Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное

Образовательное учреждение высшего образования

КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИМЕНИ И.Т. ТРУБИЛИНА

Расчетно-графическая работа по макроэкономике

По теме: «Формы поведения крупного и мелкого бизнеса в рыночной и переходной экономиках.»

Выполнил: студент 1-го курса

Группы УФ 1901

Попков Александр Викторович

### Проверила: Мищенко Елена Анатольевна

Краснодар

2019

Содержание

Введение 3

## 1. Формы и механизмы хозяйственного взаимодействия крупного и малого бизнеса. 4

### 1.1. Субподряд: взаимодействие в реальном секторе. 4

### 1.2. Лизинг: финансовый механизм поддержки кооперации крупного и малого бизнеса в реальном секторе. 8

### 1.3 Франчайзинг: создание сбытовой сети крупными предприятиями. 9

### 1.4. Венчурный (рясковый) бизнес: взаимодействие финансового капитала и малого стартового предпринимательства. 12

2. Малый бизнес: преимущества и недостатки и взаимодействия малого и крупного бизнеса. 15

2.1. Экономические преимущества и недостатки. 15

2.2. Синтез мелкого и крупного производства: зарубежный опыт. 17

### 2.3. Государственное стимулирование хозяйственных связей между крупным и малым бизнесом на региональном уровне. 22

2. 4.Взаимодействие малого и крупного предпринимательства на крупных предприятиях. 23

3. Механизм комплексной оценки вклада малого и крупного предпринимательства в экономику. 26 3.1. Комплексная оценка малого и крупного предпринимательства 26

3.2 Система взаимодействия предпринимательских структур в рыночной среде28

3.3. Механизм функционирования бизнеса 32

Заключение 34

Список использованной литературы

Список использованной литературы

1. Герчикова И.Н. Регулирование предпринимательской деятельности: государственное и межфирменное. учеб. пособие. - М.: Консалтбанкир, 2002.

2. Горфинкель В.Я., Малые предприятия. учеб. пособие, 2014.

3. Лапуста М.Г. Предпринимательство: Учебное пособие. - М.:ИНФА-М, 2012.

4. Лапуста М.Г. Предпринимательство: Учебное пособие. - М.:ИНФА-М, 2017.

5. Балацкий Е., Потапова А. Малый и крупный бизнес: тенденции становления и специфика функционирования - Экономист №4, 2011.

6. Береснева А.В. Роль малого бизнеса в развитии экономики. - ЭКО №8, 2015.

7. Бухвальд Е., Виленский А. Кредитование малого бизнеса, №4, 2012

8. Владимирова Л. Прогнозирование в условиях рынка. - М., 2018.

9. Кузнецова Л.Ю. Проблема дифференциации статуса предпринимателя в учете // Вопросы статистики, №1, 2012.

10. Орлов О. Малое предпринимательство в России: развитие или стагнация? №10, 2014.

11.Рыбина М.Н. Основные этапы становления малого предпринимательства в условиях современных радикальных рыночных реформ в России // Менеджмент в России и за рубежом, №2, 2001.

12.Тарануха Ю. Предпринимательство в переходной экономике - Экономист №10, 2013.

13. Шестоперов О. Современные тенденции развития малого предпринимательства в России // Вопросы экономики, №4, 2015

14. Шеховцов А. Законодательство и развитие малого бизнеса в регионах // Вопросы экономики, №4, 2011

15. Упрощенная система налогообложения, учета и отчетности для организаций - субъектов малого предпринимательства / Состав. О.В. Кратт. - М.: Экзамен, 2012.

Введение

Малый и средний бизнес в рыночной экономике — ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество [валового национального продукта](https://pandia.ru/text/category/valovoj_natcionalmznij_produkt__vnp_/) (ВНП). Во всех развитых странах на долю малого бизнеса приходится 60-70% ВНП.

В большинстве стран, таких как США. Япония, Германия, Франция, Великобритания, подавляющую долю — 99,3-99,7% от количества предприятий составляют так называемые малые и средние предприятия. Они выделяются среди прочих по численности занятых (например, не более 500 человек) или размеру основного капитала. На них производится почти половина объема выпускаемой продукции. Как правило, такие предприятия дают 75—80% новых рабочих мест в отличие от крупных производств, где наблюдается сокращение занятости.

Развитие малого и [среднего предпринимательства](https://pandia.ru/text/category/srednee_predprinimatelmzstvo/) имеет ряд преимуществ в сравнении с крупным производством, а именно: активизирует структурную перестройку экономики, предоставляет широкую свободу рыночного выбора и дополнительные рабочие места, обеспечивает быструю окупаемость затрат, оперативно реагирует на изменение потребительского спроса.

Объектом исследования является анализ условий "Формы поведения крупного и мелкого бизнеса в рыночной и переходной экономиках". Предметом исследования является рассмотрение отдельных вопросов, сформулированных в качестве задач данного исследования.

Целью исследования является изучение данной темы с точки зрения новейших отечественных и зарубежных исследований по сходной проблематике.

В рамках достижения поставленной цели были поставлены следующие задачи:

-Изучить теоретические аспекты и выявить природу "Формы поведения крупного и мелкого бизнеса в рыночной и переходной экономиках".

-Сказать об актуальности проблемы "Формы поведения крупного и мелкого бизнеса в рыночной и переходной экономиках" в современных условиях.

-Изложить возможности решения тематики "Формы поведения крупного и мелкого бизнеса в рыночной и переходной экономиках".

-Обозначить тенденции развития тематики "Формы поведения крупного и мелкого бизнеса в рыночной и переходной экономиках".

Работа включает в себя введение, основную часть, состоящую из 3 глав, заключение и список использованной литературы.

В процессе работы выполнялся теоретико-методологический анализ темы "Формы поведения крупного и мелкого бизнеса в рыночной и переходной экономиках", в том числе исследовались теоретические аспекты изучения явления "Формы поведения крупного и мелкого бизнеса в рыночной и переходной экономиках", изучалась природа темы "Формы поведения крупного и мелкого бизнеса в рыночной и переходной экономиках".

Далее проводилось исследование актуальности данной темы в современных условиях с привлечением статистических данных и научных публикаций последних лет.

В результате исследования выявлены и количественно обоснованы конкретные пути решения проблемы, в том числе обозначены некоторые возможности решения проблемы и определены тенденции развития тематики "Формы поведения крупного и мелкого бизнеса в рыночной и переходной экономиках".

Степень внедрения - предложения и конкретные мероприятия опробованы в деятельности организации, послужившей базой для учебной практики. Предложенные мероприятия с некоторой конкретизацией могут быть использованы в работе кадровых служб российских предприятий. Реализация предлагаемых мер позволяет обеспечить более точное понимание природы и актуальных проблем выбранной темы.

1.1 Формы и механизмы хозяйственного взаимодействия крупного и малого бизнеса.

1.1. Субподряд: взаимодействие в реальном секторе

Развитие производства, внедрение новых технологий требуют значительных капиталовложений. В своей хозяйственной практике крупные предприятия (КП) стремятся минимизировать объем производственных операций, сопряженных с повышенными издержками. Среди путей решения этой проблемы наиболее перспективным является развитие контрактных, субподрядных отношений.

МП - субподрядчики крупных компаний работают в режиме подетальной, поузловой, модульной и иной специализации, где они достигают высоких результатов за счет эффекта технологического разделения труда. Часто они берут на себя выполнение одной - двух операций в сложном технологическом процессе, который в комплексе ведется головной крупной компанией. В порядке технического сотрудничества крупные заказчики, выпускающие дорогостоящую готовую продукцию на базе комплектующих изделий, и потому заинтересованные в таком субподряде, предоставляют своим исполнителям в аренду помещения, первоначальные средства производства, поставляют им на льготных условиях сырье и материалы, обеспечивают реализацию большей части комплектующей продукции на своих сборочных заводах, дают разрешение на использование своей марки. С другой стороны, в ряде случаев эти крупные заказчики и сами выполняют заказы МП - например, на проведение маркетинговых исследований.

Использование субподряда приобрело чрезвычайно широкие масштабы. Доля фирм-субпоставщиков в стоимости готовых изделий обрабатывающей промышленности развитых промышленных стран колеблется в интервале от 1/4 до 1/3, а в производстве электронной техники, дорожно-строительного оборудования, самолетов и ряда других видов продукции достигает 50-70%. Свыше 40% торговли машиностроительной продукцией ведущих промышленных стран приходится на поставки комплектующих изделий по линии производственной кооперации. «Дженерал Электрик», один из крупнейших концернов США использует на субподрядных условиях более 30 тыс. МП.

Одним из главных требований крупной компании к субподрядчику является точное соблюдение сроков поставок. Прежняя практика хранения значительных запасов полуфабрикатов у фирм, выпускающих конечную продукцию, признана невыгодной, так как ведет к омертвлению средств, требует больших складских помещений, замедляет реакцию на требования рынка. Своевременная поставка деталей (с точностью до минут) в строгом соответствии с техническими требованиями корпорации - контрактора позволяет работать практически без складов и традиционных межоперационных заделов.

Второе важнейшее требование к субпоставщику - высокое качество комплектующих изделий. Современный производственный режим позволяет немедленно выявлять бракованные детали, находить источники и причины появления брака, снижать издержки на контроль качества изделий.

Выбрав наиболее надежных партнеров, крупные фирмы обычно закрепляют их за собой с помощью длительных контрактов, создают «свои» союзы субпоставщиков. В рамках этих союзов головные компании проводят большую работу по поднятию технического уровня и планированию производства, его компьютеризации, контролю качества, подготовке кадров, совершенствованию управления. Другими словами, из стороннего наблюдателя и оценщика состояния дел у субпоставщиков головные фирмы превращаются в их активных финансовых и коммерческих партнеров.

Техническая помощь в рамках субподряда резко повышает оснащенность и конкурентоспособность большого числа МП. Нередки случаи, когда фирма, окрепнув технологически и в финансовом отношении, уходит от субподрядной зависимости и становится средним по величине предприятием, способным в течение длительного времени самостоятельно выдерживать рыночную конкуренцию.

В России вклад МП в производственную деятельность крупных предприятий пока невелик. Но возможности такого взаимодействия, несомненно, сильно недооцениваются как в силу инерции, унаследованной от плановой экономики с ее установкой на укрупнение масштабов производства, так и в силу общего неблагоприятного состояния деловой среды. Возможность включения МП в производственный цикл и в сферу обслуживания нужд крупного производства зависит от ряда факторов:

- наличия в регионе достаточного количества МП, способных на должном уровне обеспечивать эти нужды и субпоставки;

- формирования экономической заинтересованности в таком взаимодействии у руководителей крупных и малых предприятий, в том числе с помощью целенаправленной государственной политики поддержки развития малого бизнеса и самого процесса кооперации;

- возможности опереться на законодательно-нормативную базу, создающую хозяйственно приемлемые для обеих сторон правовые рамки таких взаимоотношений;

- достаточного уровня подготовки управленческих кадров, наличия опыта управления системой производственных связей между крупными и малыми предприятиями, построенной на началах специализации и кооперирования;

- общего состояния экономики и конъюнктуры, включая наличие тенденции к развитию технически передовых и сложных производств, которая требует более глубокого учета производственных издержек и поиска путей их снижения за счет кооперации.

Налоговая, кредитная и инвестиционная политика, направленная на содействие развитию МП на местах, может создать предпосылки, способствующие формированию их взаимодействия с крупным производством. Но они должны быть, по-видимому, дополнены особыми усилиями по созданию местной производственно-кооперационной сети, позволяющей получить мультипликационный эффект от этих мер государственной поддержки.

### 1.2. Лизинг: финансовый механизм поддержки кооперации крупного и малого бизнеса в реальном секторе

### Лизинг - это долгосрочная аренда машин и оборудования, которая позволяет предприятиям (арендаторам) получать у специализированных лизинговых компаний (арендодателей) за определенную плату в долгосрочное пользование с последующим выкупом широкий перечень основных средств производства. В сделках, как правило, участвуют промышленные лизинговые, страховые и другие компании, а также коммерческие и инвестиционные банки, которые обеспечивают мобилизацию денежных средств и финансирование операций.

### Лизинг охватывает чрезвычайно широкий перечень объектов - от мелкого конторского инвентаря до сложных ЭВМ, от токарных станков до бурового оборудования, от автотранспортных средств до реактивных авиалайнеров и океанских танкеров; сельскохозяйственное, строительное, горнодобывающее и другое оборудование.

### Соглашение о лизинге заключается на более длительный срок, чем обычная аренда или бытовой прокат: от 5 до 10, а иногда до 20 и более лет. Лизинг отличается гораздо большей стоимостью сдаваемых в аренду объектов: соглашение (особенно международное) может заключаться на аренду оборудования стоимостью в несколько сотен миллионов долларов. По истечении срока соглашения предприятие-арендатор имеет право приобрести его, как правило, по сниженной цене.

### Юридическая основа лизинга - договор имущественного найма, в силу которого одна сторона обязуется предоставить за вознаграждение другой стороне право пользования имуществом на определенный срок. Разделение права владения и права пользования делает лизинг гибким инструментом финансирования вложений в оборудование, поскольку позволяет удовлетворять возникшие потребности в основных фондах без немедленного расходования крупных денежных сумм. Это преимущество высоко ценится мелкими и средними предприятиями, испытывающими трудности с получением кредита, особенно при высоких учетных ставках.

### В принципе арендные операции могут осуществляться и без посредничества лизинговых учреждений. Но на практике их роль оказывается решающей. Кредитование, подбор необходимого оборудования и его приобретение по просьбе клиента, а также техническое обслуживание (они располагают своими мастерскими, гаражами и т.д.), проведение сложных расчетов, имеющих целью обеспечить выгодность сделки для всех контрагентов - эти и многие другие услуги определяют масштаб операций. Особое значение имеет то обстоятельство, что лизинговые компании берут на себя риск, связанный с моральным износом средств производства. Заключаемые ими контракты предусматривают прекращение договора по желанию лизингополучателя. Клиент получает возможность избавиться от устаревшего оборудования задолго до окончания срока его службы и осуществить необходимую перестройку производственного аппарата в случае появления более эффективных моделей. В свою очередь, лизинговые компании реализуют часть подержанного оборудования, используя информацию о состоянии соответствующего рынка.

### В условиях России объективная потребность в лизинге особенно велика - с одной стороны, для МП, испытывающих острую нехватку инвестиционных средств на приобретение современного оборудования, с другой - для крупных предприятий, у многих из которых часть оборудования и площадей простаивает, что создает дополнительную нагрузку на издержки производства.

### 1.3 Франчайзинг: создание сбытовой сети крупными предприятиями

### Суть системы франчайзинга (от слова «франчайз» - льгота, привилегия) заключается в том, что головная крупная фирма (франчайзер) заключает договор с мелким самостоятельным предприятием (фирмой-оператором) о предоставлении ему исключительного права реализации ее продукции или услуг под соответствующей торговой маркой. Доля, которую составляет франчайзинг на рынке представлена на рисунке 1

### image004.png

### Рисунок 1 – Доля франчайзинга

### Вместе с правом пользования торговой маркой фирме - оператору передается набор услуг, необходимых для достижения коммерческого успеха: помощь в выборе месторасположения торговой точки, в получении права на владение выбранным участком земли, в обеспечении совместимости данного бизнеса с местными законами; подготовка бизнес-плана; подготовка самого оператора к предстоящей деятельности - обучение его методам производства, бухгалтерского учета, контроля за коммерческой деятельностью, маркетинга и сбыта. После открытия бизнеса фирмой-оператором франчайзер продолжает предоставлять услуги, за которые получает вознаграждение, называемое «роялти». В эти услуги входят: поддержка в осуществлении операций, обновление технологических карт, спецификаций и т.п., поддержка в области маркетинга и продвижения товара, реклама на национальном и региональном уровнях, контроль за соблюдением стандартов и результатов деятельности, осуществление НИОКР.

### В договоре франчайзинга оговариваются основные условия хозяйствования, определяются нормативы отчислений от прибыли или фиксированные объемы текущих платежей. Договор определяет ответственность фирмы - оператора за поддержание качества и оформление товаров и услуг, за репутацию торговой марки головной фирмы. С другой стороны, фиксируется обязанность франчайзера оказывать фирме - оператору консультационные услуги, постоянно контролировать качество продукции и обслуживания и закрепляется его право. Существуют разные типы таких договоров: сбытовые соглашения, лицензии на производство, соглашения об использовании торговой марки, об использовании стратегии и методов хозяйствования («формулы бизнеса») головной компании. Относительно новой разновидностью являются «пирамидальные» сбытовые договора, или франчайзинговые сети. Это многоуровневые (3-5 уровней) соглашения, охватывающие как производственные или торговые компании с их собственными производственными линиями и торговыми марками, так и индивидуальные фирмы.

### Франчайзинг - наиболее легкий, безболезненный путь учреждения нового предприятия для тех, кто имеет мало предпринимательского опыта и не очень склонен к риску. Крупным фирмам эта система позволяет решать сразу несколько проблем: расширения рынка сбыта продукции, привлечения дополнительного капитала за счет вовлечения сбережений населения в хозяйственный оборот, экономии на развитии собственной сбытовой сети и т.д. Частично перекладывая ответственность на мелких предпринимателей, крупные фирмы меньше рискуют своим капиталом. К тому же активно используется человеческий фактор, назначение которого в сфере услуг особенно велико.

### Использование франчайзинга широко распространено в торговле продовольственными товарами, организации общественного питания, строительстве и ремонте жилых помещений, ремонте и чистке одежды, автосервисе; быстро распространяется в таких сферах, как продажа и обслуживание компьютерной техники, программного обеспечения, медицинская помощь, транспортные и туристические услуги, уход за детьми, организация спортивных групп и т.п. Кроме того существует большое число специализированных небольших предприятий, оказывающих на договорной основе различные деловые и профессиональные услуги производственным и управленческим организациям (помощь в организации производства, сбыта, подбора, расстановки и обучения кадров, в составлении финансовой отчетности и расчете налогов, другие отчетно-бухгалтерские услуги, управленческие консультации, разработка и передача новых технологий, лабораторные и рыночные испытания). В сфере этого льготного предпринимательства действует множество рекламных агентств и юридических консультаций, копировально-множительных бюро и т.д.

### Развитие франчайзинга в России может сыграть большую роль - прежде всего, ввиду огромной потребности в развитии сферы услуг, общественного питания и розничной торговли. Розничная сеть, выполняющая функции фирм-операторов, может развиваться (почти исключительно) на основе взаимодействия МП с иностранными компаниями и их представителями в России («Макдональдс», «Кодак», «Фуджи», «Пицца Хат» и др.).

### 1.4. Венчурный (рясковый) бизнес: взаимодействие финансового капитала и малого стартового предпринимательства

### Венчурный капитал предназначен для осуществления долгосрочных и потенциально высокоприбыльных рисковых инвестиций. Он используется для создания новых инновационных компаний, развития и обновления существующих фирм, а также для финансирования приватизации государственной собственности. Венчурное финансирование осуществляется в двух основных формах: путем приобретения акций новых фирм, либо посредством предоставления кредитов различного вида (обычно - с правом конверсии в акции).

### Венчурный механизм был изначально рассчитан на предпринимательские проекты, которые в силу высокой степени риска и вполне вероятной неудачи не могут получить необходимой финансовой поддержки из традиционных источников. Он используется и в тех случаях, когда имущество и прочие активы фирмы не служат гарантией для обеспечения банковского кредита. Очевидно, что в нем заинтересованы в первую очередь малые и отчасти средние фирмы. Особенно велика роль венчурного механизма в процессе осуществления научно-технических нововведений.

### Процесс создания и становления новой компании обычно разбивается на ряд последовательных этапов, различающихся по своей продолжительности, требуемому объему инвестиций, их назначению и степени риска, которой подвергаются капиталовложения. Основная часть затрат приходится на первые этапы финансирования. Хотя эти капиталовложения связаны с наибольшим риском, они обещают инвесторам самую высокую норму прибыли в случае успешной реализации проектов.

### Участниками венчурного бизнеса в США являются, прежде всего, венчурные фонды, имеющие юридический статус партнерств с ограниченной финансовой ответственностью. Кроме того, в нем участвуют инвестиционные компании малого бизнеса, которые создаются и управляются на частной основе, но по лицензии федерального правительства. Деятельность этих компаний, которых в США насчитывается около 400, регулируется федеральной Администрацией по делам малого бизнеса. Их отличительная особенность - возможность привлекать дополнительно к собственным средствам гарантируемые государством ссуды ряда федеральных министерств и ведомств. Наконец, имеются венчурные фонды, специально создаваемые и финансируемые крупными промышленными корпорациями. Прямая помощь заключается в предоставлении займов через государственные организации и государственных гарантий займов, предоставляемых частным капиталом. К средствам косвенного регулирования относятся налоговые льготы, совершенствование организационного и правового механизма венчурного финансирования (расширение прав финансовых организаций в данной области, либерализация процедур предоставления займов и др.), оказание информационно-консультативных услуг и создание других звеньев инфраструктуры. Общей тенденцией является все большее смещение акцента в сторону косвенного воздействия - формирования благоприятного климата для венчурных операций. В США наряду с федеральными программами существуют разнообразные программы венчурного финансирования, реализуемые властями штатов. Эти программы направлены на поддержку новых фирм на начальных стадиях их развития и имеют две основные цели: создание в регионе новых рабочих мест и обеспечение в дальнейшей перспективе роста налоговых поступлений в бюджет штата. Прямая помощь МП в рамках этих программ может осуществляться в виде займов или гарантий по займам, предоставляемым специализированными инвестиционными фондами, либо частными корпорациями развития бизнеса, получившими разрешение властей штата на предоставление кредитов или специального капитала малым предприятиям на его территории. В соответствии с Федеральным [законом Российской Федерации](https://pandia.ru/text/category/zakoni_v_rossii/) «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» от 01.01.01 года №88-ФЗ под субъектами малого предпринимательства понимаются [коммерческие организации](https://pandia.ru/text/category/kommercheskie_organizatcii/), в уставном капитале которых доля участия Российской Федерации, общественных и [религиозных организаций](https://pandia.ru/text/category/religioznie_obtzedineniya/) (объединений), благотворительных и иных фондов не превышает 25%, доля принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25% и в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает предельных уровней, таблица 1.

### В Федеральном Законе РФ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» установлено, что под субъектами малого предпринимательства понимаются физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.

### Таблица 1.- Средняя численность работников за отчетный период

|  |  |
| --- | --- |
| в промышленности | 100 чел |
| в строительстве | 100 чел |
| на транспорте | 100 чел |
| в сельском хозяйстве | 60 чел |
| в научно - технической сфере | 60 чел |
| в оптовой торговле | 50 чел |
| бытовом обслуживании населения | 30 чел |
| в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности | 50 чел |

2. Малый бизнес: преимущества и недостатки и взаимодействия малого и крупного бизнеса.

2.1. Экономические преимущества и недостатки

В России в современный период перехода от плановой экономики к рыночному хозяйству особое значение приобретает развитие среднего и мелкого предпринимательства, малого бизнеса. Доля малого бизнеса в России довольно небольшая.

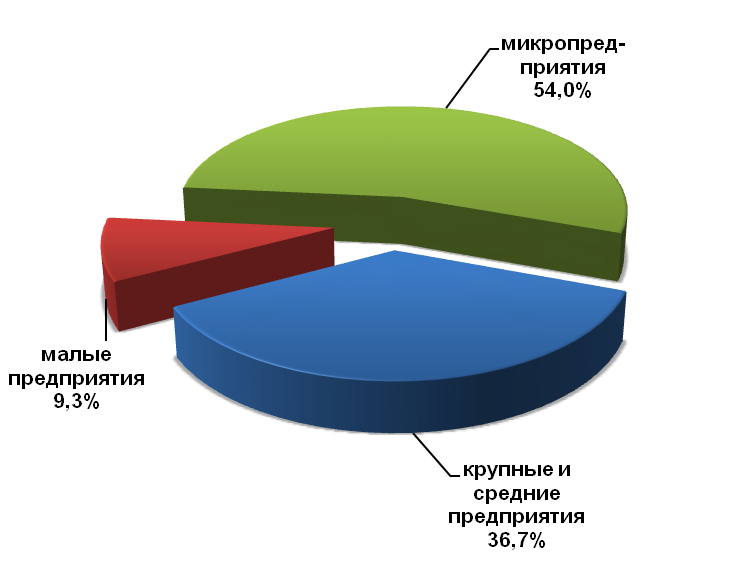


Рисунок 2- соотношение малого и крупного бизнеса

Именно малые предприятия, не требующие крупных стартовых инвестиций и гарантирующие высокую скорость оборота ресурсов, способны наиболее быстро и экономно решать проблемы реструктуризации экономики, формирования и насыщения рынка потребительских товаров в условиях дестабилизации российской экономики и [ограниченности ресурсов](https://pandia.ru/text/category/ogranichennostmz_resursov/). Малые кампании способны оперативно реагировать на изменение потребительского спроса и за счет этого обеспечивать необходимое равновесие на потребительском рынке. Малое предпринимательство способствует созданию новых рабочих мест, смягчая проблему нарастающей [безработицы](https://pandia.ru/text/category/bezrabotitca/). Малый бизнес вносит существенный вклад в формирование конкурентной среды, что для нашей высоко монополизированной экономики имеет первостепенное значение.

Основной проблемой для малых предприятий является недостаточная ресурсная база (материально-техническая и финансовая). Здесь речь идет о создании нового сектора национального хозяйства почти на пустом месте.

По данным экономической конъюнктуры при Правительстве РФ лишь 20% малых производственных предприятий осуществляли инвестиции в приобретение отечественного оборудования в виде отдельных установок и только 2% внедряли.

В соответствии с такой исходной установкой должны конструироваться механизмы льготного кредитования, налогообложения, различного рода преференции, в т.ч. и связанные с внешнеэкономической деятельностью. Смысл в том, чтобы обеспечить лучшее удовлетворение потребностей народа при создании условий для последовательного развертывания предпринимательства.

Значение малого бизнеса в рыночной экономике, очень велико. Без малого бизнеса рыночная экономика ни функционировать, ни развиваться не в состоянии. Становление и развитие его является одной из основных проблем экономической политики в условиях перехода от административно-командной экономики к нормальной рыночной экономике. Малый бизнес в рыночной экономике - ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта; во всех развитых странах на долю малого бизнеса приходится 60 - 70 процентов ВНП.

Мелкие и средние предприятия не являются уменьшенной моделью или промежуточным этапом в развитии крупной фирмы, а представляют собой особую модель со специфическими чертами и законами развития. Для них характерны особенности в управлении и используемых экономических методах, представленных в таблице 2.

Таблица 2- Преимущества и недостатки

|  |  |
| --- | --- |
| Преимущества | Недстатки |
| высокая степень централизации и персонализации управления. Руководитель-собственник сосредоточивает в своих руках финансовые, экономические, социальные функции и полномочия, что ставит предприятие в зависимость от его деловых и личных качеств; | зависимость от крупных компаний |
| отсутствие системы стратегического управления; | слабая компетентность руководителей |
| высокая зависимость от внешней среды: банков, крупных предприятий, государственной администрации, научных лабораторий, консультационных фирм; | более высок уровень риска, поэтому выссокая степень неустойчивости положения на рынке |
| увеличение числа собственников, а значит, формирование среднего класса – главного гаранта политической стабильности в демократическом обществе; | повышенная чувствительность к изменениям условий хозяйствования |
| разработка и внедрение технологических, технических и организационных новшеств (стремясь выжить в конкурентной борьбе, малые формы чаще склонны идти на риск и осуществлять новые проекты); | трудности в заимствовании дополнительных финансовых средст и получение кредитов |
| ликвидация монополии производителей, создание конкурентной среды; |  |
| улучшение взаимосвязи между различными секторами экономики. |  |

2.2. Синтез мелкого и крупного производства: зарубежный опыт.

Малое предпринимательство играет исключительно важную роль в экономической и социальной жизни промышленно развитых стран, где на его долю приходится до 70% валового национального продукта.

Одной из первых западноевропейских стран, обратившей внимание на роль малого бизнеса, была Великобритания. Исследования, проведенные там, показали, что наиболее эффективны фирмы с числом занятых 1–19 человек. Такие фирмы составляли 96% от общего числа мелких фирм Великобритании (2,4 млн.). В начале 90-х годов на долю малого бизнеса приходилось 21% общего товарооборота, в нем было занято 36% всех наемных работников. Сейчас в Великобритании каждый восьмой взрослый занят собственным бизнесом.

В США функционирует более 15 млн. малых предприятий, которые производят около 40% ВВП и 1/2 валового продукта [частного сектора](https://pandia.ru/text/category/chastnij_sektor/) и обеспечивают занятость почти половины трудоспособного населения. Малый бизнес осваивает в США вдвое больше нововведений, чем крупные корпорации.

На сегодняшний день в Германии насчитывается около 2 млн. мелких и средних предприятий (более 99% всех предприятий страны), которые производят до 50% ВВП. В сфере мелкого и среднего бизнеса занято 2/3 всего экономически активного населения. За последнее десятилетие на малых предприятиях (с численностью менее 20 человек) число занятых возросло на 600 тыс. человек, тогда как на более крупных (с численностью 21–100 работающих) – лишь на 90 тыс.

В Японии на малые и средние предприятия в отраслях производственной и непроизводственной сферы составляли 99,1%, а численность занятых на них – 79,2%. На долю подобных фирм приходится 78% годовой выручки в розничной торговле и 62,1% - в оптовой торговле.

Малые предприятия играют важную роль в механизме саморегулирования рыночной экономики развитых стран. Это обусловлено их тесными связями с крупным бизнесом как по линии субпоставок, так и по линии разработки нововведений. Серийное производство и организация сбыта нового продукта, требующие крупных капиталовложений, соответствующих производственных мощностей и ресурсов, не под силу малому бизнесу, и они передают их для внедрения крупным фирмам. Подсчитано, что малый бизнес США дал около 50% всех нововведений и большинство новейших технологий, которые определяют лицо современного научно-технического прогресса. Из 61 крупного открытия XX в. 48 были сделаны в малых и средних фирмах. Малые предприятия впервые разработали и внедрили: персональный компьютер, копировальную технику, шариковую ручку. По данным Национального научного фонда США в расчете на 1 доллар, вложенный в научно-исследовательские работы, малые предприятия дали в четыре раза больше новинок, чем средние, и в 24 раза больше, чем крупные корпорации. На одного сотрудника малого предприятия по статистике приходится в 2,5 раза больше инноваций, чем на работника крупного предприятия.

В рыночной экономике развитых стран предпринимательство построено на принципе [кооперирования](https://pandia.ru/text/category/kooperirovanie/) крупных и малых предприятий, причем крупные предприятия ориентируются не на подавление малого бизнеса, а наоборот, на взаимовыгодное сотрудничество с ним. Поэтому крупные и малые предприятия взаимодополняют друг друга, особенно в сфере специализации отдельных производств и в инновационных разработках. Если крупное производство ориентируется на массовый относительно однородный спрос, выпуск больших партий стандартной продукции, то малые предприятия функционируют на небольших сегментах рынка, в избранных ими нишах с ограниченной номенклатурой изделий. Рыночные ниши представляют собой рынки [готовой продукции](https://pandia.ru/text/category/gotovaya_produktciya/), прежде всего высокой технологии, которые образуются в тех случаях, когда спрос на определенном рынке не может быть удовлетворен крупным производством из-за малой емкости самого рынка либо из-за того, что производство не может достигнуть такого размера, при котором оно покрыло бы весь спрос на данном рынке. Тенденции современного производства и [международной торговли](https://pandia.ru/text/category/mezhdunarodnaya_torgovlya/) способствуют возникновению подобных ниш.

Нарастает [дифференциация](https://pandia.ru/text/category/differentciya/) и индивидуализация спроса. В сфере личного потребления все большую роль играют специфические потребности сравнительно небольших групп покупателей. Удовлетворять такой спрос могут только небольшие фирмы, так как для компаний-гигантов при выпуске многосерийной или даже заказной продукции это может быть малорентабельным. Если речь идет о расширяющемся рынке нового продукта, малая фирма может превратиться в крупную. Если спрос относительно стабилен, она может контролировать свою нишу в течение достаточно долгого времени, как, например, в случае с производством [медицинского оборудования](https://pandia.ru/text/category/meditcinskoe_oborudovanie/) фирмами Дании.

Для крупных предприятий необходимы и выгодны:

·  емкий рынок со стабильным и продолжительным спросом;

·  продукция массового производства, соответствующая требованиям рынка;

·  аккумулирование значительных финансовых средств;

·  дешевая рабочая сила.

Малые предприятия имеют возможность быстрее и лучше приспосабливаться к требованиям рынка и конкретных потребителей благодаря простоте управленческой структуры, обеспечивающей быстрое принятие решений, в том числе и по корректировке целей. Кроме того, себестоимость продукции в малых предприятиях ниже, чем в крупных, при более высоком качестве производимой продукции и услуг.

Малые предприятия и их техническое оснащение во многом зависят от крупных производственно-хозяйственных комплексов. По отношению к ним малые предприятия выступают в качестве поставщиков комплектующих изделий, что позволяет им использовать специализацию и кооперирование не только в области производства, но и в сфере сбыта продукции и ее технического обслуживания. Мелкие и средние предприятия-субподрядчики крупных компаний работают на основе подетальной, поузловой, модульной или иной специализации, где они достигают высоких результатов за счет эффекта технологического разделения труда. Они часто берут на себя выполнение одной-двух операций в сложном технологическом процессе, который в комплексе осуществляется крупной компанией. В рамках технического сотрудничества крупные фирмы-заказчики, выпускающие дорогостоящую готовую продукцию на базе комплектующих изделий, предоставляют своим субпоставщикам-исполнителям в аренду помещения, первоначальные средства производства, поставляют им на льготных условиях сырье и материалы, обеспечивают реализацию большей части комплектующей продукции на своих сборочных заводах, дают разрешение на использование своей торговой марки.

Широкое распространение в сотрудничестве крупных и малых предприятий получила в современных условиях система контрактных отношений на основе франчайзинга. Ее суть состоит в том, что крупная фирма предоставляет малой фирме исключительное право использовать свой технологический опыт и знания, а также торговую марку. Крупная фирма обычно предоставляет также кредит на льготных условиях, оказывает различного рода консультационные услуги и сдает в аренду оборудование. Франчайзинг способствует освоению малыми фирмами [новых технологий](https://pandia.ru/text/category/novie_tehnologii/), расширению сферы малого бизнеса.

Особенностью малого бизнеса в развитых странах в современных условиях является его интеграция в производственные сети крупных промышленных структур. Организационными формами такой интеграции являются финансируемый [лизинг](https://pandia.ru/text/category/lizing/), франчайзинг, долгосрочные контракты на поставки комплектующих изделий под определенные финансовые гарантии. Число мелких и средних предприятий, охваченных такой формой хозяйственных отношений, составило в США 50 тыс. с объемом продаж 632 млрд долл.

Малые предприятия, окрепнув технологически и в финансовом отношении, обычно переходят в разряд средних предприятий. Именно субподрядные связи малых предприятий служат непременным условием их последующего выхода на арену самостоятельной конкурентной деятельности. Не прошедшие этап субподрядной деятельности малые предприятия, напротив, не смогли подняться до высокого уровня механизации и выпуска продукции. Малые предприятия, будучи мобильными, легко перемещаются в перспективные ниши экономики. Они играют важную роль для решения проблем занятости и безработицы. Малые предприятия играют важную роль в региональной политике развитых стран, содействуя развитию промышленно отсталых регионов. Они организуются с целью разработки местных ресурсов, освоение которых крупными предприятиями является нерентабельным. Малые предприятия создаются с учетом местных традиций, с использованием новейших технологий и развитой [информационной сети](https://pandia.ru/text/category/informatcionnie_seti/).

### 2.3. Государственное стимулирование хозяйственных связей между крупным и малым бизнесом на региональном уровне

### Малый бизнес в промышленно развитых странах пользуется поддержкой государства. В большинстве из них широко применяются такие меры содействия, как программы финансовой помощи, льготные кредиты, снижение или полное освобождение от налогов, субсидии и снижение налогов на инвестиции, создаются региональные фонды поддержки малого предпринимательства. Особое место отводится мероприятиям по поддержке малого бизнеса при проведении программ, направленных на развитие экономики отдельных регионов. Каждая такая программа по-своему использует возможности взаимодействия местных крупных и малых предприятий для решения поставленных в ней конкретных задач.

### В американской практике сложилось следующее понимание требований, предъявляемых к программе развития экономики района:

- промышленное развитие района должно включать социальные цели, и прежде всего - цель создания рабочих мест, сокращения местной безработицы;

- малые и средние предприятия не могут сами по себе обеспечить развитие в данной зоне. Только их гармоничное взаимодействие с крупными предприятиями может увеличить объем местного производства и общую численность занятых;

- зоны индустриального развития должны быть сгруппированы и обязательно иметь центр, обеспечивающий повышение темпов промышленного развития и предназначенный играть роль катализатора в экономике района;

- ассортимент выпускаемой продукции должен расширяться в ходе накопления предпринимателями и менеджерами технических знаний, их умения сделать определенные товары, объектами массового производства, соединяя вместе усилия многих мелких фирм и ремесленных мастерских;

- программа не должна жестко привязываться к мобилизации уже имеющихся в районе капиталов.

Стимулирование связей малого бизнеса с крупной промышленностью - одна из доминирующих тенденций при разработке современных региональных программ, проводимых в промышленно развитых странах. Например, во Франции большое значение придается мобилизации местных малых и средних предприятий через организацию региональных субподрядов, а также передаче технологии малым и средним фирмам. Ставится задача включения этих предприятий в процессы международного обмена, в экспортные операции с опорой на банковский и крупный промышленный капитал.

В поддержке устойчивых кооперационных связей «своих» МП с крупным бизнесом весьма заинтересованы местные власти, поскольку в небольших городах и населенных пунктах США именно МП являются нередко единственными работодателями для населения и главными источниками бюджетных поступлений. От их судьбы зависят перспективы развития хозяйства региона, обновления его инфраструктуры. Конверсия таких предприятий почти всегда проходит при активном участии властных структур и содействии местных общин.

2. 4.Взаимодействие малого и крупного предпринимательства на крупных предприятиях

Для анализа проблем взаимодействия крупных и малых предприятий последние были условно разделены на несколько групп:

- «дочерние» и «ассоциированные» малые предприятия - в уставном капитале которых головное крупное предприятие имеет, соответственно, более 50% («дочернее») или меньшую долю собственности («ассоциированное»);

- арендные малые предприятия, связанные с головным крупным предприятием лишь договором аренды его производственных и или иных площадей;

- «внешние» малые предприятия, связанные с крупным предприятием производственно-кооперационными или иными хозяйственными связями.

Основная масса крупных предприятий имеет взаимодействие со всеми названными группами малых предприятий, хотя относительная значимость этих связей и характер возникающих при этом проблем существенно различаются. Природа этих различий позволяет внести элементы типизации в подходы к крупным предприятиям:

1.предприятия «высоких технологий» инновационной направленности;

2.перерабатывающие предприятия-гиганты, преимущественно многопрофильные;

3.многопрофильные предприятия легкой промышленности;

4.вновь возникшие многопрофильные частные предприятия.

В современном бизнесе актуальна политика долгосрочных взаимовыгодных взаимодействий, при этом в экономике созданы условия для формирования сложных группировок в системе предпринимательства, связанных отношениями собственности, взаимных поставок, отражающих стратегические интересы всех участников.

Система взаимодействия предпринимательских структур представляет собой совокупность действий, включающих отношения между предпринимательскими структурами в различных направлениях экономической деятельности; взаимодействия властных и предпринимательских структур; взаимоотношения между предпринимательскими структурами и потребителями и другие составляющие

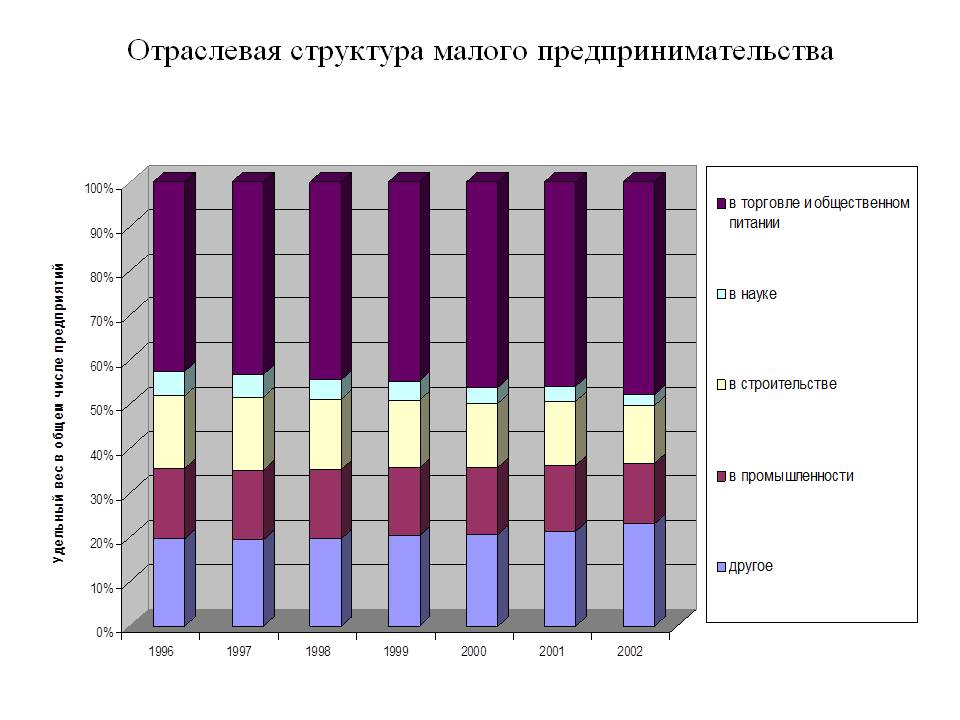


Рисунок 3- Основные направления  предпринимательских структур малого бизнеса

Тем не менее, вне зависимости от способов образования малых предпринимательских структур, их взаимоотношения с крупным производством являются многоаспектными, в том числе выходящими за рамки прямой профессиональной деятельности. Многие малые предприятия выполняли особые функции, становились для крупных предприятий структурами «карманными», позволяющими лучше приспособиться к сложным условиям переходного периода. Используя дочерние малые фирмы как собственные «карманные» структуры, крупные предприятия осуществляли накопление капитала с использованием экономических механизмов трансфертных цен, скупали через малые предприятия приватизационные чеки и акции приватизируемого предприятия. Накопленные малыми фирмами капиталы рассматривались как финансовые источники будущего развития не только малого, но и крупного производства, отложенного до «потепления» российского инвестиционного климата.

## 3.Механизм комплексной оценки вклада малого и крупного предпринимательства в экономику.

## 3.1. Комплексная оценка малого и крупного предпринимательства

Процесс управления малым предпринимательством носит многогранный характер, поскольку на него оказывает влияние не только огромное количество рыночных факторов, но и законодательные акты как федерального, так и регионального уровня. Органы власти, определяя направление государственной политики развития региона, в полной мере должны учитывать происходящие в предпринимательстве бизнес процессы и создавать благоприятные условия развития этого вида деятельности.

Основными направлениями оценки экономической деятельности малого предпринимательства, на наш взгляд, являются следующие:

· объём экономической деятельности;

· эффективность функционирования малого предприятия;

· инвестиционная активность предпринимательских структур;

· инновационная активность предприятия;

· оценка деятельности малого предпринимательства в социально-экономическом развитии региона.

Более подробно механизм формирования комплексной оценки вклада малого предпринимательства в экономику региона можно рассмотреть по пяти группам показателей таким, как показатели масштаба деятельности малых предприятий, эффективности функционирования малых предприятий, инвестиционной, инновационной активности и вклада малого предприятия в социально-экономическое развитие региона. Территория Краснодарского края составляет 75 485 км.кв. На современном этапе развития экономики сформирован механизм развития предпринимательства, основывающийся на нормативном, правовом и организационном обеспечении развития предпринимательской деятельности. Краснодарский край - один из общероссийских лидеров по развитию малого и среднего бизнеса. По данным департамента инвестиций и развития МСП Кубани, в 2018 году количество субъектов малого и среднего бизнеса увеличилось на 12,4 ты. единиц. За этот же период численность населения, занятого в МСП выросла на 798,5 тыс. человек. Оборот субъектов увеличился на 4,2% - до1,567 трлн. Рублей, а объем инвестиций в основной капитал на 9,9%- до 33 млрд.рублей.

Предпринимательство играет важную роль в социально-экономических процессах. Краснодарский край один из первых среди субъектов Российской Федерации приступила к системному развитию малого предпринимательства. В крае реализуется долгосрочная целевая программа государственной поддержки малого предпринимательства «Малый бизнес», целью которой является последовательное поэтапное создание благоприятных условий для развития предпринимательства и самореализации населения.

Таблица 3-Динамика числа предприятий и организаций Краснодарского края по формам собственности

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. | 2018 г. к 2012 г. |  |
| Всего | 12433 | 12876 | 13097 | 13731 | 12941 | 13213 | 13484 | 108,5 |  |
| государственная | 809 | 794 | 812 | 854 | 882 | 1057 | 1172 | 144,9 |  |
| муниципальная | 1847 | 1864 | 1819 | 1838 | 1826 | 1690 | 1941 | 105,1 |  |
| частная | 7115 | 7468 | 7690 | 8246 | 7692 | 8202 | 8214 | 115,4 |  |
| собственность общественных и религиозных организаций (объединений) | 1725 | 1838 | 1875 | 1896 | 1777 | 1502 | 1442 | 83,6 |  |
| прочие формы собственности, включая смешанную российскую, иностранную, совместную российскую и иностранную | 937 | 912 | 901 | 897 | 764 | 762 |  |  |  |

К настоящему времени уже реализовано четыре среднесрочных этапа комплексной программы государственной поддержки, позволивших обеспечить благоприятный социально-экономический климат для развития предпринимательства и стимулирования притока инвестиций в экономику региона.

В настоящее время малый бизнес становится всё более значимым в формировании валового регионального продукта (доля МП в ВРП - 9-10%), достижении социальной стабильности, улучшении уровня и качества жизни населения

А долю крупных предприятий можно увидеть на таблице 4.

Таблица 4- Доля крупных и малых предпринимательских структур в основных видах деятельности в 2018г.,%

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид деятельности | Крупные и средние  предприятия | Малые  предприятия |
| Транспорт и связь | 95,4 | 4,6 |
| Обрабатывающие производства | 92,8 | 7,2 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг | 84,7 | 15,3 |
| Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство | 73,6 | 26,4 |
| Оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования | 48,4 | 51,6 |
| Строительство | 32,9 | 67,1 |

Анализ показывает, что повышенное внимание уделяется формированию механизма «обратной связи» с бизнесом, привлекая предпринимателей к взаимодействию по всем вопросам развития предпринимательства и экономики в целом.

## 3.2 Система взаимодействия предпринимательских структур в рыночной среде

Во всем мире малый бизнес признан экономической базой рыночных отношений и является одним из ключевых элементов рыночной экономики. Без него не могут полноценно развиваться ни государство, ни общество. Значительная часть валового внутреннего продукта экономически развитых стран мира производится предприятиями малого бизнеса. Малый бизнес является наиболее динамично развивающимся и адаптивным к потребностям рынка. Современные преобразования в России приобретают тенденцию развития демократических основ гражданского общества и усиления социальной направленности рыночной экономики. В Российской Федерации малое предпринимательство практически исключено из экономической, политической и социальной жизни страны, поэтому эта проблема является весьма острой и актуальной. В обществе назрела необходимость формирования современной предпринимательской среды, отвечающей запросам рынка и государства.

В развитых странах средний класс является стабилизатором общества и гарантом демократического пути развития общества. Малый бизнес способствует созданию рабочих мест, техническому прогрессу, развитию конкуренции, более полному использованию природных ресурсов.

Одним из ключевых элементов маркетинга взаимоотношений является анализ покупательского поведения. Особенно важную роль он играет на рынке business-to-business, который требует максимального взаимодействия продавца и покупателя. Модели Шета, Уэбстера и Уинда наиболее развернуто, на наш взгляд, описывают процесс промышленной закупки .

Профессор Шет, соавтор модели покупательского поведения Говарда-Шета, адаптировал модель к конкретному типу промышленного покупателя. Модель имеет психологическую направленность. Среди ключевых понятий этой модели - ожидания и восприятия покупателей, ролевая ориентация, образ жизни и воспринимаемый риск. Характеристики организации-покупателя включают в себя ориентацию, размер и степень централизации. В модели Шета особое внимание уделяется совместному принятию решений, в котором участвуют два или более лица.

Несколько более полную модель процесса принятия решения о покупке разработали Уэбстер и Уинд. Согласно их точке зрения, ситуация закупки создается в случае, когда один из членов организации видит проблему, которую можно решить путем закупки. В ответ на возникновение такой ситуации организация создает закупочный центр, в состав которого входят те сотрудники организации, которые будут вовлечены в процесс принятия решения о закупке. Согласно модели Уэбстера и Уинда, закупочный центр - это группа людей в организации, которые играют следующие роли:

· пользователи;

· лица, принимающие решение о закупке;

· лица, влияющие на принятие решения;

· покупатели;

· «привратники».

«Привратники» контролируют и фильтруют информацию, поступающую в закупочный центр. Эту функцию обычно выполняет агент по закупкам. Лица, влияющие на принятие решения, - это, как правило, специалисты в соответствующих областях, которые дают дополнительную информацию или определяют критерии выбора закупаемого продукта. Пользователи непосредственно применяют приобретаемый продукт в своей деятельности. Лица, принимающие решение о закупке, выбирают продавца или бренд продукта. Покупатели выполняют обязательства, указанные в договоре. Бонома расширил это описание закупочного центра, добавив шестую покупательскую роль - инициатора процесса закупки, то есть лица, ответственного за выявление потребности и ситуации закупки. Разработка сбытовой стратегии в отношении промышленного клиента начинается с анализа его закупочного центра. Модель Уэбстера и Уинда уделяет особое внимание четырем группам переменных: относящиеся к внешней среде, организационные, межличностные (закупочный центр) и индивидуальные.

Существующие в современных предпринимательских структурах системы измерения эффективности взаимоотношений и соответствующие им критерии и показатели вопросы бизнеса отражают в двух измерениях. Исследования показывают, что на практике руководство предпринимательских структур особое внимание уделяет отношениям с инвесторами предприятия. Однако с точки зрения современных подходов к маркетингу целесообразно внимание уделять всем заинтересованным в эффективной деятельности предпринимательской структуры сторонам с учетом степени их ответственности. Чем больше заинтересованных сторон (смежных организаций) занесено в систему измерения эффективности деятельности предпринимательской структуры, тем легче ей контролировать взаимоотношения с каждой стороной. Полагаясь на ширину стрелок, можно сделать вывод о силе этих взаимоотношений. Наиболее тесные связи возникают между организацией и ее инвесторами, потребителями, наемными работниками, поставщиками и регулятивными органами, однако теснота связей зависит от отрасли, в которой функционирует предпринимательская структура. При управлении взаимоотношениями с клиентами необходимо иметь в виду два вопроса: каковы нужды и потребности клиента и чего хочет организация от своих клиентов.

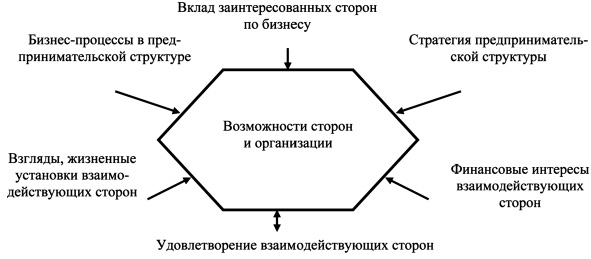


Рисунок 4- Система взаимоотношений между предпринимательской структурой и заинтересованными сторонами в бизнесе

Призма эффективности позволяет провести границу между этими противоположными, но взаимосвязанными вопросами, она разделяет удовлетворенность и вклад клиента, а также идентифицирует соответствующие меры для каждого из этих моментов.

3.3. Механизм функционирования бизнеса

Рыночная система оказалась наиболее гибкой: она способна перестраиваться, приспосабливаться к изменяющимся внутренним и внешним условиям. В развитой рыночной экономике существенные изменения претерпевает хозяйственный механизм. Плановые методы хозяйствования получают дальнейшее развитие в рамках отдельных фирм в виде маркетинговой системы управления. В то же время на макроуровне развитие плановых методов связано с государственным регулированием экономики.

Основное экономическое преимущество рыночной системы заключается в ее постоянном стимулировании эффективности производства. Рыночная система функционирует и корректируется автоматически в результате индивидуальных, децентрализованных решений, а не централизованных решений правительства. Изучение структуры рынка позволяет решить двуединую задачу.

С одной стороны, мы получаем комплексное представление о рыночной экономике как о единстве взаимосвязанных и взаимодействующих разнообразных рынков.

С другой стороны, становится возможным сопоставить нынешнее состояние отдельных рынков или рыночных сфер экономики с тем, которое должно быть при переходе к развитым рыночным отношениям. Тем самым удается оценить степень необходимых преобразований при переходе к рыночной экономике и характер их воздействия на людей.

В послевоенное время усиление значения вертикального комбинирования и диверсификации, а также влияние антикартельного законодательства привели к падению роли таких типов монополий, как тресты, картели, синдикаты. В современных условиях главным направлением концентрационного процесса остается диверсификация, а ведущее положение среди организационных форм занимает концерн.

Условия, в которых протекает рыночная конкуренция, как и ряд других процессов, обычно называют рыночной структурой (или формой, моделью, типом рынка). Она характеризуется рядом черт: а) число и размер фирм, б) тип предлагаемого продукта, в) степень контроля над ценами, г) условия входа в отрасль и выхода из нее, доступность информации.

По сути дела, понятие "рыночная структура" шире категории "рынок". Оно фактически охватывает многие моменты рыночной организации всего национального хозяйства, и его нельзя сводить к рынку в его обыденной трактовке. Несмотря на многообразие рыночных структур, обычно выделяют следующие четыре их типа (модели рынка): совершенная (чистая) конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, чистая монополия. Каждая из названных структур отличается степенью конкурентности рынка, т.е. способностью фирм воздействовать на рынок, и, прежде всего на цены. Чем меньше это влияние, тем более конкурентным считается рынок.

Представленная характеристика типов рыночных структур при сопоставлении с реальной действительностью показывает, что такие модели рынка, как совершенная (чистая) конкуренция и чистая монополия, фактически встречаются крайне редко, в то время как монополистическая конкуренция и олигополия описывают множество реально существующих рынков. Остановимся более подробно на каждой из моделей рынка.

Всему комплексу условий рынка совершенной конкуренции не отвечает ни один реальный рынок. Наиболее близок к нему рынок зерна, если сельское хозяйство является фермерским.

Фирма, имеющая свою продукцию на совершенном (конкурентном) рынке, называется конкурентной фирмой, так как эти фирмы не могут воздействовать на цену и выступают как принимающие цену.

Все остальные механизмы относятся к рынкам несовершенной конкуренции.

Заключение

### Таким образом, вклад внешних МП в конечную продукцию крупных российских предприятий пока ещё невелик. Соответственно строится и отношение к ним со стороны руководителей крупных предприятий, которых в первую очередь заботят завышенные тарифы на продукцию предприятий-монополистов, а связям с МП уделяется сравнительно небольшое внимание.

### Руководство крупных предприятий с точки зрения своих интересов видит во «внешних» МП нечто второстепенное и малонадежное. С ними предпочитают иметь дело только тогда, когда они сразу платят «живые деньги». Но расплачиваться «живыми деньгами» малые предприятия могут крайне редко. Сырье и материалы крупные предприятия получают, в основном, от своих традиционных крупных партнеров и поэтому их потребность в малых предприятиях-поставщиках также объективно оказывается низкой. Тем более что и в роли поставщиков МП очень часто показывают себя ненадежными партнерами.

Подводя итог, хочу обратить особое внимание на следующие моменты представленной курсовой работы.

Как свидетельствует зарубежный и отечественный опыт, под малым предприятием в основном понимается предприятие с числом занятых не более 100-200 человек, в уставном капитале которых доля участия государства и (или) других юридических лиц, не являющихся субъектами малого предпринимательства, не более 50%.

В соответствии с гражданским законодательством Российской Федерации субъектами малого предпринимательства являются юридические лица как коммерческие организации и индивидуальные предприниматели, имеющие право создавать малые предприятия в различных организационно-правовых формах.

Необходимо подчеркнуть основные характеристики, позволяющие малому бизнесу динамично развиваться. К ним относятся:

·  быстрое реагирование на конъюнктуру;

·  решение социальных вопросов, например, возможность быстро создавать новые рабочие места;

·  противодействие монополизму в экономике;

·  активизация структурной перестройки экономики.

Таким образом, трудно переоценить значимость развития малого бизнеса для нашей страны, где оно способно коренным образом и без существенных [капитальных вложений](https://pandia.ru/text/category/vlozhennij_kapital/) расширить производство многих потребительских товаров и услуг (в первую очередь – для малообеспеченного большинства населения) с использованием местных источников сырья, решить проблему занятости, ускорить научно-технический прогресс и составить позитивную альтернативу криминальному бизнесу.

Необходимо отметить, что экономический риск в сфере малого предпринимательства, как правило, выше, и «жизненный цикл» малых предприятий обычно короче, чем крупных компаний. Даже в благополучных промышленно развитых странах небольшие предприятия испытывают целый ряд характерных трудностей. Вот почему повсюду: в Европе, Японии, США, странах Юго-Восточной Азии – мелкое и среднее предпринимательство находит все более широкую поддержку государства. Данная поддержка предоставляется в виде:

·  организационно-инфраструктурной формы (упрощенный порядок регистрации, обучение и переподготовка кадров, стимулирование связей между крупным и малым бизнесом на основе механизмов франчайзинга, субподряда и лизинга и т. д.);

·  финансовой формы (введение льготного режима налогообложения и кредитования, обеспечение госзаказом, стимулирование банков и страховых компаний к кредитованию и страхованию малых предприятий и т. д.);

·  имущественной формы (научно-технологическая поддержка, льготирование условий предоставления в аренду помещений и оборудования, находящихся в государственной собственности, а также формирование государственных лизинговых компаний и т. д.).

В России поддержка частной инициативы пока еще не стала одним из основных принципов государственной политики и ориентиром для властей на местах. В системе целевых установок [государственного регулирования экономики](https://pandia.ru/text/category/gosudarstvennoe_regulirovanie_yekonomiki/) задача поддержки малого бизнеса вступает в противоречие с задачей достижения оптимальных макроэкономических показателей, фискальными механизмами наполнения бюджета, затратными методами решения социальных проблем. Однако следует отметить попытку государства изменить существующую ситуацию к лучшему путем введения новой программы по государственной поддержке малого бизнеса.

Итак, развитие предпринимательской деятельности в России – сложный и противоречивый процесс, имеющий ряд специфических особенностей. Пока он идет путем проб и ошибок. Иногда пытается перенять зарубежный опыт. Такие попытки бывают успешными только в случае учета специфики нашей страны. Самый эффективный способ решения любой проблемы – ее четкое определение на основе системы ценностей и недвусмысленной концепции. Это задача теоретического исследования российской экономики.

Таким образом, взаимодействие крупного и малого бизнеса служит эффективным инструментом развития экономики на основе сбалансированного развития взаимодействующих субъектов. Оно связано с характерными для инновационной экономики процессами возрастания роли научно-технических достижений, сокращения трансакционных издержек, повышения уровня специализации в условиях конкурентоспособной среды. В современной России получили развитие различные формы взаимодействия крупных и малых предприятий, но их масштаб и эффективность пока отстают от уровня задач модернизации экономики.