

Развитие малого бизнеса в России как первоочередная задача государства

© И.В. Долгова

МГТУ им. Н.Э. Баумана, Москва 105005, Россия

Поднимается вопрос о таком важном секторе экономики, как малый бизнес. Изложен подход к определению малого бизнеса как особого вида предпринимательства и сформулирован тезис о важности малого предпринимательства в развитии нового качества роста экономики России.

Ключевые слова: предпринимательство, малый бизнес, инвестиции, акционерные общества, франчайзинг, дженерики, венчурный бизнес, «стартовые» компании.

Как показывает опыт развитых стран, малое и среднее предпринимательство играет весьма большую роль в экономике, его развитие влияет на экономический рост, ускорение научно-технического прогресса, насыщение рынка товарами необходимого качества, создание новых дополнительных рабочих мест, т. е. решает многие насущные экономические, социальные и другие проблемы. Во всех экономически развитых странах государство оказывает большую поддержку малому предпринимательству. Все большая часть трудоспособного населения, стремящаяся улучшить свое финансовое положение и желающая проявить свои предпринимательские способности, начинает заниматься малым бизнесом.

В условиях кризисной ситуации, которая сложилась в последние пять лет в мире, в том числе в России, президент Владимир Путин поднял вопрос об импортозамещении, создании продукции отечественного производства. В этой связи тема развития малого предпринимательства становится как нельзя актуальной.

Германия, являясь лидером Европейского сообщества, на протяжении многих лет после Второй мировой войны строила свою экономику, опираясь на малое предпринимательство.

Становление малого бизнеса в России — это сложный процесс, в ходе которого возникает множество проблем, требующих решения, так как в противном случае развитие малого бизнеса будет постоянно наталкиваться на непреодолимые препятствия. В настоящее время малый бизнес развивается не только в торгово-посреднической сфере, но и внедряется в производственные структуры. Если в 1993 г. 50 % зарегистрированных малых и средних предприятий еще не начинали работу, 30 % едва сводили концы с концами, 10 % работали нормально, всего 3–4 % процветали, 37 % из успешно действующих предприятий малого бизнеса были связаны с теневой экономикой,

40 % не платили налоги, то в настоящее время ситуация изменилась кардинально. Это связано с тем, что в конце 1990-х гг. Правительством РФ был сделан существенный шаг в решении экономических проблем малого бизнеса:

- изменение налоговой системы;
- выделение кредитных ресурсов на приоритетное производство товаров народного потребления и продовольствия;
- создание фондов поддержки из федерального бюджета;
- организация сети специализированных банков с участием государственных средств;
- страхование программ с высокой степенью риска из государственных страховых фондов и резервов;
- обеспечение гарантий для иностранных инвестиций;
- использование зарубежного опыта и привлечение зарубежных специалистов.

В своем послании к Федеральному собранию, которое состоялось 4 декабря 2014 г., президент России Владимир Путин четко определил путь на развитие малого бизнеса, предоставления различных льгот и создания благоприятных условий для его развития.

Изучение динамики развития малого предпринимательства, а также влияния государственной политики на этот процесс в современных условиях обладает высокой практической ценностью, поскольку воспроизводственный потенциал развития малого бизнеса и его государственной финансово-кредитной поддержки далеко не исчерпан. В то же время малый бизнес в России недостаточно изучен, не всегда адекватно оцениваются его возможности и потенциал в осуществлении экономических реформ.

Малый бизнес является особым видом предпринимательства. И чтобы понять, что лежит в основе его развития, необходимо определиться с понятием «предпринимательство» как экономической категории. В научной литературе встречается большое количество его определений, отличающихся по содержанию и различным подходам к формулировке.

По мнению американского ученого Р.С. Ронсталта, предпринимательство — это динамичный процесс наращивания богатства. Богатство создается теми, кто больше всех рискует своими деньгами, имуществом, карьерой, кто не жалеет времени на создание собственного дела, кто предлагает покупателям новый товар или услугу. Эти товар или услуга не обязательно должны быть чем-то совершенно новым; главное, чтобы предприниматель сумел придать им новые качества, увеличить их ценность, затратив на это необходимые силы и средства [1].

Можно встретить и такое определение предпринимательства, которое характеризует его как деятельность, связанную с вложением

средств в целях получения прибыли на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой [2].

Предпринимательство же как экономическое явление отражает товарный характер отношений предпринимателей с другими хозяйствующими субъектами на основе действия экономических законов рыночной экономики (спроса, предложения, конкуренции, стоимости и др.) и всех инструментов товарного производства и обращения [3].

Таким образом, «предпринимательство» можно рассматривать в трех аспектах:

- как экономическую категорию, т. е. с позиции отношений субъекта и объекта;
- как метод хозяйствования, т. е. с позиции самостоятельности и независимости, ответственности и риска, свободы выбора и распоряжения ресурсами и произведенным продуктом;
- как тип экономического мышления, т. е. особенность подходов и взглядов к принятию решений с целью получения выгоды (дохода).

Обобщенность таких подходов мы можем наблюдать в определенной категории «предпринимательства», которое дал академик Л.И. Абалкин. По его мнению, предпринимательство — не только особый вид деятельности, но и определенный стиль и тип поведения, образ мыслей, неотъемлемыми составляющими которого являются инициатива, поиск нетрадиционных решений, масштабность и риск, деловая хватка [4].

Для того чтобы понять, что такое предпринимательство, важно определить, что отнести к его субъекту, а что — к объекту. Можно выделить два вида субъектов:

- индивиды, занимающиеся организацией единоличного производства (индивидуальные и семейные предприятия). Они ориентируются преимущественно на собственные затраты труда, либо на незначительное количество наемного труда;
- группы людей, связанные между собой договорными обязательствами и общими экономическими интересами (различного рода ассоциации, товарищества на паях, акционерные общества, кооперативы, арендные предприятия). Здесь наемный труд применяется в обязательном порядке и в большем количестве.

Следует обратить внимание на то, что нельзя списывать со счетов такой субъект, как государство. Доля государственного сектора экономики России составляет не менее 25 %. В этих условиях исключение государства из сферы бизнеса и предпринимательства было бы необоснованным.

Характеристика современного субъекта предпринимательства требует исследования его личных характеристик. К важнейшим чертам предпринимательства относятся:

- самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов. Любой предприниматель свободен в принятии решения по тому или иному вопросу, естественно, в рамках правовых норм;

- экономическая заинтересованность. Главная стимулирующая цель предпринимательства — получение максимальной прибыли. Но она относится к долгосрочной перспективе. А в краткосрочный период — это удовлетворение потребностей населения товарами и услугами. То есть предприниматель, помимо собственной выгоды, стремится к достижению общественного интереса;

- хозяйственный риск и ответственность. Поскольку предприниматель в большей степени работает на неизвестный рынок, то неопределенность и риск остаются.

Слово «предпринимательство» у нас ассоциируется с такими экономическими категориями, как частная собственность, капитализм, рыночная экономика.

К. Маркс в труде «Капитал» постоянно использует слово «капиталист» и ни разу не говорит «предприниматель». Вероятно, это не одно и то же. У этих слов различная функциональная сущность. Капиталист — это владелец капитала, т. е. средств производства. Предприниматель берет на себя инициативу соединения ресурсов земли, капитала и труда в единый процесс производства товаров и услуг. Он является движущей силой производства и посредником, сводящим вместе другие ресурсы для осуществления процесса, который обещает быть прибыльным. Предприниматель — это новатор, идущий на риск и стремящийся вводить новые продукты, новые производственные технологии и новые формы организации бизнеса. Он рискует не только временем, трудом, деловой репутацией, но и вложенными средствами — собственными и своих компаньонов или акционеров.

По вопросу объекта предпринимательства в экономической литературе существует множество мнений. Одни склоняются к тому, что объектом является определенная деятельность, постоянный поиск новых способов комбинации ресурсов [5]. Другие отстаивают точку зрения, согласно которой объектом предпринимательской деятельности является товар или услуга, все то, что может удовлетворить чью-либо потребность и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования и потребления [6].

Наконец, в экономической литературе встречается мнение, что объект предпринимательства — сама хозяйственная единица, где комбинируются факторы производства и достигаются цели данной хозяйственной единицы и ее собственника посредством изготовления и реализации товара и услуги [7].

На наш взгляд, в современное понятие предпринимательства должно включаться не только умелое сочетание факторов производ-

ства с целью создания продукта и получения прибыли, но и реализация таких форм производственного процесса, которые способствовали бы развитию творческого потенциала наемного работника, его желанию работать на общую цель предприятия. Это и достойная заработная плата, и участие работников в прибыли предприятия, и гордость за произведенную продукцию.

Предпринимательство — не изолированное явление, оно связано с различными сферами жизнедеятельности общества: экономической, политической, социальной, культурной, социально-психологической. Понятие «предпринимательство» постепенно дополнялось и совершенствовалось по мере развития экономики.

Характеристика предпринимательства как вида деятельности была бы неполной, если бы не учитывала факторы, обуславливающие проявления этого вида деятельности. Важнейшими из них являются экономическая свобода и самостоятельность предприятия. Экономическая свобода означает наличие определенных условий использования произведенного продукта и полученных доходов, а также обладание субъектом хозяйствования совокупностью прав, которые гарантируют ему независимость, самостоятельность при принятии решений по поиску и выбору вида, сферы и формы его хозяйственной деятельности. Только наличие подобных условий дает основание говорить о полноценной предпринимательской деятельности. К их числу относится, прежде всего, частная собственность на факторы и результаты производства.

Сущностные характеристики предпринимательства выражаются через экономическое обособление хозяйствующего субъекта, его самостоятельность в выборе вида хозяйственной активности, позволяющей наиболее эффективным образом использовать имеющиеся ресурсы в целях получения дохода и удовлетворения потребностей людей.

Подход к предпринимательству как особому сектору экономики, особому экономическому, политическому и социальному мышлению особенно актуален именно сейчас, в период утверждения России как великой экономической и политической державы. В этой связи особое место государство отводит развитию малого бизнеса.

В настоящее время во всем мире отмечается расцвет малого бизнеса. Сейчас он представляет самый крупный сектор экономики во всех развитых странах. На его долю приходится 95 % предприятий, в том числе в США — свыше 90 %, в Западной Европе — 72 %. В большинстве стран не менее половины всех занятых работают на мелких и мельчайших предприятиях. А для некоторых стран эта доля значительно выше. Например, в Японии мелкие и мельчайшие фирмы дают работу 75 % всех занятых японцев.

Однако вопрос о том, какое предприятие считать «малым», до сих пор находится в стадии научной разработки.

Главным признаком отнесения предприятия к категории «малое» считается число работников, а также то, что предприятие имеет бесцеховую структуру управления. Так, в Болгарии малым считается предприятие с числом занятых до 50 человек, в Венгрии — не более 350 человек, в США — менее 500. Согласно российскому законодательству, число занятых на малом предприятии не должно превышать 100 человек в производстве и строительстве и 50 в торговле.

Во многих странах с развитой рыночной экономикой, наряду с численностью занятых, для определения малого предприятия используются и другие критерии, например отраслевая принадлежность, объем капитала или объем продаж.

В нашей стране для определения малого предприятия используются два критерия: отраслевая принадлежность и число занятых.

Ряд стран и международных организаций используют нормативно-количественное определение малого и среднего бизнеса. Комиссия Европейского сообщества, определяя вклад малых и средних предприятий стран ЕС в валовой национальный продукт, занятость, экспортно-импортную деятельность до недавнего времени использовала в качестве критерия количество работающих: до 250 человек для малых предприятий и до 500 человек для средних предприятий.

Однако использование только количественных критериев для отнесения предприятий к субъектам малого бизнеса недостаточно. Даже российская действительность дает примеры того, как небольшие, с точки зрения количества занятых, компании достигают годового оборота в несколько миллионов и даже десятков миллионов долларов. Это уже не малый бизнес, но имеющий по формальным критериям право на предусмотренные законодательством льготы.

Поэтому одного количественного критерия недостаточно. Не случайно вопрос определения малого предпринимательства и периодической его коррекции постоянно находится в центре внимания американских законодателей. США являются одной из стран, где государственная политика поддержки малого бизнеса приняла активные и диверсификационные формы.

В качестве примера можно привести две федеральные программы, реализуемые Администрацией малого бизнеса (Small Business Administration) США, так называемые Программа 7(a) и Программа 8(a). В целом критерии «малости», т. е. возможности включения предприятия в ту или иную программу государственной поддержки, привязаны к стандартной промышленной классификации, которая содержит количественные критерии предприятий различных отраслей экономики. При этом для участия предприятия в Программе 7(a), кроме соответствия его параметров кодам, необходимо, чтобы чистый доход компании не превышал 2 млн долларов в год. Что касается Программы 8(a), то здесь с 1992 г. применяются 9 размерных

групп, а именно: по количеству занятых — 100, 500, 750, 1000, 1500 человек; по годовому доходу — 5, 10, 18, 24 млн долларов [8].

Формально-количественный подход необходимо дополнять качественными критериями. Он позволяет рассматривать малое предприятие не как уменьшенную разновидность большой компании, а как организацию, функционирование которой отличается от жизнедеятельности крупной фирмы рядом специфических особенностей, а именно: высокой степенью восприимчивости к техническим, организационным, управленческим нововведениям, а также вынужденной постоянной изменчивостью, необходимостью постоянно адаптироваться к изменениям внешней среды и, следовательно, видоизменяться внутренне.

Таким образом, малые предприятия представляют собой особый вид предпринимательства со специфическими проблемами, методами и способами организации и ведения бизнеса, особенностями внутрифирменного управления и построения отношений с государством и корпоративным сектором экономики.

К качественным критериям малого бизнеса можно отнести:

- относительно небольшое число производимых товаров и услуг;
- сравнительно ограниченные финансовые и трудовые ресурсы;
- высокую организационно-функциональную гибкость и мобильность;
- менее развитые системы управления, сравнительно несложные процедуры оценки и контроля стратегического положения фирмы;
- несистематичность менеджмента, преобладание «управления здравого смысла»;
- концентрацию большинства акций и, соответственно, управленческих постов у основателей предприятий, где функции собственности и управления, как правило, не разделены;
- способность овладевать только ограниченными (локальными) сегментами рынка;
- сохранение юридической независимости;
- недостаток устойчивости в кризисной ситуации;
- четкую ориентацию на рынок, свободную торговлю, конкурентные механизмы самовоспроизводства.

Таким образом, к определению самого понятия «малое предпринимательство», следует подходить с двух точек зрения: количественной и качественной.

Широкое распространение малого бизнеса связано с его неоспоримыми преимуществами.

Во-первых, малые предприятия гибки и маневренны, сравнительно легко приспособляются к конъюнктуре рынка и изменениям в производстве, оперативно реагируют на запросы потребителей, быстро осваивая новые технологии, новые виды продукции и услуг.

Во-вторых, имеют значительно меньшие издержки производства и обращения, а также затраты на рекламу, поскольку, как правило, расположены близко к потребителю.

В-третьих, развитие малой экономики способствует формированию рыночных отношений на основе здоровой конкуренции между различными формами хозяйствования и внутри них.

В-четвертых, в сферу малого бизнеса устремляется большое количество специалистов, желающих более полно реализовать свои способности.

В-пятых, широкое развитие малых предприятий делает экономику наиболее восприимчивой к осуществлению научно-технического прогресса.

В-шестых, на малых предприятиях достигается более рациональное использование трудовых ресурсов, а также малая экономика обеспечивает в определенной степени решение проблемы занятости, особенно в малых и средних городах.

Входящие в сферу малого бизнеса предприятия занимаются созданием самых высокотехнологических производств, специализируются на выпуске скоропортящихся продуктов, модной одежды и обуви, осуществляют мелкие строительные работы. Малый бизнес часто возникает на короткое время для удовлетворения сиюминутных потребностей в каком-то товаре или услуге.

Таким образом, малый бизнес очень многообразен и его следует квалифицировать по следующим признакам.

1. По формам собственности и организационно-правовому статусу мелкие фирмы подразделяются на:

- индивидуальные (основанные на индивидуальном капитале), в том числе семейные. Они получили название ПБОЮЛ (предприятие без определения юридического лица);
- общества с ограниченной ответственностью (ООО). Они основаны на долевом участии;
- акционерные общества открытого и закрытого типов (ОАО и ЗАО).

2. Исходя из особенности образования, можно выделить два вида мелких фирм:

- создаваемые заново;
- образующиеся путем выделения какого-либо подразделения из действующего предприятия. Важным моментом является возможность образования такой фирмы на основе смешанных форм собственности при наличии нескольких учредителей.

3. По уровню дохода и степени коммерческого успеха можно подразделить мелкие фирмы на три группы:

- низшая — без применения наемного труда. Это владельцы небольших магазинчиков, мастерских, бензоколонок;

- средняя группа представлена владельцами небольших предприятий с использованием наемного труда. Это, как правило, подсобные и вспомогательные специализированные предприятия, работающие по субконтрактам крупных предприятий;

- высшая группа представлена предприятиями, специализирующимися на оказании профессиональных услуг.

4. По характеру работа в мелкой фирме может быть:

- основной;

- не основной деятельностью, когда наемные работники (врачи, юристы, экономисты, инженеры) образуют собственное дело, которым занимаются в течение части рабочего дня или сезонно.

5. По взаимодействию с крупным капиталом среди мелких фирм различают:

- независимую фирму, которая может долго просуществовать, успешно конкурируя на рынке. Но такая фирма всегда остается мелкой;

- симбиоз с крупной корпорацией. Различают несколько форм взаимодействия с крупным бизнесом:

- субподрядная система, в которой мелкая фирма специализируется на выпуске отдельных деталей, узлов и другой мелкосерийной продукции, поставляемой какой-либо корпорации. Мелкие фирмы прочно привязаны к головной компании производственной, коммерческой и финансовой зависимостью. В США в машиностроении и металлообработке более 50 % компаний малого бизнеса связаны в своей деятельности системой субподряда. В Японии субподрядная система получила еще большее распространение;

- система «франчайзинга» — это система дилеров, различных продавцов продукции крупных компаний. Предприятия, действующие в этой системе, пользуются фабричной маркой крупной фирмы, их владельцы имеют льготы в виде скидок, помощь в доставке товаров и приобретении оборудования, получении кредита и пр. В США на эту систему приходится 40 % розничного товарооборота и 1/3 услуг. В Германии действуют 800 франчайзинговых систем с 37000 бизнес-единиц, в Испании — 600 франчайзеров. В России, по оценкам Ассоциации развития франчайзинга, сегодня оперируют от 100 до 150 отечественных франчайзинговых систем, а, согласно оценкам ГПП РФ, общие инвестиции во франчайзинговые проекты составляют в целом по стране около 600 млн долларов, но в любом случае ясно, что в России франчайзинг находится пока лишь на начальном этапе развития.

Пионером массового франчайзинга стала корпорация «Макдоналдс» — первый франчайзинговый ресторан появился в 1995 г.

В торговле до совершенства классическая схема франчайзинга доведена, скорее всего, компанией «Бенеттон», основанной в 1965 г. и начавшей развивать франчайзинг в 70-х гг. XX в.

6. Наряду с рассмотренными формами существует особая группа мелких фирм — «дженерики», занимающиеся копированием продуктов компаний в различных отраслях производства.

Первоначально это явление возникло в фармацевтике, а затем распространилось на электронику и ряд других отраслей. Характерной особенностью таких предприятий является то, что товары мелких фирм являются более дешевыми. Например, в Германии копии известных препаратов оказались вдвое дешевле оригиналов. Основную роль в этом выполняют два фактора:

- копируя продукцию крупных компаний, малые фирмы не несут расходы на НИОКР;

- крупные фирмы искусственно завышают цены на свою продукцию, а малые предприятия довольствуются низкой нормой прибыли.

Предлагая равный по действию и назначению продукт гораздо дешевле, мелкие фирмы вытесняют крупные со значительной части рынка. Деятельность мелких фирм «дженериков» выступает серьезным ограничителем произвола в монополистическом ценообразовании.

7. Особое место в малом бизнесе занимает венчурный бизнес, представленный фирмами, занимающимися коммерческим освоением нововведений [9].

Ряд причин, в том числе переход на новые технологии, развитие сферы услуг, новая волна научно-технических нововведений, наличие «избыточного капитала», стимулировали создание рискованных инновационных, стартовых внедренческих компаний, которые объединяет одно: стремление извлечь максимум прибыли от коммерческого освоения нововведения любого вида — принципиально нового (открытие, изобретение) и модификации уже освоенного товара. Венчурный капитал готов на любую сферу приложения, но тогда, когда есть шанс получить сверхвысокую прибыль. Примером таких венчурных фирм, которые в последствие превратились в крупных гигантов, являются корпорации Apple и Microsoft.

Несмотря на многолетний опыт, венчурная деятельность в России еще не достигла надлежащего уровня развития. По оценке Российской ассоциации венчурного инвестирования (РАВИ), за 10 лет венчурные фонды вложили в малые и средние предприятия всего около 1,5 млрд долларов. Причем, если на долю малых высокотехнологических фирм в мире приходится приблизительно 85 % объема средств рискованного финансирования, то в России всего 5 % проинвестированных предприятий можно отнести к инновационным.

Несмотря на определенную ограниченность и недостатки, малый бизнес имеет бесспорные преимущества перед крупным производством и выполняет многообразные функции в современной рыночной экономике. Этим определяется его особое место и роль в общей экономической системе.

Подводя итог работы, можно сделать следующие выводы. Малый бизнес активно формирует систему хозяйственных связей, ее нижний, местный уровень. Хозяйственные связи малых предприятий более длительны, чем у крупных, особенно с потребителями (продавцами), им лучше удается удержать рынок сбыта. Хозяйственная кооперация в малом бизнесе постепенно перерастает в интеграцию, особенно у наиболее успешных предприятий: 1/5 лидеров заинтересованы в интеграции с организациями по сбыту, производителями аналогичной продукции. Очевидна ориентация на серьезное освоение рынка. Все это свидетельствует о не использованных пока возможностях малого предпринимательства, его не востребованном потенциале.

В рамках XVII Петербургского международного экономического форума 18–20 июня 2015 г. прошел круглый стол «Территория бизнеса — территория жизни», на котором обсудили, какие меры необходимо срочно принять, чтобы малый и средний бизнес в России развивался на достойном уровне, а не выживал. Отдельная дискуссионная площадка, посвященная проблемам малого бизнеса, за всю историю форума была выделена впервые. Это доказывает, что развитие малого бизнеса в России становится наиболее важной задачей экономической политики государства. А инвестиции в малый бизнес, по словам председателя Global Counsel LLP Лорда Мандельсона, являются главными опорами мировой экономической деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Буров В.Ю. *Основы предпринимательства*. Чита, 2013, с. 111.
- [2] *Организация предпринимательской деятельности*. Москва, Проспект, 2010, с. 6.
- [3] *Экономика предпринимательства*. Ростов-на-Дону, Феникс. 2008, с. 16.
- [4] Абалкин Л. Предпринимательство, его природа и роль в обновлении общества. *Экономика и жизнь*, 1991, № 29, с. 6.
- [5] Королев В. Феномен предпринимательства. *Российский экономический журнал*, 1992, № 4, с. 136.
- [6] Бусыгин А.В. *Предпринимательство: начальный курс*. Москва, 1992, с. 32.
- [7] Борман Д., Воротина Л., Федерманн Р. *Менеджмент. Предпринимательская деятельность в рыночной экономике*. Гамбург, 1991, с. 81.
- [8] *Экономическая теория*. Москва, Высшее образование, 2009, с. 183–188.
- [9] Блинов А.О., Шапкин И.Н. *Малое предпринимательство: Теория и практика*. Москва, 2003, с. 106.

Ссылку на эту статью просим оформлять следующим образом:

Долгова И.В. Развитие малого бизнеса в России как первоочередная задача государства. *Гуманитарный вестник*, 2015, вып. 11. URL: <http://hmbul.ru/catalog/ecoleg/econom/317.html>

Долгова Ирина Вячеславовна окончила экономический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова. Канд. экон. наук; доцент кафедры «Экономическая теория» МГТУ им. Н.Э. Баумана. Соавтор нескольких изданий экономических учебников для студентов инженерно-технических факультетов, бакалавров и специалистов, а также автор учебно-методических пособий «Основы предпринимательства», «Введение в бизнес: современный курс экономической теории»; учебной программы по дисциплине «Экономика» для студентов кафедры «Программное обеспечение ЭВМ и информационные технологии» МГТУ им. Н.Э. Баумана; спецкурса «Деловая этика и культура предпринимателя». Область научных интересов: малый бизнес и особенности его развития в России, инновационные аспекты подготовки инженерно-технических специалистов. e-mail: irinadolgova60@mail.ru

Development of small business in Russia as a priority task of the State

© I.V. Dolgova

Bauman Moscow State Technical University, Moscow, 105005, Russia

The article examines such an important sector of economy, as small businesses. We define small business as a special kind of entrepreneurship, and formulate a thesis about the importance of small business in developing Russian economy of new quality.

Keywords: *entrepreneurship, small business, investment, joint stock companies, franchising, generic drugs, business venture, “start-up” company.*

REFERENCES

- [1] Burov V.Yu. *Osnovy predprinimatelstva* [Fundamentals of entrepreneurship]. Proc. manual Chita, 2013, 111 p.
- [2] Garfinkel J., ed. *Organizatsiya predprinimatelskoi deyatelnosti* [Organization of entrepreneurial activity]. Moscow, Prospekt Publ., 2010, 6 p.
- [3] Simonov F.Yu., ed. *Ekonomika predprinimatelstva* [Economy of entrepreneurship]. Rostov-na-Donu, Feniks Publ., 2008, 16 p.
- [4] Abalkin L. *Ekonomika i zhizn — Economics and life*, 1991, no. 29, 6 p.
- [5] Korolev V. *Rossiyskiy ekonomicheskii zhurnal — Russian Economic Journal*, 1992, no. 4, 136 p.
- [6] Busygin A.V. *Predprinimatelstvo: nachalnyi kurs* [Entrepreneurship: Basic course]. Moscow, 1992, 32 p.
- [7] Borman D., Vorotina L., Federmann R. *Menedzhment. Predprinimatelskaya deyatelnost v rynochnoi ekonomike* [Management. Entrepreneurial activity in the market economy]. Hamburg, 1991, 81 p.
- [8] Lobacheva E.N., ed. *Ekonomicheskaya teoriya* [Economic theory]. Moscow, Vysshee obrazovanie Publ., 2009, pp. 183–188.
- [9] Blinov A.O., Shapkin I.N. *Maloe predprinimatelstvo: Teoriya i praktika* [Small Business: Theory and Practice]. Moscow, 2003, 106 p.

Dolgova I.V. graduated from the Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University. Cand. Sci. (Econom.), Assoc. Professor of the Economic Theory Department of Bauman Moscow Technical University. Co-author of several publications, economic textbooks for students of engineering faculties, bachelors and specialists, as well as the author of manuals “Fundamentals of Business”, “Introduction to Business: modern course of economic theory”; training program on the subject “Economics” for the students of “Computer Software and Information Technologies” BMSTU; special course “Business ethics and culture of the entrepreneur”. Research interests include small business and its development in Russia, innovative approaches to preparing specialists of technical major. e-mail: irinadolgova60@mail.ru