

**Стариков Александр Сергеевич**

студент

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский  
ядерный университет «МИФИ»

г. Москва

**Успенский Егор Николаевич**

студент

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский  
ядерный университет «МИФИ»

г. Москва

**Ромашкова Галина Васильевна**

студентка

ГАОУ ВО «Московский городской  
педагогический университет»

г. Москва

**Норкина Анна Николаевна**

канд. экон. наук, доцент

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский  
ядерный университет «МИФИ»

г. Москва

*DOI 10.31483/r-32911*

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА**

*Аннотация:* в статье рассматриваются проблемы и перспективы развития малого бизнеса в России на современном этапе. Авторы данной статьи считают, что основная проблема на сегодняшний день кроется в том, что малое предпринимательство в Российской Федерации в большинстве своем основывается на продвижении продуктов зарубежных производителей и не работает на инновационное развитие российской экономики.

**Ключевые слова:** *малый бизнес, проблема, поддержка, предпринимательство, экономика.*

Чаще всего представления людей о проблемах развития малого бизнеса в России ограничиваются общими и примитивными знаниями, представлениями в данной сфере. Но, несмотря на это, данный вопрос остается актуальным для большинства людей на современном этапе развития экономики: люди интересуются этим вопросом, а политики дискутируют по поводу конкретных предложений государственной поддержки предприятий малого бизнеса, снижения налоговой нагрузки. Именно поэтому раскрытие этой темы позволит нам не только понять проблемы и перспективы развития в области малого бизнеса, но и даст возможность предположить дальнейшие меры и способы решения выявленных проблем.

Малое предпринимательство – это составная, неотъемлемая часть развитой экономики и оно обязано не только отвечать ряду требований, но и осуществлять определенные функции, которые будут способствовать экономическому развитию. Ведь именно малое предпринимательство является неким проводником новых, высокоэффективных инноваций, которые позднее могут стать основой для массового производства. В малом бизнесе объемы выпускаемой продукции являются небольшими, следовательно, предприятие не тратит на её выпуск большое количество денег, что позволяет выявлять новые и действенные технологии. Но, даже если этого не происходит, всё равно потери на предприятии в области малого бизнеса не будут так велики, какими они могли бы быть на больших предприятиях. Помимо этого, малое предпринимательство активно внедряет диверсификацию, то есть расширяет список предоставляемых продуктов или услуг, тем самым идя на риск чтобы получить прибыль и реализовать потенциал. Чаще всего, в результате таких «внедрений» образуются новые маленькие компании, которые идут «в ногу со временем» и предлагают самые новейшие технологии, превращают идеи в продукты реального сектора экономики. При грамотном подходе предприятия малого бизнеса могут успешно апробировать новую продукцию, чтобы после передать её в массовое производство.

Основная часть малого бизнеса в России приходится на сферу торговли – 41%, 18% относится к сфере операций, выполняемых с недвижимостью, на промышленное производство отводится 10%, а на строительство – 6%. Если говорить и о других сферах, то они не превышают и 2%. Следовательно, можно сделать вывод о том, что в Российской Федерации такое явление, как диверсификация, о котором мы писали выше, не является распространенным, а малый бизнес не выполняет своих функций касаясь диверсификации производства и внедрению новых проектов, а только является проводником между покупателем и производителем (зачастую зарубежным, способствуя тем самым развитию экономик стран производителей) так как Россия не всегда способна выдерживать мировую конкуренцию.

Также так называемой дырой в научном и промышленном секторах экономики является и то, что предприятий малых форм в этих областях достаточно мало, а множество изобретений российских учёных не проходят апробацию и не передаются в промышленное производство.

Описанное выше невыполнение основных функций малого бизнеса – диверсификации и продвижения новых продуктов в массы плохо сказывается на экономическом развитии страны в целом. Ведь ограничивая малое предпринимательство лишь функциями посредника, развитие реального сектора экономики будет стремительно падать, конкурентные преимущества будут утрачиваться, научный сектор будет претерпевать замедление темпов развития, что приведет к бесповоротной потере связей между производственным и научным сектором.

Сформировавшаяся на данный момент ситуация спровоцирована тремя разными причинами:

– отсутствие четкой законодательной базы, осуществляющей контроль над предприятиями малого бизнеса;

– отсутствие системы финансирования предприятий малого бизнеса (кредитование – одна из основных проблем для представителей малого бизнеса в России, так как в основном кредитование происходит только под залог или поручительство, которые малые предприятия попросту не могут предоставить. А

невозможность получения кредита ставит крест на дальнейшем развитии и конкурентоспособности предприятий малого бизнеса);

– увеличение налогов.

Для того чтобы малый бизнес на самом деле оказывал благоприятное воздействие, развивал экономику, а также помогал в укреплении конкурентоспособности российской продукции на мировом рынке, особенно её реального сектора, на наш взгляд, количество малых предприятий в стране должно превышать как минимум 2–3 миллиона, которые должны быть распределены равномерно, а не сосредоточены в определенном месте. В каждом городе является необходимым развитие малых форм предпринимательства именно в той отрасли экономики, которая на текущий момент времени эффективно развивается при учете характерных особенностей данного населенного пункта. Также необходимо распространение малого бизнеса во всех отраслях экономики, за исключением естественных монополий.

Наряду с этим распределение предприятий малого бизнеса должно быть рациональным: основная доля – в реальном секторе экономики, а наименьшая часть – в торговле, сфере услуг, научной сфере.

Опираясь на вышесказанное, для развития малого бизнеса считаем необходимым:

– осуществлять тщательную разработку законодательной базы, которая смогла бы регламентировать осуществление малого бизнеса;

– внедрять эффективную систему кредитования представителей малого бизнеса;

– осуществлять эффективную поддержку со стороны государства;

– устанавливать связь между научными учреждениями, занимающимися инновационными разработками, сферой малого бизнеса и предприятиями массового производства.

### ***Список литературы***

1. Головань С.И. Бизнес-планирование / С.И. Головань – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 320 с.

2. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса (предпринимательства): учебник / Н.Ю. Круглова. – М.: Кнорус, 2010. – 544 с.
3. Ларичева З.М. Малый бизнес: проблемы и перспективы его развития / З.М. Ларичева, Л.В. Стрелкова. – М.: Аграф, 2006. – 39 с.