

РАЗДЕЛ 10. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАЛОГО БИЗНЕСА

Т.А. БЕЛУГИНА

Роль российских фермерских хозяйств в увеличении производства отечественной сельскохозяйственной продукции

В настоящее время в России действуют три относительно самостоятельных институциональные формы организации сельскохозяйственного производства, сформировавшиеся под влиянием рыночных реформ 90-х годов XX века. Это сельскохозяйственные организации, крестьянские (фермерские хозяйства) хозяйства и хозяйства населения, которые образуют некую организационную систему. Как известно, многообразие институциональных форм объективно необходимо, в данном случае, это определяется экономической и социальной целесообразностью. С этим все ясно. Но возникает вопрос о том, каковы взаимоотношения между этими различными формами хозяйствования в аграрном секторе, пропорции их участия в аграрном производстве? Эти вопросы должны быть предметом научного обоснования.

По данным Росстата, в среднем за 2011-2013 гг. сложилась следующая структура производства продукции сельского хозяйства в России: сельскохозяйственные организации – 47,9 %, хозяйства населения – 42,7 %, крестьянские (фермерские хозяйства) – 9,4 % (в % от хозяйств всех категорий в фактически действующих ценах). При этом доля сельскохозяйственной продукции, произведенная фермерскими хозяйствами, увеличилась по сравнению с 2001-2005 гг. на 4,4 пункта, доля сельскохозяйственных организаций – на 3,7 пункта за счет снижения доли хозяйств населения на 8,1 пункта.

В последнее время происходит перераспределение пропорций между категориями хозяйств в производстве основных видов сельскохозяйственной продукции. Речь идет о возрастающей роли фермерских хозяйств. Так, за последние 13 лет произошло увеличение доли фермеров в производстве такой стратегической растениеводческой продукции, как зерно - с 14,7 % в среднем за 2001-2015 гг. до 23 % в среднем за 2011-2013 гг., подсолнечник – соответственно с 22,3 % до 27,9 %, сахарная свекла - соответственно с 8,8 % до 11,7 %. Это произошло за счет сокращения доли сельскохозяйственных организаций в производстве этой продукции. Фермерские хозяйства увеличили также свое участие в производстве овощей соответственно с 4,4 % до 13,9 %, картофеля – с 2,1 % до 7,4 % в основном за счет снижения доли хозяйств населения, которые традиционно производят около 70-80 % этой продукции.

Не удается фермерским хозяйствам занять более высокое место в производстве животноводческой продукции, хотя положительные тенденции здесь наблюдаются. На их долю приходится всего около 6 % производства крупного рогатого скота, 2,4 % производства свиней, менее 1 % производства птицы, около 5 % производства молока.

Торговое эмбарго на такие виды иностранной сельскохозяйственной продукции, как говядина, свинина, мясо птицы, молоко, плоды и овощи, действующее с августа 2014 года, должно мотивировать российских фермеров увеличить свое присутствие на рынке именно этой продукции.

Фермерские хозяйства могут быть ориентированы на те сферы аграрного бизнеса, где деятельность крупных интегрированных структур затруднена в силу определенных условий. Например, фермерские хозяйства, принимая во внимание устойчивый тренд спроса на фермерские продукты, могут стать основными производителями в России экологических чистых (органических) продуктов питания, развивать сельский туризм. Речь может идти об устойчивом экологическом развитии сельских территорий, используя предпринимательский потенциал фермерских хозяйств.

Увеличение роли фермеров следует рассматривать не только в связи с необходимостью роста производства отечественной сельскохозяйственной продукции и продовольствия в условиях продовольственных санкций, но и исходя из их социальной значимости в современном обществе, в том числе в обеспечении занятости, в том числе альтернативной, и доходов сельского населения. То есть, должна поддерживаться как общность стратегических интересов государствами и основных производителей сельскохозяйственной продукции и продовольствия, так и особенности ведения аграрного бизнеса различными формами хозяйствования. Это позволит использовать их конкурентные преимущества и ориентировать на заполнение рыночных продовольственных ниш.

Перспективное развитие фермерских хозяйств в России невозможно без государственной поддержки начинающих фермеров, семейных животноводческих ферм, кредитования, сельскохозяйственной кооперации, агролизинга, а также без эффективной институциональной среды.

А.О. БЛИНОВ, О.С. РУДАКОВА

Зарубежный опыт развития инновационного предпринимательства

Успех инновационной деятельности зависит от общей экономической ситуации в стране и государственной научно-технической стратегии, от полноценного ресурсного обеспечения, конъюнктуры рынка, профессионализма специалистов и эффективного менеджмента.

Выделим три основные модели инновационного развития экономически развитых стран:

1. Страны, ориентированные на лидерство в науке и инновационном развитии, выделяющие существенные финансовые ресурсы на фундаментальные и прикладные исследования, реализующие крупные целевые комплексные программы и проекты, в т. ч. в военно-промышленном секторе экономики (США, Великобритания, Франция).

2. Страны, активно распространяющие инновации, создающие благоприятную инновационную среду во всех сферах экономики (Германия, Швеция, Швейцария).

3. Страны, отличающиеся высокой восприимчивостью к достижениям мирового научно-технического прогресса, активно координирующие действия различных секторов в области инноваций всех видов (Китай, Япония, Южная Корея).

Государственная политика в отношении инновационного предпринимательства в различных странах существенно различается в силу исторических традиций, особенностей социально-экономических структур, специфики государственной бюрократии.

Для поддержки, регулирования и стимулирования инновационного развития государство активно использует административные и экономические методы, финансирование из бюджета, субсидирование НИОКР, проведение фундаментальных и прикладных исследований в университетах.

Главный финансовый инструмент государственной инновационной политики – это использование средств из государственного бюджета, в т. ч. и прямое выделение средств на приоритетные направления инновационного развития, определяющие конкурентоспособность экономики страны.

К методам прямого финансирования научно-технического прогресса развитых странах относят следующие: административно-организационный метод, программно-целевой метод, субсидии (гранты).

Большое значение в финансировании НИОКР и инновационной деятельности (ИД) имеют методы косвенного финансирования. Основную роль в этих методах играют

различные виды налоговых льгот, причем принципы их построения и применения в различных странах имеют единый характер, хотя конкретные размеры скидок с налогов могут различаться.

В тоже время государственный сектор в экономически развитых странах, в отличие от России, являясь важным источником, занимает второстепенное место в финансировании и проведении инновационных разработок

Наиболее приемлемой формой финансирования инновационной деятельности считается венчурное, т.е. прямые инвестиции на ранней стадии в высоко рискованные предприятия и виды деятельности, которые не имеют доступа к банковским кредитам.

Одной из часто используемых форм поддержки инновационного бизнеса являются механизмы государственных гарантий инвестиций на случай неудачи в реализации инновационных проектов субъектами малого бизнеса.

К нефинансовым инструментам поддержки венчурного бизнеса относят технопарки, технополисы и технологические инкубаторы, которые обеспечивают необходимые условия для его создания и начального развития.

Разновидность косвенной помощи инновационному бизнесу являются программ по ускоренной амортизации оборудования, которые служат стимулом для обновления производственных фондов.

Анализ зарубежного опыта сотрудничества государства и бизнеса в области инноваций особенно важен для России, стремящейся активизировать свой научно-технический, инновационный и промышленный потенциал с целью обеспечения устойчивого социально-экономического развития и превращения в государство, обладающее высоким уровнем мировой конкурентоспособности.

А.В. ВИЛЕНСКИЙ

Стоит ли латентному предпринимателю надеяться на систему государственной поддержки МСП?

Данные Росстата за последние четыре года говорят об увеличении числа малых предприятий. При этом значительно уменьшилось количество индивидуальных предпринимателей и субъектов среднего бизнеса. Не растут реальные (в постоянных ценах) объемы деятельности МСП, включая малые предприятия.

Эта динамика МСП проявляет себя на фоне ранее невиданного для нашей страны наращивание объемов финансирования системы ее государственной поддержки, большой организационной активностью по этой поддержке. Институциональная система

поддержки МСП России приобрела почти все элементы, все составные части, которые имеются в высокоразвитых странах. Развернутое законодательство обеспечивает льготный статус деятельности большей части субъектов МСП, номинально защищает их особо благоприятный режим работы.

Но одним из результатов функционирования в последние годы российской системы поддержки МСП стало появление обширной группы мелких и малых предпринимателей, начинающий свой, условно говоря, бизнес с получения гранта-субсидии на открытие стартапа, затем гранта на, условно говоря, ведение инновационной деятельности и иной номинально приоритетной деятельности. Примером «легких целевых субсидий» может служить сумма в полмиллиона рублей, выдаваемая желающим вести предпринимательскую деятельность в Москве. Предприятия ликвидируются или просто «бросаются» в случае неполучения льготных денег. Отсутствие роста реальных объемов деятельности МСП указывает на то, сфера для их прибыльной деятельности явно узка.

В последние четыре года расширения кредитования МСП стало основным направлением всей государственной политики его поддержки. По нашему мнению, наращивание объемов выдачи кредитов ведет к «перегреву» рынка и еще большему увеличению доли и объемов невозврата. Обратим внимание на то, что основными лоббистами этого направления поддержки МСП выступают крупные банки, получающие определенный процент от распределения бюджетных средств, выделяемых государством по этому направлению. Их интерес очевиден, но неочевиден позитивный результат такой деятельности. Выделяемые на любые «стартапы» льготные кредиты увеличивают количество начинающих МСП, не увеличивают реальный объем их деятельности.

Приходится констатировать, что обширная, скопированная с лучших западных образцов российская система поддержки МСП работает не просто плохо, но еще и расточительно. Отдачу от нее получает очень небольшая группа субъектов МСП, никак не влияющая на общую, в целом негативную ситуацию в сфере российского не крупного предпринимательства.

Что же касается системы поддержки МСП, то в нынешних российских институциональных условиях целесообразно сосредоточиться на создании экономической системы, максимально адекватной потребностям рынка при сложившейся структуре национального хозяйства нашей страны. Нужно использовать широко распространённый в мире прием поддержки сильных, быстро растущих компаний, создающих наибольшее количество новых рабочих мест. Надо выискивать, отслеживать их результаты и моделировать варианты государственного стимулирования дальнейшей

успешной деятельности субъектов МСП. Рыночные институты, индикаторы, а не чиновники и лоббисты в их нынешнем российском виде, должны показывать направления и способы поддержки МСП. Конечно, все это требует от Росстата максимально надежных, развернутых данных о состоянии и динамике российского МСП, включая «теневую» составляющую. Только при их наличии можно будет судить о результативности политики поддержки МСП, ее отдельных инструментов и соответственно, выстраивать оптимальные, экономичные направления по совершенствованию мер поддержки.

А на завлекательные меры поддержки стартующих предпринимателей, другие меры поддержки МСП латентным предпринимателям не стоит обращать серьезного внимания. На них не следует строить свой бизнес. Главное – найти ту сферу деятельности, которая станет для них устойчиво прибыльной.

А.Р. ГАТАУЛЛИНА

Малый бизнес с нуля: что нужно знать при открытии собственного дела

Сфера малого бизнеса, на сегодняшний день, является приоритетной для многих предпринимателей в разных городах России. Данная сфера привлекает всё больше начинающих предпринимателей. Чтобы открыть малый бизнес зачастую не требуется больших затрат. Именно поэтому большинство начинающих предпринимателей сосредотачиваются именно на этом сегменте бизнеса.

Попробуем ответить на вопрос - что изначально необходимо знать новичку, для того, чтобы не прогореть. Сфер деятельности множество, а отсутствие какой-то конкретной идеи, иногда и становится настоящим камнем преткновения для начинающих предпринимателей. В выборе деятельности, имеет смысл опираться на собственный опыт и знания. Направлений и вариантов существует огромное множество,

Это первый шаг, и он очень важен, любая зарождающаяся деятельность требует предварительного анализа рынка, чтобы в дальнейшем, все усилия не оказались напрасными. Следует выяснить: какова востребованность в той или иной услуге или продукте. Маркетинговое исследование поможет определить плотность конкуренции в занимаемой нише, и будущую доходность от бизнеса. Если определились с этими понятиями, можно приступать к следующему важному вопросу - что нового мы можем предложить на рынке товаров и услуг в выбранной области? Здесь нужно проявить свою фантазию и оригинальность.

Следующий, не менее важный пункт – составление подробного бизнес-плана. Это по сути будущий план действий, и оценка затрат, которые будут необходимы для реализации и продвижения той или иной бизнес-идеи. До тех пор, пока всё это четко не прописано и не просчитано на бумаге, всё это так и останется на уровне сырой идеи.

Основные моменты, связанные с дальнейшим развитием предприятия и освещенные на бумажных носителях, зачастую открывают глаза на проблемы, которые на первый взгляд очень трудно увидеть.

При планировании деятельности малого предприятия требуется составление управленческого бизнес-плана, который будет отображать основные принципы развития этого предприятия, составление разового бизнес-плана для решения текущих задач.

Организация планирования в малом бизнесе необходима для привлечения капиталовложений. Очень маловероятно, что какой-то банк или коммерческая структура предоставит ссуду, поверив на слово. Грамотно составленный бизнес-план серьезно увеличивает шансы начинающего предпринимателя на привлечение инвестиций. Планируя малый бизнес, надо учитывать как затраты на раскрутку предприятия, так и возможные риски, которые вероятно появятся при его развитии. Иногда в целях минимизации убытков частное предприятие приходится даже закрывать. Организация планирования в малом бизнесе – это чрезвычайно важная задача, которой не следует пренебрегать, ведь она поможет сделать предприятие более устойчивым и динамичным. Необходимо выделить 5 ключевых направлений, без которых успех бизнеса вряд ли возможен.

1.Организация. Следует научиться планировать, организовывать и добиваться результатов. 2.Сбыт. Продажи и эффективное общение с людьми. 3.Кадры. Научиться правильно отбирать сотрудников и объединять их в эффективные команды. 4.Переговоры. Научиться вести переговоры и договариваться от своего имени и в интересах 5.Бухгалтерия. Научиться работать с финансовыми документами, разбираться в бухгалтерском учете и отчетах.

Если бизнес уже создан, необходимо сосредоточиться на рекламе предлагаемой услуги. Можно обратиться в печатные издания, поместить рекламную информацию в прессе, в интернете, на ресурсах пользующихся релевантной вашему бизнесу тематикой. Можно напрямую обратиться в магазины, супермаркеты, и другие организации занимающиеся реализацией подобных видов товаров или услуг. Не стоит забывать и о разнообразных акциях, скидках, и даже подарках на первоначальном этапе становления бизнеса. Всё это заметно сказывается на лояльности целевой аудитории, и последующему формированию клиентской базы. Необходимо помнить, что успех бизнеса напрямую

зависит от качества производимого товара или предоставляемых услуг. Только постоянно работая над этим вопросом возможно завоевать своего клиента, а следовательно и обеспечить стабильный доход от бизнеса. Необходимо иметь активную жизненную позицию, постоянно искать новые идеи и способы развития бизнеса. Такой подход к делу позволит быть конкурентоспособными, и рано или поздно приведет к процветанию бизнеса!

Деловой успех не зависит от удачи. Он целиком и полностью зависит от знаний, умений и должного их применения. Это вопрос способностей, времени и опыта.

Е.Г. СЕЛЮЖИЦКАЯ

Агентство по проектному менеджменту и фандрайзингу: актуальность и востребованность

В деятельности современных компаний сегодня трудно не заметить тенденцию перехода от традиционной культуры, основанной на долгосрочном планировании, к миру проектов, в котором бизнес дробит свою деятельность на отдельные проекты, позволяющие более быстро и гибко удовлетворять требования рынка и выживать в новых условиях.

Развитие профессионального управления проектами превратило его в мощный инструмент как управления созданием новых продуктов и услуг, так и осуществлением целенаправленных изменений в рамках отдельных организаций, компаний, а также целых социально-экономических систем. Все это позволяет утверждать, что около 40% целенаправленной общественно полезной деятельности реализуется через различные проекты и программы. Но далеко не все начинающие предприниматели обладают навыками управления проектами и способностями коммерциализировать и грамотно оформить появившуюся идею в целом.

Для обоснования актуальности создания агентств, специализирующихся на профессиональной подготовке проектов и сопровождению грантов, мы провели анкетирование. В ходе анкетирования было опрошено 200 студентов и магистрантов СПбГЭУ и получены следующие результаты: 144 человека, или 72% от числа респондентов, предпочли бы воспользоваться помощью квалифицированного специалиста по вопросу составления проекта на основе идеи, остальные 56 - отказались бы. Такой результат позволяет говорить нам о появлении потребности в предприятиях, специализирующихся на подготовке документов проекта и дальнейшего консалтинга, а

также предоставления услуг по составлению и сопровождению заявки проектов на участие в конкурсе грантов, то есть по фандрайзингу.

В рамках разработки проекта создания агентства по проектному менеджменту и фандрайзингу мы готовим бизнес-план, отражающий основные показатели эффективности реализации данной идеи в регионе. Для этого были поставлены следующие задачи, требующие решения:

1. Провести исследование востребованности данной бизнес-идеи среди уже осуществляющих свою деятельность предпринимателей.
2. Определить сферы деятельности предприятий, которые могут быть заинтересованы в обращении к данному агентству.
3. Провести исследование для определения факторов, влияющих на успешность того или иного проекта.
4. Выяснить причины приостановки реализации уже запущенных проектов;
5. Определить путей взаимодействия с фондами, осуществляющими поддержку проектов, путём выделения грантов под различные нужды.
6. Определить способ ценообразования на услуги данного агентства.
7. Определить экономический и социальный эффект от реализации данной идеи.
8. Проанализировать возможные коммерческие, организационные и юридические риски, а также их влияние на развитие агентства.

Высокие показатели потенциального спроса, низкий уровень конкуренции, небольшой размер расходов на реализацию проекта, положительный социальный эффект и т.д. говорят о высокой степени актуальности реализации такого проекта в городе Санкт-Петербурге.

Написанный бизнес-план команда проекта планирует подать на XVI Ежегодный студенческий конкурс бизнес-планов, проводимый Высшей школой менеджмента СПбГУ.

А.С. СЕРГЕЕВА

Малый бизнес в Москве и Московской области: проблемы субсидирования

Критериями определения субъекта к малому бизнесу являются несколько положений закона “Об основах малого предпринимательства в г. Москве”. Установлено, что к субъектам малого предпринимательства, имеющим право на получение поддержки со стороны органов власти Москвы, относятся индивидуальные предприниматели, а также

юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность в соответствии со следующими критериями:

- район их непосредственной деятельности должен быть ограничен пределами Москвы и Московской области, т. е. субъекты малого предпринимательства (юридические лица) не должны иметь филиалов, находящихся вне границ Московской области, хотя рынок для производимой продукции (услуг, работ) может выходить за указанные границы;
- они не должны относиться к категории дочерних или зависимых хозяйственных обществ, фондовых бирж, брокерских и дилерских фирм, банков и других кредитно-финансовых организаций;
- среднесписочная численность работающих (с учетом работающих по договорам подряда и совместительству) должна быть:
 1. в промышленности и строительстве - 200 человек и меньше;
 2. в других отраслях сферы материального производства- 100 человек и меньше;
 3. в отраслях непроизводственной сферы - 60 человек и меньше.

Человек, который хочет открыть свое дело, должен выполнить следующие задачи: собрать документы; найти помещение и сотрудников; получить финансирование; купить оборудование, а также многие другие.

Характер вопросов зависит от сферы деятельности предпринимателя. Но даже преодоление этих трудностей не гарантирует успешное ведение бизнеса. Существуют и другие проблемы, такие как конкуренция, борьба за каждого клиента, раскрутка дела, постоянные проверки инстанций.

Разберем пример - продуктовый магазин в Москве и Новой Москве. Постоянными трудностями являются контроль со стороны Санэпидемстанции и Пожарной службы, ведение онлайн-учета с помощью программы 1С, частые обращения в государственные организации за помощью в оформлении отчетов деятельности предпринимателя.

Одним из стимулирующих факторов развития малого бизнеса является субсидирование со стороны местной и региональной власти. На сегодняшний день существует 4 вида субсидий малому бизнесу:

- Субсидии для начинающих предпринимателей
- Субсидия на возмещение части затрат по лизинговым платежам
- Субсидия на возмещение процентов по кредиту
- Субсидия для участников выставок

Субсидии для начинающих предпринимателей

Начинающие предприниматели Москвы могут получить субсидию до 500 000 рублей из бюджета города.

Субсидия на возмещение части затрат по лизинговым платежам

Эту субсидию могут получить предприниматели, получившие основные средства по договорам лизинга, заключенным в 2013-2014гг. Максимальный размер субсидии - 5 000 000 рублей, но не более 30% стоимости предмета лизинга без учета НДС.

Субсидия на возмещение процентов по кредиту

Предмет субсидирования - часть суммы процентов за пользования кредитом, таким образом, основной долг, т.е. «тело кредита» компенсации не подлежит.

Максимальный размер суммы составляет 5 000 000 рублей.

Субсидия для участников выставок

Эту субсидию могут получить предприниматели, заключившие договоры об участии в конгрессно-выставочных мероприятиях, прошедших не ранее 1 января 2013 года.

Максимальный размер субсидии – 300 000 рублей, но не более 70% затрат на участие в конгрессно-выставочных мероприятиях.

Важно обратить внимание на порядок получения субсидий:

1. Необходимо обратиться в окружное подразделение ГБУ «Малый бизнес Москвы» или воспользоваться электронной системой подачи заявки;

2. Собрать полный комплект документов для получения субсидии;

3. Собранный пакет документов передается в экспертную организацию для проведения экспертизы проекта;

4. Представить проект на заседании Отраслевой комиссии при Департаменте науки, промышленной политики и предпринимательства города Москвы, которая принимает решение относительно выдачи субсидии;

5. В случае одобрения проекта Отраслевой комиссией заключить договор с Департаментом и получить субсидию;

6. Через несколько месяцев после получения субсидии подтвердить целевое использование бюджетных средств;

7. В заключение подтвердить выполнение социально-экономических показателей.

Для того чтобы открыть свое дело нужно пройти сложный путь.

О.В. ПЕТРОВА

**Коммерциализация объектов промышленной собственности как элемент
инновационного предпринимательства**

Под инновационным предпринимательством понимается процесс создания и коммерческого использования технико-технологических нововведений. Как правило, в основе предпринимательской деятельности лежит нововведение в области продукции или услуг, позволяющее создать новый рынок, удовлетворить новые потребности. Инновации служат специфическим инструментом предпринимательства, причем не инновации сами по себе, а направленный организованный поиск новшеств, постоянная нацеленность на них предпринимательских структур.

Задача предпринимателя-новатора — реформировать и революционизировать способ производства путем внедрения изобретений, а в более общем смысле — через использование новых технологических возможностей для производства принципиально новых товаров или производства старых товаров новыми методами, благодаря открытию нового источника сырья или нового рынка готовой продукции — вплоть до реорганизации прежней и создания новой отрасли экономики.

Развитие рыночных отношений в России привело к появлению в торговом обороте новых товаров - объектов промышленной собственности.

Известно, что право на объекты промышленной собственности может быть оценено в денежном выражении как нематериальный актив предприятия – патентообладателя, и может быть внесено в качестве вклада в уставный фонд предприятия. Если российские предприятия смогут за счет создания объектов промышленной собственности существенно увеличить свою рыночную стоимость, и, соответственно, получают возможность путем эмиссии превратить свои активы в реальные деньги, так необходимые для модернизации и реструктуризации производства, то проблема инвестиций будет решена.

Коммерциализация подавляющего большинства российских предприятий не включает в себя стоимость объектов промышленной собственности как нематериальных активов, а лишь основана на оценке материальных активов - основных средств.

Инновационная деятельность в современных условиях является одним из самых существенных факторов, определяющих количественные и качественные параметры развития любой экономической системы. Вследствие отсутствия инновационной деятельности невозможно добиться кардинального перелома в области повышения конкурентоспособности отечественных производств.

В современных условиях наука должна обеспечить не только собственное самофинансирование, но и стать центром роста для промышленности. Для общества существует шанс получить отдачу от произведенных ранее инвестиций в образование и науку.

Роль международных аспектов технологического развития будет возрастать в процессе коммерциализации технологий, а значит, усилится интернациональная компонента.

Конкурирующие компании все в большей степени рассматривают интеллектуальную собственность и технологии в качестве стратегического ресурса, который может быть создан, приобретен, разделен, обеспечен правовой защитой и коммерциализован для усиления преимуществ на мировом рынке.

Очевидно, что ключевым фактором успеха в данной связи является стратегическое управление инновационным процессом, обеспечивающее концентрацию ресурсов на направлениях, удовлетворяющих одновременно двум требованиям: востребованность данной технологии рынком и подтвержденные устойчивые конкурентные преимущества.

Успех коммерциализации технологий в решающей степени определяется начальным отбором наиболее перспективных продуктов или технологий, на которых затем концентрируются людские и финансовые ресурсы. В последние годы оценка, лежащая в основе такого отбора, становится все более профессиональной процедурой, основанной на комплексном суждении о перспективах инновационного проекта. Для прорыва в области коммерциализации технологий необходимо создание сотен и тысяч организаций, занимающихся профессиональными маркетинговыми исследованиями и накоплением соответствующих данных, а также вовлечение в систематический маркетинговый анализ.

А.В. ШАРКОВА

Создание и развитие малого бизнеса в регионе

Развитие малого бизнеса в регионах, как и в целом в Российской Федерации, за последние годы заметно активизировалось. Постепенный выход из мирового кризиса увеличил потребность в формировании нового поколения предпринимателей, молодых динамичных, современных людей, способных играть активную роль в бизнесе, экономике и в развитии общества.

Согласно данным, полученным институтом комплексных стратегических исследований (ИКСИ) от 46 до 63% наемных работников, которые были уволены во время экономического кризиса, являются молодыми специалистами, не достигшими 30-летнего возраста.

Ежегодные опросы и социологические исследования показывают, что процент молодежи, желающей заниматься развитием собственного бизнеса, в несколько раз превышает долю тех, кто уже создал свое дело. По данным ИКСИ 78% опрошенных считают открытие малого бизнеса отличным способом самореализации. В связи с этим в регионах необходимо создавать такие условия, чтобы представители молодежного

предпринимательства принимали непосредственное участие в обсуждении и решении задач стратегического развития территории, формировании экономических и социальных связей, обеспечивающих устойчивое функционирование бизнеса.

Решению этой задачи во многом служит создание молодежного правительства Рязанской области, где самая активная часть молодежи имеет реальную возможность применения наиболее прогрессивных идей в конкретных мероприятиях. Развитие молодежного предпринимательства это сути одна из моделей построения инновационной экономики области. Поэтому остается важным проведение системной работы по развитию малого бизнеса в регионе..

Проводится работа по вовлечению молодежи в бизнес. В 2009 году впервые в Рязанской области был проведен первый областной форум «Молодежь и малый бизнес», в рамках которого, был презентован образовательный проект «Школа молодежного предпринимательства» (далее – ШМП).

Основной целью ШМП является популяризация предпринимательства как эффективной жизненной стратегии в молодежной среде, повышение мотивации для массового вовлечения молодых людей в предпринимательскую деятельность.

С 2011 года по результатам работы ШМП была запущена программа «Точка роста». Данная Программа создает условия для вовлечения, отбора, обучения молодых людей основам предпринимательской деятельности, оказывает содействие молодым предпринимателям в развитии бизнеса и включает в себя различные мероприятия, такие как бизнес-игры, семинары, участие в федеральных мероприятиях и т.д. По итогам 2011 года участие в программе приняли более 400 человек. В 2012 году число участников превысило 600 человек.

В 2012 г. в рамках Школы молодежного предпринимательства проведен курс дистанционного обучения в режиме видеоконференции, в первую очередь для районов области. В муниципальных образованиях пройти обучение смогли не только молодые люди, но и все желающие начать свое дело.

В традиционных областях бизнеса рязанские молодые предприниматели используют неординарные решения в бизнесе. Это и антикафе «Joy», и оригинальный ресторан полезного фаст-фуда «Вокшоп» (быстрое приготовление из натуральных продуктов без использования синтетических добавок).

Бизнес-среда молодых предпринимателей в Рязанской области также находится в стадии постоянного роста. В 2010 году при поддержке регионального Правительства была создана Ассоциация молодых предпринимателей Рязанской области. Ассоциация стала площадкой для продуктивного общения, формирования бизнес-идей, коммуникации и

создания совместного бизнеса. Молодые предприниматели более открыты, они настроены на плодотворное сотрудничество, не подвержены бюрократии, охотно занимаются наставничеством и взаимопомощью.

Комплекс проводимых мероприятий (в основном они носят системный характер) способствует высокой социальной активности рязанских молодых предпринимателей, что, в целом, приводит к развитию молодежного предпринимательства в Рязанской области.

Т.Т. ШИУКАШВИЛИ

Патентная система налогообложения для индивидуальных предпринимателей

Патентная система налогообложения является специальным налоговым режимом целью, которого является создание благоприятных условий налогообложения представителям определенных категорий налогоплательщиков. Благоприятные условия создается за счет снижения ставки налога, т.е. налогового бремени.

В статье раскрывается понятие такого налогового режима как патентная система налогообложения, которая выглядит достаточно привлекательным режимом для индивидуального предпринимателя, поскольку переход на специальный режим осуществляется на добровольной основе и на срок приемлемый предпринимателю. Еще необходимо отметить, что предприниматель, использующий патент платит всего один налог – налог за пользование патентом. Данная система, достаточно, привлекательна для предпринимателей, работающих в регионах.

Новый налоговый режим вобрал в себя 47 видов предпринимательской деятельности, начиная с пошива одежды заканчивая услугами общественного питания. Но список не носит закрытого характера его можно расширить на уровне законодательства субъекта Российской Федерации.

Патентная система налогообложения распространяется на индивидуальных предпринимателей попадающих не только в перечень допустимых видов деятельности, но и определенным требованиям.

Патентная система налогообложения является достаточно «молодой» системой налогообложения, которая требует некой корректировки и дополнения. Она вносит преимущества в деятельности индивидуальных предпринимателей и отличается выгодной экономической эффективностью.

