприятий малого бизнеса и индивидуальных предпринимателей;
2. Установление индивидуальных тарифов на услуги, предоставляемые муниципальными предприятиями и учреждениями для малых предприятий, осуществляющих деятельность, являющуюся приоритетной для региона;
3. Организационную и материально-техническую помощь субъектам малого предпринимательства, в том числе путем льготной аренды помещений;
4. Принятие и организацию выполнения планов и программ комплексного социально-экономического развития муниципального образования посредством развития малого бизнеса;

2. Установление индивидуальных тарифов на услуги, предоставляемые муниципальными предприятиями и учреждениями для малых промышленных предприятий, осуществляющих деятельность, являющуюся приоритетной для региона.

3. Принятие и организацию выполнения планов и программ комплексного социально-экономического развития муниципального образования посредством развития малого бизнеса.

4. Организационную и материально-техническую помощь субъектам малого промышленного предпринимательства, в том числе путем льготной аренды помещений.

5. Организацию сбора статистических показателей, характеризующих состояние малого промышленного бизнеса муниципального образования, предоставление указанных данных органам государственной власти.

6. Учреждение печатного средства массовой информации для опубликования муниципальных правовых актов, связанных с деятельностью субъектов малого промышленного предпринимательства и информации, выступающей в поддержку развития малого промышленного бизнеса.

7. Осуществление международных и внешнеэкономических связей с участием субъектов малого промышленного бизнеса в соответствии с федеральными законами.

Необходимо отметить, что малый промышленный бизнес гораздо более управляем со стороны местной администрации. Разумная финансовая, материальная и информационная поддержка должна стать важным направлением реализации муниципальной экономической политики. Положительные результаты бизнеса обеспечиваются также развитием инфраструктуры как государственной, так и негосударственной, путем создания банков, аудиторских фирм, бизнес-инкубаторов, т.д., оказывающих поддержку субъектам малого промышленного предпринимательства. Союзу предпринимателей и промышленников также отводится отдельная роль.

5. Организацию сбора статистических показателей, характеризующих состояние малого бизнеса муниципального образования, предоставление указанных данных органам государственной власти;
6. Учреждение печатного средства массовой информации для опубликования муниципальных правовых актов, связанных с деятельностью субъектов малого предпринимательства и информации, выступающей в поддержку развития малого бизнеса;
7. Осуществление международных и внешнеэкономических связей с участием субъектов малого бизнеса в соответствии с федеральными законами.

Мы согласны с мнением О. Оганяна, малый бизнес гораздо более управляем со стороны местной администрации. Разумная финансовая, материальная и информационная поддержка должна стать важным направлением реализации муниципальной экономической политики [87,47]. Положительные результаты бизнеса обеспечиваются также развитием инфраструктуры как государственной, так и негосударственной, путем создания банков, аудиторских фирм, бизнес-инкубаторов, т.д., оказывающих поддержку субъектам малого предпринимательства. Отдельная важная роль принадлежит и Союзу предпринимателей и промышленников. Данный орган является важным, поскольку посредством объединения предприниматели могут решать важные вопросы дальнейшего развития. Наиболее важное преимущество в Союзе, как нам кажется, это возможность лоббировать интересы субъектов малого бизнеса во всех структурах государственной власти РФ.

На базе представленной выше блок-схемы, каждый региона может разработать схемы управления малым бизнесом применительно к своим условиям. Мы предлагаем блок-схему для управления малым бизнесом в Архангельской области на рис. 33. Данная схема учитывает имеющуюся структуру органов власти Архангельской области и доработана нами с це

Данный орган является важным, поскольку посредством объединения предприниматели могут решать важные вопросы дальнейшего развития. Наиболее значимое преимущество Союза, как нам представляется, состоит в возможности лоббировать интересы субъектов малого промышленного бизнеса во всех структурах государственной власти РФ.

Адаптационный механизм устойчивого развития малых промышленных предприятий может рассматриваться на примере отдельно взятого региона – Белгородской области. Он включает федеральные и местные органы власти, а также государственную инфраструктуру поддержки малого промышленного бизнеса. Мы считаем, что изучение особенностей функционирования малых промышленных предприятий, системы управления ими на региональном уровне позволит улучшить сложившуюся ситуацию, выработать конкретные меры по обеспечению устойчивого развития малых промышленных предприятий, а также наметить пути их совершенствования на федеральном уровне.

На базе представленной выше блок-схемы каждый регион применительно к своим условиям может разработать схемы управления малым промышленным бизнесом. Представленная блок-схема касается управления малым промышленным бизнесом в Белгородской области (рис. 3.5).

Данная схема уточнена нами с целью решения первоочередных проблем развития малого промышленного предпринимательства в регионе и на местах и учитывает имеющуюся структуру органов власти Белгородской области.

В качестве основного фактора воздействия на развитие малого промышленного бизнеса необходимо выделить следующий экономический механизм (рис. 3.6), приемлемый для использования на региональном уровне. Необходимо помнить, что применять незнакомые методы весьма рискованно. Гораздо целесообразнее увидеть и познать уже сформировавшиеся в своих основных контурах системы и методы, исследовать их взаимодействие и механизмы функционирования и на этой основе образовывать новые формы, определять пути их более широкого применения.

5. Организацию сбора статистических показателей, характеризующих состояние малого бизнеса муниципального образования, предоставление указанных данных органам государственной власти;
6. Учреждение печатного средства массовой информации для опубликования муниципальных правовых актов, связанных с деятельностью субъектов малого предпринимательства и информации, выступающей в поддержку развития малого бизнеса;
7. Осуществление международных и внешнеэкономических связей с участием субъектов малого бизнеса в соответствии с федеральными законами.

Мы согласны с мнением О. Оганяна, малый бизнес гораздо более управляем со стороны местной администрации. Разумная финансовая, материальная и информационная поддержка должна стать важным направлением реализации муниципальной экономической политики [87,47]. Положительные результаты бизнеса обеспечиваются также развитием инфраструктуры как государственной, так и негосударственной, путем создания банков, аудиторских фирм, бизнес-инкубаторов, т.д., оказывающих поддержку субъектам малого предпринимательства. Отдельная важная роль

принадлежит и Союзу предпринимателей и промышленников. Данный орган является важным, поскольку посредством объединения предприниматели могут решать важные вопросы дальнейшего развития. Наиболее важное преимущество в Союзе, как нам кажется, это возможность лоббировать интересы субъектов малого бизнеса во всех структурах государственной власти РФ.

На базе представленной выше блок-схемы, каждый региона может разработать схемы управления малым бизнесом применительно к своим условиям. Мы предлагаем блок-схему для управления малым бизнесом в Архангельской области на рис. 33. Данная схема учитывает имеющуюся структуру органов власти Архангельской области и доработана нами с це

Региональное управление развитием малого промышленного бизнеса с системных позиций представляет собой открытую систему, подверженную воздействию как внешних, так и внутренних факторов. К основным факторам внешнего воздействия, влияющим на процесс развития малого промышленного бизнеса в регионе и механизм регулирующий его можно отнести: общегосударственные приоритеты, федеральное законодательство, федеральную политику по развитию малого промышленного бизнеса в стране, кардинальные изменения которых повлекут за собой изменение стратегических направлений регионального развития и методов управления развитием территории. Факторы внутреннего воздействия связаны с особенностями региональной хозяйственной среды, обусловленные отраслевой спецификой производства; мотивационный механизм активности предпринимателей, изменяющийся в связи с развитием производственных отношений. Основой управления развития малого промышленного бизнеса в регионе и его исходными составляющими выступают приоритеты программы по развитию региона.

Для полноценного функционирования механизм управления малым промышленным бизнесом должен иметь определенные условия в области регионального законодательства; информационного обеспечения, экономической обстановки, определяющей объемы денежных средств населения, на которые можно приобрести товары; социально-культурной среды, влияющей на спрос на товары; научно-методического обеспечения, обеспечивающего различные модели воздействия на хозяйственную среду, организационно-управленческого обеспечения, реализующих выбор форм и методов воздействия, а также контроль результатов.

лью решения первоочередных проблем развития малого предпринимательства в регионе и на местах.

В качестве основного воздействия на развитие малого бизнеса выделить следующий экономический механизм (рис. 34), приспосабливаемый для использования на региональном уровне. Необходимо помнить, что применять незнакомые методы весьма рискованно. Мы согласны с Б. Санто, что гораздо целесообразнее увидеть и познать уже сформировавшиеся в своих основных контурах системы и методы, исследовать их взаимодействие и механизмы функционирования и на этой основе образовывать новые формы, определять пути их более широкого применения [104,296].

С системных позиций региональное управление развитием малого бизнеса представляет собой открытую систему, подверженную воздействию как внешних, так и внутренних факторов. (Признаки малого бизнеса как открытой системы рассмотрены нами выше). К основным факторам внешнего воздействия, влияющим на направления развития малого бизнеса в регионе и механизм ее реализации можно отнести: общегосударственные приоритеты, федеральное законодательство, федеральную политику по развитию малого бизнеса в стране, кардинальные изменения которых повлекут за собой изменение стратегических направлений регионального развития и методов управления развитием территории. Факторами внутреннего воздействия

выступают особенности региональной хозяйственной среды, обусловленные отраслевой спецификой производства; мотивационный механизм активности предпринимателей, изменяющийся в связи с развитием производственных отношений. Основой управления развития малого бизнеса в регионе и его исходными составляющими выступают приоритеты программы по развитию региона.

Для полноценного функционирования механизм управления малым бизнесом должен иметь определенные условия в области регионального

Региональное управление развитием малого промышленного бизнеса с системных позиций представляет собой открытую систему, подверженную воздействию как внешних, так и внутренних факторов. К основным факторам внешнего воздействия, влияющим на процесс развития малого промышленного бизнеса в регионе и механизм регулирующий его можно отнести: общегосударственные приоритеты, федеральное законодательство, федеральную политику по развитию малого промышленного бизнеса в стране, кардинальные изменения которых повлекут за собой изменение стратегических направлений регионального развития и методов управления развитием территории. Факторы внутреннего воздействия связаны с особенностями региональной хозяйственной среды, обусловленные отраслевой спецификой производства; мотивационный механизм активности предпринимателей, изменяющийся в связи с развитием производственных отношений. Основой управления развитием малого промышленного бизнеса в регионе и его исходными составляющими выступают приоритеты программы по развитию региона.

Для полноценного функционирования механизм управления малым промышленным бизнесом должен иметь определенные условия в области регионального законодательства; информационного обеспечения, экономической обстановки, определяющей объемы денежных средств населения, на которые можно приобрести товары; социально-культурной среды, влияющей на спрос на товары; научно-методического обеспечения, обеспечивающего различные модели воздействия на хозяйственную среду, организационно-управленческого обеспечения, реализующих выбор форм и методов воздействия, а также контроль результатов.

законодательства, осуществляющего разработку нормативно-правовых актов; информационного обеспечения, экономической обстановки, определяющей объемы денежных средств населения, на которые можно приобрести товары; социально-культурной среды, влияющей на спрос на товары; научно-методического обеспечения, обеспечивающего различные модели воздействия на хозяйственную среду, организационно-управленческого обеспечения, реализующих выбор форм и методов воздействия, а также контроль результатов. Основными формами финансовой поддержки, кото-  
рые могут быть использованы региональным органом управления, могут быть:

- Субсидии, представляющие собой безвозвратные пособия в критические моменты становления и развития малого бизнеса. Следует отметить, что данная форма может применяться только по строго по оговоренным направлениям, имеющим для развития региона приоритетное значение. Дотации – ассигнования из бюджета на покрытие убытков от деятельности малых предприятий, связанной с развитием приоритетных направлений для региона. Дотирование должно быть направлено на снижение стоимости консультационных и информационных услуг, предоставляемых субъектам малого предпринимательства через инфраструктуру.
- Инвестиции – вложения региональных капиталов в приоритетные направления развития. Необходимость данной формы обусловлена тем, что частного капитала не всегда хватает для вложений даже в эффективные проекты.
- Лизинг, суть которого должна сводиться к покрытию части затрат, которые несут малые предприятия при приобретении новых машин и оборудования, а также замене действующих. В нашей стране наиболее реально развитие лизинговых операций путем создания смешанных государственно-частных лизинговых компаний, учредителями которых наряду с региональными управленческими структурами могут высту-



Рис. 3.6. Экономический механизм управления малым промышленным бизнесом

151

Основными формами финансовой поддержки, которые могут быть использованы региональным органом управления, по нашему мнению, могут быть следующие:

- Субсидии, представляющие собой безвозвратные пособия в критические моменты становления и развития малого промышленного бизнеса. Следует отметить, что данная форма может применяться только по строго оговоренным направлениям, имеющим для развития региона приоритетное значение.
- Дотации – ассигнования из бюджета на покрытие убытков от деятельности малых промышленных предприятий, связанной с развитием приоритетных направлений для региона. Дотирование должно быть направлено на ликвидацию стоимости консультационных и информационных

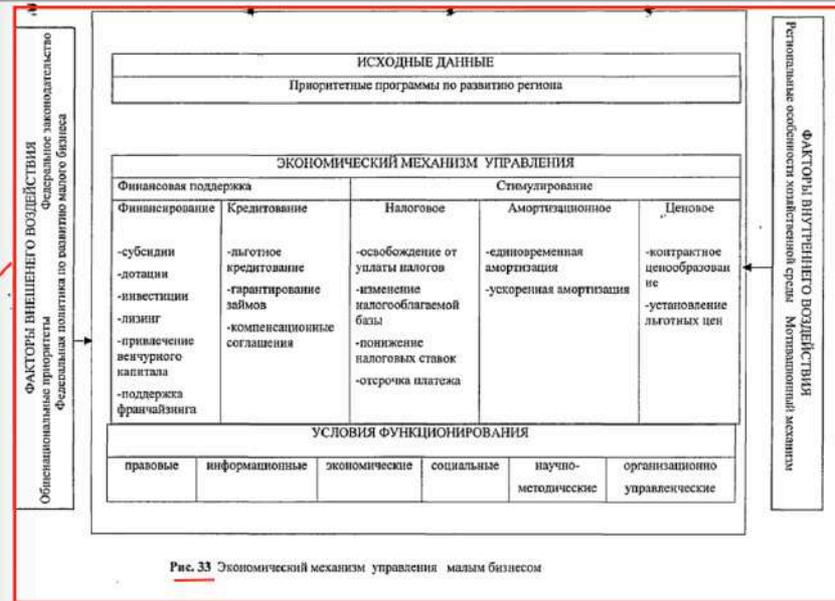


Рис. 3.3 Экономический механизм управления малым бизнесом

129

законодательства, осуществляющего разработку нормативно-правовых актов; информационного обеспечения, экономической обстановки, определяющей объемы денежных средств населения, на которые можно приобрести товары; социально-культурной среды, влияющей на спрос на товары; научно-методического обеспечения, обеспечивающего различные модели воздействия на хозяйственную среду, организационно-управленческого обеспечения, реализующих выбор форм и методов воздействия, а также контроль результатов. Основными формами финансовой поддержки, которые могут быть использованы региональным органом управления, могут

Основными формами финансовой поддержки, которые могут быть использованы региональным органом управления, по нашему мнению, могут быть следующие:

- Субсидии, представляющие собой безвозвратные пособия в критические моменты становления и развития малого промышленного бизнеса. Следует отметить, что данная форма может применяться только по строго оговоренным направлениям, имеющим для развития региона приоритетное значение.
- Дотации – ассигнования из бюджета на покрытие убытков от деятельности малых промышленных предприятий, связанной с развитием приоритетных направлений для региона. Дотирование должно быть направлено на снижение стоимости консультационных и информационных услуг, предоставляемых субъектам малого промышленного предпринимательства через инфраструктуру.
- Инвестиции – вложения региональных капиталов в приоритетные направления развития. Необходимость данной формы обусловлена тем, что частного капитала не всегда хватает для вложений даже в эффективные проекты.
- Лизинг, суть которого должна сводиться к покрытию части затрат, которые несут малые промышленные предприятия при приобретении новых машин и оборудования, а также замене действующих. В нашей стране наиболее реально развитие лизинговых операций путем создания смешанных государственно-частных лизинговых компаний, учредителями которых наряду с региональными управленческими структурами могут выступать предприятия, заинтересованные в стабильных поставках своего оборудования. Роль региональных органов управления в решении данной проблемы может сводиться к покрытию части расходов лизинговых компаний или частной компенсации стоимости капиталовложений на приобретение новых машин и оборудования.

законодательства, осуществляющего разработку нормативно-правовых актов; информационного обеспечения, экономической обстановки, определяющей объемы денежных средств населения, на которые можно приобрести товары; социально-культурной среды, влияющей на спрос на товары; научно-методического обеспечения, обеспечивающего различные модели воздействия на хозяйственную среду, организационно-управленческого обеспечения, реализующих выбор форм и методов воздействия, а также контроль результатов. Основными формами финансовой поддержки, которые могут быть использованы региональным органом управления, могут быть:

- Субсидии, представляющие собой безвозвратные пособия в критические моменты становления и развития малого бизнеса. Следует отметить, что данная форма может применяться только по строго оговоренным направлениям, имеющим для развития региона приоритетное значение. Дотации – ассигнования из бюджета на покрытие убытков от деятельности малых предприятий, связанной с развитием приоритетных направлений для региона. Дотирование должно быть направлено на снижение стоимости консультационных и информационных услуг, предоставляемых субъектам малого предпринимательства через инфраструктуру.
- Инвестиции – вложения региональных капиталов в приоритетные направления развития. Необходимость данной формы обусловлена тем, что частного капитала не всегда хватает для вложений даже в эффективные проекты.
- Лизинг, суть которого должна сводиться к покрытию части затрат, которые несут малые предприятия при приобретении новых машин и оборудования, а также замене действующих. В нашей стране наиболее реально развитие лизинговых операций путем создания смешанных государственно-частных лизинговых компаний, учредителями которых наряду с региональными управленческими структурами могут выступать

Основными формами финансовой поддержки, которые могут быть использованы региональным органом управления, по нашему мнению, могут быть следующие:

– Субсидии, представляющие собой безвозвратные пособия в критические моменты становления и развития малого промышленного бизнеса. Следует отметить, что данная форма может применяться только по строго оговоренным направлениям, имеющим для развития региона приоритетное значение.

– Дотации – ассигнования из бюджета на покрытие убытков от деятельности малых промышленных предприятий, связанной с развитием приоритетных направлений для региона. Дотирование должно быть направлено на снижение стоимости консультационных и информационных услуг, предоставляемых субъектам малого промышленного предпринимательства через инфраструктуру.

– Инвестиции – вложения региональных капиталов в приоритетные направления развития. Необходимость данной формы обусловлена тем, что частного капитала не всегда хватает для вложений даже в эффективные проекты.

– Лизинг, суть которого должна сводиться к покрытию части затрат, которые несут малые промышленные предприятия при приобретении новых машин и оборудования, а также замене действующих. В нашей стране наиболее реально развитие лизинговых операций путем создания смешанных государственно-частных лизинговых компаний, учредителями которых наряду с региональными управленческими структурами могут выступать предприятия, заинтересованные в стабильных поставках своего оборудования. Роль региональных органов управления в решении данной проблемы может сводиться к покрытию части расходов лизинговых компаний или частичной компенсации стоимости капиталовложений на приобретение новых машин и оборудования.

пать предприятия, заинтересованные в стабильных поставках своего оборудования. Роль региональных органов управления в решении данной проблемы может сводиться к покрытию части расходов лизинговых компаний или частичной компенсации стоимости капиталовложений на приобретение новых машин и оборудования.

- Привлечение венчурного капитала. Суть сводится к тому, что органы территориальной власти должны заинтересовывать крупные фирмы в финансировании малых фирм-новаторов. Главным направлением участия крупной фирмы в исследованиях, связанных с разработкой и освоением принципиально новых товаров, становится осуществление так называемого рискованного финансирования небольших фирм, специализирующихся на подобных разработках. Подобное сотрудничество крупных и малых фирм является взаимовыгодным. Так как рискованное финансирование позволяет фирме-заемщику освоить новые рынки гораздо быстрее и с меньшими затратами, чем если бы она это осуществляла за счет собственных ресурсов предприятия.

- Поддержка франчайзинга должна заключаться, по нашему мнению, в том, чтобы органы местной власти стимулировали крупные предприятия использовать свои ресурсы для финансирования малого бизнеса. В данном случае выигрывают четыре стороны. Лицензиар (тот кто предоставляет франшизу) выигрывает потому, что создает прочный фундамент своей компании и получает проценты с прибыли, лицензиат (держатель франшизы) потому, что использует проверенные экономические методы лицензиара, органы местного управления получают доход в бюджет в виде налогов, а население выигрывает от того, что получают больший объем товаров и услуг.

Осуществляя финансовую поддержку малому бизнесу в регионе, следует учитывать ряд важных принципов, иначе вместо положительного эффекта можно получить простое разбазаривание денежных средств и малые предприятия могут превратиться в простых иждивенцев государства:

– Привлечение венчурного капитала, состоящее в том, что органы территориальной власти должны заинтересовывать крупные фирмы в финансировании малых фирм-новаторов. Главным направлением участия крупной фирмы в исследованиях, связанных с разработкой и освоением принципиально новых товаров, становится осуществление так называемого рискованного финансирования небольших фирм, специализирующихся на подобных разработках. Такое сотрудничество крупных и малых фирм является взаимовыгодным, поскольку рискованное финансирование позволяет фирме-заемщику освоить новые рынки гораздо быстрее и с меньшими затратами, чем если бы она это осуществляла за счет собственных ресурсов предприятия.

– Поддержка франчайзинга должна заключаться, на наш взгляд, в том, чтобы органы местной власти стимулировали крупные предприятия использовать свои ресурсы для финансирования малого промышленного бизнеса. В данном случае выигрывают четыре стороны. Лицензиар (тот, кто предоставляет франшизу) выигрывает потому, что создает прочный фундамент своей компании и получает проценты с прибыли; лицензиат (держатель франшизы) потому, что использует проверенные экономические методы лицензиара; органы местного управления получают доход в виде налогов, а население выигрывает оттого, что получает больший объем товаров и услуг.

Осуществляя финансовую поддержку малому промышленному бизнесу в регионе, следует учитывать ряд важных принципов:

1. Приоритетность регионального финансирования, то есть предоставление наибольшей финансовой помощи малым промышленным предприятиям, деятельность которых вписывается в стратегию регионального развития, соответствует социально-экономическим, экологическим, производственным и иным приоритетам.

2. Целенаправленность финансирования, означающая выделение региональных средств под конкретные программы и проекты на основе конкурентности программ и исполнителей.

пять предприятия, заинтересованные в стабильных поставках своего оборудования. Роль региональных органов управления в решении данной проблемы может сводиться к покрытию части расходов лизинговых компаний или частной компенсации стоимости капиталовложений на приобретение новых машин и оборудования.

- Привлечение венчурного капитала. Суть сводится к тому, что органы территориальной власти должны заинтересовывать крупные фирмы в финансировании малых фирм-новаторов. Главным направлением участия крупной фирмы в исследованиях, связанных с разработкой и освоением принципиально новых товаров, становится осуществление так называемого рискованного финансирования небольших фирм, специализирующихся на подобных разработках. Подобное сотрудничество крупных и малых фирм является взаимовыгодным. Так как рискованное финансирование позволяет фирме-заемщику освоить новые рынки гораздо быстрее и с меньшими затратами, чем если бы она это осуществляла за счет собственных ресурсов предприятия.

- Поддержка франчайзинга должна заключаться, по нашему мнению, в том, чтобы органы местной власти стимулировали крупные предприятия использовать свои ресурсы для финансирования малого бизнеса. В данном случае выигрывают четыре стороны. Лицензиар (тот кто предоставляет франшизу) выигрывает потому, что создает прочный фундамент своей компании и получает проценты с прибыли, лицензиат (держатель франшизы) потому, что использует проверенные экономические методы лицензиара, органы местного управления получают доход в бюджет в виде налогов, а население выигрывает от того, что получают больший объем товаров и услуг.

Осуществляя финансовую поддержку малому бизнесу в регионе, следует учитывать ряд важных принципов, иначе вместо положительного эффекта можно получить простое разбазаривание денежных средств и малые предприятия могут превратиться в простых иждивенцев государства:

– Привлечение венчурного капитала, состоящее в том, что органы территориальной власти должны заинтересовывать крупные фирмы в финансировании малых фирм-новаторов. Главным направлением участия крупной фирмы в исследованиях, связанных с разработкой и освоением принципиально новых товаров, становится осуществление так называемого рискованного финансирования небольших фирм, специализирующихся на подобных разработках. Такое сотрудничество крупных и малых фирм является взаимовыгодным, поскольку рискованное финансирование позволяет фирме-заемщику освоить новые рынки гораздо быстрее и с меньшими затратами, чем если бы она это осуществляла за счет собственных ресурсов предприятия.

– Поддержка франчайзинга должна заключаться, на наш взгляд, в том, чтобы органы местной власти стимулировали крупные предприятия использовать свои ресурсы для финансирования малого промышленного бизнеса. В данном случае выигрывают четыре стороны. Лицензиар (тот, кто предоставляет франшизу) выигрывает потому, что создает прочный фундамент своей компании и получает проценты с прибыли; лицензиат (держатель франшизы) потому, что использует проверенные экономические методы лицензиара; органы местного управления получают доход в виде налогов, а население выигрывает оттого, что получает больший объем товаров и услуг.

Осуществляя финансовую поддержку малому промышленному бизнесу в регионе, следует учитывать ряд важных принципов:

1. Приоритетность регионального финансирования, то есть предоставление наибольшей финансовой помощи малым промышленным предприятиям, деятельность которых вписывается в стратегию регионального развития, соответствует социально-экономическим, экологическим, производственным и иным приоритетам.

2. Целенаправленность финансирования, означающая выделение региональных средств под конкретные программы и проекты на основе конкурентности программ и исполнителей.

1. Приоритетность регионального финансирования. То есть предоставление наибольшей финансовой помощи малым предприятиям, деятельность которых вписывается в стратегию регионального развития, соответствует социально-экономическим, экологическим, производственным и иным приоритетам;

2. Целенаправленность финансирования, означающая выделение региональных средств под конкретные программы и проекты на основе конкурентности программ и исполнителей;

3. Точная адресность предоставления региональных финансовых средств и строгий контроль целенаправленности их использования и результативности.

Также следует учитывать, что практика безвозвратного финансирования возможна только лишь для решения определенного круга региональных проблем, к тому же она ограничена имеющимися в бюджете территории и внебюджетных фондах средствами, а также общим производственным потенциалом региона, его инфраструктуры, удовлетворением потребностей населения в материальных благах и услугах. Поэтому в большинстве случаев стоит использовать выделение финансовых средств на возвратной основе.

Мы считаем, что основными формами регионального кредитования могут выступать:

- Прямые льготные займы. Механизм льготного кредитования предполагает снижение процентной ставки за предоставляемый кредит или увеличение сроков кредитования субъектов малого бизнеса в зависимости от степени важности проводимых работ для региона, уровня деятельности, достижения в области социального развития региона, роста конкурентоспособности выпускаемой продукции на внутреннем и внешнем рынках и других показателей.
- Гарантированные займы, предполагающие получение кредита участниками малого бизнеса в системе коммерческого кредитования под

3. Точная адресность предоставления региональных финансовых средств и строгий контроль целенаправленности их использования и результативности.

Также следует иметь в виду, что практика безвозвратного финансирования возможна только лишь для решения определенного круга региональных проблем, к тому же она ограничена имеющимися в бюджете территории и внебюджетных фондах средствами, а также общим производственным потенциалом региона, его инфраструктуры, удовлетворением потребностей населения в материальных благах и услугах. Поэтому в большинстве случаев стоит использовать выделение финансовых средств на возвратной основе.

Основными формами регионального кредитования, по нашему мнению, могут выступать:

– Прямые льготные займы. Механизм льготного кредитования предполагает снижение процентной ставки за предоставляемый кредит или увеличение сроков кредитования субъектов малого промышленного бизнеса в зависимости от степени важности проводимых работ для региона, сферы деятельности, уровня социального развития региона, конкурентоспособности выпускаемой продукции на внутреннем и внешнем рынках и др.

– Гарантированные займы, предполагающие получение кредита участниками малого промышленного бизнеса в системе коммерческого кредитования под гарантию региональных управленческих структур.

Гарантия может быть выдана на случай невозможности погашения кредита, при этом проект должен иметь приоритетное значение для развития региона.

– Компенсационные соглашения могут заключаться между органами местного самоуправления, кредиторами и заемщиками по поводу частичного возмещения за счет средств бюджета, предоставляемых кредитов или процентов за их использование.

Помимо основных принципов, присущих кредиту как элементу финансово-кредитной системы – срочности, возвратности и платности,

1. Приоритетность регионального финансирования. То есть предоставление наибольшей финансовой помощи малым предприятиям, деятельность которых вписывается в стратегию регионального развития, соответствует социально-экономическим, экологическим, производственным и иным приоритетам;

2. Целенаправленность финансирования, означающая выделение региональных средств под конкретные программы и проекты на основе конкурентности программ и исполнителей;

3. Точная адресность предоставления региональных финансовых средств и строгий контроль целенаправленности их использования и результативности.

Также следует учитывать, что практика безвозвратного финансирования возможна только лишь для решения определенного круга региональных проблем, к тому же она ограничена имеющимися в бюджете территории и внебюджетных фондах средствами, а также общим производственным потенциалом региона, его инфраструктуры, удовлетворением потребностей населения в материальных благах и услугах. Поэтому в большинстве случаев стоит использовать выделение финансовых средств на возвратной основе.

Мы считаем, что основными формами регионального кредитования могут выступать:

- Прямые льготные займы. Механизм льготного кредитования предполагает снижение процентной ставки за предоставляемый кредит или увеличение сроков кредитования субъектов малого бизнеса в зависимости от степени важности проводимых работ для региона, уровня деятельности, достижения в области социального развития региона, роста конкурентоспособности выпускаемой продукции на внутреннем и внешнем рынках и других показателях.

- Гарантированные займы, предполагающие получение кредита участниками малого бизнеса в системе коммерческого кредитования под

3. Точная адресность предоставления региональных финансовых средств и строгий контроль целенаправленности их использования и результативности.

Также следует иметь в виду, что практика безвозвратного финансирования возможна только лишь для решения определенного круга региональных проблем, к тому же она ограничена имеющимися в бюджете территории и внебюджетных фондах средствами, а также общим производственным потенциалом региона, его инфраструктуры, удовлетворением потребностей населения в материальных благах и услугах. Поэтому в большинстве случаев стоит использовать выделение финансовых средств на возвратной основе.

Основными формами регионального кредитования, по нашему мнению, могут выступать:

– Прямые льготные займы. Механизм льготного кредитования предполагает снижение процентной ставки за предоставляемый кредит или увеличение сроков кредитования субъектов малого промышленного бизнеса в зависимости от степени важности проводимых работ для региона, сферы деятельности, уровня социального развития региона, конкурентоспособности выпускаемой продукции на внутреннем и внешнем рынках и др.

– Гарантированные займы, предполагающие получение кредита участниками малого промышленного бизнеса в системе кредитования под гарантию региональных управленческих структур. Гарантия может быть выдана на случай невозможности погашения кредита, при этом проект должен иметь приоритетное значение для развития региона.

– Компенсационные соглашения могут заключаться между органами местного самоуправления, кредиторами и заемщиками по поводу частичного возмещения за счет средств бюджета, предоставляемых кредитов или процентов за их использование.

Помимо основных принципов, присущих кредиту как элементу финансово-кредитной системы срочности, возвратности и платности,

гарантию региональных управленческих структур. Гарантия может быть выдана на случай невозможности погашения кредита, естественно, что проект должен иметь приоритетное значение для развития региона.

- Компенсационные соглашения могут заключаться между органами местного самоуправления, кредиторами и заемщиками по поводу частичного возмещения за счет средств бюджета предоставляемых кредитов или процентов за их использование.

Помимо основных принципов, присущих кредиту как элементу финансово-кредитной системы срочности, возвратности и платности, кредитование малого бизнеса обладает, по нашему мнению, специфическими особенностями принципиального характера. Они связаны:

1. С льготным характером предоставления средств, т.е. предполагается существование особых условий, заинтересовывающих государственные органы предоставлять заемные источники субъектам малого бизнеса с целью стимулирования их деятельности.
2. С этапностью кредитования, т.е. контроль за эффективностью и целенаправленностью использования кредитных ресурсов по мере реализации программы. Кредитная поддержка должна иметь продолжение только при эффективном использовании ранее полученных средств и измеряться через общепринятую систему технико-экономических показателей.

Важная роль в экономическом механизме воздействия на развитие малого бизнеса отводится управлению предприятием посредством налогового воздействия. Основные формы налогового стимулирования общезвестны, это освобождение от уплаты налогов, изменение налогооблагаемой базы, понижение налоговых ставок, отсрочка платежа (налоговый кредит). Все они могут быть использованы в полной мере. Применение налогового воздействия на уровне региона, мы думаем, должно отвечать следующим принципам:

кредитование малого бизнеса обладает, по нашему мнению, специфическими особенностями принципиального характера. Они связаны, во-первых, с льготным характером предоставления средств, т.е. предполагается существование особых условий, заинтересовывающих государственные органы предоставлять земельные источники субъектам малого промышленного бизнеса с целью стимулирования их деятельности, во-вторых с этапным кредитованием, т.е. контролем за эффективностью и целенаправленностью использования кредитных ресурсов по мере реализации программы. Кредитная поддержка должна иметь продолжение только при эффективном использовании ранее полученных средств и измеряться через общепринятую систему технико-экономических показателей.

Важная роль в экономическом механизме воздействия на развитие малого бизнеса отводится управлению предприятием посредством налогового воздействия. Основные формы налогового стимулирования общеизвестны, это освобождение от уплаты налогов, изменение налогооблагаемой базы, понижение налоговых ставок, отсрочка платежа (налоговый кредит). Все они могут быть использованы в полной мере. Применение налогового воздействия на уровне региона, полагаем, должно отвечать следующим требованиям:

1. Преобладание стимулирующей функции налогообложения малого промышленного бизнеса, осуществляемой в рамках государственных и региональных приоритетов, над фискальной.
2. Стимулирование инвестиционной активности субъектов всех форм хозяйствования в малый промышленный бизнес посредством льготного налогообложения с целью привлечения частных капиталов, как региональных, так и с других территорий России.
3. Совместимость налогового воздействия с другими формами регионального управления.

Одной из форм стимулирования развития малого промышленного бизнеса является управление посредством амортизационных отчислений с применением единовременной и ускоренной амортизации. Изменение

гарантию региональных управленческих структур. Гарантия может быть выдана на случай невозможности погашения кредита, естественно, что проект должен иметь приоритетное значение для развития региона.

- Компенсационные соглашения могут заключаться между органами местного самоуправления, кредиторами и заемщиками по поводу частичного возмещения за счет средств бюджета предоставляемых кредитов или процентов за их использование.

Помимо основных принципов, присущих кредиту как элементу финансово-кредитной системы срочности, возвратности и платности, кредитование малого бизнеса обладает, по нашему мнению, специфическими особенностями принципиального характера. Они связаны:

1. С льготным характером предоставления средств, т.е. предполагается существование особых условий, заинтересовывающих государственные органы предоставлять заемные источники субъектам малого бизнеса с целью стимулирования их деятельности.
2. С этапностью кредитования, т.е. контроль за эффективностью и целенаправленностью использования кредитных ресурсов по мере реализации программы. Кредитная поддержка должна иметь продолжение только при эффективном использовании ранее полученных средств и измеряться через общепринятую систему технико-экономических показателей.

Важная роль в экономическом механизме воздействия на развитие малого бизнеса отводится управлению предприятием посредством налогового воздействия. Основные формы налогового стимулирования общеизвестны, это освобождение от уплаты налогов, изменение налогооблагаемой базы, понижение налоговых ставок, отсрочка платежа (налоговый кредит). Все они могут быть использованы в полной мере. Применение налогового воздействия на уровне региона, мы думаем, должно отвечать следующим принципам:

кредитование малого бизнеса обладает, по нашему мнению, специфическими особенностями принципиального характера. Они связаны, во-первых, с льготным характером предоставления средств, т.е. предполагается существование особых условий, заинтересовывающих государственные органы предоставлять земельные источники субъектам малого промышленного бизнеса с целью стимулирования их деятельности, во-вторых с этапным кредитованием, т.е. контролем за эффективностью и целенаправленностью использования кредитных ресурсов по мере реализации программы. Кредитная поддержка должна иметь продолжение только при эффективном использовании ранее полученных средств и измеряться через общепринятую систему технико-экономических показателей.

Важная роль в экономическом механизме воздействия на развитие малого бизнеса отводится управлению предприятием посредством налогового воздействия. Основные формы налогового стимулирования общеизвестны, это освобождение от уплаты налогов, изменение налогооблагаемой базы, понижение налоговых ставок, отсрочка платежа (налоговый кредит). Все они могут быть использованы в полной мере. Применение налогового воздействия на уровне региона, полагаем, должно отвечать следующим требованиям:

1. Преобладание стимулирующей функции налогообложения малого промышленного бизнеса, осуществляемой в рамках государственных и региональных приоритетов, над фискальной.
2. Стимулирование инвестиционной активности субъектов всех форм хозяйствования в малый промышленный бизнес посредством льготного налогообложения с целью привлечения частных капиталов, как региональных, так и с других территорий России.
3. Совместимость налогового воздействия с другими формами регионального управления.

Одной из форм стимулирования развития малого промышленного бизнеса является управление посредством амортизационных отчислений с применением единовременной и ускоренной амортизации. Изменение

1. Преобладание стимулирующей функции налогообложения малого бизнеса, осуществляемой в рамках государственных и региональных приоритетов, над фискальной.
2. Стимулирование инвестиционной активности субъектов всех форм хозяйствования в малый бизнес посредством льготного налогообложения с целью привлечения частных капиталов, как региональных, так и с других территорий России.
3. Совместимость налогового воздействия с другими формами регионального управления.

Говоря о стимулировании развития малого бизнеса, мы считаем, не следует забывать и о такой форме воздействия, как управление посредством амортизационных отчислений путем применения единовременной и ускоренной амортизации. Изменение условий амортизации основных фондов влечет уменьшение или увеличение сроков покрытия расходов на реконструкцию и техническое перевооружение действующего производства, оснащение активными фондами новых производственных мощностей. Однако не следует забывать, что искусственное увеличение себестоимости напрямую влияет на увеличение цены единицы готовой продукции, на финансовый результат предприятия, на конкурентоспособность фирмы и на уровень налогообложения, поэтому применение ускоренной или единовременной амортизации должно быть оправдано. Амортизационное регулирование должно соответствовать следующим принципам:

1. Предоставления возможности хозяйствующим субъектам аккумуляции финансовых ресурсов для приобретения прогрессивного оборудования, машин, механизмов и замены морально или физически изношенных.
2. Стимулирования использования прогрессивных средств производства, технический уровень которых способствует росту конкурентоспособности выпускаемой продукции, реализуемой как на внутрирегиональном, так и на национальном и международном рынках.

сроков покрытия расходов на реконструкцию и техническое перевооружение действующего производства, оснащение активными основными средствами новых производственных мощностей. Однако не следует забывать, что искусственное увеличение себестоимости напрямую влияет на увеличение цены единицы готовой продукции, на финансовый результат предприятия, на конкурентоспособность фирмы и на уровень налогообложения, поэтому применение ускоренной или единовременной амортизации должно быть оправдано.

В экономический механизм развития малого промышленного бизнеса, по нашему мнению, следует отнести и возможности ценового регулирования. В отличие от установления цены на конкретно произведенную продукцию предприятиями, считаем возможным использовать региональное влияние на уровень цен, по которым предприятия малого бизнеса пользуются услугами местной инфраструктуры, сырьевыми и топливно-энергетическими ресурсами, услугами связи и информационного обеспечения, арендными услугами и услугами по подготовке кадров, повышению их квалификации и т.д. Снижение уровня цен с целью поддержки развития малого промышленного бизнеса может осуществляться за счет компенсации из регионального бюджета или внебюджетных фондов разницы в ценах, а также посредством организации части услуг на основе местной собственности и государственных либо частно-государственных структур. Возможно и непосредственное регулирование цен, в его традиционном понимании. Целесообразно использовать и контрактные цены, если деятельность связана с инновациями.

Таким образом, блок-схема управления развитием малого промышленного бизнеса как модель этого процесса, учитывающая приоритеты регионального развития, позволяет целенаправленно решать острые проблемы развития малого промышленного предпринимательства с учетом территориальных особенностей.

Итогом исследования проблем, изложенных в данной главе, явились

1. Преобладание стимулирующей функции налогообложения малого бизнеса, осуществляемой в рамках государственных и региональных приоритетов, над фискальной.
2. Стимулирование инвестиционной активности субъектов всех форм хозяйствования в малый бизнес посредством льготного налогообложения с целью привлечения частных капиталов, как региональных, так и с других территорий России.
3. Совместимость налогового воздействия с другими формами регионального управления.

Говоря о стимулировании развития малого бизнеса, мы считаем, не следует забывать и о такой форме воздействия, как управление посредством амортизационных отчислений путем применения единовременной и ускоренной амортизации. Изменение условий амортизации основных фондов влечет уменьшение или увеличение сроков покрытия расходов на реконструкцию и техническое перевооружение действующего производства, оснащение активными фондами новых производственных мощностей. Однако не следует забывать, что искусственное увеличение себестоимости напрямую влияет на увеличение цены единицы готовой продукции, на финансовый результат предприятия, на конкурентоспособность фирмы и на уровень налогообложения, поэтому применение ускоренной или единовременной амортизации должно быть оправдано. Амортизационное регулирование должно соответствовать следующим принципам:

1. Предоставления возможности хозяйствующим субъектам аккумуляции финансовых ресурсов для приобретения прогрессивного оборудования, машин, механизмов и замены морально или физически изношенных.
2. Стимулирования использования прогрессивных средств производства, технический уровень которых способствует росту конкурентоспособности выпускаемой продукции, реализуемой как на внутрорегиональном, так и на национальном и международном рынках.

сроков покрытия расходов на реконструкцию и техническое перевооружение действующего производства, оснащение активными основными средствами новых производственных мощностей. Однако не следует забывать, что искусственное увеличение себестоимости напрямую влияет на увеличение цены единицы готовой продукции, на финансовый результат предприятия, на конкурентоспособность фирмы и на уровень налогообложения, поэтому применение ускоренной или единовременной амортизации должно быть оправдано.

В экономический механизм развития малого промышленного бизнеса, по нашему мнению, следует отнести и возможности ценового регулирования. В отличие от установления цены на конкретно произведенную продукцию предприятиями, считаем возможным использовать региональное влияние на уровень цен, по которым предприятия малого бизнеса пользуются услугами местной инфраструктуры, сырьевыми и топливно-энергетическими ресурсами, услугами связи и информационного обеспечения, арендными услугами и услугами по подготовке кадров, повышению их квалификации и т.д. Снижение уровня цен с целью поддержки развития малого промышленного бизнеса может осуществляться за счет компенсации из регионального бюджета или внебюджетных фондов разницы в ценах, а также посредством организации части услуг на основе местной собственности и государственных либо частно-государственных структур. Возможно и непосредственное регулирование цен, в его традиционном понимании. Целесообразно использовать и контрактные цены, если деятельность связана с инновациями.

Таким образом, блок-схема управления развитием малого промышленного бизнеса как модель этого процесса, учитывающая приоритеты регионального развития, позволяет целенаправленно решать острые проблемы развития малого промышленного предпринимательства с учетом территориальных особенностей.

Итогом исследования проблем, изложенных в данной главе, явились

В экономический механизм регулирования развития малого бизнеса, по нашему мнению, следует отнести и возможности ценового регулирования. В отличие от установления цены на конкретно произведенную продукцию предприятиями, мы предлагаем использовать региональное влияние на уровень цен, по которым предприятия малого бизнеса пользуются услугами местной инфраструктуры, сырьевыми и топливно-энергетическими ресурсами, услугами связи и информационного обеспечения, арендными услугами и услугами по подготовке кадров, повышению их квалификации и т.д. Снижение уровня цен с целью поддержки развития малого бизнеса может осуществляться за счет компенсации из регионального бюджета или внебюджетных фондов разницы в ценах, а также посредством организации части услуг на основе местной собственности и государственных либо совместных частно-государственных структур. Непосредственное регулирование цен, в его традиционном понимании, возможно только к системе контрактных цен, определяющих условия оплаты работ, особенно если они выполняются в рамках региональных программ. Наиболее актуально использовать контрактные цены, если деятельность связано с инновациями. Мы считаем, что региональное ценовое регулирование необходимо строить с учетом следующих принципов:

- Дифференцированности подходов к ценообразованию в зависимости от значимости результатов для региона;
- При осуществлении инновационных работ необходимо обеспечить взаимовыгодные условия размещения и реализации программ, решающих проблемы региона.

Кратко резюмируя результаты третьей главы, в целом можно сделать вывод о том, что разработанная блок-схема управления развитием малого бизнеса и экономический механизм ее реализации на основе приоритетов регионального развития позволяют более целенаправленно решать острые проблемы развития малого предпринимательства с учетом территориальных особенностей.

1. Существующие на сегодня институты не обеспечивают должного участия сектора малых промышленных предприятий в политической жизни. Сами предприниматели еще недостаточно четко осознают свои общие интересы, и пока еще не сложились эффективные механизмы, которые делали бы эти интересы важной темой политического диалога.

2. Законодательные и ведомственные нормативные положения часто не учитывают сложившиеся нормы деловой практики при отсутствии четких процедур взаимодействия предпринимателей и государственных учреждений. Разработка социально-экономической политики развития региона в целом и муниципальных образований в частности невозможна без учета роли и места малого промышленного предпринимательства, которое в силу своей специфики имеет явно выраженную региональную и местную ориентацию.

3. В данной главе, приведена обобщенная система показателей, используемых при анализе системы управления, которая включает пять групп, а также направления их использования.

4. Поскольку падение конкурентоспособности предприятия означает потерю рынка, а, значит, и сокращение деятельности, нами предлагается эффективность деятельности предпринимателя оценивать по росту конкурентоспособности предприятия, которая является основой получения доходов и прибыли.

5. Внутренние условия механизма адаптации малых промышленных предприятий к среде связаны с их прибылью. Предложена модель прибыли как основного результата предпринимательской деятельности, в которой затраты формируются в зависимости от стадии жизненного цикла продукции. В связи с чем показана зависимость показателя результата предпринимательской деятельности от стадии жизненного цикла продукции, что позволяет получить наибольшее его значение.

6. Внешние условия механизма адаптации среды к малым промышленным предприятиям включают основные направления совершенствования управления развитием малого промышленного бизнеса.

Европейской экономической комиссией ООН в качестве одного из комплексных экономических индикаторов социально-экономического развития государств, составляет в развитых странах 0,3-0,4, в Венгрии, Польше, Эстонии – 0,2-0,3, в то время как в России только – 0,011.

Таким образом, существующие на сегодня институты не обеспечивают должного участия сектора МСП в политической жизни. Сами предприниматели еще недостаточно четко осознают свои общие интересы, и пока еще не сложились эффективные механизмы, которые делали бы эти интересы важной темой политического диалога. В политическом диалоге от имени предпринимателей часто выступают различные государственные или иные структуры, а язык обсуждения проблем малого и среднего бизнеса во многих случаях сводится к лоббированию с целью выделения средств из бюджетов различного уровня. Возможное социально-политическое влияние предпринимательского сообщества уменьшается и в связи с тем полузаконным положением, в которое ставит предпринимателей существующая административно-правовая и налоговая системы.

Законодательные и ведомственные нормативные положения часто не учитывают сложившиеся нормы деловой практики при отсутствии четких процедур взаимодействия предпринимателей и государственных учреждений. Поэтому мало кто из предпринимателей на сегодня может считать себя неуязвимым от административного преследования. Информация о вкладе сектора МСП в развитие страны явно недостаточна. Отсюда, в частности, и все еще противоречивое восприятие образа предпринимателя в общественном мнении. С этим же обстоятельством связано и то положение, когда многие решения органов власти принимаются без должного учета влияния этих решений на сектор МСП.

Разработка социально-экономической политики развития региона в целом и муниципальных образований в частности невозможна без учета роли и места малого предпринимательства, которое в силу своей специфики имеет

В разработанную нами блок-схему включена совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, функционирующих как единый динамичный комплекс, нацеленный на удовлетворение многочисленных потребностей рынка и выполнение социальной функции, миссии перед обществом. На базе представленной блок-схемы каждый регион применительно к своим условиям может разработать схемы управления малым промышленным бизнесом. Приводится блок-схема, которая касается управления малым промышленным бизнесом в Белгородской области. Она уточнена нами с целью решения первоочередных проблем развития малого промышленного предпринимательства в регионе и на местах и учитывает имеющуюся структуру органов власти Белгородской области.

7. Кроме того, выделяется экономический механизм управления малым промышленным бизнесом, приемлемый для использования на региональном уровне. Для полноценного функционирования механизм управления малым промышленным бизнесом должен иметь определенные условия в области регионального законодательства; информационного обеспечения, экономической обстановки, определяющей объемы денежных средств населения, на которые можно приобрести товары; социально-культурной среды, влияющей на спрос на товары; научно-методического обеспечения, обеспечивающего различные модели воздействия на хозяйственную среду, организационно-управленческого обеспечения, реализующих выбор форм и методов воздействия, а также контроль результатов.

следующее: увеличить объемы долгосрочного кредитования реального сектора экономики в рентабельные инвестиционные проекты; увеличить доступность кредитных ресурсов для малого бизнеса в части инвестиционного кредитования и кредитования на пополнение оборотных средств; организовать общества взаимного кредитования для получения льготных кредитных ресурсов членами общества. Эффективная реализация указанных мероприятий возможна, разумеется, при сохранении усилий администраций районов по поддержанию на достигнутом уровне всех других сфер деятельности и при обеспечении целенаправленной поддержки этих мероприятий населением и предпринимательскими кругами районов.

Таким образом, учитывая специфику Архангельской области, а именно большое количество районов, разнообразие их природных условий, сырьевых ресурсов, исторических и художественных ценностей, необходимо, чтобы управление развитием малого бизнеса в области базировалось на возможностях развития малого бизнеса в отдельных районах. Для этого органы управления районов должны разрабатывать программы развития своих территорий, обосновывать возможности их практического внедрения и согласовывать их с органами управления региона, которые в свою очередь после соответствующей экспертизы смогут принять решения о возможности использования данных программ в качестве приоритетных для развития региона.

### 3.3. Разработка системы управления

#### малым бизнесом и механизма ее реализации

Как ранее было отмечено, существующая система управления развитием малого бизнеса требует совершенствования. В разработанной блок-схеме (рис. 32) представлена совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, функционирующих как единый динамичный комплекс, нацеленный на удовлетворение многочисленных потребностей

В разработанную нами блок-схему включена совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, функционирующих как единый динамичный комплекс, нацеленный на удовлетворение многочисленных потребностей рынка и выполнение социальной функции, миссии перед обществом. На базе представленной блок-схемы каждый регион применительно к своим условиям может разработать схемы управления малым промышленным бизнесом. Приводится блок-схема, которая касается управления малым промышленным бизнесом в Белгородской области. Она уточнена нами с целью решения первоочередных проблем развития малого промышленного предпринимательства в регионе и на местах и учитывает имеющуюся структуру органов власти Белгородской области.

7. Кроме того, выделяется экономический механизм управления малым промышленным бизнесом, приемлемый для использования на региональном уровне. Для полноценного функционирования механизм управления малым промышленным бизнесом должен иметь определенные условия в области регионального законодательства; информационного обеспечения, экономической обстановки, определяющей объемы денежных средств населения, на которые можно приобрести товары; социально-культурной среды, влияющей на спрос на товары; научно-методического обеспечения, обеспечивающего различные модели воздействия на хозяйственную среду, организационно-управленческого обеспечения, реализующих выбор форм и методов воздействия, а также контроль результатов.

законодательства, осуществляющего разработку нормативно-правовых актов; информационного обеспечения, экономической обстановки, определяющей объемы денежных средств населения, на которые можно приобрести товары; социально-культурной среды, влияющей на спрос на товары; научно-методического обеспечения, обеспечивающего различные модели воздействия на хозяйственную среду, организационно-управленческого обеспечения, реализующих выбор форм и методов воздействия, а также контроль результатов. Основными формами финансовой поддержки, которые могут быть использованы региональным органом управления, могут быть:

- Субсидии, представляющие собой безвозвратные пособия в критические моменты становления и развития малого бизнеса. Следует отметить, что данная форма может применяться только по строго по оговоренным направлениям, имеющим для развития региона приоритетное значение. Дотации – ассигнования из бюджета на покрытие убытков от деятельности малых предприятий, связанной с развитием приоритетных направлений для региона. Дотирование должно быть направлено на снижение стоимости консультационных и информационных услуг, предоставляемых субъектам малого предпринимательства через инфраструктуру.
- Инвестиции – вложения региональных капиталов в приоритетные направления развития. Необходимость данной формы обусловлена тем, что частного капитала не всегда хватает для вложений даже в эффективные проекты.
- Лизинг, суть которого должна сводиться к покрытию части затрат, которые несут малые предприятия при приобретении новых машин и оборудования, а также замене действующих. В нашей стране наиболее реально развитие лизинговых операций путем создания смешанных государственно-частных лизинговых компаний, учредителями которых наряду с региональными управленческими структурами могут высту-

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Малый бизнес является важной формой предпринимательства, и несмотря на его рост, как в экономике разных стран, так и в России, до сих пор не сформирован адаптационный механизм его устойчивого развития.

В России выделены три критерия отнесения предприятия к малым – суммарная доля участия других организаций в уставном капитале предприятия, средняя численность работников и выручка от реализации товаров (работ, услуг).

Малый бизнес напрямую связан с процессом становления предпринимательства и коммерческой деятельности. Выделено девять исторических этапов в развитии малого бизнеса в России. Новейшая история рассмотрена с точки зрения принятия законодательных документов и их влияния на предпринимательство.

Для формирования предпринимательства необходимы определенные условия: экономические, правовые, социальные. В нашей стране малый бизнес сталкивается с проблемами, которые сдерживают его развитие. Острота проявления проблем различна в зависимости от дифференциации уровней социально-экономического развития региона, действий региональных властей, а также специфики экономико-географических параметров, поэтому наибольшее внимание должно уделяться решению вопросов на региональном уровне.

Анализ развития малых промышленных предприятий по основным показателям деятельности, как в России, так и в Белгородской области позволяет нам сделать следующие выводы. Несмотря на меняющуюся экономическую ситуацию, малые предприятия остаются «на плаву», они гибкие и лучше умеют приспосабливаться к различным изменениям.

Улучшение показателей эффективности деятельности фирмы возможно в результате разработки и реализации организационно-технических мероприятий, комплексно отражающих факторы эффективности.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Малый бизнес является важной формой предпринимательства и, несмотря на его рост, как в экономике разных стран, так и в России, до сих пор не существует единых подходов к его определению. Варианты различны:

количественный, качественный, комбинированный. В России выделены два критерия отнесения предприятия к малым – численность работников и участие других организаций в уставном капитале предприятия. На наш

взгляд, они не вполне отражают сущность малого бизнеса. Имея небольшую численность и независимость в уставном капитале от других организаций, так называемые «малые» предприятия могут занимать значительную долю рынка в рыночном пространстве ее сферы деятельности, а значит и оказывать существенное влияние на рынок товаров, работ, услуг. Малый бизнес напрямую связан с процессом становления предпринимательства и коммерческой деятельности. Выделено девять исторических этапов в развитии малого бизнеса в России. Новейшая история рассмотрена с точки зрения принятия законодательных документов и их влияния на предпринимательство.

Для формирования предпринимательства необходимы определенные условия: экономические, правовые, социальные. В нашей стране малый бизнес сталкивается с проблемами, которые сдерживают его развитие. Острота проявления проблем различна в зависимости от дифференциации уровней социально-экономического развития региона, действий региональных властей, а также специфики экономико-географических параметров, поэтому наибольшее внимание должно уделяться решению вопросов на региональном уровне.

Термин «управление» в справочной литературе трактуется почти однозначно, как деятельность, направляющая ход каких-либо процессов, руководящая либо целенаправленно воздействующая. Управление можно рассматривать с точки зрения процессного подхода, методологии исследова-

Для устойчивого развития малых промышленных предприятий необходимо использование определенного механизма, который можно подразделить на внутренний (отраслевая специфика производства, методы активности предпринимателей, наличие машин и оборудования, профессиональные кадры, поиск инвесторов и партнеров и др.) и внешний (налоговые льготы, субсидии, дотации, кредитная поддержка, лизинг, франчайзинг, венчурное финансирование и информационная поддержка).

Устойчивость малых промышленных предприятий, по нашему мнению, наиболее полно характеризуется суммой полученной прибыли.

Падение конкурентоспособности предприятия означает потерю рынка, а, значит, и сокращение деятельности. Нами предлагается эффективность деятельности предпринимателя оценивать по росту конкурентоспособности предприятия, которая является основой получения доходов и прибыли.

Ускоренное появление на местных рынках малых предприятий, действующих в приоритетных направлениях, – главная цель мер их муниципальной финансовой поддержки. Достижение этой цели связано с разработкой специального механизма финансово-кредитной поддержки сферы малых предприятий и решением комплекса взаимосвязанных вопросов, включающих: развитие системы гарантий и внедрение в практику компенсации части процентных ставок по кредитам коммерческих банков; налоговые льготы; совершенствование местного законодательного пространства, информационную поддержку; обучение кадров; формирование инфраструктуры малых предприятий; налаживание эффективной координации в этой области между федеральным центром, субъектами Федерации и муниципальными органами власти.

Нами разработана и предложена к реализации система управления малым бизнесом в современных условиях в регионе и Белгородской области. В системе представлена совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, функционирующих как единый динамичный комплекс, нацеленный на удовлетворение многочисленных потребностей рынка и выполнения социальной функции миссии перед обществом. Данная система

Для успешного привлечения финансовых средств в малый бизнес (и отечественных, и иностранных) как одного из важнейших условий дальнейшего развития сферы МП необходимы финансовые механизмы и технологии поддержки предпринимательства, отвечающие мировой практике, но при этом адаптированные к российским условиям. Особая роль здесь отводится муниципальным образованиям. Необходимо задействование всего арсенала технологий привлечения финансовых средств в сферу МП на муниципальном уровне (Рисунок 8).

При этом, очевидно, что на эффективность и состав технологий окажут влияние региональные и структурные особенности, социальные и экономические приоритеты. Рассмотрим основные источники и технологии привлечения финансовых средств в сферу МП с использованием возможностей органов местного самоуправления. Разграничение обязанностей между центром Федерации и ее субъектами требует передачи максимума функций, связанных с проведением политики финансовой поддержки МП, с федерального на региональный и муниципальный уровни управления. Главной целью мер муниципальной финансовой поддержки МСУ является ускорение появления на

местных рынках малых предприятий, действующих в приоритетных направлениях, т.е. создание базы для рациональной структуры хозяйства.

Достижение этой цели связано с разработкой специального механизма финансово-кредитной поддержки сферы МП и решением комплекса взаимосвязанных вопросов, включающих: развитие системы гарантий и внедрение в практику компенсации части процентных ставок по кредитам коммерческих банков; налоговые льготы; совершенствование местного законодательного пространства, информационную поддержку; обучение кадров; формирование инфраструктуры МП; налаживание эффективной координации в этой области между федеральным центром, субъектами Федерации и муниципальными органами власти.

обеспечивает устойчивое функционирование и развитие предприятий малого бизнеса за счет формирования системы взаимодействия федеральных, региональных и местных органов власти в сфере малого предпринимательства. Положительные результаты бизнеса обеспечиваются также развитием инфраструктуры как государственной, так и негосударственной, путем создания банков, аудиторских фирм, бизнес-инкубаторов и т.д., оказывающих поддержку субъектам малого предпринимательства. Важная роль принадлежит Союзу предпринимателей и промышленников, поскольку посредством объединения предприниматели могут решать вопросы дальнейшего развития, лоббировать интересы субъектов малого бизнеса во всех структурах государственной власти РФ.

Экономический механизм управления малым бизнесом является связующим звеном между субъектом и объектом управления, следовательно, качество всего процесса управления во многом определяется степенью его совершенствования.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. Для формирования предпринимательства необходимы определенные условия: экономические, правовые, социальные. Несмотря на большой потенциал, в нашей стране малый бизнес сталкивается с проблемами, которые сдерживают его развитие. Острота проявления проблем различна в зависимости от дифференциации и уровней социально-экономического развития региона, действий региональных властей, а также специфики экономико-географических параметров. Представленная систематизация проблем по их видам и уровню управления позволяет определять пути их развития с тем, чтобы малый бизнес занял достойное место в местной экономике, способствовал его устойчивому росту, повышению уровня и качества жизни людей.

2. Внешние условия механизма обеспечения устойчивого развития применительно к территории, где функционирует малое промышленное предприятие, могут включать: законодательство о малом бизнесе, налоговые льготы, субсидии, дотации, кредитную поддержку, лизинг, франчайзинг,

ти. В системе представлена совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, функционирующих как единый динамичный комплекс, нацеленный на удовлетворение многочисленных потребностей рынка и выполнение социальной функции миссии перед обществом. Данная система

обеспечивает устойчивое функционирование и развитие предприятий малого бизнеса за счет формирования системы взаимодействия федеральных, региональных и местных органов власти в сфере малого предпринимательства. Положительные результаты бизнеса обеспечиваются также развитием инфраструктуры как государственной, так и негосударственной, путем создания банков, аудиторских фирм, бизнес-инкубаторов, т.д., оказывающих поддержку субъектам малого предпринимательства. Важная роль принадлежит Союзу предпринимателей и промышленников, поскольку посредством объединения предприниматели могут решать вопросы дальнейшего развития, лоббировать интересы субъектов малого бизнеса во всех структурах государственной власти РФ.

Экономический механизм управления малым бизнесом является связующим звеном между объектом и субъектом управления, следовательно, качество всего процесса управления во многом определяется степенью его совершенствования.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. Для формирования предпринимательства необходимы определенные условия: экономические, правовые, социальные. Несмотря на большой потенциал, в нашей стране малый бизнес сталкивается с проблемами, которые сдерживают его развитие. Острота проявления проблем различна в зависимости от дифференциации уровней социально-экономического развития региона, действий региональных властей, а также специфики экономико-географических параметров. Представленная систематизация проблем по их видам и уровню управления позволяет определять пути их решения с тем, чтобы этот бизнес занял малый бизнес занял достойное

венчурное финансирование и информационную поддержку. Внутренние условия механизма обеспечения устойчивого развития малых промышленных предприятий связаны с материально-техническими, сырьевыми, человеческими, финансовыми, инвестиционными и информационными ресурсами. Нами выделены наиболее адаптационные составляющие механизма обеспечения устойчивого развития малых промышленных предприятий.

3. Результаты предпринимательской, коммерческой и финансовой деятельности влияют на устойчивость малых промышленных предприятий. По нашему мнению, сумма полученной прибыли – основной показатель устойчивости малых промышленных предприятий.

4. Мы предлагаем эффективность деятельности предпринимателя оценивать по росту конкурентоспособности предприятия. В связи с чем разработана модель прибыли от предпринимательской деятельности, в которой затраты формируются в зависимости от стадии жизненного цикла продукции. Эта модель позволяет получить более точные и достоверные результаты о размере прибыли предпринимателя.

5. Представлена система управления малым бизнесом на региональном уровне, которая включает совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, функционирующих как единый динамичный комплекс, нацеленный на удовлетворение многочисленных потребностей рынка и выполнения социальной миссии перед обществом. Данная система обеспечивает устойчивое функционирование и развитие предприятий малого бизнеса за счет формирования системы взаимодействия федеральных, региональных и местных органов власти в сфере малого предпринимательства. Положительные результаты бизнеса обеспечиваются также развитием инфраструктуры, оказывающей поддержку субъектам малого предпринимательства.

6. Связующим звеном между объектом и субъектом управления малым бизнесом, во многом определяющим качество и степень совершенствования всего процесса управления, является экономический механизм. Он позволяет

место в местной экономике, способствовал ее устойчивому росту, повышению уровня и качества жизни северян.

2. Анализ социально-экономического развития регионов Европейского Севера позволил выделить следующие черты: высокий уровень безработицы, низкие среднедушевые доходы населения, сырьевая направленность промышленности регионов, высокая доля убыточных предприятий, неравномерность инвестиций, неразвитость инфраструктуры регионов. Ситуация приводит к тому, что малый бизнес в данных регионах имеет особенности функционирования, заключающиеся в неравномерности размещения малых предприятий, медленной положительной динамики объема производства их продукции и услуг, убыточности многих предприятий, недостаточности инвестиций, слабости системы финансовой поддержки. Все это необходимо учитывать при принятии управленческих решений, связанных с развитием субъектов малого предпринимательства в регионах.

3. Представлена система управления малым бизнесом на региональном уровне, которая включает совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, функционирующих как единый динамичный комплекс, нацеленный на удовлетворение многочисленных потребностей рынка и выполнение социальной миссии перед обществом. Данная система обеспечивает устойчивое функционирование и развитие предприятий малого бизнеса за счет формирования системы взаимодействия федеральных, региональных и местных органов власти в сфере малого предпринимательства. Положительные результаты бизнеса обеспечиваются также развитием инфраструктуры, оказывающей поддержку субъектам малого предпринимательства. Важная роль принадлежит Союзу предпринимателей и промышленников, поскольку посредством объединения предприниматели могут решать вопросы дальнейшего развития, лоббировать интересы субъектов малого бизнеса во всех структурах государственной власти РФ.

венчурное финансирование и информационную поддержку. Внутренние условия механизма обеспечения устойчивого развития малых промышленных предприятий связаны с материально-техническими, сырьевыми, человеческими, финансовыми, инвестиционными и информационными ресурсами. Нами выделены наиболее адаптационные составляющие механизма обеспечения устойчивого развития малых промышленных предприятий.

3. Результаты предпринимательской, коммерческой и финансовой деятельности влияют на устойчивость малых промышленных предприятий. По нашему мнению, сумма полученной прибыли – основной показатель устойчивости малых промышленных предприятий.

4. Мы предлагаем эффективность деятельности предпринимателя оценивать по росту конкурентоспособности предприятия. В связи с чем разработана модель прибыли от предпринимательской деятельности, в которой затраты формируются в зависимости от стадии жизненного цикла продукции. Эта модель позволяет получить более точные и достоверные результаты о размере прибыли предпринимателя.

5. Представлена система управления малым бизнесом на региональном уровне, которая включает совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, функционирующих как единый динамичный комплекс, нацеленный на удовлетворение многочисленных потребностей рынка и выполнения социальной миссии перед обществом. Данная система обеспечивает устойчивое функционирование и развитие предприятий малого бизнеса за счет формирования системы взаимодействия федеральных, региональных и местных органов власти в сфере малого предпринимательства. Положительные результаты бизнеса обеспечиваются также развитием инфраструктуры, оказывающей поддержку субъектам малого предпринимательства.

6. Связующим звеном между объектом и субъектом управления малым бизнесом, во многом определяющим качество и степень совершенствования всего процесса управления, является экономический механизм. Он позволяет

4. Связующим звеном между объектом и субъектом управления малым бизнесом, во многом определяющим качество и степень совершенствования всего процесса управления, является экономический механизм. Он позволяет рассматривать малый бизнес как открытую систему, подверженную воздействию как внутренних, так и внешних факторов. Основой экономического механизма и его исходными составляющими выступают приоритетные программы по развитию региона. Определены основные формы финансовой поддержки и методы стимулирования малого бизнеса в современных условиях. Для функционирования механизм управления малым бизнесом должен иметь условия в области регионального законодательства, информационного обеспечения, экономического развития, научно-методического и организационно-управленческого обеспечения.

рассматривать малый бизнес как открытую систему, подверженную воздействию как внутренних, так и внешних факторов. Основой экономического механизма и его исходными составляющими выступают приоритетные программы по развитию региона. Определены основные формы финансовой поддержки и методы стимулирования малого бизнеса в современных условиях. Для функционирования механизм управления малым бизнесом должен иметь условия в области регионального законодательства, информационного обеспечения, экономического развития, научно-методического и организационно-управленческого обеспечения.

4. Связующим звеном между объектом и субъектом управления малым бизнесом, во многом определяющим качество и степень совершенствования всего процесса управления, является экономический механизм. Он позволяет рассматривать малый бизнес как открытую систему, подверженную воздействию как внутренних, так и внешних факторов. Основой экономического механизма и его исходными составляющими выступают приоритетные программы по развитию региона. Определены основные формы финансовой поддержки и методы стимулирования малого бизнеса в современных условиях. Для функционирования механизм управления малым бизнесом должен иметь условия в области регионального законодательства, информационного обеспечения, экономического развития, научно-методического и организационно-управленческого обеспечения.