

вания: сборник материалов II Междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2014. – С. 30-34.

3. Мирошников, Е.В. Особенности реализации комплекса маркетинга на рынке ценных бумаг [текст] / Е.В. Мирошников, В.И. Тинякова // Экономика устойчивого развития. – 2014. – №4. – С. 153-157.

4. Тинякова, В.И. Причины и последствия глобальной трансформации медиасистем / В.И. Тинякова, И.В. Харчева // Электронный бизнес: проблемы, развитие и перспективы: Материалы XII Всерос. заоч. науч.-практ. конф. – Воронеж: ЦНТИ, 2014. – С. 135-137.

5. Финансовый маркетинг: теория и практика [текст]: учебник для магистров / О.А. Артемьева [и др.]; под общ. ред. С.В. Карповой. – М.: Юрайт, 2015. – 424 с.

УДК 334.7

## РОЛЬ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ СТРАНЫ И НЕОБХОДИМОСТЬ ЕГО ПОДДЕРЖКИ

*к.э.н., доц. Мочалова Я.В., Ладыгина И.А.  
Белгород, Россия*

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет*

**Аннотация:** изложены результаты исследования теоретических подходов о роли и значении малого предпринимательства в социально-экономическом развитии страны и необходимости его поддержки. Сделаны выводы о том, что именно государство создает благоприятные и стабильные правовые условия для предпринимателей, формирует необходимую инфраструктуру поддержки, обеспечивает привлекательный инвестиционный климат, устраняет административные барьеры, повышает конкурентоспособность национальной экономики.

**Ключевые слова:** предпринимательство, бизнес, государство, инвестиционный климат, социально-экономическое развитие

## THE ROLE OF SMALL BUSINESS IN SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE COUNTRY AND THE NEED FOR HIS SUPPORT

*C.e.s, A.P. Mochalova YV, Ladygina IA  
Belgorod, Russia*

*Belgorod State National Research University*

**Abstract:** the results of the study of theoretical approaches to the role and importance of small business in the socio-economic development and the need to support it. It is concluded that that the state creates favorable and stable legal environment for entrepreneurs, generates the necessary support infrastructure, provides an attractive investment environment, eliminating administrative barriers and increase the competitiveness of the national economy.

**Keywords:** entrepreneurship, business, government, investment climate, socio-economic development

В развитых странах малое предпринимательство играет исключительно важную роль в экономической, социальной и политической сферах жизни общества [1, с.99].

Предприниматели являются основой среднего класса – наиболее представительной по численности и активно выражающей свои политические предпочтения части населения. В условиях устойчивого социально-экономического и политического развития общества мелкие предприниматели более других заинтересованы в поддержке демократии, политической стабильности и экономической свободы. Именно мелкие собственники проявляют наибольшую активность и даже агрессивность при возникновении угрозы в отношении собственности, так как в отличие от крупных и средних собственников, для владельцев малых предприятий их собственность зачастую является единственным средством к существованию и важнейшим способом самовыражения. Средний класс либо сам формирует свои политические движения, либо становится объектом борьбы различных политических сил за голоса избирателей.

Развитие малого предпринимательства является ключом к формированию конкурентной среды, а также отвечает общемировым тенденциям формирования гибкой смешанной экономики, в которой сочетаются разные формы собственности и модели хозяйствования. Именно малые предприятия, не требующие крупных начальных инвестиций и имеющие высокую скорость капиталоборота, способны оптимально решать проблемы реструктуризации экономики, формирования и насыщения рынка потребительских товаров в условиях нестабильной экономической ситуации и ограниченности финансовых ресурсов.

Во всем мире взаимодействие власти и бизнеса строится на взаимовыгодной долгосрочной основе. При этом государство создает благоприятные и стабильные правовые условия для предпринимателей, формирует необходимую инфраструктуру поддержки, обеспечивает привлекательный инвестиционный климат.

устраняет административные барьеры, повышает конкурентоспособность национальной экономики. В свою очередь, бизнесмены помогают власти финансировать социальные программы и приоритетные отрасли, поддерживают в экономике принцип добросовестной конкуренции, расширяют налогооблагаемую базу и организуют новые рабочие места.

В странах со сложившей рыночно-ориентированной экономикой – малое предпринимательство является самой массовой категорией субъектов предпринимательства. Малые предприятия в развитых странах эффективны не только как производители потребительских товаров, но и как изготовители необходимых для производства конечной продукции элементов (таких, как отдельные детали, малые механизмы и полуфабрикаты), выпуск которых для крупных предприятий невыгоден.

Уровень развития малого и среднего предпринимательства является одним из важнейших показателей степени эффективности рынка и конкурентной экономики. При росте численности малых предприятий, развитой инфраструктуре и государственной поддержке малое предпринимательство может стать эффективным способом решения различных экономических и социальных задач. Развитие малого предпринимательства имеет множество положительных эффектов:

- 1) формирование конкурентных рыночных отношений, способствующих более полному удовлетворению потребностей общества;
- 2) расширение рыночного ассортимента и повышение качества товаров, работ и услуг;
- 3) активизация научно-технического прогресса;
- 4) освоение и использование местных источников сырья и отходов крупных производств;
- 5) содействие крупным предприятиям путем изготовления и поставки комплектующих изделий, а также создание вспомогательных и обслуживающих производств;
- 6) освобождение государства от низкорентабельных и убыточных предприятий за счет их аренды и выкупа предпринимателями;
- 7) приближение производства товаров и осуществления услуг к потребителям;
- 8) содействие структурной перестройке экономики, придание экономике гибкости и мобильности;
- 9) привлечение личных средств населения в развитие производства. Партнеры в малых предприятиях вкладывают свои капиталы в дело с куда большей заинтересованностью, чем в крупных;
- 10) сокращение уровня безработицы посредством создания новых рабочих мест;
- 11) способствование более эффективному развитию человеческого потенциала, раскрытию талантов и творческих задатков предпринимателей и работников;
- 12) вовлечение в трудовую деятельность отдельных групп населения, для которых крупное производство налагает определенные ограничения (домохозяйки, пенсионеры, инвалиды, учащиеся);
  - формирование социального слоя предпринимателей, владельцев и собственников.

В условиях перехода на постиндустриальный путь развития малые предприятия становятся неотъемлемым звеном в структуре общественного воспроизводственного процесса, без которого невозможно обеспечить успешное социально-экономическое развитие общества и рост эффективности производства.

Удачным примером использования вышеперечисленных преимуществ малого бизнеса являются США и Китай. Приведем некоторые статистические данные, наглядно представляющие роль малого предпринимательства в экономике этих стран.

В США малый бизнес является основой развития рыночной экономики. Чтобы лучше понять роль малого предпринимательства в экономике США, приведем следующие данные: в США небольшие фирмы производят более 40% ВВП и половину валового продукта частного сектора. В отдельных сферах экономики малые предприятия занимают доминирующее положение. На долю малых фирм в оптовой торговле приходится – 86% валового продукта частного сектора, в сфере обслуживания – 81%, в строительстве – 80%, в финансовой сфере – 60%, в розничной торговле – 55%, в обрабатывающей промышленности – 21%. Особую роль малый бизнес играет в решении проблем занятости: более половины всех новых рабочих мест создаются мелкими фирмами. Более 130 млн. американцев прямо или косвенно зарабатывают средства к существованию благодаря МСП.

Малые предприятия обеспечивают создание и освоение около половины всех нововведений в экономике США, относящихся к сфере научно-технического прогресса. При этом в среднем на один доллар затрат они внедряют в 17 раз больше нововведений, чем крупные предприятия.

За годы проведения политики открытости, МСП в Китае развивалось и продолжает развиваться бурными темпами.

Сектору малого и среднего бизнеса принадлежит 65% патентов, 75% технических новшеств и более 80% новой продукции Китая. На его долю приходится 50,2% налоговых поступлений в казну страны [3, с.11].

При этом в категорию малых предприятий с числом занятых до 100 человек относится почти 99% предприятий и только 0,6% относятся к средним предприятиям с количеством занятых от 101 до 999 человек.

Вклад малого и среднего сектора в ВВП Китая составляет около 40%. Данный сектор стал важным фактором экономики Китая, стимулирующим рост ВВП, бюджетных доходов, занятости, а также обеспечивающим стабильность общества.

Малый бизнес постепенно становится локомотивом инновационного развития китайской экономики. Малые предприятия производят все большую долю инновационной продукции, представляют значительное число технических изобретений. Основная часть экспортной продукции Китая также производится в секторе МСП. В Китае малые и средние предприятия считаются важнейшим источником экономического роста страны, который создает основную массу товаров и эффективно решает проблему занятости населения. Сфера малого предпринимательства стала неотъемлемой частью экономики Китая, которая создает конкурентоспособную инновационную продукцию и технологии, экспортируя их во многие страны мира [2, с. 1].

По сравнению с другими видами хозяйствования, малое предпринимательство обладает рядом преимуществ и недостатков, учитывая которые государство может построить эффективную систему поддержки.

К сильным сторонам малого бизнеса следует отнести его гибкость и мобильность, позволяющие оперативно реагировать на запросы рынка и быстро адаптироваться к постоянно меняющимся условиям. Малое предпринимательство является особым творческим типом экономического поведения, для которого характерны предпринимательский дух и инициативная творческая деятельность, связанная в то же время с определенным риском для ограниченного числа заинтересованных людей. Созданию такой атмосферы в малом бизнесе и возможности эффективного хозяйствования способствует соединение в одном лице собственника и управленца, характерные для многих малых предприятий. Важным преимуществом малого бизнеса, обеспечивающим его эффективность, является взаимозаменяемость работников. При известном разграничении функций между сотрудниками для малого коллектива характерны взаимопомощь и поддержка друг друга, а в случае необходимости взаимозаменяемость. Существенным преимуществом в малом бизнесе является высокая скорость прохождения информации. Это обусловлено меньшим объемом информации, чем на крупных предприятиях, и непосредственным общением руководства и подчиненных. Малые размеры фирмы позволяют ее руководителю видеть реальное положение дел при низких управленческих расходах. Наконец, нужно отметить, что для организации малого бизнеса, как правило, не требуется крупных вложений в основные средства. Это преимущество привлекает многих начинающих предпринимателей и положительно сказывается на себестоимости выпускаемой продукции.

К слабым сторонам малого бизнеса следует отнести высокую степень риска. Многие зависят не столько от умения руководителя, сколько от воздействия внешней среды. Поэтому в кризисные для экономики периоды в первую очередь именно небольшие предприятия становятся банкротами. Другим слабым местом малого бизнеса является низкая возможность накопления капитала. Как правило, для расширения производства владельцы малого бизнеса могут выделить лишь незначительную часть капитала. Есть ограничения и в получении кредита. У малого бизнеса нет достаточных средств для выплаты высокого процента.

Малому бизнесу практически нет применения в отраслях, требующих больших капиталовложений. Сфера его деятельности ограничена. У предприятия нет возможности покупать сырье оптовым ценам, так как закупки ограничены масштабом производства. Им также не по средствам организовать собственную службу маркетинга и дилерскую сеть.

Ограниченная номенклатура выпускаемой продукции делает малое предприятие уязвимым с точки зрения конъюнктуры рынка и влечет за собой высокую чувствительность к изменениям условий хозяйствования. Относительно скромные масштабы производства и ограниченные ресурсы порой ставят малый бизнес в невыгодное положение, делают его неспособным на равных конкурировать с крупным производством. Также у руководителей малых предприятий имеет место проблема недостаточной компетентности и отсутствия опыта.

#### Литература

1. Буров, В.Ю. Основы предпринимательства [Текст] : учебное пособие / В. Ю. Буров. – Чита, 2011. – 441 с.
2. Васильев А.А. Зарубежный опыт малого предпринимательства [Текст] / А.А. Васильев // Труды СГА. – 2011. – № 7. – С. 1-2.
3. Мотылев В.В. Малый бизнес в США и его финансирование [Текст] / В.В. Мотылев // Интернет-журнал «Политэкономика». – 2013. – № 3. – С. 11-12.

УДК 336.38

## ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ФОРМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

*к.э.н., доц. Мочалова Я.В., Ладыгина И.А.  
Белгород, Россия*

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет*

**Аннотация:** изложены результаты исследования теоретических подходов об основных направлениях государственной поддержки малого предпринимательства. Изучены формы поддержки малого предпринимательства. Сделаны выводы о том, что малый бизнес способен решить широкий спектр социально-