

УДК 334. 346 (005): 351/354

JEL classification: J08, L11, L88, M21

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ПОТЕНЦИАЛА
МАЛОГО БИЗНЕСА И ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ СТРАНЫ**

**THE MAIN DIRECTIONS OF INCREASING THE POTENTIAL OF SMALL
BUSINESSES AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP
IN THE COUNTRY'S INNOVATIVE DEVELOPMENT**

©Езиев Г. Л.,

Ташкентский государственный институт востоковедения,
г. Ташкент, Узбекистан, mutabarchik@mail.ru

©Yoziyev G.,

Tashkent State Institute of Oriental Studies,
Tashkent, Uzbekistan, mutabarchik@mail.ru

Аннотация. В статье освещены и проанализированы основные направления повышения потенциала малого бизнеса и частного предпринимательства в инновационном развитии страны.

В последние несколько лет большое значение приобрел малый бизнес. Малые предприятия эффективны не только в потребительской сфере, но и как производители отдельных узлов и малых механизмов, полуфабрикатов и других элементов, необходимых для производства конечной продукции, выпуск которых невыгоден крупным предприятиям.

Рынок услуг создает благоприятные условия для бизнеса из-за большой оборачиваемости капитала, что позволяет вовлекать множество малых предприятий в эту сферу деятельности, способствуя занятости в малом бизнесе большого числа экономически активных лиц.

На основе результатов анализа предложены более эффективные модели.

Abstract. The article describes and analyzes the main directions of increasing the potential of small businesses and private entrepreneurship in the country's innovative development.

In the last few years, small business has acquired great importance. Small enterprises are effective not only in the consumer sphere but also as producers of individual units and small mechanisms, semi-finished products and other elements necessary for the production of final products, whose output is not profitable for large enterprises.

The service market creates favourable business conditions due to the large capital turnover, which allows many small businesses to be involved in this field of activity, facilitating the employment of a large number of economically active persons in the small business.

Based on the results of the analysis, more effective models are proposed.

Ключевые слова: малый бизнес, инновации, развитие, потенциал, эффективность, моделирование, частное предпринимательство, инвестиции, экспортный потенциал, механизм.

Keywords: small business, innovation, development, potential, efficiency, modeling, private entrepreneurship, investment, export potential, mechanism.

В настоящее время в развитии экономики Узбекистана малый бизнес играет важную роль. Формирование малых рыночных структур во всех без исключения отраслях и сферах экономики страны отвечает мирохозяйственным тенденциям экономических процессов, так как во всех странах мира в сфере малого бизнеса действует очень большое число небольших предприятий самого разнообразного профиля практически во всех отраслях.

В настоящее время в экономике Узбекистана одновременно функционируют крупные и малые предприятия, а также осуществляется деятельность, базирующаяся на личном и семейном труде. Размеры предприятий зависят от специфики отраслей, их технологических особенностей, от действия эффекта масштаба. Есть отрасли, связанные с высокой капиталоемкостью и значительными объемами производства, и отрасли, для которых не требуются большие размеры предприятий, а, напротив, именно малые их размеры оказываются предпочтительнее. Для современной экономики характерна сложная комбинация различных по масштабам производств — крупных, с тенденцией к монопольным структурам, и небольших, — складывающаяся под влиянием многих факторов.

С одной стороны, устойчивой тенденцией научно-технического прогресса является концентрация производства. Именно крупные фирмы располагают большими материальными, финансовыми, трудовыми ресурсами, квалифицированными кадрами. Они способны вести крупномасштабные научно-технические разработки, которые и определяют важнейшие технологические сдвиги. С другой стороны, в последнее время выявился небывалый рост малого предпринимательства, особенно в сферах, где пока не требуется значительных капиталов, больших объемов оборудования и кооперации множества работников. Малых предприятий особенно много в наукоемких видах производства, а также в отраслях, связанных с производством потребительских товаров [1].

Большое значение имеет способность малых предприятий расширять сферу приложения труда, создавать новые возможности не только для трудоустройства, но прежде всего для предпринимательской деятельности населения, развертывания его творческих сил и использования свободных производственных мощностей.

Согласно ст. 5, Закона Республики Узбекистан «О гарантиях свободы предпринимательской деятельности» субъектами малого предпринимательства являются:

-индивидуальные предприниматели;

-микрофирмы со среднегодовой численностью работников, занятых в производственных отраслях, — не более двадцати человек, в сфере услуг и других непромышленных отраслях — не более десяти человек, в оптовой, розничной торговле и общественном питании — не более пяти человек; малые предприятия со среднегодовой численностью работников, занятых в отраслях:

-легкой и пищевой промышленности, металлообработки и приборостроения, деревообрабатывающей, мебельной промышленности и промышленности строительных материалов — не более ста человек;

-машиностроения, металлургии, топливно-энергетической и химической промышленности, производства и переработки сельскохозяйственной продукции, строительства и прочей промышленно-производственной сферы — не более пятидесяти человек; науки, научного обслуживания, транспорта, связи, сферы услуг (кроме страховых компаний), торговли и общественного питания и другой непромышленной сферы — не более двадцати пяти человек.

Среднегодовая численность работников субъектов малого предпринимательства определяется в порядке, установленном законодательством. При этом учитывается также

численность работающих в унитарных (дочерних) предприятиях, филиалах и представительствах. Юридические и физические лица, осуществляющие несколько видов деятельности (многопрофильные), относятся к субъектам малого предпринимательства по критериям того вида деятельности, доля которого является наибольшей в годовом объеме оборота. Льготы, гарантии и права, предусмотренные законодательством Республики Узбекистан для субъектов малого предпринимательства, предоставляются вышеперечисленным коммерческим организациям на основании их обращений в уполномоченные организации (органы государственной налоговой, таможенной службы, органы государственной статистики, банки и др.) в зависимости от характера льгот, гарантий и прав, с письменным уведомлением о том, что они являются субъектами малого предпринимательства. Ответственность за достоверность уведомления возлагается на субъектов, представивших уведомление. В случае превышения микрофирмой и малым предприятием установленной среднегодовой численности они лишаются льгот, гарантий и прав, предусмотренных законодательством, на период, в течение которого допущено превышение, и на последующие три месяца. Малые предприятия во всем мире играют важную роль.

В последние несколько лет в Западной Европе, США и Японии большое значение приобрел малый бизнес, где он: представлен совокупностью многочисленных малых и средних предприятий. Малые предприятия эффективны не только в потребительской сфере, но и как производители отдельных узлов и малых механизмов, полуфабрикатов и других элементов, необходимых для производства конечной продукции, выпуск которых невыгоден крупным предприятиям. Все это обосновывает необходимость комплексного подхода к определению места и роли малых предприятий в экономике общества. В малом предпринимательстве кроются большие резервы.

Актуальным в сложившихся условиях становится вопрос развития малого бизнеса в сфере услуг, который призван выполнять социально-экономические функции, обеспечивать сбалансированность спроса и предложения на рынке услуг, создавать новые рабочие места, решать сложный комплекс социально-экономических задач развития регионов и территорий. Особенностью развития малого бизнеса в сфере услуг является короткий жизненный цикл малых предприятий, что требует постоянного наращивания их количества и предпринимательских структур, а также повышения эффективности и устойчивости малого бизнеса.

С другой стороны, негативным моментом, характерным для всех малых форм предпринимательства, является недооценка руководителями значения управления развитием предприятия, собственностью, кадрами, что следует рассматривать как серьезный сдерживающий фактор на пути цивилизованного развития малого бизнеса во всех отраслях сферы услуг.

Тем самым становится все более необходимым устойчивое развитие малого бизнеса с позиции обеспечения снижения социальной напряженности, расширения номенклатуры услуг, оказываемых населению, предприятиям и организациям на той или иной территории. По существу, ставится задача создания стратегического управления малым бизнесом в сфере услуг, эффективность которого, как показывает теория и подтверждает практика управления, оправдана условиях нестабильности факторов внешней среды (1).

Сфера услуг является элементом народнохозяйственного комплекса, участвует в общей системе экономических отношений, подчиняясь общим экономическим законам, действующим в обществе. В связи с этим на развитие малого бизнеса в сфере услуг оказывают влияние многочисленные факторы экономического, технологического, правового, политического, социокультурного, демографического, институционального характера [2].

Экономические факторы определяются масштабом рынка услуг и уровнем его развития, величиной доходов населения, уровнем платежеспособного спроса и конкуренции в отраслях, устойчивостью валюты, доступностью кредитов для предпринимателей и бизнесменов сферы услуг, состоянием основных фондов и т. д. Рынок услуг создает благоприятные условия для бизнеса из-за большой оборачиваемости капитала, что позволяет вовлекать множество малых предприятий в эту сферу деятельности, способствуя занятости в малом бизнесе большого числа экономически активных лиц. Среди факторов, формирующих малый бизнес в сфере услуг, можно выделить следующие: уровень развития инновационной деятельности в конкретном регионе; сырьевой потенциал; уровень спроса на различные виды бытовых и промышленных услуг; уровень рыночных цен; уровень льгот и дотаций; налоговая политика. Активизация инновационной деятельности в сфере услуг зависит также от технологических факторов, включающих уровень развития науки, техники и технологий, которые в совокупности с социокультурными факторами определяют возможности реализации предпринимательской инициативы на мировом уровне.

Предприятия сферы услуг должны учитывать все многообразие маркетинговых факторов информационного характера, наличие которых должно способствовать гибкому реагированию бизнесменов и предпринимателей на любые изменения рыночной ситуации, своевременно корректируя стратегию и тактику развития предприятия сферы услуг (2).

На основе системного подхода к эффективности и устойчивости малого бизнеса в сфере услуг необходимо исследование совокупности объективных факторов, оказывающих влияние на развитие его предприятий и организаций. Малый бизнес в сфере услуг можно рассматривать как систему, так как бизнес представляет собой сочетание разнофункциональных и разнокачественных объектов, которые выполняют производственную, коммерческую и финансовую функции, объединенные в рамках бизнеса. Поэтому в малом бизнесе можно выделить три взаимосвязанные самостоятельные подсистемы — производственную, коммерческую и финансовую, каждая из которых является сложным образованием, имеющим собственные элементы.

Коммерческие факторы реализуются выполнением разнообразных услуг в соответствии с запросами потребителей, используя прямые методы сбыта, обеспечивающие личный контакт между производителем и потребителем, профессиональное представление качества оказываемых услуг. Причем производственные и коммерческие факторы тесно взаимосвязаны, когда производство является формирующим элементом, который развивается в условиях изменяющейся внешней среды, определяющих границы коммерческой деятельности (3).

В сфере обслуживания организационно-культурные принципы имеют особое значение, предопределяемое самим видом деятельности, которая связана с непосредственным контактом с потребителем, что требует создания определенного культурно-психологического климата в коллективе сотрудников малого предприятия, который учитывает единые ценностные ориентиры предприятия в процессе выполнения работниками профессиональных функций.

Отраслевые особенности услуг предопределяют возникновение дополнительных факторов, отражающих характер, приоритеты развития отраслей, территорий регионального и местного значения (информационные, инновационные, экологические, демографические, национальные интересы).

Основой малого бизнеса является предпринимательство как инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода. Развитие предпринимательской деятельности зависит от наличия желания открыть собственное дело и наличия возможностей, но в тоже время побудительным мотивом

является не только получение прибыли, но и стремление реализовать свои замыслы, добиться признания в обществе, а также удовлетворение потребностей общества.

Предпринимательская деятельность в сфере услуг должна отличаться способностью предпринимателя принимать на себя экономические риски, связанные со спецификой развития сферы услуг на определенной территории и особенностями отраслевого характера.

Предпринимательская деятельность в сфере услуг может осуществляться в различных формах, которые дополняют друг друга, что способствует повышению эффективности производства и продвижения услуг потребителю.

Чаще всего под данным термином понимается определенный состав взаимосвязанных элементов, обеспечивающих условия для расширения спектра выпускаемых товаропроизводителями экспортной продукции, а также увеличения масштабов их поставки на зарубежные рынки товаров и услуг.

Вообще, данную систему можно представить как целое, как многообразие частей, подчиненных единому целому. Это означает, что ее отдельные части связаны таким образом, что могут при необходимости заменить одна другую. В случае если ликвидируется один поставщик экспортной продукции, вся система не становится недееспособной - появляется другой производитель, который может производить аналогичную продукцию. По мере институционального укрепления и функционального развития в данную систему могут появляться или исчезать отдельные иерархические уровни и функциональные звенья, восполняющие специфику целого. Теоретически можно предположить, что даже в том случае, если в данном механизме исчезает первый ярус – МВЭСИТ центральный банк, то вся система не разрушается, какое-то время другие уровни способны в производить экспортную продукцию, доводя ее до конечных потребителей и осуществляя соответствующие этому процессу расчеты.

Национальные механизмы наращивания экспортного потенциала как целое все время находятся в движении, она дополняется новыми компонентами, а также совершенствуется, одновременно, т. к. внутри них постоянно возникают новые связи.

В зарубежной экономической литературе встречаются различные трактовки категории «экспортный потенциал», каждая из которых имеет под собой прочную основу (Рисунок 1).

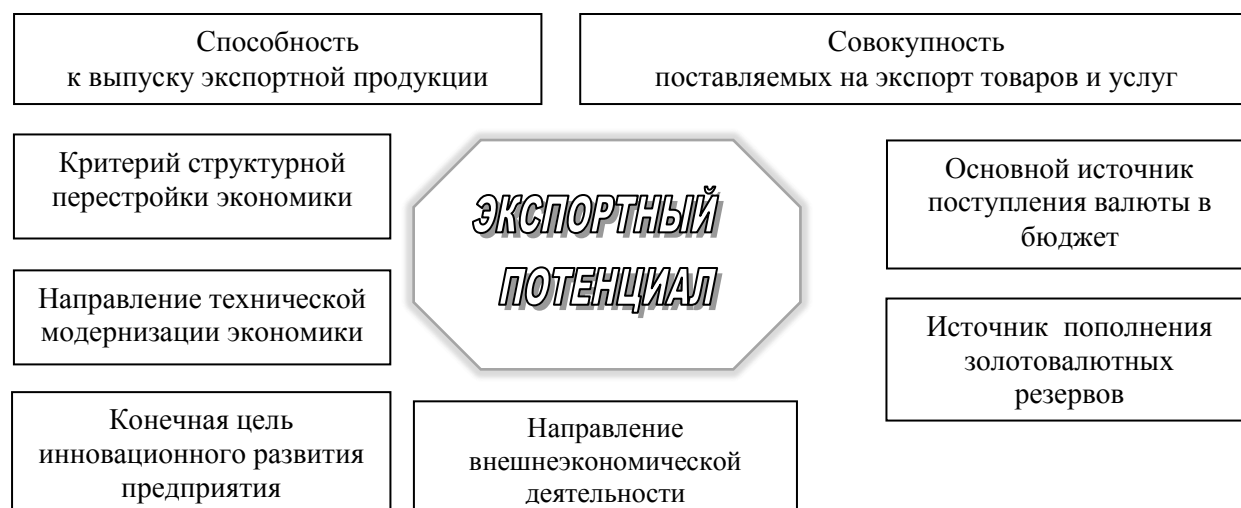


Рисунок 1. Классификация различных трактовок категории «экспортный потенциал»
(составлено автором)

Помимо внешних и внутренних, а также макроэкономических и микроэкономических факторов, расширение спектра и увеличение масштабов выпуска и реализации экспортной продукции в значительной степени зависит от качества механизма наращивания экспортного потенциала страны, основные аспекты которого показаны на Рисунке 3.



Рисунок 2. Ключевые условия для наращивания экспортного потенциала на уровне национальной экономики в целом

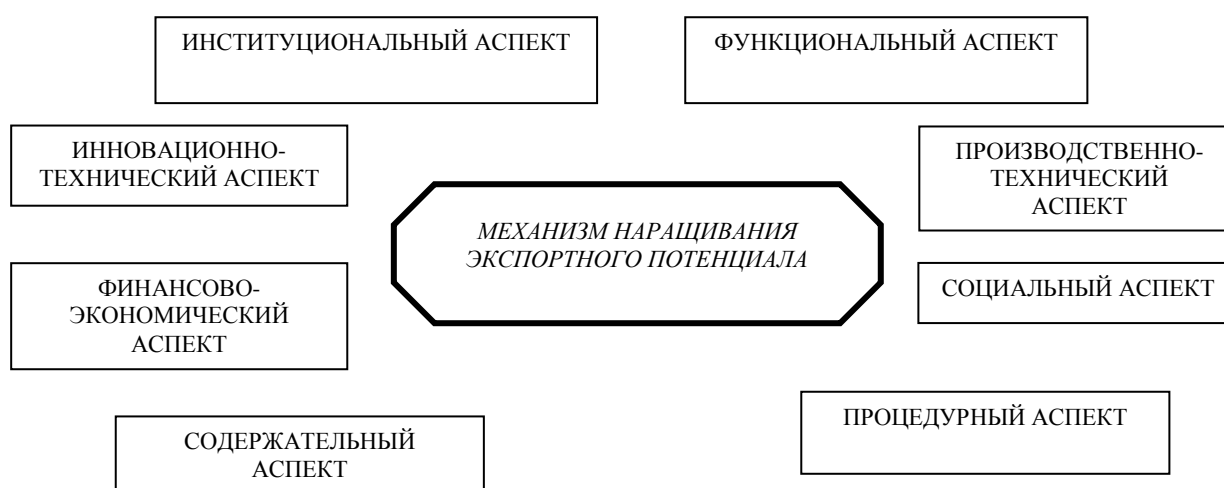


Рисунок 3. Классификация различных аспектов механизма наращивания экспортного потенциала страны (составлено автором)

Однако, для реализации широкой программы действий по наращиванию экспортного потенциала страны необходимы и хорошо скоординированные меры со стороны органов государственного, отраслевого и территориального управления, экономических министерств и ведомств, банковско-финансовых институтов и самих создателей экспортной продукции.

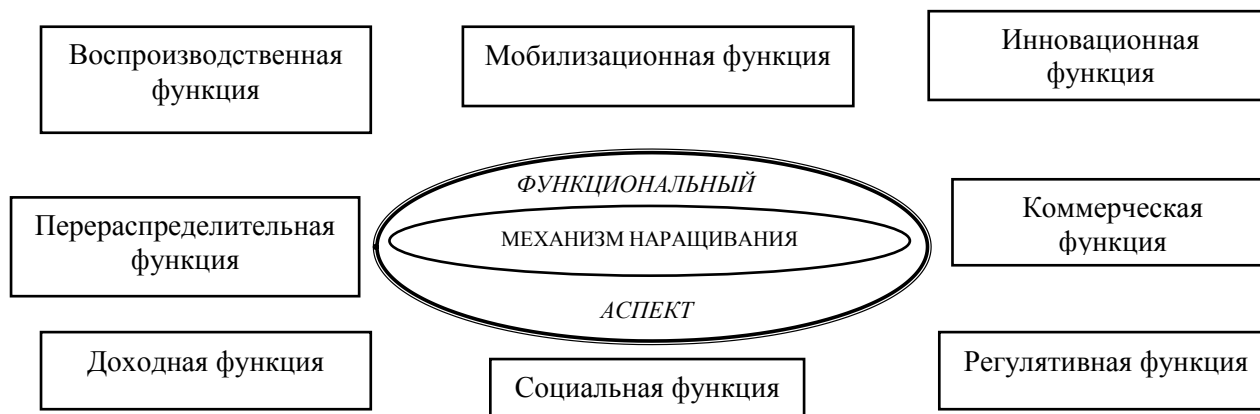


Рисунок 4. Основные функции механизма наращивания экспортного потенциала страны

Как видно из Рисунка 4, органы государственного, отраслевого, территориального управления и сами предприятия-экспортеры должны четко представлять структуру и содержание данной работы на всех иерархических уровнях механизма наращивания экспортного потенциала, начиная от производственного, отраслевого, территориального, кончая национальным, региональным и международным.

А главное основные направления повышения потенциала малого бизнеса и частного предпринимательства в инновационном развитии страны это привлечение инвестиций. Понятие «инвестиция» произошло от латинского слова *investire* - облачать. Инвеститурой в эпоху феодализма назывался ввод вассала во владение феодалом. Во всемирно известном словаре Максимилиана, под инвестициями понимается «поток расходов, предназначенных для производства благ, а не для непосредственного потребления». В Оксфордском толковом словаре данный термин трактуется, как «Приобретение активов, например, ценных бумаг, произведений искусства, депозитов в банках или строительных обществах..., в целях получения финансовой отдачи в виде прибыли или увеличения капитала».

А. Маршалл так поясняет способность и склонность к сбережениям: «Способность к сбережению зависит от превышения дохода над необходимыми издержками» [3].

Известный украинский ученый И. А. Бланк, трактует инвестиции как:

«Вложение капитала в денежной, материальной и нематериальной формах в объекты предпринимательской деятельности с целью получения текущего дохода или обеспечения возрастания его стоимости в будущем периоде» [4].

Видный американский ученый - экономист, лауреат Нобелевской премии по экономике за 1990 г. У. Шарп считает, что «инвестировать» означает «расстаться с деньгами сегодня, чтобы получить большую их сумму в будущем» [5].

Возрастающее значение рынка инвестиций для финансирования предприятий-экспортеров связано с тем, что он служит эффективным каналом аккумуляции сбережений физических и юридических лиц с целью их преобразования в финансовые активы для последующего инвестирования в наиболее конкурентоспособные сферы национальных экономик. Выпуск и реализация экспортной продукции как раз и является той

жизненно важной сферой, которая привлекает инвесторов, стремящихся к получению высокой отдачи от вложенных ими активов.

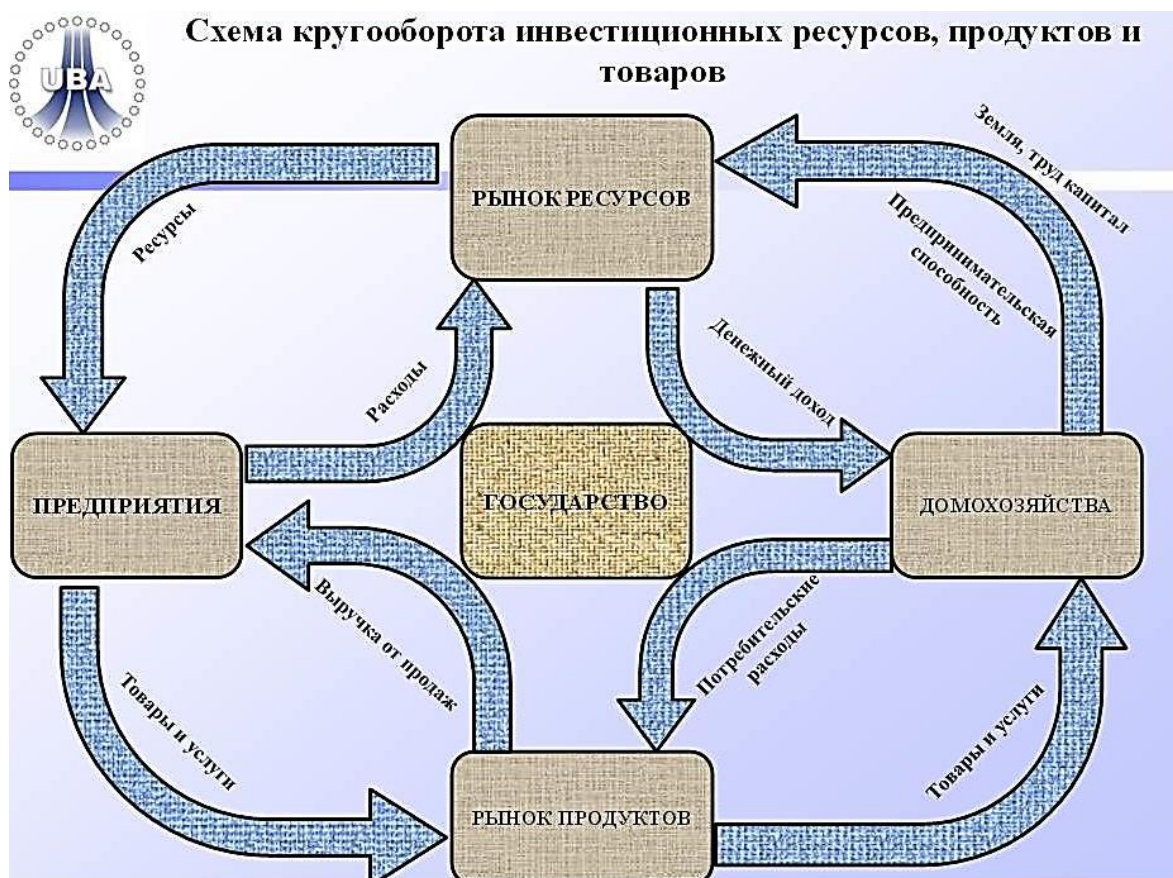


Рисунок 5. Механизм обращения инвестиций в современной рыночной экономике

Более глубокому пониманию роли инвестиций в наращивании экспортного потенциала предприятий способствует раскрытие теоретических основ финансирования инвестиционных процессов, связанных с расширением спектра и увеличением масштабов выпуска экспортной продукции. При этом под механизмом финансирования предприятий-экспортеров понимается совокупность практических действий по поиску, привлечению и использованию инвестиций для реализации программ наращивания их экспортного потенциала [4].

Правильному пониманию теоретических основ проблемы финансирования предприятий-экспортеров способствует изучение трудов выдающегося представителя классической экономической теории Джона Мейнарда Кейнса, который утверждал, что система свободного рынка лишена внутреннего механизма, обеспечивающего макроэкономическое равновесие. Однако, в условиях глобализации современное рыночное хозяйство превращается в открытую саморазвивающуюся систему, приобретающую способность к саморегуляции, что находит конкретное выражение в наращивании экспортного потенциала отдельных субъектов хозяйствования.

Существенное влияние на активизацию процессов наращивания экспортного потенциала ключевых предприятий национальных экономик оказали идеи и постулаты появившейся после Второй мировой войны во Франции «Концепции доминирования», согласно которой субъект хозяйствования играющий ключевую роль в обеспечении экономического развития конкретного региона или в жизнеобеспечении базовой отрасли национальной экономики с мощным «эффектом увлечения» представляет своеобразный полюс роста, порождающий эффект «агломерации».

Следующей важной теорией, обосновавшей необходимость участия государства в наращивании экспортного потенциала национальной экономики, стала теория регуляции, получившая развитие в начале 90-х годов прошлого века в работах французского экономиста Робера Буайе. Теория регуляции отказывается от неоклассической идеи, согласно которой оптимальная организация способна раз и навсегда гарантировать устойчивую экономическую динамику.

Дальнейшему углублению исследования проблем активизации процессов привлечения инвестиций для нужд инновационного развития предприятий-экспортеров способствовала неоклассическая теория международного движения капитала, которая развивалась в рамках классической теории международной торговли. Окончательно постулаты неоклассической теории международного движения капитала сформулировали в первые десятилетия XX века Э. Хекшер и Б. Олин, а также Р. Нурксе и К. Иверсен.

Позже на смену неоклассической теории пришла неокейнсианская теория международного движения капитала, которая базировалась на принципах макроэкономического анализа. Р. Харрод на основе своей модели «экономической динамики» доказал, что чем ниже темпы экономического роста страны, богатой капиталом, тем сильнее тенденция к вывозу капитала из нее [6].

Бурный рост экспортного потенциала транснациональных корпораций (ТНК) привлек во второй половине XX века внимание к ним со стороны экономической теории, которая сначала изучала данный феномен в рамках теории фирмы. Однако, позже стали разрабатываться самостоятельные концепции, в основе которых лежали, прежде всего, идеи американских экономистов С. Хаймера [7] о необходимости для фирмы иметь преимущества перед местными конкурентами при осуществлении прямых инвестиций за рубежом и Р. Коуза о наличии специфического рынка внутри крупной корпорации, а также Р. Вернона, который в своей концепции жизненного цикла продукта объяснял феномен ТНК.

Правильному пониманию причин высокой конкурентоспособности предприятий-экспортеров способствовала появление модели монополистических преимуществ, которая была разработана С. Хаймером и далее развита Ч. П. Киндлебергером, Р. Е. Кэйвзом, Г. Дж. Джонсоном, Р. Лакруа. Она базируется на идее о том, что для крупных корпораций поддержание производства на достаточно прибыльном уровне возможно за счет наращивания экспортного потенциала и завоевания все новых рынков.

Другим доводом в пользу активизации деятельности предприятий-экспортеров служит модель жизненного цикла продукта, разработанная американцем Р. Верноном на базе теории роста фирмы. В соответствии с этой моделью любой новый продукт фирмы проходит пять стадии цикла своей жизни:

- I стадия - внедрение на рынок;
- II стадия - рост продаж;
- III стадия - их зрелость,
- IV стадия - насыщение рынка;
- V стадия - спад продаж.

Наращивание экспортного потенциала способно предотвратить втягивание фирмы в последнюю стадию жизненного цикла ее продуктов за счет освоения новых рынков их сбыта за рубежом.

Многие существенные мотивы поведения компаний-экспортеров объясняет эклектическая модель Дж. Даннинга [8], согласно которой фирма начинает производство товаров и услуг за рубежом в связи с тем, что одновременно совпадают три предпосылки:

1. фирма обладает преимуществами по сравнению с другими фирмами в этой зарубежной стране (специфические преимущества собственника);

2. фирме выгоднее использовать эти преимущества самой на месте, а не реализовывать их там через экспорт товаров или экспорт знаний другим фирмам (преимущества интернационализации);

3. фирма использует за рубежом некоторые производственные ресурсы более эффективно, чем у себя дома, благодаря открывающимся преимуществам нового места своего размещения [1].

Благодаря высокому уровню организации финансовых рынков в странах с развитой рыночной экономикой, объемы выделяемых предприятиям-экспортерам инвестиций намного превышают объемы финансовых ресурсов, получаемых другими категориями субъектов хозяйственной деятельности.

В Таблице приведены страны-лидеры по объемам принимаемых инвестиций для нужд инновационного развития предприятий, большинство из которых являются экспортерами товаров или услуг.

И чем эффективнее работа финансовых рынков и институтов, тем проще конкретному предприятию, выступающему носителем спроса на инвестиционный капитал, получить доступ к свободным финансовым ресурсам, вращающимся на рынке. Учитывая эти обстоятельства, важное значение приобретает знание теоретических основ организации финансирования инвестиционных проектов предприятий [9].

Коренная смена экономической системы и переход к рыночной модели хозяйствования в Республике Узбекистан способствовали значительному росту интереса узбекских исследователей к проблематике финансирования программ инновационного развития предприятий-экспортеров. Однако, в отечественной литературе вопросы финансирования программ наращивания экспортного потенциала предприятий пока не стали предметом специального изучения. Среди крупных работ последнего времени, где в той или иной степени отражены проблемы использования альтернативных методов финансирования предприятий, выделяются монографические исследования И. Л. Бутикова, Д. Г. Газибекова и Ш. Ш. Шохаззамий. В них использован и обобщен богатый эмпирический материал по отечественному фондовому рынку, на котором авторы выстраивают систематизированную картину современного состояния данного механизма, инструментария, проблем и перспектив их развития. С точки зрения истории становления эффективного механизма инвестиционного обеспечения, исследования базовых условий его развития, генезиса формирования его инфраструктуры, значительный интерес представляют работы Котова В. А., Хамидулина М. Б., Юлдашева Р. З., Яушева Р. А. и др. В них авторы обращаются к отдельным аспектам данного механизма, влияющих на эффективность наращивания экспортного потенциала предприятий-экспортеров [10].

Таблица.

ДЕСЯТКА САМЫХ КРУПНЫХ СТРАН, ПРИНИМАЮЩИХ ИНВЕСТИЦИИ
ДЛЯ НУЖД ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ в 2014 г (млрд долл. США)

№	Наименование страны	В том числе	
		Приток из	Суммарный объем ПИИ
1	США	232,865	2 093,049
2.	Великобритания	223,966	1 347,688
3.	Китай	59,899	1 184,471
4.	Франция	157,970	1 026,081
5.	Бельгия	40,628	748,110
6.	Голландия	0,232	673,430
7.	Германия	50,925	629,711
8.	Испания	53,385	537,455
9.	Канада	108,655	520,737
10.	Бразилия	34,585	328,455

Анализ имеющихся трудов зарубежных и узбекских ученых позволяет сделать вывод, что проблема расширения спектра и увеличения масштабов финансирования предприятий-экспортеров требует усилий не только органов общегосударственного и отраслевого управления, но и синхронных действий со стороны местных органов власти и институтов инвестиционно-финансовой инфраструктуры. Процесс наращивания производственно-технического потенциала предприятий-экспортеров требует соблюдения целого ряда обязательных условий нормативно-правового, производственно-технического и финансово-экономического и организационного характера.

Источники:

- (1). Малое предпринимательство в России. 2007: стат. сб. М.: Росстат, 2007.
- (2). <http://www.businesspravo.ru>.
- (3). <http://www.rcsme.ru>.

Список литературы:

1. Кудратов З. Г., Султанов З. Т. Особенности государственной поддержки и развития малого бизнеса в Узбекистане // Молодой ученый. 2013. №4. С. 241-245.
2. Образцова О. И. Предпринимательский потенциал российского общества: Россия в Global Entrepreneurship Monitor // Вопросы статистики. 2007. №7. С. 29-38.
3. Маршалл А. Принципы политической экономии. М.: Директ-Медиа, 2012. 2127 с.
4. Бланк И. А. Управление активами. Киев: Ника-Центр, 2002. 736 с.
5. Шарп У. Ф., Александер Г. Дж., Бэйли Дж. В. Инвестиции. М.: Инфра-М, 2010. 1028 с.
6. Харрод Р. Теория экономической динамики. М.: ЦЭМИ, 2008. 210 с.

7. Humer St. H. The International Operation of National Firms // Cambridge: MIT Press, 1976. P. 34-38.
8. Dunning J. H. Toward an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests // *Journal of International Business Studies*. 1980. V. 11. №1. P. 9-31.
9. Бутиков И. Л. Рынок ценных бумаг: учебник. Ташкент: Консаудитинформ, 2001. 472 с.
10. Шохаъзамий Ш. Ш. Финансовый рынок и ценные бумаги. Учебник. В 2-х т. Т. 1. Ташкент: Iqtisod-Moliya, 2005. 728 с.

References:

1. Kudratov, Z. G., & Sultanov, Z. T. (2013). Osobennosti gosudarstvennoi podderzhki i razvitiya malogo biznesa v Uzbekistane. *Molodoi uchenyi*, (4), 241-245. (in Russian)
2. Obraztsova, O. I. (2007). Predprinimatelskii potentsial rossiiskogo obshchestva: Rossiya v Global Entrepreneurship Monitor. *Voprosy statistiki*, (7), 29-38. (in Russian)
3. Marshall, A. (2012). Printsipy politicheskoi ekonomii. Moscow, Direkt-Media, 2127. (in Russian)
4. Blank, I. A. (2002). Upravlenie aktivami. Kiev, Nika-Tsentr, 736. (in Russian)
5. Sharp, U. F., Aleksander, G. Dzh., & Beili, Dzh. V. (2010). Investitsii. Moscow, Infra-M, 1028.
6. Kharrod, R. (2008). Teoriya ekonomicheskoi dinamiki. Moscow, TsEMI, 210. (in Russian)
7. Humer, St. H. (1976). The International Operation of National Firms. Cambridge, MIT Press, 34-38
8. Dunning, J. H. (1980). Toward an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests. *Journal of International Business Studies*, 11, (1), 9-31
9. Butikov, I. L. (2001). Rynok tsennykh bumag: uchebnik. Tashkent, Konsauditinform, 472. (in Russian)
10. Shokhazamii, Sh. Sh. (2005). Finansovyi ryok i tsennye bumagi. Uchebnik. in 2 v. V. 1. Tashkent, Iqtisod-Moliya, 728.

*Работа поступила
в редакцию 22.12.2017 г.*

*Принята к публикации
26.12.2017 г.*

Ссылка для цитирования:

Езиев Г. Л. Основные направления повышения потенциала малого бизнеса и частного предпринимательства в инновационном развитии страны // Бюллетень науки и практики. Электрон. журн. 2018. Т. 4. №1. С. 207-218. Режим доступа: <http://www.bulletennauki.com/yoziyev> (дата обращения 15.01.2018).

Cite as (APA):

Yoziyev, G. (2018). The main directions of increasing the potential of small businesses and private entrepreneurship in the country's innovative development. *Bulletin of Science and Practice*, 4, (1), 207-218