

Федосова Р.Н., Надыров Р.К.  
*Финансовый университет при Правительстве РФ*  
г. Москва, Ленинградский проспект, 49  
e-mail: fed3670@yandex.ru

### **Цифровые инновации в развитии среднего бизнеса**

Средний бизнес в России, будучи новым экономическим явлением еще 25 лет назад, в настоящий момент состоялся. В совокупности с малым бизнесом, средний бизнес насчитывает 5,6 миллионов хозяйствующих субъектов, которые в свою очередь обеспечивают 18 миллионов человек работой. Можно констатировать тот факт, что средний бизнес в 95 % случаев это микробизнес. Средние предприятия в основном даны в сферах с большой добавленной стоимостью (обрабатывающая промышленность, строительство, сельское хозяйство). На данный момент в Российской Федерации созданы организационные и нормативно-правовые основы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства.

В рамках работ этих основ происходит финансирование, делаются льготные условия для улучшения работы развития среднего бизнеса. Но даже при этих условиях, производительность труда на таких предприятиях в 2-3 раза отстаёт от развитых стран. Наблюдается повышение уровня неформальной занятости в сфере малого и среднего предпринимательства, что связано в основном сложными процессами государственного регулирования, административным давлением и повышенным уровнем финансовой нагрузки. Лишь 4,7 % россиян трудоспособного возраста это начинающие предприниматели (данные проекта "Глобальный мониторинг предпринимательства"). К примеру, в странах БРИКС имеются более высокие показатели (Бразилия - 17,2 %, Китай - 15,5 %, Индия - 6,6 %, ЮАР - 7,0 %). В США процент граждан, которые начинают собственный бизнес, составляет 13,8. Это происходит за счет недостаточного внимания к специфике деятельности малого и среднего бизнеса при создании проекта и реализации регуляторных решений, таким образом, это сильно снижает уровень доверия предпринимателей к государству, а так же создает дополнительные стимулы к выходу из бизнеса в теневой сектор экономики, снижает положительные эффекты от реализации мер государственной поддержки. С учетом социально-экономических и внешнеэкономических условий появляется необходимость определения длительной позитивной программы деятельности в сфере развития малого и среднего предпринимательства.

Поэтому, государству нужно сделать положительную стратегию развития организационно-правовых норм среднего бизнеса. Миссия такой стратегии, это улучшение конкурентноспособной среды на мировом уровне, гибкую и адаптивную экономику, которая содействует развитию индивидуализации услуг и товаров, высокую и стабильную занятость. Цель этой стратегии - развитие сферы среднего бизнеса.

### **Литература**

1. Елена Асадова // "Коммерсантъ Секрет Фирмы" №11 от 02.11.2009, стр. 132
2. Злотникова Г. К. Финансовая отчетность: анализ и отслеживание уровня влияния возникающих рисков на деятельность экономического субъекта // Вестник науки и образования / Bulletin of Science and Education 2015. № 3(5)
3. Злотникова Г.К. Экономическая безопасность в корпоративных хозяйственных структурах автомобилестроения и пути ее обеспечения // Издательство МАБиУ.-2007.-С.5
4. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года.(2014 г.) 73с.