

## ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ

*Говоров А.А.*

*Меживой А.В.*, канд. юрид. наук,

ГОО ВПО «Донецкая академия внутренних дел Министерства  
внутренних дел Донецкой Народной Республики», г. Донецк

На сегодняшний день наиболее остро стоит проблема внедрения предприятий малого и среднего бизнеса на рынок. На примере России можно сказать, что недавний скачек цен на нефть и последовавшие за этим кризисные явления ясно указали, что эта зависимость от цен на углеводороды делает экономику страны очень уязвимой от внешних факторов, а также в целом экономика государства более уязвима, если большая часть товаров и услуг является импортной.

Экономисты, такие как Лановая О. Г., Черкасов Д. О., Яшина А.С., рекомендуют диверсифицировать доходы в бюджет, основываясь на увеличении роли малого и среднего предпринимательства. Кроме того появление большего количества фирм создаст дополнительные рабочие места, такими предприятиями легче управлять в условиях нестабильного курса национальной валюты, увеличить денежные поступления в муниципальные бюджеты.

Малый бизнес выполняет ряд важных социальных и экономических функций, такие как создание рабочих мест, формирование муниципального и государственного бюджетов, создание конкурентной среды на рынке. Конкуренция в свою очередь – это залог прибыли на рынке.

По мнению О.Г. Лановой, малый бизнес является объективной причиной создания новых рабочих мест, оперативный отклик на изменение в

конъюнктуре рынка, пополнение бюджетных фондов, а развитие малого и среднего бизнеса – это рост числа граждан, самостоятельно обеспечивающих достойный уровень жизни для себя и своих семей, а для нашего молодого государства это не маловажный фактор.

Наиболее характерными чертами малого бизнеса является мобильность и быстрота заполнения ниш на рынках с максимальным уровнем доходности, что в свою очередь обеспечивает насыщение платежеспособного спроса, влияющего на экономическую ситуацию государства в целом. Недостатком же выступает то, что он проигрывает более крупным предприятиям по показателям малого субъекта предпринимательства.

По мнению С. Г. Демченко, устойчивое конкурентное преимущество получают фирмы, которые осуществляют «постоянный и систематический анализ потребностей рынка, что влечет за собой разработку эффективных товаров, ориентированных на конкретные потребительские группы, дифференцированные по особым свойствам, отличающими их от товаров-субститутов».

Предприятие относят к малому бизнесу, если оно соответствует определенным критериям. На сегодняшний день это: доля участия в уставном капитале организаций и фондов не относящихся к субъектам предпринимательской деятельности, которая равно 49% для РФ, в Украине такого критерия нет, количеству наемных работников, не более 100 для РФ и не более 50 для Украины, объем выручки от реализации готовой продукции – до 800 млн. руб. для РФ и 8 млн. евро для Украины.

Не стоит забывать так же и то, что малое предпринимательство имеет свою нишу в экономике, обеспечивающую ему максимальную отдачу от работы с другими субъектами хозяйствования, причем как с крупными, так и отдельными физическими лицами предпринимателями.

В экономике развитых стран, ориентированных на рыночную модель, малый бизнес занимает важное место, участвуя в решении социальных и экономических задач. Кроме вышеперечисленных функций, большая доля

ВНП получаемая за счет малого субъекта предпринимательства делает экономику менее зависимой от торговли на внешних рынках, напротив, ориентируя на пополнению бюджета государства за счет внутреннего рынка.

Малые и средние субъекты предпринимательства не являются промежуточным этапом в развитии крупного предприятия, они представляют собой модель со своими особенностями и специфическими чертами.

Для них характерны: высокая степень централизации и персонализации управления, что означает высокую концентрацию финансовых и социальных функций и полномочий в руках собственника, отсутствие системы стратегического управления, высокая степень зависимости от крупных предприятий, банков, государственной администрации, дефицит финансовых ресурсов, причем как своих так и заемных, потребность в квалифицированной юридической поддержке для осуществления своей деятельности, охватывающей большое количество правовых аспектов. Кроме того это и слабая защищенность перед произволом налоговых и других органов государственного контроля и скромные финансовые возможности по привлечению квалифицированного труда.

Что касается формирования источников финансовых ресурсов малого бизнеса, то можно выделить две обособленные группы: внешние и внутренние. Внутренние включают чистая прибыль, амортизационные отчисления, личные ресурсы предприятия и прочие. Внешние включают привлеченные (полученные от эмиссии ценных бумаг) и заемные (кредиты банковских и небанковских учреждений) средства, а также бюджетные трансферты в виде субсидий и субвенций, бюджетные кредиты, использование которых ограничено целевым назначением.

Однако основную часть индивидуальных финансовых ресурсов МСП составляют собственные ресурсы, а доля внешних поступлений крайне невелика.

Малому бизнесу также присущи определенные особенности, в том числе – это отсутствие долгосрочных производственных программ, что делает

предприятие более гибким и способным быстро реагировать на изменения конъюнктуры рынка. С другой стороны, неопределенность долгосрочной стратегии развития, что может привести к существенным убыткам или банкротству.

В качестве вывода, отметим, что малые субъекты предпринимательства представляют собой важный субъект экономической системы государства, оказывая значительное влияние на структуру экономики и ее развитие, конъюнктуру рынков. Малый бизнес удовлетворяет спрос на конкурентном рынке на товары и услуги, создает рабочие места и генерирует конкурентную среду, в том числе и исключает импорт товаров из других государств. Данные предприниматели способствуют к производству собственных товаров.

В последнее время экономика нашей республики активно развивается, возникают новые отрасли, технологии и продукция. В стремительном развитии экономических процессов особое внимание уделяют развитию сферы услуг. Развитость данной сферы становится измерителем развития государства.

Со сферой услуг связаны практически все виды деятельности, услуги оказывают как сервисные, так и промышленные предприятия. Данная сфера занимает все важнейшее место в экономике и жизни населения.

В последние годы одной из самых перспективных отраслей экономики становится сфера услуг. Сегодня как развитые, так и развивающиеся страны ставят перед собой задачу ускорения развития сферы услуг для воздействия на экономический рост.

Для определения роли рынка услуг необходимо четкое понимание значения понятия «услуга».

Услуга – это экономическая деятельность, не воплощенная в материально-вещественной форме, которая направлена на удовлетворение личных потребностей членов общества или потребностей общества в целом, потребностей предприятий, домохозяйств и организаций.

Со сферой услуг в современном экономическом пространстве связаны практически все виды деятельности, причем услуги оказывают не только сервисные, но и промышленные предприятия, которые осуществляют гарантийное и пост гарантийное обслуживание производимого товара, транспортные услуги, информационную поддержку и т.п. В связи с этим сфера услуг рассматривается уже не как единая отрасль, а как масштабный сектор экономики, который обладает сложной и многопрофильной структурой с подвижными границами.

В настоящее время, по оценкам Мирового банка, вклад сферы услуг в объем мирового ВВП составляет около 70%. Степень развития сферы услуг стала выступать критерием для определения развитости общества.

Сфера услуг является распространенным направлением занятости населения. В развитых странах более половины работающего населения занято в сфере услуг. В США доля занятых в сфере услуг превысила 50-ти процентное значение в 1955 г., в Великобритании - в 1960 г., в Японии - в 1975 г., в ФРГ и Италии - в 1980 г., а в России - в 1995 г.

Сфера услуг является приоритетным направлением в развитии экономики страны. Сфера услуг становится мерилем развитости страны, что влечет за собой необходимость развития именно этой отрасли. Для развития сферы услуг необходимо принятия законодательных и нормативных правовых актов с целью улучшения условий в этой сфере, разработка и внедрение программы по развитию предпринимательской деятельности.

Несмотря на особое внимание к предприятиям сферы услуг государства сталкиваются со сложными задачами.

Сложной задачей является решение проблем, препятствующих реализации больших возможностей предпринимательской деятельности в сфере услуг.

Основными проблемами развития данной отрасли являются: ресурсная проблема; законодательная проблема; проблема качества; ценовая проблема; кадровая проблема; социально-психологическая проблема; информационная

проблема. Углубленное изучение данных проблем и эффективное их решение поможет улучшить отрасль услуг и получить от нее больший эффект в виде роста доходов этой отрасли нашими малыми и средними предпринимателями, а также увеличить производство собственных товаров.

#### **Список литературы:**

1. Бюллетень социально-экономического кризиса в России [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/9804.pdf>
2. Гайсина А.Р., Артемов Н.И. Современные проблемы развития предпринимательской деятельности в сфере услуг / А.Р. Гайсина, Н.И. Артемов // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1-1.
3. Предводителяева М.Д. Основные тенденции развития российской сферы услуг / М.Д. Предводителяева, О.Н. Балаева // Маркетинг услуг. - 2008. - № 4 (16).- с. 248-256.
4. Сергеев И.В., Веретенникова И.И. Экономика организации (предприятия): Учебное пособие / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2011. - 671 с.
5. Тихомиров, Е.Ф. Финансовый менеджмент. Управление финансами предприятия: учебник / Е.Ф. Тихомиров. – М.: Академия, 2010. – 384 с.
6. Лановая О.Г., Направления кредитования малого предпринимательства в РФ/ О.Г. Лановая // Банковские услуги. -2011. -№1. – С. 37-45.
7. Демченко С. Г. Маркетинговые подходы к оценке конкурентных преимуществ услуг медицинских учреждений / Демченко С. Г., Файзханова А.Л. // Вестник экономики, права и социологии. – 2013. -№3. – С.54-59.
8. Василевская А.А. Особенности финансов малого бизнеса /Василевская А.А. // Теория и практика современной науки. – 2016 - №5(11). – С. 24-31.