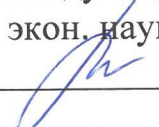


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
Кафедра экономической теории и прикладной экономики

ДОПУЩЕНО К ЗАЩИТЕ В
ГЭК И ПРОВЕРЕНО НА
ОБЪЕМ ЗАИМСТВОВАНИЯ
Заведующий кафедрой
д-р экон. наук, профессор
 И.А. Лиман
« ___ » _____ 2019

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

(магистерская диссертация)

ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТВЕННЫХ БЛАГ КАК ИНСТРУМЕНТ
РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

38.04.01 Экономика

Магистерская программа «Экономика и правовое регулирование бизнеса»

Выполнил
Студент 2 курса
очной формы обучения



Жученко
Алина
Эролловна

Научный руководитель
кан. экон. наук, доцент



Науменко
Егор
Евгеньевич

Рецензент
Д-р.экон.наук, профессор



Шилова
Наталья
Николаена

Г.Тюмень, 2019

Работа выполнена на кафедре экономической теории и прикладной экономики

Финансово-экономического института ТюмГУ

по направлению «Экономика»,

магистерская программа «Экономика и правовое регулирование бизнеса»

Защита в ГЭК

протокол от _____ № _____

оценка _____

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	8
1.1. Сущность и роль развития малого бизнеса в экономике России.....	8
1.2. Особенности развития малого бизнеса в России и за рубежом.....	17
1.3. Государственная поддержка развития малого бизнеса.....	21
ГЛАВА 2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАЛОГО БИЗНЕСА В ПРОИЗВОДСТВЕ ОБЩЕСТВЕННЫХ БЛАГ В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ.....	29
2.1. Исследование направлений деятельности малого бизнеса в сфере производства общественных благ.....	29
2.2. Характеристика производства общественных благ в Тюменской области.....	39
2.3. Анализ влияния производства общественных благ на развитие малого бизнеса в Тюменской области.....	43
ГЛАВА 3. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ.....	49
3.1. Модель развития малого бизнеса на основе производства общественных благ.....	49
3.2. Перспективы и эффективность использования модели развития малого бизнеса.....	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	63
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	68

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования: Предпринимательская деятельность есть непростая общественная категория, представляющая большую значимость для экономики и права. Ввиду этого общество и государство посредством законодательства и практики его применения должны обеспечить необходимую нормативную и правоприменительную базу для предпринимательства, как основного источника удовлетворения потребительского спроса и пополнения федерального, регионального бюджета. Задача проводимых в стране преобразований в рамках правовых реформ - создать условия гармоничного развития предпринимательского сектора экономики, особенно в промышленности и других социально значимых отраслях хозяйствования.

В современных условиях роль малого предпринимательства трудно переоценить. Оно не только способствует оптимизации структуры рынка и содействует росту занятости населения, но и формирует значительную часть валового внутреннего продукта. Экономические преобразования, проводимые в России в последние годы, во многом связаны с формированием и развитием малого и среднего предпринимательства. Однако если в экономически развитых странах на долю малых предприятий приходится до 70% объема произведенной промышленной продукции, то в России этот показатель не превышает 20%, что говорит о существенных проблемах развития малого предпринимательства в Российской Федерации.

Рост объема и многообразия общественных благ, повышение их значимости в современных стандартах качества жизни актуализирует проблему производства общественных благ. Производство общественных благ чаще всего требует участия государства в силу таких специфических особенностей этих благ, как неконкурентность в потреблении и неисключаемость. Процесс принятия решения о производстве общественных благ государством связан с проблемой выбора. В современной экономике

сохраняется несоответствие между ограниченным количеством ресурсов, пригодных для производства благ и услуг, способных максимально удовлетворить разнородные по качеству и неотложности потребности общества. Специфика процессов производства и предоставления общественных благ обуславливает необходимость формирования стимулирующих механизмов, направленных на повышение эффективности их производства и потребления.

В настоящее время структура бюджетных расходов государства в России не является оптимальной для стимулирования стабильного экономического развития. Средства, направляемые из бюджета на реализацию проектов развития социальной сферы, образования и науки, здравоохранения и др., недостаточны. Эффективность осуществляемых бюджетных расходов низка, в то же время получаемый социально-экономический эффект несоразмерен объему израсходованных средств.

Повышение эффективности государственных инвестиционных проектов и поиск дополнительных источников финансирования производства общественных благ приобретают все большую актуальность. Привлечение частного предпринимательства к общественным проектам может уменьшить нагрузку на государственный бюджет, перераспределить предпринимательский риск между частными и общественными инвесторами, повысить уровень эффективности управления.

Таким образом, тема исследования «Производство общественных благ как инструмент развития малого бизнеса в Тюменской области» является не только теоретически значимой, но и практически может быть использована в развитии малого бизнеса.

Цель исследования – анализ производства общественных благ как инструмента развития малого бизнеса в Тюменской области, а так же оценка перспективности и эффективности использования модели развития малого бизнеса на основе производства общественных благ.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть теоретические основы развития малого бизнеса в Российской Федерации;
2. Проанализировать экономические интересы малого бизнеса в производстве общественных благ в Тюменской области;
3. Охарактеризовать проблемы развития малого бизнеса и пути их решения в Тюменской области.

Объектом исследования является развитие малого бизнеса в Российской Федерации.

Предметом исследования является использование производства общественных благ как инструмента развития малого бизнеса.

Эмпирическая основа исследования. В работе использованы научные труды по теме понятия и значения малого предпринимательства таких авторов как Л.Л. Гишкаева, В.А. Долгушина, О. В. Ефимова, Т.Н. Кошелева, А.Л. Мигалкина, Л.С. Мурыгина, А.В. Нурмухаметов, О.Б. Репкина, Л.О. Ромашова, Т.А. Туренко, а так же государственного регулирования предпринимательской деятельности – А.М. Амосова, Т. А. Базарнова, Н. В. Девятаева, Е.В. Емшанова, Ю.В. Рыбакова, Р. Ф. Мухаметлатыпов, А.В. Столяров, Л.Ю. Филобокова, Н.С. Юдин.

Информационную базу исследования составили нормативно-правовые акты по теме исследования, а так же статистические и отчетные документы как в целом по России, так и по Тюменской области.

В работе представлены следующие элементы научной новизны:

- уточнено определение понятия «предпринимательство»;
- выявлены особенности развития малого предпринимательства в Российской Федерации;
- предложена модель развития малого бизнеса на основе производства общественных благ.

Методологическую основу составляет диалектический метод исследования теоретических аспектов темы, системный подход ко всем изучаемым процессам и явлениям, применение экономико-математических,

статистических, социологических методов при изучении прикладных аспектов темы.

Теоретическая и практическая значимость заключается в том, что полученные результаты исследования могут быть практически использованы субъектами малого бизнеса в процессе развития своей деятельности.

Структура работы состоит из введения, трех глав, заключения и списка используемых источников.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

1.1. Сущность и роль развития малого бизнеса в экономике России

В настоящее время развитие экономики находится на таком этапе, который актуализирует активное развитие предпринимательства, особенно в части взаимодействия данной деятельности с государством на всех уровнях.

По мнению Ефимовой О.В. «Предпринимательство - чрезвычайно обширное и многостороннее по содержанию понятие. Неудивительно, что оно привлекает внимание целого ряда разных направлений науки. Мировая экономическая мысль в течение долгого времени изучала проблемы развития и сущности предпринимательства. Изучение теории и практики предпринимательства в РФ возобновилось в 90-х гг. XXв. В настоящее время еще не сформировалась общепринятая экономическая теория российского предпринимательства, хотя необходимость такой теории давно уже стала весьма насущной» [18, с. 86].

Аткинсон Э.Б. определял «предпринимательство как особый вид деятельности, связанный с элементами риска. Согласно этому понятию, предприниматель представляет собой особый субъект, который имеет способности предвидеть, рисковать, брать на себя всю полноту ответственности за принимаемые решения» [6, с. 114].

По мнению Крутика А.Б. «предпринимательство - это поиск и изучение новых возможностей экономики, характеристика особенностей поведения в условиях высокой рыночной конкуренции, где всегда побеждает сильнейший» [28, с. 32].

Таким образом, проанализировав подходы нескольких ученых к понятию термина «предпринимательство», можно сделать вывод, что под предпринимательством понимается такая деятельность, которая формируется частными лицами или компаниями по производству продукции, выполнению

работ, оказанию услуг, приобретению или продаже товаров в обмен на другие товары или деньги к взаимной выгоде заинтересованных лиц, предприятий, организаций.

Основная цель предпринимательства – получение прибыли и удовлетворение интересов потребителей. Субъектом предпринимательства могут выступать как отдельные частные лица, так и объединение партнеров или государство. Для формирования предпринимательства требуется создать определенные условия экономического, социального и правового характера.

Рыночные отношения предполагают сосуществование различных форм собственности и наличие разнообразных секторов, встречающихся внутри каждой из форм собственности.

По мнению Нурмухаметова А.В. «частный сектор экономики включает в себя три группы организаций, которые в общей терминологии представлены крупными, средними и малыми предприятиями. Каждой из этих групп присущи собственные интересы, экономическое поведение и характер взаимоотношения с государственными институтами» [38, с. 17].

Малое предпринимательство выступает либо как специфическая деятельность, либо как форма существования организаций, либо как связующее звено между крупным и средним предпринимательством и обществом в лице потребителя.

Федеральный Закон РФ от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ устанавливает количественные критерии определения малого предприятия, к которым относятся: доля участия государственных организаций в уставном капитале малого предприятия, численность работников малого предприятия за предшествующий календарный год (от 15 до 250 чел.) и выручка от реализации товаров, установленная Правительством РФ для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства [3].

Долгушина В.А. отмечает, что в соответствии с законодательством РФ к субъектам малого бизнеса относятся также предприниматели без образования юридического лица, поскольку к ним применяются правила,

регулирующие деятельность юридических лиц, которые являются коммерческими организациями [15, с. 128].

Как показывает мировая практика, основным показателем, который дает возможность признать хозяйствующие субъекты именно малыми предприятиями, это численность сотрудников за определённый временной промежуток. Устав Международной организации экономического сотрудничества и развития использует следующие критерии отнесения предприятий к малым: предприятия с числом работников до 19 человек обозначаются - весьма малые, от 20 до 99 человек - малые, от 100 до 499 человек - средние и свыше 500 человек - крупные.

По мнению Мигалкиной А.Л. «кроме количественного критерия отнесения субъекта предпринимательской деятельности к малому предпринимательству, имеются качественные характеристики. Качественные критерии могут определяться теми целями и задачами, которые ставит перед собой малый предприниматель и необходимы для упорядочивания и упрощения механизма получения государственной поддержки» [32, с. 64].

Перечисленные качественные критерии Кошелева Т.Н. предлагает «увязать с задачами, на решение которых направлена предпринимательская деятельность малого предприятия с последствиями его предпринимательской деятельности» [26, с. 24] (табл. 1.1).

Отнесение хозяйствующего субъекта к малому предпринимательству по количественным и качественным критериям не отражает сути малого предпринимательства.

Таблица 1.1

Качественные критерии отнесения субъекта предпринимательской деятельности к малому, среднему, крупному предприятию (по Т.Н. Кошелевой)

№ п/п	Решаемые задачи	Значимые результаты (последствия)	Критерии оценки значимых результатов	Отнесение хозяйствующего субъекта к субъекту предпринимательства
1	Экономические	Обеспечение	в небольших	малое

		населения востребованными товарами и услугами в небольших объемах	объемах от 1 до 25% производства (объема оказанных услуг) региона			
		значительного ассортимента (единичное или мелкосерийное)	значительного ассортимента более 10 наименований, востребованные в регионе или отрасли	малое		
		Обеспечение населения товарами и услугами в значительных объемах	в объемах от 25% производства (объема оказанных услуг) отрасли или региона	среднее и крупное		
		ограниченного или узкого ассортимента (серийное или массовое)	ограниченного или узкого ассортимента свыше до 10 наименований	среднее и крупное		
		2	Социальные	Создание новых рабочих мест для специалистов высокой квалификации (единичное или мелкосерийное)	от 1 до 100 чел. в соответствии с ФЗ № 209 от 24.07.07 [3]	малое
					для выполнения работ от 2 и более видов и оказания полного комплекса услуг одному клиенту одним сотрудником	малое
		Создание новых рабочих мест для специалистов средней и низкой квалификации (серийное или массовое)	свыше 101 чел.	среднее и крупное		
			для выполнения одного вида работ, одной операции или этапа оказания определенного вида одинаковых услуг для более одного клиента одним сотрудником	среднее и крупное		

Источник: [26, с. 24].

Малое предпринимательство - активный фактор конкурентного рынка. Основной принцип предпринимательства - отыскать потребность и удовлетворить ее. В любом виде деятельности есть большие и малые формы

существования. Так и в предпринимательской среде принято выделять большое, среднее и малое предпринимательство.

Туренко Т.А. отмечает, что «небольшой бизнес - составная часть развитой экономики. Он помогает экономике развиваться наиболее гармонично. Ведь именно малый бизнес - проводник эффективных инноваций в массовое производство. Сфера малого бизнеса помогает диверсификации национального производства за счет освоения новых перспективных отраслей» [53, с. 224].

Предприниматели, организуя процесс своего бизнеса, используют новые технологии. В результате появляются новые малые компании, которые внедряют и осваивают передовые технологии, превращают идеи в продукты реального сектора экономики.

Малое предпринимательство обладает рядом общих и специфических предпринимательских характеристик, дающих возможность исследовать его в качестве независимого объекта исследования.

По мнению Емшановой Е.В. «малые предприятия - не уменьшенная модель или промежуточный этап развития большой компании. Это особенная модель со специфическими чертами и законами развития» [17, с. 125].

Креативность малых фирм делает их мобильными и легко приспособляемыми к изменяющейся обстановке. Многие малые предприятия способны к трансформации тактики под влиянием конъюнктуры, особенно в периоды негативной экономической обстановки.

Гишкаева Л.Л. считает, что «основной функцией малого предпринимательства является удовлетворение потребностей населения в тех видах продукции или тех видах услуг, которые не выпускают (не оказывают) крупные предприятия по причине нецелесообразности и/или невысокой прибыльности. Малые предприятия выполняют также и социальную функцию, создавая новые рабочие места. Что касается инновационной

составляющей, то она в настоящее время остается практически не реализованной» [9, с. 146].

Необходимо отметить, что ресурсная поддержка необходима малым предприятиям не только в инновационной деятельности, но реализация инновационной деятельности на малом предприятии не возможна без поддержки со стороны государства, без взаимодействия с крупным бизнесом, без развитой инновационной инфраструктуры.

Выполняя анализ проблем малого предпринимательства, основное внимание необходимо обращать даже не на статистические показатели, а на индивидуальные характеристики малого бизнеса и предпринимательства.

По мнению Ясина Е.Г. «управление малым бизнесом характеризуется относительной легкостью, отсутствием обязанности в создании сложных, громоздких схем планирования, контроля, координации работы в компании» [31, с. 54]. Но одновременно современные малые предприятия в своем производстве используют новую технологию, которая заключается не в электронике, либо генетике, либо новых материалах, а в предпринимательском управлении.

Мурыгина Л.С. выделяет «целый ряд важнейших экономических и социальных проблем, которые решает малое предпринимательство: развивает экономический сектор, создает дополнительные рабочие места, способствует конкуренции [35, с. 20].

Социально-экономическое значение данного сектора экономики заключается в следующем:

1. Создание новых рабочих мест для трудоспособного населения и, вследствие этого, сокращение количества людей, нуждающихся в социальной помощи.

Это значение является важным для большинства стран при нестабильном функционировании рынка труда, при наличии большого числа безработных граждан и других подобных социальных проблем.

Однако роль малого предпринимательства в создании новых рабочих мест в условиях российской экономики имеет свои характерные особенности.

По мнению Ромашовой Л.О. «подавляющее количество малых предприятий РФ имеют форму микропредприятий, в которых количество сотрудников составляет не более девяти человек. Кроме этого, через пять лет после образования компании «на плаву» остается не более 25% таких предприятий, остальные 75% закрываются и сокращают сотрудников. А выжившие и успешно функционирующие компании, как правило, выбирают ресурсосберегающий вариант своего развития, и количество используемой на них рабочей силы совсем не увеличивается, или почти не увеличивается (кроме редких случаев перехода компаний в новую «весовую категорию»). Следовательно, динамичность малого бизнеса соотносится с несением довольно высоких социальных рисков для занятых в нем сотрудников» [43, с. 96].

Так же она Ромашова Л.О. считает, что «их слабая социальная защищенность - важный мотив для качественной оценки потенциала малого предпринимательства в части образования дополнительных рабочих мест. Это и один из доводов в поддержку разделяемого многими экономистами мнения, согласно которому стимулирование малого бизнеса ни в коем случае не заменяет надобности развития крупной промышленности» [43, с. 96].

Реальные масштабы развития малого предпринимательства в РФ, как правило, считают очень скромными по сравнению со странами, характеризующиеся развитой рыночной экономикой, где удельный вес предпринимателей может превышать 50%, а доля малых предприятий в их числе – порядка 90%.

Существенную часть дополнительных рабочих мест обеспечивает такой сектор малого бизнеса как индивидуальное предпринимательство. Количество предпринимателей без образования юридического лица постоянно увеличивается.

По мнению Репкиной О.Б. «развитие малого предпринимательства влечет за собой увеличение вторичной занятости, при этом необходимо учитывать и наличие неформальных расчетов за те или иные услуги. В соответствии с официальной статистикой, на малые предприятия приходится более 40% всего количества внешних совместителей и около одной трети всего числа, работающих по гражданско-правовым договорам (а, учитывая работающих у ИП, эта доля еще больше). Распространение вторичных видов занятости наиболее применимо для сферы услуг (за исключением торговой отрасли и общепита). Особо высока доля вторичной занятости в компаниях финансово – кредитной и социально – культурной сфер. С этих вершин и нужно проводить анализ социальной роли малого бизнеса в регионах страны» [42, с. 11].

2. Обеспечение социальной стабильности и уменьшение уровня бедности.

Проблема социальной стабильности всегда имеет актуальность при увеличении социальной напряженности в обществе. «Путем создания новых предприятий и рабочих мест малое предпринимательство понижает остроту безработицы, гарантирует занятость населения, насыщает рынок разнообразными товарами и предложениями.

При растущей напряженности на рынке труда малый бизнес остается главной возможностью для создания новых рабочих мест».

3. Возможность амбициозным и предприимчивым людям открыть бизнес в производственной, научной и другой отрасли, реализуя в ней свои знания, умения и способности.

В настоящее время в России преобладает мнение, что основными качествами хорошего предпринимателя являются находчивость, энергичность, инициативность и хорошие организаторские способности. Профессионализм сейчас отступил на второй план. Однако только профессионал может грамотно оценить состояние рынка и сформулировать правильные выводы. Исходя из этого, возникает проблема увеличения

количества специалистов, которые имеют именно экономическое высшее образование.

4. Увеличение налоговых поступлений.

Малый бизнес активно принимает участие в формировании бюджетов всех уровней. Кроме непосредственных прямых отчислений в бюджет от доходов предприятий, компании малого бизнеса, создавая дополнительные рабочие места и являясь источником доходов населения, дает возможность собирать налоги так же и с физических лиц. Малые компании регулярно и своевременно вносят налоговые платежи по сравнению с представителями среднего и крупного бизнеса.

5. Увеличение устойчивости и конкурентоспособности организаций.

Не акцентируя внимание на том факте, что основная часть научного потенциала сконцентрирована на крупных фирмах, малые и средние компании по широкому кругу товаров зачастую начинают разработку и выпуск новой продукции.

Столяров А.В. отмечает, что «успех предпринимательства в этой сфере можно пояснить следующим образом. Усиление специализации в научных работах привело к тому, что в многочисленных случаях маленькие компании идут по наиболее простому или рискованному пути, функционируют в не самых перспективных отраслях» [51, с. 3].

6. Взаимодействие малого и крупного предпринимательства, способное помочь выжить в современных условиях рынка компаниям-гигантам, и встать на ноги только что созданным малым фирмам.

По мнению Иродовой Е.Е. «в экономике РФ предпринимательство строится на принципе кооперирования крупных и малых компаний, при этом крупные фирмы направлены не на подавление малого предпринимательства, а, напротив, на взаимовыгодное сотрудничество с ним. Именно поэтому крупные и малые компании взаимодополняют друг друга. Особенно часто это встречается в области специализации отдельных производств и в инновационных разработках» [20, с. 24].

Когда крупное производство направлено на массовый, примерно, однородный спрос, выпуск больших партий стандартных товаров, тогда малые компании ведут свою деятельность на небольших сегментах рынка, в выбранных ими нишах с крайне ограниченной номенклатурой изделий.

Кроме этого, Иродова Е.Е. считает, что «увеличивается дифференциация и разнообразие спроса. В отрасли личного потребления все более важное значение имеют специфические потребности довольно малых групп потребителей. Удовлетворять такой спрос в состоянии лишь небольшие компании, потому что для фирм-гигантов при выпуске многосерийной, и уж тем более даже заказной продукции это может быть совершенно нерентабельным [20, с. 25].

Если говорить о растущем рынке нового продукта, малая компания может стать крупной. Если спрос относительно постоянный, она может взять под контроль свою нишу на достаточно долгое время.

Таким образом, проанализировав подходы нескольких ученых к понятию термина «предпринимательство», можно сделать вывод, что под предпринимательством понимается такая деятельность, которая формируется частными лицами или компаниями по производству продукции, выполнению работ, оказанию услуг, приобретению или продаже товаров в обмен на другие товары или деньги к взаимной выгоде заинтересованных лиц, предприятий, организаций.

Рассматриваемый сектор экономики формирует необходимую атмосферу конкуренции, может быстро реагировать на любые отклонения рыночной конъюнктуры, заполнять возникающие ниши в сфере потребления, создает новые рабочие места и, наконец, предприятия малого бизнеса образуют ту среду и дух предпринимательства и бизнеса, без которых рыночная экономика невозможна.

1.2. Особенности развития малого бизнеса в России и за рубежом

Малый и средний бизнес в России в настоящее время развиваются в непростых условиях, что сдерживает дальнейшее развитие.

Малый бизнес очень гибко реагирует на изменение рыночной конъюнктуры, может быстро перестроить производство на выпуск другого товара или услуги. Все это дает возможность в короткие сроки окупать вложенный капитал путем его перелива из одной отрасли в другую.

Малый бизнес более восприимчив к нововведениям, так как может быстро перестраивать производство и апробировать новые идеи, но из-за ограниченности финансовых ресурсов заинтересован в ускоренной разработке технических решений. На Западе активно поддерживаются рискованные (венчурные) проекты за счет аккумуляции из различных источников финансовых средств под эти проекты.

По мнению Кошелевой Т.Н. «венчурные предприятия оперативно разрабатывают и доводят до выпуска промышленного образца многие оригинальные идеи. Всем известен факт, что малые предприятия гораздо быстрее могут создать инновационный продукт, нежели крупные предприятия. В силу этого для поддержки малого предпринимательства в развитых странах выделяются огромные финансовые ресурсы» [25, с. 10].

Основным нормативным документом обеспечивающим развитие малого бизнеса и содействие в этом государства является Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 N 209-ФЗ [3]. Однако этот документ не избавляет малый бизнес от проблем и правовых коллизий, скорее наоборот, нерешенных вопросов и различное их толкование, связанное со льготами, действующими моделями отчетности, порядком налогообложения, стало больше.

Нестабильность рыночной ситуации, отсутствие эффективной кредитной политики со стороны банковских структур, а также недостаточная компетентность самих предпринимателей приводят к тому, что количество создаваемых предприятий незначительно превышает количество разорившихся.

По оценкам экспертов прирост предприятий в России составляет 25 тыс. фирм в год, тогда как во Франции этот показатель составляет 220 тыс. в год [17, с. 125].

Доля малых предприятий в ВВП составляет 10-12 %, в развитых странах эта доля составляет 50-60 % [17, с. 125].

На тысячу жителей России приходится около 7 малых предприятий, в Европе этот показатель достигает 30-35 предприятий.

Однако, следует иметь в виду, что прямо сравнивать российскую и западную статистику некорректно, так как на Западе малым считается предприятие численностью 1 тыс. человек, а в России - не более 100 человек.

Много существует барьеров для выхода малого и среднего российского бизнеса на международную арену. Если говорить в целом, то здесь стоит отметить тот факт, что российские малые предприятия финансово маломощные, практически отсутствует поддержка государства в вопросе выхода на мировые рынки.

Мухаметлатыпов Р. Ф. приводит «следующие основные факторы, препятствующие развитию малого и среднего бизнеса и его выходу на международные рынки:

- волатильность законодательства;
- высокий уровень коррумпированности чиновников;
- недостаток или полное отсутствие финансирования малого бизнеса со стороны государства;
- отсутствие эффективной политики в области банковского кредитования;

- неполное использование возможностей либо их полное отсутствие в области доступа к современным технологиям;
- несовершенство налогового законодательства» [36, с. 361].

Распределение числа малых предприятий по использованию различных налоговых режимов в 2018 г. представлен на рисунке 1.1.

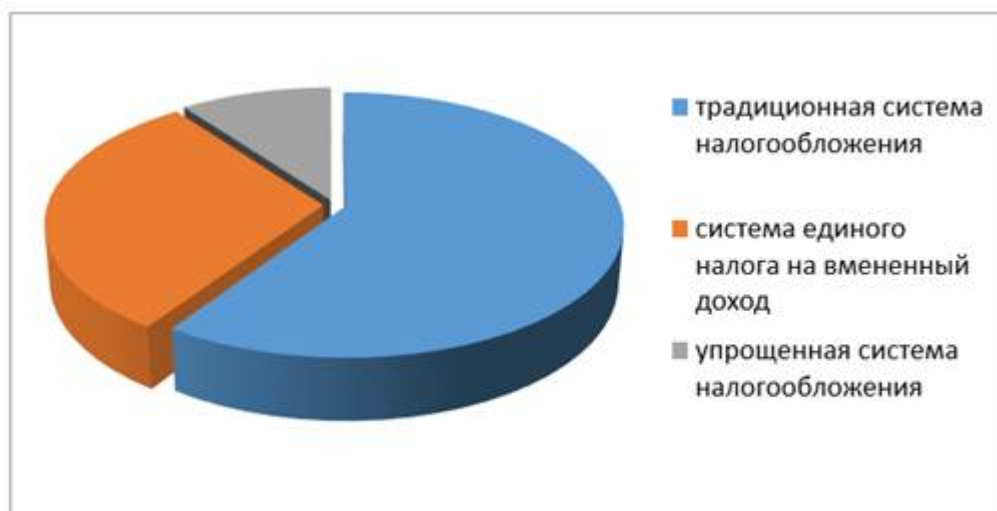


Рисунок 1.1 - Распределение числа малых предприятий по использованию различных налоговых режимов в 2018 г.

Источник: [28, с. 99].

Для успешного развития малого и среднего бизнеса необходима стабильная и эффективная налоговая система. Действующая на сегодняшний момент система, к сожалению, слишком сложна и неоднозначна, что способствует сокрытию субъектами хозяйственной деятельности своих реальных доходов, а значит и снижению доходов государства в целом.

Снижения бюрократического барьера - еще один фактор развития малого и среднего бизнеса. Делать это необходимо через упрощение процедуры регистрации предприятий, лицензирования и выделения помещения для аренды. Улучшение нормативной базы вкупе со снижением бюрократического барьера создадут условия и для свертывания теневой экономики России.

Таким образом, в целом малый и средний бизнес в России развивается медленными темпами. Роль малых предприятий в экономике развитых стран такая же, как и у крупных предприятий: малый бизнес приносит 50 % в валовой национальный продукт страны, что означает сбалансированность экономики.

1.3. Государственная поддержка развития малого бизнеса

Для помощи предпринимателям государство ежегодно выделяет огромные суммы. Для поддержки малого бизнеса работает ряд госпрограмм, цель которых – содействие субъектам предпринимательства.

Государство предоставляет предпринимателям различные виды содействия:

- Финансовое – программы поддержки малого бизнеса подразумевают выделение субсидий, суммы которых колеблются от 60 тыс. до 25 млн руб.

- Имущественное – предприниматели получают возможность безвозмездно или на льготных условиях пользоваться государственным имуществом (аренда помещений, земельных участков).

- Информационное – путем создания федеральных и региональных информационных систем, официальных сайтов для обеспечения субъектов предпринимательства актуальными сведениями.

- Консультационное – поддержка малого предпринимательства подразумевает оказание содействия в виде профессиональных консультаций.

- Образовательное – разработка программ подготовки специалистов, повышения квалификации сотрудников.

На финансовое содействие в рамках программы поддержки малого бизнеса претендовали многие предприниматели. Но деньги между соискателями распределяют неравномерно. Российское правительство выделяет приоритетные направления бизнеса, которым поддержка оказывается в первую очередь. Прежде всего, это сельскохозяйственная

сфера – производство и переработка мяса, молочной продукции, овощей. Среди других направлений, которым господдержка оказывается в первую очередь можно выделить: Производство продукции (продовольственной и промышленной) первой необходимости. Система здравоохранения. Экологический туризм. Коммунальные, бытовые и прочие услуги. Социальное предпринимательство. Инновационные технологии. В отдельных регионах приоритеты иные – в зависимости от того, какая область производства или услуг там считается уязвимой. Владельцы предприятий в этих сферах могут гарантированно рассчитывать на помощь в рамках региональных программ поддержки малого и среднего предпринимательства.

Действующие программы поддержки малого предпринимательства ориентированы на компании и организации с определенной численностью сотрудников и размером годового оборота. К малому бизнесу относятся предприятия со штатом не более 100 человек и с максимальным оборотом до 800 млн руб. Дополнительные требования:

Срок деятельности фирмы – не более 2 лет.

Обязательная регистрация субъекта в налоговой.

Отсутствие долгов по налогам и социальным отчислениям в Пенсионный фонд, ФОМС, соцстрах.

Для получения финансовой помощи на открытие или развитие собственного дела нужно предоставить подробный бизнес-план. Полученные средства важно расходовать по назначению. Различают несколько направлений субсидирования – на приобретение оборудования, сырья, компенсация затрат на аренду и др. По всем видам расходов требуется строгая отчетность в соответствующие организации.

Помощь, предусматриваемую мерами государственной поддержки малого бизнеса в России, оказывают разные инстанции. К ним относятся:

- Администрация города – предоставление необходимой информации.
- ТПП (Торгово-промышленная палата) – бесплатное консультирование по вопросам права, развития компаний, маркетинга и др. Оказание помощи

для участия малого и среднего бизнеса в выставках федерального и международного уровня.

- Фонд поддержки предпринимательства – проведение профессиональной экспертизы бизнес-проектов, составленных предпринимателями. В случае их одобрения – выделение финансирования на развитие предприятия.

- Бизнес-инкубаторы – создание эффективной инфраструктуры: предоставление площадей под офис, бизнес-консультации, рекламные проекты, содействие в привлечении инвестиций.

- Венчурные и гарантийные фонды – финансовая помощь перспективным стартаперам и молодым бизнесменам, выделение грантов.

- Центр занятости населения – поддержка безработных граждан, которые планируют открыть свое дело.

- Фонд содействия кредитованию малого бизнеса в Москве (фонд поддержки малого предпринимательства) - Фонд содействия кредитованию малого бизнеса Москвы (Московский гарантийный фонд) помогает малым и средним компаниям привлечь финансирование при нехватке обеспечения (залога). Фонд выступает Поручителем за субъекты МСП Москвы перед банками-партнерами и другими кредиторами.

Здесь стоит также отметить, что в послании Федеральному собранию 20 февраля 2019 года президент Владимир Путин поручил правительству совместно с бизнес-сообществом проработать вопрос о запуске онлайн-платформы, на которой предприниматели смогут заявлять о давлении на них. Глава государства подчеркнул, что к концу текущего года ресурс должен «действовать хотя бы в пилотном режиме». Предполагается, что платформа станет еще одним инструментом, с помощью которого предприниматель сможет отстаивать свои права.

Любому коммерческому предприятию важнее получить «живые» деньги на развитие предприятия, чем консультацию. Господдержка малого

бизнеса предусматривает выделение предпринимателям более 11 млрд рублей. Существует несколько вариантов получения финансирования.

1. Субсидия начинающим предпринимателям

Финансирование по линии Министерства экономики и развития предусматривает выделение безвозмездной субсидии для владельцев компаний, действующих на рынке менее 2 лет. Максимальный размер - 500 000 руб. Деньги выделяются на конкурсной основе – его условия и сроки оглашаются заранее.

Полученные средства нужно использовать на указанные цели. Нецелевые траты – повод для возврата денег государству. Преимущество при распределении субсидий отдадут предприятиям сельского хозяйства, организациям, которые занимаются народно-художественным промыслом, выпуском товаров народного потребления.

Повышенные шансы получить субсидию – у предпринимателей, развивающих социальные или экспортно-ориентированные проекты, а также у обладателей социальных льгот:

- людей с ограниченными физическими возможностями;
- матерей (отцов), воспитывающих детей в одиночку;
- если в семье доход ниже прожиточного минимума.

2. Субсидия от Центра занятости

Государственная служба занятости выдает субсидии безработным россиянам, планирующим открыть собственное дело. В рамках безвозмездного финансирования малого бизнеса государством выделяется на открытие ИП 59 800 руб. Сумма небольшая, но и условия для получения мягкие: нет конкурсного отбора, отсутствуют жесткие требования к составлению бизнес-плана. Важное условие: подавать заявку на получение финансовой помощи можно только до момента регистрации в качестве ИП.

3. Льготное кредитование

Меры поддержки субъектов малого предпринимательства предусматривают финансовую поддержку при потребности в кредитовании.

У предпринимателя три варианта:

- Оформить в банке заем, а затем получить субсидию в объеме процентной ставки.

- Оформить на небольшой срок микрозайм на сумму 10-100 тыс. руб. под 5-10 % годовых. Обязательное условие - финансовое обеспечение (оборудование, мат. активы, недвижимость).

- Оформить льготный займ, обратившись за поручительством в гарантийный фонд.

Лояльные условия предоставляются владельцам предприятий в сфере АПК: ставка по кредиту для них составит не более 5%. Остальное компенсирует Министерство сельского хозяйства.

Конкурсные программы Весомая поддержка государством малого бизнеса – конкурсные федеральные программы, в рамках которых начинающий бизнесмен может рассчитывать на получение внушительных сумм – до 25 млн руб. Реализацией программ занимается Фонд содействия инновациям – государственная организация, которая имеет представителей в разных регионах. Подать заявку можно на сайте организации <http://fasie.ru/> или в ее региональном представительстве.

Таблица 1.2

Анализ программ государственной поддержки малого бизнеса

Программа	Объем финансирования	Приоритетные направления	Условия получения	Цель программы
Умник	До 500 000 руб.	Инновационные технологии	Возраст до 30 лет	Развитие научно-исследовательских проектов
Старт	До 2,5 млн. руб.	Производство новых товаров, услуг, технологий	Наличие инвестора, готового профинансировать второй этап проекта	Развитие компаний, стремящихся к модернизации, созданию дополнительных

			сумме, равной гос. поддержке	х рабочих мест
Развитие	До 20 млн. руб.	Активно развивающиеся компании, вкладывающие при производстве продукции большие суммы в научные исследования	Опыт создания наукоемких продуктов и их реализации, планы по освоению новых видов продукции	Развитие компаний, стремящихся к модернизации, созданию дополнительных рабочих мест
Интернационализация	До 15 млн. руб.	Компании по производству высокотехнологичной продукции	Опыт поставок продукции за границу	Увеличение количества предприятий, осваивающих выпуск инновационной продукции на экспорт
Коммерциализация	До 15 млн. руб.	Разработка импортозамещающих проектов, перспективная коммерциализация	Завершение стадии научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ	Улучшение условий для организаций, которые планируют увеличивать объемы выпуска инновационной продукции
Кооперация	До 25 млн. руб.	Компании с опытом производства и реализации собственных наукоемких товаров	Наличие соглашения между компанией и промышленным партнером	Развитие партнерских отношений между предприятиями малого и среднего, крупного бизнеса

Источник: составлено автором.

В рамках реализации программ поддержки малого и среднего предпринимательства помощь оказывается предпринимателям в различных сферах. За исключением нескольких направлений, которые станут препятствием для получения финансовой помощи от государства. Не выдадут субсидию на производство алкоголя (в том числе и слабого,

например, пива), табачной продукции. При открытии страховой или банковской организации придется тоже рассчитывать только на свои силы.

Уменьшит шансы на выдачу финансовой поддержки может плохо составленный бизнес-план. В документе следует четко обосновать сроки окупаемости проекта, его значимость, размеры предполагаемой прибыли. Нельзя получить субсидию, если компания начала процедуру банкротства.

Таким образом, государство оказывает поддержку малому предпринимательству в виде оказания финансовой поддержки, предоставления на льготных условиях или безвозмездно государственного имущества, создания федеральных и региональных информационных систем, официальных сайтов для обеспечения субъектов предпринимательства актуальными сведениями, профессиональных консультаций, а так же разработки программ подготовки специалистов, повышения квалификации сотрудников.

Проведя анализ подходов ученых к понятию термина «предпринимательство», можно сделать вывод, что под предпринимательством понимается такая деятельность, которая формируется частными лицами или компаниями по производству продукции, выполнению работ, оказанию услуг, приобретению или продаже товаров в обмен на другие товары или деньги к взаимной выгоде заинтересованных лиц, предприятий, организаций.

Рассматриваемый сектор экономики формирует необходимую атмосферу конкуренции, может быстро реагировать на любые отклонения рыночной конъюнктуры, заполнять возникающие ниши в сфере потребления, создает новые рабочие места и, наконец, предприятия малого бизнеса образуют ту среду и дух предпринимательства и бизнеса, без которых рыночная экономика невозможна.

В целом малый и средний бизнес в России развивается медленными темпами. Роль малых предприятий в экономике развитых стран такая же, как и у крупных предприятий: малый бизнес приносит

50 % в валовой национальный продукт страны, что означает сбалансированность экономики.

ГЛАВА 2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАЛОГО БИЗНЕСА В ПРОИЗВОДСТВЕ ОБЩЕСТВЕННЫХ БЛАГ В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1. Исследование направлений деятельности малого бизнеса в сфере производства общественных благ

Малое предпринимательство - сектор экономики, создающий во всем мире необходимую атмосферу конкуренции. Он способен быстро реагировать на изменения рыночной конъюнктуры, заполнять образующиеся ниши в потребительской сфере, создает дополнительные рабочие места и т. п. Несмотря на наметившуюся в последние два года тенденцию роста производства продукции, работ и услуг на малых предприятиях, их вклад в валовой внутренний продукт России не превышает 12–14 %. По-прежнему сохраняется высокая дифференциация по уровню развития малого предпринимательства между субъектами Российской Федерации, потенциал малого предпринимательства в развитии экономики регионов задействован крайне неравномерно.

Исходя из особенностей региона и анализа имеющегося опыта, можно выделить следующие приоритетные направления развития малого предпринимательства: сфера услуг; производство и переработка сельскохозяйственной продукции; коммунальное хозяйство. В этой связи исследование и анализ ключевых направлений развития малого бизнеса приобретает особую значимость и актуальность.

Проведенный анализ показал, что в 2017–2018 гг. наиболее высокий прирост субъектов малого предпринимательства наблюдался в сфере гостиничного и ресторанного обслуживания - 42,8 %, что связано с развитием туристско-рекреационных зон субъектов.

Неуклонное укрепление отечественной экономики, усиление ее социальной направленности, ориентация на создание благоприятных условий для достойной жизни и свободного развития каждого гражданина страны

выдвигают необходимость расширения и постоянного совершенствования сферы услуг. Успешное решение этой сложной и многоаспектной проблемы во многом зависит от устойчивого развития сектора малого предпринимательства, играющего значительную роль в данной области национального хозяйства.

Актуальным в сложившихся условиях становится вопрос развития малого бизнеса в сфере услуг, который призван выполнять социально-экономические функции, обеспечивать сбалансированность спроса и предложения на рынке услуг, создавать новые рабочие места, решать сложный комплекс социально-экономических задач развития регионов и территорий. Особенностью развития малого бизнеса в сфере услуг является короткий жизненный цикл малых предприятий, что требует постоянного наращивания их количества и предпринимательских структур, а также повышения эффективности и устойчивости малого бизнеса.

С другой стороны, негативным моментом, характерным для всех малых форм предпринимательства, является недооценка руководителями значения управления развитием предприятия, собственностью, кадрами, что следует рассматривать как серьезный сдерживающий фактор на пути цивилизованного развития малого бизнеса во всех отраслях сферы услуг.

Тем самым становится все более необходимым устойчивое развитие малого бизнеса с позиции обеспечения снижения социальной напряженности, расширения номенклатуры услуг, оказываемых населению, предприятиям и организациям на той или иной территории. По существу, ставится задача создания стратегического управления малым бизнесом в сфере услуг, эффективность которого, как показывает теория и подтверждает практика управления, оправдана в условиях нестабильности факторов внешней среды. Оно способствует усилению действия рыночных механизмов по отношению к сфере услуг и выступает основополагающим условием успешного развития, как ее самой, так и экономики регионов и страны в целом на современном этапе экономических и социальных преобразований.

Сфера услуг является элементом народнохозяйственного комплекса, участвует в общей системе экономических отношений, подчиняясь общим экономическим законам, действующим в обществе. В связи с этим на развитие малого бизнеса в сфере услуг оказывают влияние многочисленные факторы экономического, технологического, правового, политического, социокультурного, демографического, институционального характера.

Экономические факторы определяются масштабом рынка услуг и уровнем его развития, величиной доходов населения, уровнем платежеспособного спроса и конкуренции в отраслях, устойчивостью рубля, доступностью кредитов для предпринимателей и бизнесменов сферы услуг, состоянием основных фондов и т. д. Рынок услуг создает благоприятные условия для бизнеса из-за большой оборачиваемости капитала, что позволяет вовлекать множество малых предприятий в эту сферу деятельности, способствуя занятости в малом бизнесе большого числа экономически активных лиц. Среди факторов, формирующих малый бизнес в сфере услуг, можно выделить следующие: уровень развития инновационной деятельности в конкретном регионе; сырьевой потенциал; уровень спроса на различные виды бытовых и промышленных услуг; уровень рыночных цен; уровень льгот и дотаций; налоговая политика.

Активизация инновационной деятельности в сфере услуг зависит также от технологических факторов, включающих уровень развития науки, техники и технологий, которые в совокупности с социокультурными факторами определяют возможности реализации предпринимательской инициативы на мировом уровне.

Предприятия сферы услуг должны учитывать все многообразие маркетинговых факторов информационного характера, наличие которых должно способствовать гибкому реагированию бизнесменов и предпринимателей на любые изменения рыночной ситуации, своевременно корректируя стратегию и тактику развития предприятия сферы услуг.

На основе системного подхода к эффективности и устойчивости малого бизнеса в сфере услуг необходимо исследование совокупности объективных факторов, оказывающих влияние на развитие его предприятий и организаций. Малый бизнес в сфере услуг можно рассматривать как систему, так как бизнес представляет собой сочетание разнофункциональных и разнокачественных объектов, которые выполняют производственную, коммерческую и финансовую функции, объединенные в рамках бизнеса. Поэтому в малом бизнесе можно выделить три взаимосвязанные самостоятельные подсистемы — производственную, коммерческую и финансовую, каждая из которых является сложным образованием, имеющим собственные элементы.

Коммерческие факторы реализуются выполнением разнообразных услуг в соответствии с запросами потребителей, используя прямые методы сбыта, обеспечивающие личный контакт между производителем и потребителем, профессиональное представление качества оказываемых услуг. Причем производственные и коммерческие факторы тесно взаимосвязаны, когда производство является формирующим элементом, который развивается в условиях изменяющейся внешней среды, определяющих границы коммерческой деятельности.

В сфере обслуживания организационно-культурные принципы имеют особое значение, предопределяемое самим видом деятельности, которая связана с непосредственным контактом с потребителем, что требует создания определенного культурно-психологического климата в коллективе сотрудников малого предприятия, который учитывает единые ценностные ориентиры предприятия в процессе выполнения работниками профессиональных функций.

Отраслевые особенности услуг предопределяют возникновение дополнительных факторов, отражающих характер, приоритеты развития отраслей, территорий регионального и местного значения (информационные, инновационные, экологические, демографические, национальные интересы).

Основой малого бизнеса является предпринимательство как инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода. Развитие предпринимательской деятельности зависит от наличия желания открыть собственное дело и наличия возможностей, но в тоже время побудительным мотивом является не только получение прибыли, но и стремление реализовать свои замыслы, добиться признания в обществе, а также удовлетворение потребностей общества.

Предпринимательская деятельность в сфере услуг должна отличаться способностью предпринимателя принимать на себя экономические риски, связанные со спецификой развития сферы услуг на определенной территории и особенностями отраслевого характера.

Предпринимательская деятельность в сфере услуг может осуществляться в различных формах, которые дополняют друг друга, что способствует повышению эффективности производства и продвижения услуг потребителю.

В условиях рыночных отношений эффективное функционирование малых предпринимательских структур определяется уровнем эффективности выполнения основных коммерческих функций, которые непосредственно связаны с целевой ориентацией маркетинговой деятельности, имеющей свои особенности в сфере услуг. Специализация малого предприятия определяется специализированным ассортиментом услуг, который характеризуется преимущественным преобладанием услуг, объединенных по видам и разновидностям. Объектами коммерции в сфере услуг выступают как материальные, так и нематериальные ценности, при этом коммерция активно проникает в такие сферы предпринимательства, как финансы, образование, логистика, информатика и др.

Предприятия малого бизнеса в сфере услуг являются экономическими системами, в то же время их можно рассматривать и как социально-экономическую структуру, организующую производство услуг,

востребованных во внешней среде, и использующую внутренние и внешние ресурсы, что позволяет исследовать особенности их развития на основе системного подхода.

Как и любая экономическая структура, предприятие малого бизнеса сферы услуг подвержено влиянию изменений, но при соответствующих институциональных условиях способно устойчиво развиваться.

Максимальное использование потенциала предпринимательства зависит как от самих бизнесменов, так и от условий, в которых протекает их деятельность. Определяющие факторы формирования условий — политическая и социальная атмосфера в стране и, в особенности, экономическая политика государства.

Сегодня развитие малого бизнеса осложнено наличием многих проблем. К факторам сдерживания малого предпринимательства в России можно отнести: нестабильность общеэкономических и правовых условий, трудности в получении малыми предприятиями необходимых помещений, кредитов, инвестиций, информации и т. д.; сложную административную обстановку; неотлаженность механизма государственной поддержки.

При анализе состояния и развития малого предпринимательства исключительно важное значение имеет региональный аспект. Принципиальную роль здесь играет также использование возможностей местной инициативы, способной обеспечить разнообразие поиска путей решения сложнейших проблем преодоления современных экономических трудностей.

Наиболее заметно малый бизнес может продемонстрировать свои возможности именно на местных рынках, выступив в качестве средства решения следующих проблем: более эффективное, полное использование и распределение материальных, кадровых, организационных и технических ресурсов; увеличение производительности труда; активизация местного предпринимательства и развитие конкуренции; увеличение интенсивности производственных и коммерческих связей; вытеснение неэффективных

производств и организаций; диверсификация местной экономики; развитие мелкомасштабных рынков; приближение товаров и услуг к потребителю; выравнивание условий жизни; повышение конкурентоспособности локальной экономики.

Малый бизнес в силу своей специфики имеет ярко выраженную региональную ориентацию. Малые предприятия строят свою деятельность исходя прежде всего из потребностей местного рынка, объема и структуры локального спроса.

Таким образом, развитие сферы услуг происходит, с одной стороны, путем усиления разнообразия сервисной деятельности, отражая тенденцию специализации и диверсификации производства услуг, а с другой стороны — путем возрастания роли принципа кооперации и дополнительности, отражая тенденцию единства и разнообразия. Эти тенденции проявляются в усложнении многофункциональной зависимости одних услуг от других. Так, например, услуги гостиниц не ограничиваются предоставлением потребителю места для проживания, но включают комплекс разнообразных услуг — питание в кафе и ресторане, торговые и бытовые рекреационные услуги. Услуги жилищного хозяйства неотделимы от коммунальных услуг, ремонтно-технического сервиса. Торговые услуги розничной торговли нередко сопровождаются фасовкой, хранением, подготовкой товаров к продаже, рекламными и другими услугами.

Многофункциональная взаимосвязь услуг делает невозможным с позиции одного или двух критериев предложить совершенную производительно-техническую и функциональную классификацию сервисной деятельности.

Что касается услуг в чистом виде, то они обладают в отличие от чистых общественных услуг следующими альтернативными свойствами:

- индивидуальный характер потребления, делимость и избирательность;

- исключаемость и конкурентность, отсутствие монопольного положения какого-либо из участников отношения по поводу данного вида услуг (равномерное распределение информации между всеми участниками сделки).

Благодаря указанным свойствам чистые частные услуги, производимые на продажу, целиком и полностью включатся в рыночные отношения. Их производство осуществляется на основе собственности и свободной конкуренции. Основой рыночного конкурентного механизма в секторе частных услуг являются равновесные цены, которые определяются законом спроса и предложения на рынке услуг.

К рыночному, платному сектору услуг относятся многие производственные и деловые услуги, услуги личного характера и услуги по обслуживанию домашнего хозяйства.

Немало услуг занимает промежуточное положение между общественным (государственным) и частным (рыночным) секторами услуг.

Одни смешанные услуги обладают большими свойствами общественных благ (например, многие социально-культурные услуги) и тяготеют к общественному сектору услуг, их называют социально значимыми, смешанными услугами, поскольку они ориентированы в большей степени на интересы общества и общественного производства, чем на интересы отдельной личности. Их роль в социальной интеграции, в обеспечении социального равенства и социальной защиты людей очень велика.

Другие смешанные услуги обладают большими свойствами частных благ и в большей степени тяготеют к частному сектору экономики. Так, культурно-развлекательные и досугово-рекреационные, туристические, спортивно-оздоровительные, жилищно-коммунальные и некоторые бытовые услуги, несмотря на их определенную социальную ориентированность, ближе всего к частному, платному сектору услуг.

Следует подчеркнуть, что подавляющая доля услуг имеет смешанную направленность, так как социальная значимость этих услуг несомненна, а поэтому вопрос о классификации услуг является одним из основных методологических вопросов, требующих решения для развития сферы сервиса на мировом уровне.

Структура услуг населению в России не способствует формированию рабочей силы высокого качества, а следовательно, снижаются возможности роста производительности труда и повышения благосостояния народа. Кроме этого, имеет место также разброс в структуре платных услуг по регионам России. Например, если в 11 субъектах Российской Федерации услуги пассажирского транспорта занимают более 25 % объема платных услуг, то в 27 регионах они не превышают 15 % по бытовым услугам. Те же уровни удельного веса отмечены соответственно в 17 и 29 регионах.

Для формирования развитой сферы платных услуг в Российской Федерации следует исходить из того, что все перечисленные услуги должны быть доступны каждому члену общества, а процесс их оказания должен протекать в цивилизованных организационно-правовых формах. Это выводит развитие сферы платных услуг на уровень государственной политики.

Как отмечалось выше, основная масса предприятий сферы сервиса относится к малому предпринимательству. Малые предприятия сферы сервиса наряду с общей ролью малого бизнеса в экономике страны призваны решать следующие вопросы: экономия и рациональное использование свободного времени человека; денежные доходы населения (ремонтные услуги); должны способствовать оживлению крупного производства и научно-технического прогресса; влиять на духовное обогащение общества через социально-культурные услуги; способствовать осуществлению социальной политики государства (услуги социального обеспечения и здравоохранения); повышать образовательный уровень населения; организовывать отдых людей (туризм, развлечения и т. п.).

В России малый сектор экономики только начинает формироваться. Сравнительный анализ экономики нашей страны и других стран позволяет сделать вывод о том, что для достижения необходимого уровня развития в структуре российской национальной экономики должно быть не менее 11–12 млн малых предприятий.

Сфера малого бизнеса не является пока определяющей и на рынке труда России. Тем не менее, малый бизнес уже сегодня играет серьезную роль в снижении темпов роста безработицы. По мере становления инфраструктуры малой экономики это влияние будет усиливаться.

Наибольшее влияние малый бизнес оказывает на местные рынки, на которых он позволяет решать следующие проблемы:

- эффективное использование материальных, трудовых и финансовых ресурсов, рост производительности труда;
- повышение эффективности использования и увеличение интенсивности производственных и коммерческих связей, вытеснение неэффективных производств;
- диверсификация местной экономики, развитие региональных рынков, приближение товаров и услуг к потребителю, территориальное выравнивание уровня жизни населения;
- содействие повышению конкурентоспособности;
- создание дополнительных рабочих мест при относительно меньших затратах, чем на крупных предприятиях;
- увеличение объемов, расширение ассортимента и повышение качества выпускаемой продукции;
- освоение новых технологий, перспективных рынков и увеличение выпуска новых видов продукции;
- внедрение новых форм организации производства, финансирования и сбыта.

Таким образом, эффективное развитие малого бизнеса в сфере услуг различной отраслевой направленности возможно только при рациональной организации системы управления, основой которой является организационная культура предприятия и управления, обеспечивающая согласованность действий персонала и реализацию миссии предприятия, сформулированной с учетом культуры предприятия, его ценностных ориентаций.

2.2. Характеристика производства общественных благ в Тюменской области

Задачи бюджетной политики правительства Тюменской области определены в основном финансовом документе - законе о бюджете, а его исполнение является одним из важнейших условий экономического и социального развития области. За годы реализации Программы «Развитие Тюменской области» принятые законом о бюджете обязательства исполнялись в полном объёме. Стало нормой формирование реального бюджета, на основе чётко определённых приоритетов расходования бюджетных средств.

Расходы консолидированного бюджета Тюменской области представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1

Расходы консолидированного бюджета Тюменской области, млн. руб.

Наименование	2014	2015	2016	2017
Государственное управление и местное самоуправление	636,1	791,6	108,25	105,33
Правоохранительная деятельность и обеспечение безопасности государства	252,1	297,4	396,9	412,1
НАРОДНОЕ ХОЗЯЙСТВО	465,37	393,66	398,93	395,29

Строительство, архитектура	988,7	121,35	149,72	146,50
Сельское хозяйство и рыболовство	602,6	513,3	428,2	474,6
Охрана окружающей среды и природных ресурсов	884,56	408,54	530,95	584,97
Транспорт, дорожное хоз-во, связь и информатика	280,9	326,9	245,2	275,8
Жилищно-коммунальное хозяйство	179,73	157,91	160,04	153,42
Предупреждение и ликвидация чрезвычайных ситуаций и стихийных бедствий	719,20	928,14	115,28	144,6
СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СФЕРА	547,41	771,35	837,87	902,44
Образование	253,57	373,25	395,46	430,8
Культура, искусство и кинематография	256,1	412,4	444,5	472,3
Средства массовой информации	636,61	600,30	140,01	111,3
Здравоохранение и физическая культура	165,28	249,24	270,39	292,80
Социальная политика	965,7	101,59	113,55	119,18
Обслуживание государственного долга	455,29	176,45	402,40	397,08
Другие расходы	355,2	431,07	643,2	508,1
ИТОГО РАСХОДОВ	1.141,68	1.318,798	145,312	149,906
Справочно:				
ФОТ начислениями	300,03	540,44	610,97	721,05
Удельный вес ФОТ в расходах (без учёта терр. дорожного фонда), %	25,7	40,0	41,2	48,1
Капитальные вложения в основные фонды	165,57	179,11	195,64	177,95
Удельный вес капитальных вложений в основные фонды в расходах, %	12,7	12,1	12,3	11,0

Источник: составлено автором.

Согласно таблице 2.1, по Тюменской области в период с 2014 по 2017 годы практически по всем статьям наблюдается увеличение расходов на производство и поддержание общественных благ. Так, например, на правоохранительную деятельность и поддержание общественного порядка в 2017 году было выделено на 15131 тыс. рублей больше, чем в 2016 году. На предупреждение и ликвидацию чрезвычайных ситуаций и стихийных бедствий - на 2960 тыс. рублей больше.

Структура расходов консолидированного бюджета Тюменской области в тыс. рублях представлена в таблице 2.2.

Таблица 2.2

Структура расходов консолидированного бюджета Тюменской области

Наименование	2014	2015	2016	2017
Расходы на народное хозяйство	35,8	26,7	25,1	24,5
Расходы на социально-культурную сферу	42,1	52,2	52,8	55,9
Другие расходы	22,1	21,1	22,1	19,6
ИТОГО РАСХОДОВ	100,0	100,0	100,0	100,0

Источник: составлено автором.

Согласно таблице 2.2, в 2017 году произошло увеличение доли расходов на социально-культурную сферу на 3,1% и снижение доли расходов на 0,6%.

Распределение расходов бюджета Тюменской на 2007 год, выглядит следующим образом (таблица 2.3).

Таблица 2.3

Распределение расходов бюджета Тюменской области на 2018 год

Наименование	Сумма, тыс. руб.

Общегосударственные вопросы	1021644,8
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность, всего	
в том числе:	966986,1
органы внутренних дел	670449,0
органы юстиции	1580,1
предупреждение и ликвидация последствий ЧС и стихийных бедствий, ГО	66636
обеспечение противопожарной безопасности	227321
другие вопросы	1000
Национальная экономика	5408979,4
Жилищно-коммунальное хозяйство	653270,0
Охрана окружающей среды	49400,0
Образование	1528571,4
Культура, кинематография и средства массовой информации	348098,0
Здравоохранение и спорт	2159253,1
Социальная политика	2234585,6
Межбюджетные трансферты	7533732,2
Всего расходов	21904520,6

Источник: составлено автором.

Согласно таблице 2.3, доля расходов на национальную безопасность составляет всего 4,4%, доля общегосударственных расходов составляет - 4,66%, охрана окружающей среды - 0,22%.

Таким образом, в структуре расходов государственного бюджета уделяется незначительное внимание и финансирование охране окружающей среды, что может повлечь за собой серьезные последствия (загрязнение водоёмов, воздуха, отравление водоёмов, высокая загазованность воздуха и прочее). Всё это повлечёт за собой тяжкие последствия, что отразится на состоянии здоровья человека и животных.

2.3. Анализ влияния производства общественных благ на развитие малого бизнеса в Тюменской области

Развитие современного российского бизнеса, безусловно, находится в прямой зависимости от характера и содержания экономической политики, от его поддержки государством. К сожалению, несмотря на все усилия по активизации малого бизнеса со стороны государства от федерального до муниципального уровня, коренного улучшения ситуации не происходило [8, с. 81].

В нашей стране количество малых предприятий по сравнению с крупными предприятиями гораздо меньше, чем в развитых странах.

На 1 октября 2017 г. число зарегистрированных малых предприятий составило 1 136,2 тыс., что на 10,2% выше, чем по состоянию на 1 октября 2016 г. Количество малых предприятий в расчете на 100 тыс. жителей достигло 791,9 ед., увеличившись по сравнению с 1 октября 2016 г. на 73,0 ед.

Наиболее значительно число зарегистрированных малых предприятий на 100 тыс. жителей увеличилось в Северо-Западном ФО, заметное увеличение произошло также в Дальневосточном ФО (таблица 2.4).

Таблица 2.4

Количество зарегистрированных малых предприятий по федеральным округам Российской Федерации

Федеральные округа	Количество зарегистрированных МП на 1 октября 2017 г. в расчете на 100 тыс. чел. населения	Прирост / сокращение (-) количества зарегистрированных МП на 100 тыс. чел.
РФ	791,9	73,0
Центральный	996,9	61,3
Северо-Западный	1 402,7	223,6
Южный	499,1	10,1

Приволжский	623,2	58,9
Уральский	661,3	43,2
Сибирский	658,8	97,0
Дальневосточный	794,8	121,3

Источник: составлено автором.

Увеличение количества зарегистрированных малых предприятий сопровождалось ростом среднесписочной численности занятых на малых предприятиях.

В январе-сентябре 2017 г. прирост оборота МП отмечается в 71 регионе, при этом прирост более чем на 30% наблюдался в 21 из них. При этом объемы оборота МП сократились всего в 13 регионах (табл. 2.5).

Таблица 2.5

Объемы оборота МП по федеральным округам Российской Федерации
в январе-сентябре 2018 г.

Федеральные округа	млн. руб.	На душу населения, руб.	В % к январю-сентябрю 2017 г.
РФ	10 987 506,1	76 581,8	114,7
Центральный	4 964 675,4	132 229,8	111,9
Северо-Западный	1 227 364,5	89 386,4	125,6
Южный	982 600,8	43 057,2	111,0
Приволжский	1 615 533,6	52 605,8	113,3
Уральский	862 902,8	70 273,5	121,8
Сибирский	995 401,7	50 287,5	111,3
Дальневосточный	339 027,3	51 422,3	125,0

Источник: составлено автором.

Итоги деятельности малых предприятий в региональном разрезе можно рассматривать как положительные. В январе-сентябре 2017 г. оборот малых предприятий вырос на 14,7% относительно аналогичного периода предыдущего года.

В Тюменской области в 2016 году насчитывалось 9948 малых предприятий и 25604 индивидуальных предпринимателей, которые обеспечивали рабочими местами свыше 106 000 человек. В основном малые предприятия сосредоточены в Тюмени (около 80 %) и Тюменском районе (более 5 %). В 2017 году количество малых предприятий Тюменской области возросло на 30% (как и в 2016 году). Высокий темп роста числа малых предприятий в 2016-2017 гг. позволил Тюменской области сохранить лидирующие позиции среди регионов РФ по приросту числа малых предприятий на 100 тысяч населения.

Количество индивидуальных предпринимателей в Тюменской области также устойчиво возрастает, темп роста за 2017 год составил 110,2%. Общий оборот малых предприятий в 2016 г. составил более 91,8 млрд. руб., по оценкам прирост этого показателя в 2017 году составит 132,9%.

Наиболее привлекательной для малого бизнеса является сфера оптовой и розничной торговли (40,8%) и операции с недвижимым имуществом (17,1%). Значительное развитие малые предприятия получили также в промышленности (обрабатывающие производства 13,5%) и строительстве (11,4%).

В области создана и действует устойчивая нормативная база поддержки предпринимательства, фонд поддержки предпринимательства, развитая инфраструктура поддержки предпринимательства, включающая кредитные организации, консалтинговые компании, систему центров поддержки предпринимательства, образовательные учреждения.

С 2015 г. ежегодно проводится областной конкурс «Лидеры предпринимательства». Конкурс проводится в целях содействия

дальнейшему развитию предпринимательства в Тюменской области, популяризации опыта работы лучших малых предприятий, индивидуальных предпринимателей, организаций инфраструктуры поддержки предпринимательства Тюменской области.

Несмотря на положительные тенденции в России уровень развития малого и среднего бизнеса в настоящее время не соответствует потребностям экономики страны. К европейскому уровню (25-30 предприятий на тысячу жителей) приближаются лишь Санкт-Петербург (23 предприятия) и Москва (21 предприятие), на третьем месте Магадан (12 предприятий). В среднем же по России на тысячу жителей приходится 6 малых предприятий, в депрессивных районах и вовсе 1-2 [36, с.25].

Ныне в общем количестве экономически активного российского населения предприниматели составляют около 17%. Это в 3-4 раза ниже уровня западноевропейских стран.

В современной экономике промышленно развитых стран от 50 до 60% валового внутреннего продукта приходится на малые и средние предприятия. Например, в Великобритании этот показатель составляет от 50 до 53%, в странах ЕС - от 63-67%, в Японии данный показатель составляет 55% от общей доли всего ВВП; для сравнения, в России данный показатель составляет от 9 до 12,5%. Для сравнения рассмотрим такой показатель, как число занятых на малых и средних предприятиях. В Российской Федерации число работающих на малых и средних предприятиях составляет около 9 млн. человек, это 17,8% от общей доли работающего населения. В странах ЕС на малых и средних предприятиях работают 68 млн. человек, что составляет 72% от числа занятых, в Японии - 39,5 млн. человек, это около 78% всех занятых в стране [46, с.13].

По оценкам экспертов, для нашей страны с ее масштабами и численностью населения малых предприятий должно быть как минимум 5-6 млн. Только в этом случае экономическая ситуация и положение самого малого бизнеса могло бы существенно измениться.

Малое предпринимательство в России обладает рядом отличительных особенностей, не характерных для малого бизнеса в развитых странах. Среди них:

- высокий уровень диверсификации (многопрофильности) малых предприятий. Нестабильная российская экономика заставляет предпринимателей искать любые источники дохода, занимаясь различными видами деятельности, порой не связанными между собой ни организационно, ни технологически;
- стремление к максимальной самостоятельности. В странах с развитой рыночной экономикой значительная часть малых предприятий работает на условиях субподряда, в системе франчайзинга и т.п.;
- высокая доля «теневого» сектора (по различным оценкам, от 30 до 50% реального оборота субъектов МП не задействованы в решении общегосударственных задач);
- общий низкий технический уровень и низкая техническая оснащенность в сочетании со значительным инновационным потенциалом;
- низкий управленческий уровень, недостаток знаний, опыта и культуры рыночных отношений;
- высокая степень приспособляемости к внешним условиям хозяйствования;
- неразвитость самоорганизации и системы поддержки малого бизнеса;
- работа в условиях отсутствия полной и достоверной информации о состоянии и конъюнктуре рынка;
- неразвитость системы информационных, консультационных и обучающих услуг [21, с.53].

По мнению экспертов, большинство программ развития малого и среднего бизнеса сыграли скорее декларативную и политическую роль, а частичная реализация федеральных и региональных программ, по сути, не

изменила неблагоприятных в целом условий функционирования малых предприятий [41, с.20].

ГЛАВА 3. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

3.1. Модель развития малого бизнеса на основе производства общественных благ

Несмотря на большое количество Федеральных законов, призванных регулировать экономические отношения, и правоприменительная практика, и правовое регулирование нуждаются в совершенствовании.

Ни в одном из законодательных положений не обговорены принципы, подробно обговаривающие взаимодействие между субъектами предпринимательства и государством. Гражданский кодекс отдельно отмечает правила торгового оборота с указанием о том, что государство не имеет права вмешиваться в ведение дел предпринимателями без обоснованных обстоятельств.

В результате, отсутствие общих принципов взаимодействия во многом приводят к тому, что несколько Федеральных законов противоречат друг другу, а декларируемая государством поддержка не оказывается в должной мере из-за подобных противоречий и недостатка конкретики.

Факторы, влияющие на реализацию права

Кроме правовых, существует ряд иных факторов, непосредственно влияющих на реализацию права на предпринимательство. Среди них можно выделить следующие:

1. Организационные

Оформление юридического лица или регистрация индивидуального предпринимателя связаны с множеством сложностей.

Например, отказ в регистрации юридического лица может быть получен из-за неправильной подачи требуемых документов на регистрацию при создании организации, подачи документов ошибочно в другой налоговый орган, несоблюдение процедуры отправки документов на

регистрацию по почте. Поэтому необходимо грамотное оформление и правильная подача необходимых для регистрации документов, иначе создание предприятия будет невозможным.

По закону РФ длительность регистрации юридического лица составляет 5 рабочих дней и происходит по принципу одного окна. Но в жизни этот срок часто бывает в два раза больше. При возврате документов для исправления неточностей, срок увеличится более, чем в 2 раза.

2. Недостаток финансовых ресурсов

Невозможность получить заемные ресурсы и недостаток собственных средств является одним из самых значимых факторов, тормозящих развитие экономической активности населения и вовлечение его в предпринимательскую деятельность.

С позиции представителей малого бизнеса существующие сложности и проблемы при кредитовании связаны со следующими моментами:

- Сжатые сроки кредитования.

Небольшому предприятию, особенно в период его становления, когда не отлажена деятельность и отсутствует стабильная выручка, сложно выплатить заемные средства за короткий промежуток времени. В результате образуются просрочки по платежам, что ухудшает качество кредитной истории заемщика.

- Высокие процентные ставки по ссудам.

Для малых организаций даже при прибыльном функционировании сложно оплачивать большие суммы процентов по ссудам. Остающихся после уплаты обязательных платежей средств оказывается недостаточно для решения задач по дальнейшему развитию и расширению бизнеса (рис. 3.1).

- Строгие требования в отношении количества и качества залогового обеспечения, связанные с годом постройки объектов, их месторасположением и иными характеристиками.



Рисунок 3.1 - Процентные ставки на рынке кредитования субъектов малого предпринимательства, % годовых

Источник: [30].

Предоставление ссуды в среднем в размере не больше 70% от оценочной стоимости также сдерживает развитие предприятия. В большинстве случаев отказ в кредитовании связан не с наличием или отсутствием ликвидного залогового имущества, а с оценкой его стоимости.

1. Жесткие требования:

- ежемесячного погашения кредита;
- отсутствие возможности установления индивидуального графика выплаты долга (к примеру, в связи с сезонным характером бизнеса или начальным этапом деятельности).

2. Длительные сроки рассмотрения кредитной заявки.

3. Большое количество документов, запрашиваемых для рассмотрения кредитной заявки.

4. Невозможность получить ссуду в размере, достаточном для развития бизнеса с начальной стадии предпринимателям, только появившимся на рынке или намеревающимся войти в него.

5. Сложности с подтверждением платежеспособности организации из-за непрозрачности финансовой отчетности.

Управленческая отчетность не учитывается кредиторами в полном объеме, поэтому предприниматели не могут выполнить полностью банковские требования и соответственно получить необходимое им финансирование.

Получение микрокредитов в небольших специализированных компаниях, распространенное из-за отсутствия скрупулезного анализа платежеспособности клиента, характеризуется повышенными ставками, что при прочих привлекательных моментах может поглотить всю прибыль и даже привести к банкротству клиента.

Решение проблемы заключается в господдержке кредитования, снижении процентных ставок, комиссий, сроков погашения и других условий. Необходимо создавать комплексную систему финансирования, в которую входит и содействие кредитованию.

3. Административное регулирование

Несмотря на принципы, изложенные в госпрограмме поддержки предпринимательства и обговоренные Федеральными законами и Гражданским кодексом правила взаимоотношений между субъектами экономической деятельности и государством, избыточное государственное регулирование становится одной из помех в реализации права на предпринимательство.

Состояние бизнес-среды напрямую зависит от сроков согласования и получения необходимых разрешений, а так же количества проверок со стороны органов надзора и контроля (рис. 3.2).

Устранение административных барьеров, ускорение получения лицензий, упрощение выхода на внешние рынки, правил найма работников, регистрации прав собственности – все это способствует раскрытию потенциала предпринимательства и увеличению рабочих мест.

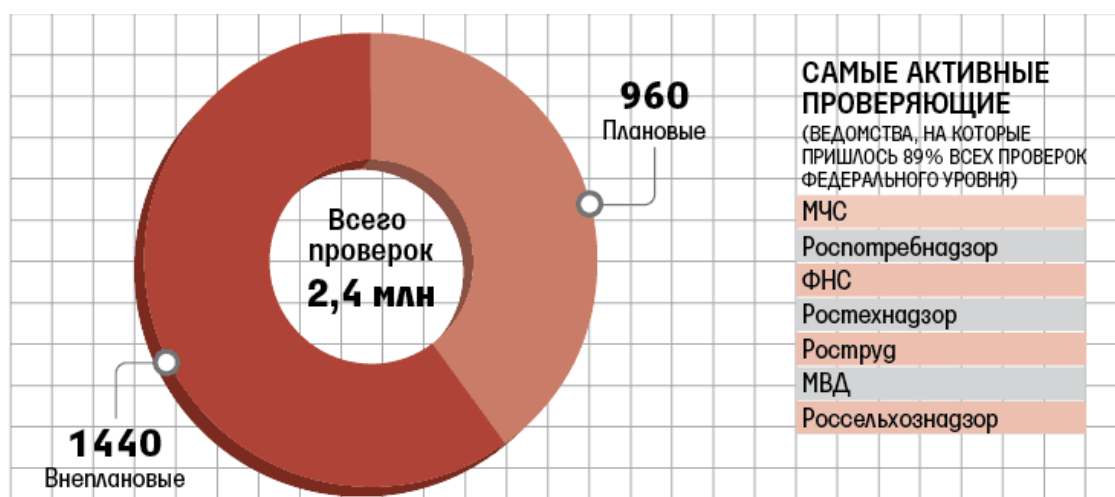


Рисунок 2.2. Количество проверок со стороны органов надзора и контроля за 2017 год

Источник: [30].

4. Сложность бухгалтерской и налоговой отчетности, уровень налогообложения.

Громоздкая система бухгалтерской отчетности и заполнения налоговых деклараций, а так же высокий уровень налогообложения, страховых взносов и других обязательных платежей существенно снижают возможности малого бизнеса.

В данный момент сокращение налоговой нагрузки происходит за счет введения упрощенного налогообложения, режима уплаты единого налога и снижения страховых взносов индивидуальными предпринимателями. Однако перейти на упрощенную систему налогообложения по-прежнему невозможно при достаточно низком предельном пороге доходов.

По общему правилу организация должна придерживаться среднеотраслевого регионального уровня налоговой нагрузки.

Если же у организации уровень налоговой нагрузки ниже данного показателя, то на практике возможны следующие негативные последствия:

- постоянные запросы из налоговой о даче пояснений по низкому уровню налоговой нагрузки;

- вызовы в налоговую на комиссии по низкой налоговой нагрузке для дачи устных пояснений.

Кроме того, низкая налоговая нагрузка является одним из критериев отбора организации на выездную налоговую проверку.

5. Доступ к госзаказам

Потребности государственных предприятий и организаций предполагают их выполнение компаниями, относящимися к малому бизнесу (для крупных предприятий многие заказы не интересны с финансовой стороны). Работа по госзаказу может стать для многих предпринимателей лучшим способом загрузки мощностей. В этом плане открытость подобной информации и возможность участия в получении подобных заказов в последнее время улучшилась - Правительство РФ издало постановление N 642, согласно которому размещение определенных заказов возможно только для субъектов малого предпринимательства.

6. Низкая квалификация персонала

Недостаток квалифицированных специалистов становится одним из тормозящих развитие предпринимательства факторов. Одной из наиболее актуальных проблем для малого бизнеса становится получение персоналом специальных знаний и деловых умений.

Проблема может быть решена на государственном уровне путем организации семинаров и тренингов, оказания консультаций и внедрения государственной программы подготовки кадров.

Проблемы, связанные с общественными, социальными и иными условиями.

Кроме конкретных проблем, с которыми сталкиваются предприниматели, существуют иные факторы, влияющими на невозможность реализации конституционного права на предпринимательскую деятельность. Их можно разделить относительно затрагиваемых сфер жизни обществ:

- экономические (монополизация внутренних и недоступность внешних рынков, неблагоприятный инвестиционный климат);

- политические (недоверие к власти и сомнения в проведении долгосрочной экономической политики, негативное отношение зарубежных партнеров);
- социальные (имущественная дифференциация, бедность населения, столкновение между интересами общества и предпринимателя);
- образовательные (непонимание основ бизнес-деятельности, недостаток уровня знаний, незнание законодательной базы).

Однако, несмотря на множество проблем, выступающих в качестве тормозящих использование права на предпринимательство, регулировать их можно с помощью правовых инструментов. Эффективное использование государством законов позволяет успешно воздействовать на социальные, экономические, политические и иные условия, определяющие возможность реализации конституционных прав граждан.

Наиболее перспективным, а наш взгляд, решением рассмотренной проблемы малого предпринимательства является использование производства общественных благ для развития.

Общественный товар (благо) — товар или услуга, который потребляется коллективно всеми членами общества, независимо от того, в какой степени каждый член общества оплатил пользование этим товаром или услугой. Продажа общественного блага на рынке означала бы, что его покупатель делает доступным это благо не только для своего личного пользования, но также для использования любым другим членом общества. Если бы некто производил общественное благо для своей выгоды, с целью получения дохода, то этот производитель также приносил бы пользу и всем остальным гражданам. Например, обеспеченный человек прибегнул к услугам частной охранной компании для обеспечения безопасности в своем доме. Это приведет к возникновению положительного внешнего эффекта для его соседей. Общественное благо приводит к положительным внешним эффектам, как только оно становится доступным для других потребителей. Общественные блага имеют следующие особенности:

- они неделимы, их нельзя разбить на отдельные единицы, которые могли бы потребить разные индивиды (маяки, светофоры, другие общедоступные объекты);

- общественные товары неисключаемы из потребления — если данное благо доступно одному члену общества, то оно доступно и другому. Это означает, что потребители, не желающие платить за такие блага, не могут быть лишены возможности их потребления. Как только общественное благо будет произведено, то невозможно будет воспрепятствовать получению выгод теми, кто за него не заплатит, так как невозможно ограничить потребление общественного блага определенным кругом лиц;

Все общественные блага можно разделить на «чистые» и «условные». На первом принцип исключения действительно не распространяется. Например, возможности пользоваться светофором у пешеходов и водителей автосредств не изменятся, если по каким-то причинам увеличится численность «пользователей» светофором. Доступность «условных» общественных благ имеет некоторую зависимость от количества пользователей. Так, увеличение числа вызовов «скорой помощи» может привести к тому, что к кому-то медицинские работники могут прибыть с некоторой задержкой. Однако эта специфика не столь заметна, чтобы отнести «условные» общественные блага к обычным товарам. Для случая «условных» общественных благ в этой связи появляется возможность использования рыночных принципов, когда, например, милиция может легально оказывать платные услуги по охране.

- потребление общественных благ не предполагает соперничества между потребителями — будучи предоставленными одному члену общества, они могут быть предоставлены и другим членам без каких-либо дополнительных затрат с их стороны. Положение ни одного из потребителей не ухудшается, когда появляется еще один потребитель общественного товара. Например, вооруженные силы защищают население, которое все

время увеличивается; новые потребители данного общественного блага также защищены.

- они делимы, так как состоят из большого количества обособленных единиц, каждая из которых предназначена для потребления индивидуальным потребителем;
- потребление мастного блага предполагает соперничество между потребителями - благо достается тому, кто готов заплатить за него рыночную пену;
- они исключаемы из потребления, т. е. частное благо потребляется тем, кто его оплатил.

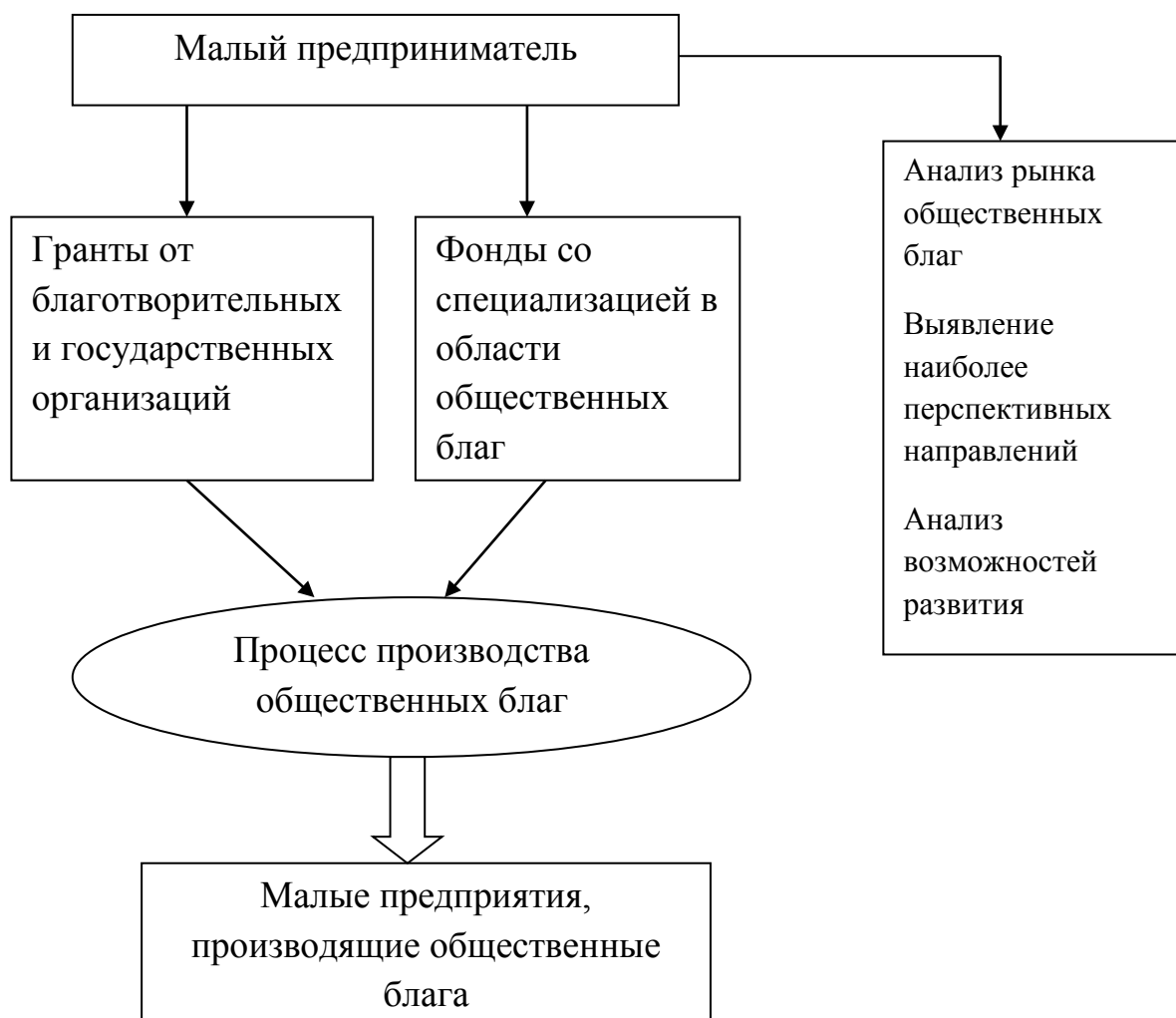
Из специфических свойств общественного товара проистекает так называемая проблема безбилетника, или «едущего бесплатно». «Едущий бесплатно», в контексте общественных благ, — это тот, кому удастся пользоваться неким благом, требующим затрат на сто производство, ничего не платя за его использование. «Проблема безбилетника» обуславливает очень важное положение: поскольку невозможно точно разделить потребителей на оплативших и неоплативших пользование общественным товаром, показатель рыночного спроса на общественное благо либо вообще не существует, либо сильно занижен, поэтому при предоставлении такого товара через рынок не будет получено достаточного дохода, чтобы покрыть издержки на производство этого товара.

Предлагается модель развития малого бизнеса на основе производства общественных благ, представленная на рисунке 3.1.

Для участия в рынке общественных благ необходим как стартовый инвестиционный капитал, так и постоянный источник дохода, покрывающий операционные расходы. В поисках инвестиционного капитала можно обратиться к стандартным венчурным инвесторам, в частности к фондам со специализацией в области общественных благ.

Во вторых, можно начать развитие компании, используя гранты от благотворительных и государственных организаций. Далее, в некоторых

случаях существуют программы льготных кредитов для предприятий в секторе общественных благ.



Компания Tesla Motors получила кредитную линию в размере свыше 400 миллионов долларов на создание фабрики по производству электроавтомобилей. Наконец, предприятие в области создания общественных благ может получать значительную нефинансовую поддержку. Это может быть помощь волонтеров, бесплатные помещения, технологии и данные.

Параллельность и неограниченность доступа к общественным благам рождает «проблему безбилетника». Каждый надеется, что кто-нибудь другой профинансирует создание продукта. В результате мы имеем нехватку общественных благ. Есть три основных подхода к решению этой проблемы:

- Обещанный платеж и прямые пожертвования. Производитель может обратиться к пользователям с просьбой оплатить определенную долю в случае если благо будет создано. Если объем обещанных платежей достигает окупаемости, благо создается. В противном случае, деньги возвращаются.

- Система общего котла. Участники сообщества сдают деньги и делегируют решения некой промежуточной организации. Эта организация заказывает производство общественных благ в интересах своих участников. По системе общего котла работают государства и региональные власти, благотворительные фонды, профессиональные ассоциации и ЖКХ.

- Дополнительные продукты. Производитель общественных благ также может получать доходы от побочных и вспомогательных продуктов своей деятельности. Всемирный фонд дикой природы (WWF) продает право использования своего логотипа в виде панды (например, для кредитных карточек). Во многих случаях продается право на название (РОСГОССТРАХ Чемпионат России по Футболу). Mozilla получает средства для разработки браузера Firefox от продажи на аукционе основного выбора поисковой системы. Кроме того, производители общественных благ могут продавать улучшенную версию своего продукта (pro аккаунт в ЖЖ, PBWorks) или использовать рекламную модель (Яндекс поиск).

3.2. Перспективы и эффективность использования модели развития малого бизнеса

Проанализировав предложенную модель развития малого бизнеса, можно дать следующий прогноз.

В ближайшие годы потребность в общественных благах будет только расти. Растет капитал благотворительных организаций, развивающиеся страны становятся богаче, корпорации задумываются о социальной ответственности, а в социалистических и авторитарных странах (Швеция, Северная Корея) государство берет на себя расширенные функции по заботе

о населении. Предпринимательский подход к общественным благам несет в себе много преимуществ. Коммерческие компании могут привлекать венчурный капитал и лучших сотрудников, инвестировать в производственные мощности и исследовательские лаборатории, проводить долговременные программы по развитию своих ресурсов. Сектор общественных благ включает в себя, возможно, самые главные проблемы человечества: здравоохранение, транспортную инфраструктуру, охрану природы и образование.

С общественными благами связан ряд предубеждений. Считается, что госконтракты и поддержка от благотворительных фондов строятся на коррупции и личных связях. В этом есть доля правды. Тем не менее, у госструктур есть подлинный спрос на создание общественных благ. Ряд фондов работает по открытым рыночным схемам. И коррумпированным поставщикам все равно требуются субподрядчики для выполнения полученных заказов. Далее, общественные блага ассоциируются с некоммерческими организациями и благотворительностью. В реальности, сфера общественных благ намного шире чем товары первой необходимости для пострадавших от землетресения в Гаити. Городские фейерверки или интернет-система для оплаты штрафов создаются коммерческими компаниями. Таким образом, общественные блага — это просто сектор с косвенными бизнес-моделями. Согласно следующему предубеждению, спонсорская поддержка не может быть базовой бизнес-моделью для высоких технологий. Тут следует вспомнить, что на спонсорах держатся музеи, классическая музыка, многие отрасли образования и защиты окружающей среды. Таким образом, признание спонсорской модели— это лишь дело времени.

Развитие малого бизнеса на основе производства общественных благ требует решения нескольких проблем:

- Усовершенствование рынка купли-продажи общественных благ. Основным препятствием в производстве общественных благ является

сложность продаж государству и благотворительным фондам. Нужны специализированные площадки для продажи решений местным властям, крупным организациям (университатам, больницам), профессиональным ассоциациям и фондам. Нужна единая площадка для поиска корпоративных спонсоров. Нужны открытые списки потребностей в области создания общественных благ.

– Увеличение бюджетов. Нужна прозрачность и конкурентность в формировании и расходовании бюджетов на создании общественных благ. В частности, нужен единый подход компаний к программам социальной ответственности. Нужно размещать государственные заказы в новых технологических кластерах (Сколково, Берлин, Чили). Повышение спроса на инновации — это основной способ запустить экосистему, привлечь таланты и инвестиции.

– Снижение цен. Не секрет, что цены на создание общественных благ завышены в разы. Это обратная сторона того факта, что отсутствует открытый рынок и продажи затруднены бюрократией. Сейчас есть уникальная возможность повторить успех классических дискаунтеров (Walmart, SkyExpress, Пятерочка) в области производства общественных благ.

– Разработка метрик и систем измерений. Чем легче измерить общественную пользу от продукта, тем легче найти деньги на его производство. Метрики особенно нужны в сферах образования, охраны окружающей среды и здравоохранения.

– Увеличение инвестиций. На западе появились первые инвестфонды работающие на рынке общественных благ. Необходимо инициировать такие инвестфонды в России и в частности в Тюменской области.

– Создание связного сообщества. Для успеха в этом секторе нужна постоянная взаимосвязь инноваторов, государства/фондов и потребителей общественных благ. Для создания сообщества нужны конференции,

образовательные программы, ролевые модели, обмен опытом, база участников рынка. Нужна выставка-продажа «технологии общественного блага» с прямым участием госструктур.

– Выход крупных корпораций на рынок общественных благ. Международные корпорации (Apple, HP, Sony) рассматривают общественные блага как поле для благотворительности, а не как бизнес-направление. В результате, на проекты в общественной сфере ресурсы выделяются по остаточному принципу. Это происходит от нежелания связываться государственным закупками и заниматься работой с благотворительными фондами. Как только корпорации осознают потенциал прибыли в сфере общественных благ, ситуация начнет меняться.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современных условиях роль малого предпринимательства трудно переоценить. Оно не только способствует оптимизации структуры рынка и содействует росту занятости населения, но и формирует значительную часть валового внутреннего продукта. Экономические преобразования, проводимые в России в последние годы, во многом связаны с формированием и развитием малого и среднего предпринимательства. Однако если в экономически развитых странах на долю малых предприятий приходится до 70% объема произведенной промышленной продукции, то в России этот показатель не превышает 20%, что говорит о существенных проблемах развития малого предпринимательства в Российской Федерации.

Цель данного исследования - анализ производства общественных благ как инструмента развития малого бизнеса в Тюменской области, а так же оценка перспективности и эффективности использования модели развития малого бизнеса на основе производства общественных благ.

Задачи исследования в результате работы решены полностью.

В настоящее время развитие экономики находится на таком этапе, который актуализирует активное развитие предпринимательства, особенно в части взаимодействия данной деятельности с государством на всех уровнях.

Предпринимательство - чрезвычайно обширное и многостороннее по содержанию понятие. Неудивительно, что оно привлекает внимание целого ряда разных направлений науки. Мировая экономическая мысль в течение долгого времени изучала проблемы развития и сущности предпринимательства. Изучение теории и практики предпринимательства в РФ возобновилось в 90-х гг. XXв. В настоящее время еще не сформировалась общепринятая экономическая теория российского предпринимательства, хотя необходимость такой теории давно уже стала весьма насущной.

Малое предпринимательство - активный фактор конкурентного рынка. Основной принцип предпринимательства - отыскать потребность и удовлетворить ее. В любом виде деятельности есть большие и малые формы существования. Так и в предпринимательской среде принято выделять большое, среднее и малое предпринимательство.

Однако роль малого предпринимательства в создании новых рабочих мест в условиях российской экономики имеет свои характерные особенности.

Подавляющее количество малых предприятий РФ имеют форму микропредприятий, в которых количество сотрудников составляет не более девяти человек. Кроме этого, через пять лет после образования компании «на плаву» остается не более 25% таких предприятий, остальные 75% закрываются и сокращают сотрудников. А выжившие и успешно функционирующие компании, как правило, выбирают ресурсосберегающий вариант своего развития, и количество используемой на них рабочей силы совсем не увеличивается, или почти не увеличивается (кроме редких случаев перехода компаний в новую «весовую категорию»). Следовательно, динамичность малого бизнеса соотносится с несением довольно высоких социальных рисков для занятых в нем сотрудников

Малый и средний бизнес в России в настоящее время развиваются в непростых условиях, что сдерживает дальнейшее развитие.

Малый бизнес очень гибко реагирует на изменение рыночной конъюнктуры, может быстро перестроить производство на выпуск другого товара или услуги. Все это дает возможность в короткие сроки окупать вложенный капитал путем его перелива из одной отрасли в другую.

Малый бизнес более восприимчив к нововведениям, так как может быстро перестраивать производство и апробировать новые идеи, но из-за ограниченности финансовых ресурсов заинтересован в ускоренной разработке технических решений. На Западе активно

поддерживаются рискованные (венчурные) проекты за счет аккумулирования из различных источников финансовых средств под эти проекты. Венчурные предприятия оперативно разрабатывают и доводят до выпуска промышленного образца многие оригинальные идеи. Всем известен факт, что малые предприятия гораздо быстрее могут создать инновационный продукт, нежели крупные предприятия. В силу этого для поддержки малого предпринимательства в развитых странах выделяются огромные финансовые ресурсы.

Можно привести следующие основные факторы, препятствующие развитию малого и среднего бизнеса и его выходу на международные рынки:

- волатильность законодательства;
- высокий уровень коррумпированности чиновников;
- недостаток или полное отсутствие финансирования малого бизнеса со стороны государства;
- отсутствие эффективной политики в области банковского кредитования;
- неполное использование возможностей либо их полное отсутствие в области доступа к современным технологиям;
- несовершенство налогового законодательства;

Для помощи предпринимателям государство ежегодно выделяет огромные суммы. Для поддержки малого бизнеса работает ряд госпрограмм, цель которых – содействие субъектам предпринимательства.

Государство предоставляет предпринимателям различные виды содействия:

- Финансовое – программы поддержки малого бизнеса подразумевают выделение субсидий, суммы которых колеблются от 60 тыс. до 25 млн руб.
- Консультационное – поддержка малого предпринимательства подразумевает оказание содействия в виде профессиональных консультаций.

- Информационное – путем создания федеральных и региональных информационных систем, официальных сайтов для обеспечения субъектов предпринимательства актуальными сведениями.

- Образовательное – разработка программ подготовки специалистов, повышения квалификации сотрудников.

Исходя из особенностей региона и анализа имеющегося опыта, можно выделить следующие приоритетные направления развития малого предпринимательства: сфера услуг; производство и переработка сельскохозяйственной продукции; коммунальное хозяйство. В этой связи исследование и анализ ключевых направлений развития малого бизнеса приобретает особую значимость и актуальность.

Проведенный анализ показал, что в 2017–2018 гг. наиболее высокий прирост субъектов малого предпринимательства наблюдался в сфере гостиничного и ресторанного обслуживания - 42,8 %, что связано с развитием туристско-рекреационных зон субъектов.

Неуклонное укрепление отечественной экономики, усиление ее социальной направленности, ориентация на создание благоприятных условий для достойной жизни и свободного развития каждого гражданина страны выдвигают необходимость расширения и постоянного совершенствования сферы услуг. Успешное решение этой сложной и многоаспектной проблемы во многом зависит от устойчивого развития сектора малого предпринимательства, играющего значительную роль в данной области национального хозяйства.

Экономические факторы определяются масштабом рынка услуг и уровнем его развития, величиной доходов населения, уровнем платежеспособного спроса и конкуренции в отраслях, устойчивостью рубля, доступностью кредитов для предпринимателей и бизнесменов сферы услуг, состоянием основных фондов и т. д. Рынок услуг создает благоприятные условия для бизнеса из-за большой оборачиваемости капитала, что позволяет вовлекать множество малых предприятий в эту сферу деятельности,

способствуя занятости в малом бизнесе большого числа экономически активных лиц. Среди факторов, формирующих малый бизнес в сфере услуг, можно выделить следующие: уровень развития инновационной деятельности в конкретном регионе; сырьевой потенциал; уровень спроса на различные виды бытовых и промышленных услуг; уровень рыночных цен; уровень льгот и дотаций; налоговая политика.

Задачи бюджетной политики правительства Тюменской области определены в основном финансовом документе - законе о бюджете, а его исполнение является одним из важнейших условий экономического и социального развития области. За годы реализации Программы «Развитие Тюменской области» принятые законом о бюджете обязательства исполнялись в полном объёме. Стало нормой формирование реального бюджета, на основе чётко определённых приоритетов расходования бюджетных средств.

В структуре расходов государственного бюджета уделяется незначительное внимание и финансирование охране окружающей среды, что может повлечь за собой серьёзные последствия (загрязнение водоёмов, воздуха, отравление водоёмов, высокая загазованность воздуха и прочее). Всё это повлечёт за собой тяжкие последствия, что отразится на состоянии здоровья человека и животных.

Развитие современного российского бизнеса, безусловно, находится в прямой зависимости от характера и содержания экономической политики, от его поддержки государством. К сожалению, несмотря на все усилия по активизации малого бизнеса со стороны государства от федерального до муниципального уровня, коренного улучшения ситуации не происходило.

В исследовании в результате анализа существующей ситуации предложена модель развития малого бизнеса на примере производства общественных благ. Модель проанализирована и выделены ряд проблем, которые необходимо решить, чтобы ускорить развитие малого бизнеса при производстве общественных благ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ)
2. Гражданский кодекс Российской Федерации от 26 января 1996 N 14-ФЗ
Налоговый кодекс Российской Федерации от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ
3. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 26.07.2017) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»
4. Агафонова, М. С. Инвестиции в производство общественных благ: тенденции развития в России / М.С. Агафонова, И.С. Половинкин, А.В. Муратова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 2. – С. 421–425.
5. Аммосова, А. М. Государственное регулирование предпринимательской деятельности / А.М. Аммосова // Молодой ученый. - 2018. - №43. - С. 99-101.
6. Аткинсон, Э.Б. Лекции по экономической теории государственного сектора: Учебник / Э.Б. Аткинсон, Дж.Э. Стиглиц. - Пер. с англ. Под ред. Л.Л. Любимова. - М. АспектПресс, 1995. - 832 с.
7. Ахинов, Г.А. Экономика общественного сектора / Г.А. Ахинова, Е.Н. Жильцов. – М.: ИНФА–М., 2012 – 345с.
8. Виленский, А. В. Стимулирование развития малого предпринимательства США / А.В. Виленский // Economics: Yesterday, Today and Tomorrow. - № 1–2, 2013. – С. 38-44.
9. Гишкаева, Л. Л. Значение и развитие структур среднего и малого предпринимательства в экономике России / Л.Л. Гишкаева // Журнал Проблемы современной экономики. – 2013 - №2 (46) – С. 146.

10. Головастова, Т.И. Проблемы развития малого бизнеса в России / Т.И. Головастова // Вестник Удмуртского университета. - 2010 - № 2-4 – С. 13.
11. Грабова, О.Н. Экономические отношения и общественные блага / О.Н. Грабова. - Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2005. - 172 с.
12. Гражданкин, В.А. Практика государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в США и странах европейского союза / В.А. Гражданкин, О.А. Гражданкина // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. - № 3-том 6. - 2011 – с. 67-75.
13. Девятаева, Н. В. Проблемы развития малого и среднего предпринимательства в России и направления их решения / Н. В. Девятаева, Т. А. Базарнова // Молодой ученый. - 2014. - №4. - С. 503-505.
14. Доклад о достигнутых результатах по улучшению условий ведения предпринимательской деятельности, развитию малого и среднего бизнеса и поддержке индивидуальной предпринимательской инициативы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depmb/201728124>.
15. Долгушина, В.А. Сущность и значение малого предпринимательства / В.А. Долгушина // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2015 - № 22. – С. 128
16. Духанина, А.Р. Доходы и расходы государственного бюджета, их роль в экономическом росте производства / А.Р. Духанина, М.С. Агафонова // Международный студенческий научный вестник. - 2014. - № 1. - С. 11.
17. Емшанова, Е.В. Особенности нормативно-правового регулирования развития малого и среднего бизнеса в Российской Федерации / Е.В. Емшанова, Ю.В. Рыбакова // Экспериментальные и теоретические исследования в современной науке: сб. ст. по матер. XII междунар. науч.-практ. конф. № 3(12). – Новосибирск: СибАК, 2018. – С. 123-127.

- 18.Ефимова, О. В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник / О. В. Ефимова. - М.: Омега-Л, 2014. - 348 с.
- 19.Зими́на, А.Ю. Проблемы создания общественного блага и способы государственного вмешательства / А.Ю. Зими́на // Новая наука: стратегии и векторы развития. Общество с ограниченной ответственностью «Агентство международных исследований». – Уфа. – 2017. - №4. – С. 74-75.
- 20.Иродова, Е.Е. Модель малого бизнеса в условиях региона депрессивного типа (на примере Ивановской области) / Е.Е. Иродова // Теоретическая экономика. - №3. - 2013. - С. 23-31.
- 21.История предпринимательства России: курс лекций. Основы предпринимательской деятельности / С.И. Сметанин. – М.: КНОРУС, 2010. – 192 с.
- 22.Кац, И. С. Современные подходы к оценке сектора общественных благ / И.С. Кац, Е.А. Севастьянова // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». - 2016. - №1. – С. 35-43.
- 23.Кац, И.С. Парадоксы общественных благ / И.С. Кац, В.Л. Симонова // Журнал экономической теории. - 2013. - № 4. - С. 142-147.
24. Корнейчук, В.И. Актуальные вопросы социальной ответственности бизнеса в России // в сб.: Современные исследования основных направлений гуманитарных и естественных наук. Материалы междунаучно-практ. конф. / под ред. Насретдинова И.Т. – М.: Изд-во МУ им. С.Ю. Витте, 2017. – С. 469-470.
- 25.Кошелева, Т.Н. Управление формированием инновационной среды малого предпринимательства: Автореф. дисс. докт. экон. наук. – 08.00.05. – СПб, 2015. - С.10.
- 26.Кошелева, Т.Н. Сущность и значение малого предпринимательства / Т.Н. Кошелева // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2009 - №3.- С. 24

27. Кротов, И.И. Развитие малого предпринимательства на основе государственных и муниципальных заказов (на примере регионов Российской Федерации): Автореф. дисс. канд. геогр. наук. – 25.00.24. – Пермь, 2015. - С.3.
28. Крутик, А.Б. Проблемы и перспективы развития предпринимательства в российской экономике / А.Б. Крутик // Проблемы современной экономики. – 2009. – №2 – с. 99.
29. Курпачёва, Д.И. Роль общественного сектора в современной экономике российской федерации / Д.И. Курпачева, Н.Г. Вишневская // Актуальные вопросы экономики региона: анализ, диагностика и прогнозирование: материалы VI Международной студенческой научно - практической конференции.– 2016.– С. 379 - 381.
30. Малое и среднее предпринимательство в России, 2015: статистический сборник. - М.: Росстат, 2015. – 413 с.
31. Малое предпринимательство в России: прошлое, настоящее и будущее. Ежегодное издание. №12 / Под ред. Е.Г. Ясина, А.Ю. Чепуренко, В.В. Буева. – М.: Фонд «Либеральная миссия», 2013 – 220 с.
32. Мигалкина, А.Л. Сущность малого предпринимательства / А.Л. Мигалкина // Международный научно-исследовательский журнал. – 2015 - № 1-2 (32) – С. 64
33. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/mines/main>.
34. Морозов, А.Е. Общественные блага в системе экономических интересов: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Самара, 2012. - 16 с.
35. Мурыгина, Л.С. Развитие учения о предпринимательстве / Л.С. Мурыгина // Вестник Челябинского государственного университета. - 2005. – № 1(8) – С.20.
36. Мухаметлатыпов, Р. Ф. Современное состояние малого предпринимательства в России / Р. Ф. Мухаметлатыпов, Р. Р. Дадаханова // Молодой ученый. – 2013. – №5. – С. 359-360.

- 37.Наговицин, А.Г. Утечка российского капитала за границу: причинно-следственные связи / А.Г. Наговицин // Вестник Института экономики Российской академии наук. - 2016. - №2. - С. 173-186.
- 38.Нурмухаметов, А. В. Значение малого и среднего бизнеса в экономике страны / А.В. Нурмухаметов // Актуальные вопросы экономических наук: материалы III междунар. науч. конф. (г. Уфа, июнь 2014 г.). - Уфа: Лето, 2014. - С. 16-19.
- 39.Оводовская, И.В. Развитие конкуренции в сфере производства общественных благ: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Саратов: СГСЭУ, 2016. - 16 с.
- 40.Попов, Е.В. Институциональная эволюция общественных благ / Е.В. попов, И.С. Кац // Вестник Южно-Российского государственного технического университета. Сер. Социально-экономические науки. - 2009. - № 4. - С. 3-17.
- 41.Правительство Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru>.
- 42.Репкина, О.Б. Развитие предпринимательской деятельности на основе инновационного процесса: Автореф. дисс. докт. экон. наук. – 08.00.05. – М., 2013. - С.11.
- 43.Ромашова, Л.О. Тенденции развития малого предпринимательства в России / Л.О. Ромашова // Журнал Знание. Понимание. Умение. – 2011 - №2.- С. 96.
- 44.Российский статистический ежегодник. 2018: статистический сборник - Электрон. журн. - 2018.
- 45.Савельева, И.Н. Развитие малого инновационного предпринимательства в промышленности: Автореф. дисс. канд. экон. наук. – 08.00.05. – Екатеринбург, 2011. - С.9.
- 46.Савельева, И. Н. Проблемы формирования системы малого инновационного предпринимательства / И.Н. Савельева // Управленец. - 2011. - № 5–6. – С. 21–22.

47. Савицкая, Г. В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности / Г. В. Савицкая. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 320 с.
48. Сагидов, Ю.Н. Слабость мотивации созидания как причина социальной и экономической деградации общества / Ю.Н. Сагидов // Вестник Института экономики Российской академии наук. - 2016. - №1. - С. 158-168.
49. Садовникова, Е.Н. Парадоксы общественных благ / Е.Н. Садовникова // СИСП. - 2011. - №4. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/paradoksy-obschestvennyh-blag>
50. Сидорова, Е.Н., Татаркин Д.А., Козлова О.А. Финансовые основы повышения социальной привлекательности территорий / Е.Н. Сидорова, Д.А. Татаркин // Вестн. УрФУ. - 2013. - № 4. - С. 100-109.
51. Столяров, А.В. Стратегия взаимодействия государства и малого предпринимательства как фактор экономического роста: Автореф. дисс. канд. экон. наук. – 08.00.05. – М., 2015. - С.3.
52. Таллок, Г. Общественные блага, перераспределение и поиск ренты / пер. с англ. Л. Гончаровой. - М.: Изд. Института Гайдара, 2011. - 224 с.
53. Туренко, Т.А. Малое предпринимательство и его роль в устойчивом развитии экономики / Т.А. Туренко // Известия иркутской государственной экономической академии. – 2010. – №5. – С.223-227
54. Федорова, Ю.В. Глобальные тенденции производства общественных благ: автореф. дис. ... докт. экон. наук. Саратов: СГСЭУ, 2005. - 16 с.
55. Филобокова, Л.Ю. Методологические подходы к оценке и управлению устойчивым развитием малого предпринимательства / Л.Ю. Филобокова // Журнал Государственный советник. - 2014 - №2 (6) – С. 65.
56. Хусаинов, М.К. Исследование зарубежного опыта финансирования и поддержки малого и среднего предпринимательства / М.К. Хусаинов, А.А. Исоков // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. - №2 – 2012 – с. 271-273

- 57.Шатаева, О.В. Шапиро С.А. Практикум по экономической теории: учебное пособие / О.В. Шатаева, С.А. Шапиро. – М.–Берлин: Директ-Медиа, 2015 – С. 166.
- 58.Эрроу, К.Д. Коллективный выбор и индивидуальные ценности / К.Д. Эрроу. - М. Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2004. - 204 с.
- 59.Юдин, Н.С. Дифференциация государственной поддержки субъектов малого предпринимательства на их основе качественной идентификации: Автореф. дисс. канд. экон. наук. – 08.00.05. – Тамбов, 2015. - С.43.