

Выводы. В результате проведенного исследования установлено, что характерными особенностями системы рекламной коммуникации в туристической сфере являются: большое количество взаимосвязанных между собой элементов и подсистем и переплетенных между ними звеньев; многомерность системы, которая предопределяет сложность выполнения функций, связанных с достижением цели; взаимодействие с внешней средой и управление системой в условиях случайных факторов; большое количество элементов системы, которые могут вступать в конфликты.

Исследование факторов косвенного влияния позволило прийти к таким выводам: 1) отечественный туристический рынок характеризуется высоким потенциалом благодаря увеличению объемов въездного, выездного и внутреннего туристических потоков и низким уровнем охвата туристическими операторами и агентами путешественников; 2) наблюдается постоянный рост количества действующих туристических предприятий, что оживило конкуренцию на отечественном рынке и активизировало рекламную деятельность.

Источники и литература:

1. Кравченко Е. В. Тенденции развития российского туризма : деловой туризм / Е. В. Кравченко / Актуальные вопросы менеджмента и маркетинга. – 2009. – № 9. – С. 12–15.
2. Мордовченков Н. В. Современный маркетинг в инфраструктуре туризма : монография / Н. В. Мордовченков, Р. А. Рыбаков. – Новгород : ВГИПУ, 2009. – 335 с.
3. Управление развитием туризма в регионе / Под общей ред. Ю. В. Савельева, О. В. Толстогузова. – Петрозаводск : КарНЦ РАН, 2008. – 227 с.
4. Щербакова, С. А. Проектирование туристского бренда (на примере города Смоленска) / С. А. Щербакова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2011. – № 4. – С. 44–52.

Смирнова Е.А.

УДК 334

ГЕНЕЗИС МАЛОГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКЕ

***Аннотация.** В статье раскрыты теоретические понятия «малый бизнес», «малое предпринимательство». Определены главные признаки предприятий малого бизнеса и разновидности субъектов малого бизнеса. Выделены виды малых предприятий, отличающихся друг от друга видами деятельности и стратегией поведения. Рассмотрены стратегии роста малых фирм.*

***Ключевые слова:** малый бизнес, малое предпринимательство*

***Анотація.** У статті розкрито теоретичні поняття «малий бізнес», «мале підприємництво». Визначено головні ознаки підприємств малого бізнесу та різновиди суб'єктів малого бізнесу. Виділені види малих підприємств, що відрізняються один від одного видами діяльності та стратегією поведінки. Розглянуті стратегії росту малих фірм.*

***Ключові слова:** малий бізнес, мале підприємництво*

***Summary.** In modern conditions at the stage of formation of economy of the Russian Federation to the unstable economic situation in the country, in terms of the impact of the global financial crisis and sanctions have highlighted the importance of the socio-economic development of the state, which depends largely on the development of small business. In the framework of economic science have been actively studied problems of small business development. Small business is able to respond flexibly to changing conditions in global markets. That allows you to maximize the economic potential and determines the level of competitiveness of the national economy. Priority development of small business need to solve socio-economic problems: the formation of a market infrastructure, attracting a significant portion of the population in the system of economic relations. Small business performs a number of major economic and social problems, namely: produces tax deductions to the budgets of all levels in the country, develops an economic sector, creates jobs and promotes competition. Taking into account the results of the analysis, it should be noted that small business is an integral part of the socio-economic system of the state*

***Keywords:** small business*

Постановка проблемы. В современных условиях хозяйствования в рыночной экономической системе малый бизнес является составляющей частью развития экономики государства. На этапе становления экономики Российской Федерации при нестабильной экономической ситуации в стране, в условиях влияния мирового финансового кризиса и санкций важное значение приобретают вопросы социально-экономического развития государства, которое во многом зависит от развития малого предпринимательства.

В этой связи необходимо раскрыть экономическую сущность и значение малого предпринимательства для экономики страны и определить понятия «малый бизнес», «малое предпринимательство».

Анализ последних исследований и публикаций. Результаты ретроспективного анализа показывают, что преимущества малого бизнеса начали исследоваться еще основоположниками экономической теории Дж. Гелбрейом, А. Маршаллом, Д. Рикардо, Ж. Б. Сеем, А. Смитом и др.

Авторами концепции процесса становления и развития экономической системы малого бизнеса в общем русле прогресса капиталистического производства являются учёные М. Вебер, В. Зомбарт, Р. Контильон, И. Кирцнер, К. Маркс, Г. Пиншоп, Ж. Сисмонди, И. Тюнен, Й. Шумпетер и др.

В советской литературе на примере стран с развитой рыночной экономикой теоретические исследования проблем малого бизнеса осуществлялись Б. Ичитовкиным, В. Рубе, И. Разумновой, Л. Ткаченко, Ю. Юдановым и другими авторами.

Среди российских ученых, занимающихся проблемами и перспективами развития предпринимательства, можно отметить А. Агеева, А.В. Бачурина, А.О. Блинова, П.Г. Бунича, В.В. Куликова, В.А. Рубе, А.Н. Ткаченко, Ф.Ф. Хамидуллина и др.

Анализ работ современных авторов показывает наличие повышенного интереса исследователей к изучению разных аспектов функционирования малого бизнеса. Так, теоретическим и практическим вопросам развития малого бизнеса, разработке механизмов его поддержки посвящены исследования многих зарубежных и отечественных ученых: Л.Д. Буряк, З. Варналий, В. Геец, П. Егоров, Е. Карпова, М. Кондратюк, А. Кужель, К. Ляпина, С. Мочерный, С. Реверчук, В. Сизоненко, С. В. Федоренко, А. Хоскинг и др.

Необходимо отметить, что учитывая динамизм современного развития, данный вопрос требует **дальнейшего исследования**, так как большинство авторов, проявляющих интерес к тематике малого бизнеса, изучают данный институт в рамках его эволюционного вектора развития. Однако, в ситуации, когда экономика страны, являющаяся составной частью мировой экономики, входит в состояние экономического кризиса, на первый план выходят вопросы исследования потенциала малых предприятий результаты, которых позволят конкретизировать и определить приоритетные направления развития малого предпринимательства.

Целью исследования является анализ общетеоретических аспектов малого бизнеса в экономической науке.

Изложение основного материала исследования. Развитие предпринимательства оказывает значительное влияние на состояние экономики страны, а поскольку возникшие последствия глобального экономического кризиса проявились во всех секторах хозяйства России, включая и малый бизнес, наиболее значимыми проблемами, препятствующими реализации в Российской Федерации инновационной модели экономического развития, является сокращение доли и объёмов участия иностранного капитала в развитии предпринимательства.

Согласно Федерального закона Российской Федерации «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» № 209-ФЗ от 24 июля 2007 г. субъектами малого и среднего предпринимательства являются хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с условиями, установленными Федеральным законом, к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям [8].

Малый бизнес, или малое предпринимательство, представляет собой многочисленный слой мелких собственников, которые в силу своей массовости в значительной мере определяют социально-экономический и отчасти политический уровень развития страны. По своему уровню жизни и социальному положению они принадлежат к большинству населения, одновременно являясь как непосредственными производителями, так и потребителями широкого спектра товаров и услуг [6].

В рамках современной экономической науки активно исследуются проблемы развития малого предпринимательства, способного гибко реагировать на изменения конъюнктуры глобальных рынков, что позволяет максимально эффективно использовать экономический потенциал и во многом определяет уровень конкурентоспособности национальной экономики.

Так, акцентируя внимание на роли данного института в экономической жизни страны, по мнению З.С. Варналия малое предпринимательство является самостоятельной, систематической, инновационной деятельностью малых предприятий и граждан-предпринимателей на собственный риск с целью реализации экономического интереса — получения прибыли [2].

Экономист У. Баумоль рассматривал преимущества малого бизнеса в инновационном процессе и его функции во взаимодействии с другими участниками (крупным бизнесом и университетами) [11].

Рассматривая малый бизнес как экономическую систему Ф.Ф. Хамидуллин, под малым бизнесом понимает сложную, вероятностную, динамическую систему, охватывающую процессы производства, обмена, распределения и потребления, материальных благ, и как всякая сложная система должна рассматриваться в разных аспектах [9].

Согласно подхода Кошелевой Т.Н. ученый выделяет главные признаки предприятий малого бизнеса, по которым абсолютно точно предприятие можно описать как «малое»:

- небольшой рынок сбыта, который не позволяет организации оказать существенное влияние на цену или же объем реализуемого им товара;
- правовая независимость – управление малым предприятием осуществляется не через систему формализованной управленческой структуры, а непосредственно собственником или же собственниками - партнерами, которые самостоятельно контролируют свое дело;
- управление предприятием, которое предполагает, что владелец или владельцы - партнеры сами принимают участие во всех аспектах управления предприятием малого бизнеса, и что он (они) свободны от внешнего давления [5].

В соответствии с различными классификационными признаками учёные-экономисты сгруппировали субъекты малого бизнеса, используя для классификации признаки, применяемые для субъектов предпринимательства: вид деятельности, форма собственности, количество собственников.

Так, В. Горфинкель выделяет три вида малых предприятий, отличающихся друг от друга видами деятельности и стратегией поведения:

1. коммунанты, специализирующиеся на изготовлении отдельных узлов и деталей и тесно взаимодействующие с крупными предприятиями через систему субподряда;

2. пациенты, специализирующиеся на выпуске конечной продукции, ориентированной в основном на локальные рынки сбыта с ограниченным спросом, на местные источники сырья и материалов;
3. эксплеренты – рискованные фирмы или инновационные предприятия – занимаются в основном научными, конструкторскими разработками, коммерческим освоением технических открытий [10, с. 111-112].

Используя комплексный подход А. Блинова и И. Шапкина, ученые определили две разновидности субъектов малого бизнеса:

1. субъекты, использующие «нишевую» стратегию рыночного поведения;
2. субъекты, использующие стратегию копирования деятельности крупной компании.

Развивая данный подход, авторы считают, что в рыночной экономике субъекты малого бизнеса могут избрать одну из двух стратегий развития: самостоятельное развитие или встраивание в деятельность крупной компании.

В свою очередь, первая стратегия может быть реализована в двух направлениях:

1. в форме стратегии оптимального размера (небольшое предприятие может стать одним из ведущих поставщиков узкоспециализированной продукции, общий спрос на которую сравнительно невелик);
2. в форме стратегии копирования (выпуск лицензионного продукта крупной фирмы или выпуск копии оригинального продукта) [1, с. 95].

В качестве основных видов стратегий роста малых фирм ученый С. Реверчук выделяет стратегии: копирования, оптимального размера, участия в продажах крупной фирмы, использования преимуществ крупной фирмы [7].

На основании исторического анализа Т. Кондратюк делает вывод о том, что эволюция малого бизнеса в мировой экономике прошла ряд этапов, каждому из которых соответствует особый тип малого бизнеса [4].

Взаимосвязь между типами малого бизнеса с позиции эволюционного развития проявляется в том, что каждый последующий тип не просто сохраняет общие черты предыдущего, но и наполняется новым содержанием, благодаря чему обогащаются его функции, расширяются сферы и масштабы деятельности [3, с. 10]. Разная степень зрелости указанных типов малого бизнеса определяет различное соотношение его видов, выделяемых по предложенным классификационным признакам, на каждом этапе развития малого бизнеса.

Выводы. Таким образом, исследование малого бизнеса в системе экономических отношений позволяет определить общетеоретические аспекты исследуемой проблемы и выявить основные направления развития малого предпринимательства. Также необходимо выделить, главные черты, которые определяют экономическую природу предпринимательства, а именно: предприимчивость, рискованность, использование инноваций и др., реализация которых позволит малому бизнесу быстро приспособиться к изменениям внешней среды. Основываясь на результатах исследования необходимо отметить, что приоритетное развитие малого предпринимательства необходимо для решения социально-экономических задач: формирование рыночной инфраструктуры, привлечение значительной части населения в систему экономических отношений и др.

Резюмируя выше приведенное, можно сделать вывод о том, что малый бизнес выполняет ряд главных экономических и социальных задач, а именно: производит налоговые отчисления в бюджеты всех уровней страны, развивает экономический сектор, создает дополнительные рабочие места, что будет способствовать увеличению занятости населения, а также способствует конкуренции. Принимая во внимание результаты анализа, необходимо отметить, что малое предпринимательство является неотъемлемой частью социально-экономической системы государства.

В дальнейших исследованиях автор предусматривает комплексное исследование теоретических и практических подходов относительно государственной поддержки, кредитования и взаимодействию науки и малого бизнеса в России, которые будут направлены на разработку новых направлений данного исследования.

Источники и литература:

1. Блинов А. О. Малое предпринимательство : Теория и практика : учебник. / А. О. Блинов, И. Н. Шапкин. – М. : Дашков и К, 2003. – 356 с.
2. Варналій З. С. Мале підприємництво : основи теорії і практики / З. С. Варналій. – К. : «Знання», – 2001. – 277 с.
3. Дмитриченко Л. И. Необходимость типизации малого бизнеса при формировании государственной политики поддержки малого предпринимательства в Украине / Л. И. Дмитриченко, Л. И. Чубарева // Финансы, учет, банки : сборник научных трудов. Вып. 10. – Донецк, ДонНУ, Каштан, 2004. – С. 9–15.
4. Кондратюк Т. В. Державна політика підтримки малого бізнесу : монографія. – К. : Академія, 2003. – 112 с.
5. Кошелева Т. Н. Стратегии развития малого инновационного предпринимательства: монография / Т. Н. Кошелева – СПб : ГУАП. – 2009. – 205 с.
6. Молибог Ю. И. Формирование системы малого бизнеса как основы создания конкурентной среды : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. эконом. наук : спец. 08.00.01 – Экономическая теория [Электронный ресурс] / Ю. И. Молибог – Режим доступа : <http://economy-lib.com/formirovanie-sistemy-malogo-biznesa-kak-osnovy-sozdaniya-konkurentnoy-sredy>
7. Реверчук С. К. Малий бізнес : методологія, теорія і практика / Львів. ун-т ім. Франка. – Л., 1992. – 192 с.
8. «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» : Федеральный закон Российской Федерации от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://rg.ru/2007/07/31/biznes-doc.html>

9. Хамидуллин Ф. Ф. Развитие методологии исследования малого бизнеса // Проблемы современной экономики. Евразийский международный научно-аналитический журнал. – 2006. – № 3 (19). С. 171–174.
10. Энциклопедия рыночного хозяйства. Предпринимательский тип хозяйствования. – М. : Путь России, 2002. – 231 с.
11. Baumol W. J. Entrepreneurial enterprises, large established firms and other components of the free-market growth machine [Текст] / W. J. Baumol // Small business economics. – Dordrecht etc., 2004. – Vol. 23, № 1. – P. 9 – 24.

Халилов А.Э.

УДК 330.341.1

ПЛАНОМЕРНОСТЬ ТРАНСФОРМАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СОЦИУМА РЕГИОНА В СИСТЕМЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. В статье раскрывается категория «Инвестиционно-Инновационный потенциал» в формате региона, которая складывается в национальном хозяйстве, потенциальные возможности населения, трансформирующиеся в новую структуру. Кроме того, показана взаимосвязь инвестиций и инновационного социального региона, представлена группировка соответствующих региональных социумов и инновационной стратегии развития институтов с точки зрения вектора ускорения, феномена взаимодействия развития системы. Исследуется понятие интегральный инвестиционно-инновационный потенциал региона в национальном хозяйстве. Разработана методика оценки инвестиционно-инновационного потенциала страны.

Ключевые слова: инновации, инновационная стратегия, инвестиционно-инновационная деятельность, инновационный механизм.

Анотація. У статті розкривається категорія "Інвестиційно-інноваційний потенціалу" у форматі регіону, яка складається в національному господарстві, потенційні можливості населення, що трансформуються в нову структуру. Крім того, показаний взаємозв'язок інвестицій і інноваційного соціального регіону, представлено угруповання відповідних регіональних соціумів і інноваційної стратегії розвитку інститутів з точки зору вектору прискорення, феномену взаємодії розвитку системи. Досліджується поняття інтегральний інвестиційно-інноваційний потенціал регіону в національному господарстві. Розроблена методика оцінки інвестиційно-інноваційного потенціалу країни.

Ключові слова: інновації, інноваційна стратегія, інвестиційно-інноваційна діяльність, інноваційний

Summary. In the article the category of "Investment-innovative potential" opens up in the format of region, that is folded in a national economy, potential possibilities of population, transformed in a new structure. In addition, intercommunication of investments and innovative social region is shown, the groupment of corresponding regional societies and innovative strategy of development of institutes is presented from the point of view of vector of acceleration, phenomenon of co-operation of development of the system.

A concept is investigated integral investment-innovative potential of region in a national economy. Methodology of estimation of investment-innovative potential of country is worked out. Intercommunications are given between investment-innovative society of region. Investment-innovative potential of region is certain in the system of national economy. Paid attention to the population as to the source of forming of innovation of territory. The indexes of investment-innovative potential of country are generalized.

Innovations are institutional formed on the basis of territory.

Keywords: innovations, innovative strategy, investment-innovative activity, innovative mechanism, society, innovative potential of region, innovative potential of population, Innovative potential of country.

Постановка проблемы. Инновационные процессы во всем мире набирают обороты. От исследования инноваций зависит процесс формирования завтрашнего экономического положения страны, развитие новых и модернизация отстающих отраслей национального хозяйства. Мировой опыт определяет направление развития инновационных систем, которые являются актуальным и необходимым фактором, определяющим положение страны в экономическом пространстве.

Каждый прогресс усиливает инновационность в стратегии развития национального хозяйства, планомерность финансирования инноваций приводит к повышению конкурентоспособности внедряемых разработок.

Транзитивная структура в экономике более подвержена кризисным деформациям, в свою очередь пагубно влияет на состояние региона в системе национальной экономики.

Анализ последних исследований и публикаций; выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Все без исключения современные проблемы страны есть проблемы несовершенной стадии без вертикальной интеграции и государственного регулирования расширенного воспроизводства. Чтоб встать на уровень с развитыми странами, необходимо преодолеть эту отсталость. Другого пути развития не существует [1, с. 44]

Около 3/4 стоимости национального богатства сформированы за счет инвестиций в живой капитал, капитал, который непосредственно направляется на всестороннее развитие человека, утверждение его личности. Какая с экономической точки природа этих инвестиций, кто есть их основным субъектом, в какой мере присущ у них коммерческий компонент, товарность и соответственно — рыночность, также