

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И МОДЕЛИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ
ПРОЦЕССОВ

**ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО
РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ
В РФ**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки
38.04.01 Экономика
программа «Экономика предпринимательства»
заочной формы обучения,
группы 06001576
Шелякиной Анастасии Сергеевны

Научный руководитель
доцент кафедры экономики и
моделирования производственных
процессов
Дружникова Е.П.

Рецензент
к. э. н., доцент кафедры финансов и
таможенных доходов АНО ВО
«Белгородский университет
кооперации, экономики и права»
Антонова М.В.

БЕЛГОРОД 2018

АННОТАЦИЯ

Тема магистерской диссертации – «Формирование и развитие системы государственного регулирования предпринимательства в сфере торговли в РФ», в рамках которой были рассмотрены теоретические и методологические основы регулирования и развития системы государственного регулирования предпринимательства в сфере торговли, проведен анализ государственного регулирования в сфере торговли в РФ, предложены пути совершенствования системы предпринимательской деятельности в сфере торговли.

Цель исследования состоит в совершенствовании государственного регулирования предпринимательской деятельности в сфере торговли на современном этапе развития экономики России.

ABSTRACT

Theme of the master's thesis – «Formation and development of the system of state regulation of entrepreneurship in the sphere of trade in the Russian Federation», within the framework of which theoretical and methodological foundations of regulation and development of the state regulation of entrepreneurship in the sphere of trade were analyzed. State regulation of trade in the Russian Federation, ways of improving the system of entrepreneurial activity in the sphere of trade.

The aim of the research is to improve the state regulation of entrepreneurial activity in the sphere of trade at the present stage of development of the Russia economy.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
Глава 1. Теоретические основы государственного регулирования предпринимательства в сфере торговли.....	9
1.1. Экономическое содержание предпринимательства в сфере торговли.....	9
1.2. Функции и формы предпринимательства в сфере торговли.....	28
1.3. Методика государственного регулирования предпринимательства в сфере торговли в РФ.....	39
Глава 2. Анализ государственного регулирования предпринимательства в сфере торговли в РФ.....	53
2.1. Оценка формирования и развития системы государственного регулирования в сфере торговли.....	53
2.2. Анализ предпринимательства в сфере торговли	67
2.3. Динамика показателей предпринимательства в сфере торговли в РФ со странами СНГ.....	78
Глава 3. Совершенствование системы регулирования предпринимательства в сфере торговли с учетом российской экономической специфики.....	91
3.1. Программы развития системы государственной поддержки предпринимательства в сфере торговли на современном этапе.....	91
3.2. Основные направления в управлении системой регулирования поддержки предпринимательства в сфере торговли в России.....	96
3.3. Экономическая эффективность механизмов регулирования предпринимательства в сфере торговли.....	105
Заключение.....	112
Список использованных источников.....	117
Приложения.....	128

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Торговля является одной из ключевой сфер экономической жизнедеятельности человека. Товарообменные процессы являются неотъемлемой частью рыночной экономической системы. По этой причине уровень развития экономики в значительной степени определяется уровнем развития предпринимательства в сфере торговли.

В России на текущем этапе ее экономического развития не смотря на значительную занятость населения в торговой отрасли, уровень развития торговой сферы остается крайне низким. Большинство торговых предприятий находятся на низших уровнях организационной зрелости, торговые отношения сохраняют крайне примитивные формы, инфраструктура торговой сферы не развита.

В сложившихся обстоятельствах одной из основных задач российской научной экономической общественности является формирование принципов реформирования торгового предпринимательства с целью вывода его на новый уровень развития и формирования качественно новой торговой культуры в российской экономике.

Актуальность данного исследования определяется тем, что в нем раскрыты аспекты, обусловившие текущее положение дел в сфере торгового предпринимательства, сформированы пути перспективного развития предпринимательской деятельности в сфере торговли и выработаны механизмы государственной поддержки и развития качественно нового российского торгового предпринимательства.

Степень разработанности проблемы. Сегодня в российской экономической литературе торговле посвящено крайне мало публикаций. Исключение составляют еще не совсем изученные формы сетевой торговли, новые торговые методы продвижения товаров и механизмы регулирования внешнеторговой деятельности. Это объясняется тем, что значительная доля

отечественного малого и среднего бизнеса сосредоточены в сфере торговли, а поэтому данная тема считается не столь актуальной.

В то же время, в отечественной научной литературе практически отсутствуют самостоятельные работы, ориентированные на формирование теоретических и методологических аспектов регулирования и развития предпринимательской деятельности в сфере торговли. Сегодня разработки, посвященные предпринимательству в сфере торговли ведут немногие ученые: Л. Брагин, М. Лапуста, О. Шишкин, Л. Дашков, Е. Голиков, Л. Труханович.

Основоположниками изучения современных инновационных подходов в области малого и среднего предпринимательства считают Л.И. Абалкина, В.С. Балабанова, В.В. Бандурина, А.В. Бачурина, Б.К. Злобина, А.А. Суханова, В.М. Яковлева и зарубежных экономистов М. Питерса, Ф. Хайека, Р. Хезрича, Й. Шумпетера

Аспекты регулирования предпринимательства в сфере торговли, исследуемые в настоящей диссертационной работе ранее не освещались в широкой печати, что еще раз подтверждает новизну и актуальность исследования.

Цель и задачи исследования. Основной целью исследования является совершенствование системы государственного регулирования предпринимательства в сфере торговли на современном этапе развития экономики России.

Достижение поставленной цели потребовало решения следующих задач:

- 1) проанализировать формирование и развитие системы государственного регулирования в сфере торговли;
- 2) провести анализ предпринимательства в сфере торговли;
- 3) рассмотреть динамику показателей предпринимательства в сфере торговли в РФ со странами СНГ;

4) провести оценку современного состояния российского предпринимательства в сфере торговли и факторов обусловивших, формирование его современной специфики;

5) осуществить исследование специфики государственного воздействия на предпринимательство в сфере торговли в российской экономической реальности;

б) выявить эффективность механизмов регулирования предпринимательства в сфере торговли.

Объектом исследования выступает государственная деятельность по формированию качественно нового торгового предпринимательства, отвечающего требованиям современной экономики.

Предметом исследования являются современные проблемы и особенности предпринимательства в сфере торговли.

Методологическую и теоретическую основу исследования. Методологической основой исследования послужил инструментарий экономической теории, теории статистики, а также опубликованные научные труды отечественных и зарубежных экономистов, данные опубликованные в научной литературе и периодической печати.

При проведении исследования был использован ряд методов научного познания: методы сравнительного анализа, аналитический, статистических группировок, графических построений, а также синтеза, обобщения и научной абстракции.

Источники получения информации и статистических данных. Информационную базу исследования составили федеральные нормативно – правовые акты, справочные и аналитические материалы ученых и экспертных сообществ, консалтинговых компаний и исследовательских центров, Фондов поддержки предпринимательства, Министерства экономического развития РФ, Федеральной службы государственной статистики, а так же литература по выбранной теме.

Научная новизна выпускной квалификационной работы

подтверждается следующими научными результатами исследования:

- на основе исследования теоретических основ государственного регулирования предпринимательства в сфере торговли выделены этапы зарождения предпринимательства, а так же сущность и специфика предпринимательства в России;
- в результате анализа динамики показателей предпринимательства в сфере торговли выявлены факторы, стимулирующие и ограничивающие его развитие;
- обоснованы приоритетные направления развития предпринимательства в современных экономических условиях;
- внесены предложения по совершенствованию системы регулирования предпринимательства в сфере торговли с учетом российской экономической специфики.

Теоретическая и практическая значимость работы заключается в том, что материалы и содержащиеся выводы и предложения могут также найти применения в научно-исследовательской работе по проблемам развития предпринимательства в сфере торговли, а также при подготовке учебных и учебно-методических материалов.

Положения, содержащиеся в работе, могут быть использованы при разработке и совершенствования государственных программ поддержки и реформирования предпринимательства в сфере торговли. Так же, материалы работы могут быть использованы при чтении ряда экономических дисциплин в высших учебных заведениях.

Апробация результатов исследования. Теоретические положения и практические результаты исследования докладывались на заседаниях кафедры, а так же на международных научно - практических конференциях, в том числе на: VII Международной научно-практической заочной конференции, по программе «Наука и образование: Отечественный и зарубежный опыт» (г.

Белгород, НИУ «БелГУ», 2017г.); Публикация в журнале «Вестник науки и образования» (г. Белгород, издательство «Проблемы науки» №12 (36), от 19.12.2017 г.).

Публикации. По теме исследования опубликовано 2 печатные работы, общим объемом 0,5 п.л., в том числе авторский вклад – 0,3 п.л.

Структура и объем выпускной квалификационной работы определены целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка основных использованных источников и приложения.

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, оценивается степень разработанности проблемы, определяются цели и задачи работы, формулируется объект и предмет исследования, характеризуется новизна и практическая значимость полученных результатов.

В первой главе «Теоретические основы государственного регулирования предпринимательства в сфере торговли» изучены особенности и этапы развития предпринимательства в сфере торговли в научных трудах отечественных и зарубежных ученых. Рассмотрены принципы государственной поддержки и регулирования предпринимательства в сфере торговли в РФ.

Во второй главе «Анализ государственного регулирования предпринимательства в сфере торговли в РФ» рассматривается состояние развития системы государственного регулирования предпринимательства. Проведен анализ предпринимательской деятельности в сфере торговли в Белгородской области. Проанализирована структура и динамика показателей предпринимательства в сфере торговли в РФ со странами СНГ.

В третьей главе «Совершенствование системы регулирования предпринимательства в сфере торговли с учетом российской экономической специфики» исследованы программы развития системы государственной поддержки предпринимательства в сфере торговли на современном этапе, а так же внесены предложения по совершенствованию системы регулирования

предпринимательства в сфере торговли с учетом российской экономической специфики.

Заключение включает в себя выводы и предложения, в которых сформулированы основные теоретические и практические результаты исследования теоретико – методического и прикладного характера.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

1.1. Экономическое содержание предпринимательства в сфере торговли

Предпринимательство как процесс организации производства товаров и услуг для удовлетворения постоянно возобновляющегося спроса и получения прибыли, а также как функция управления этим процессом имеет свою историю и динамику развития.

В римском праве «предпринимательство» рассматривалось как занятие, дело, деятельность, особенно коммерческая.

Терминологическая сущность и содержание, вкладываемые в понятие «предпринимательство», менялись упорядочивались в процессе развития экономической теории [53, с. 142].

Достаточно простое и весьма емкое определение предпринимательства дает В.И. Даль. В частности, он пишет, что «предприниматель» означает «затевать, решаться исполнить какое-либо новое дело, приступать к совершению чего-либо значительного»: отсюда «предприниматель» – «предпринявший» что-либо.

Принято считать, что одним из первых, кто серьезно заинтересовался предпринимательством, был А.Смит. Однако лет десять до него этими проблемами очень интенсивно занимался Р. Кантильон. Именно он сформулировал тезис, согласно которому расхождения между спросом и

предложением на рынке дают возможность отдельным субъектам рыночных отношений покупать товары дешевле и продавать их дороже. Именно он назвал этих субъектов рынка предпринимателями («предприниматель» – в переводе с французского «посредник») [68, с. 201].

Он определил предпринимательство как экономическую деятельность, в процессе которой формируется соответствие между предложением товаров и спросом на них в условиях постоянного риска. Р. Кантильон считал в качестве предпринимателя того, кто приобретал на рынке средства производства и превращал их в капитал. При функционировании капитала создается продукция, которая реализуется предпринимателем по рыночной цене, превышающей его затраты, обеспечивая ему тем самым доход в виде прибыли.

А. Смит считал, что предприниматель – это человек, в лице которого соединяются «собственник» и «производитель». Такая совместимость была характерна для мелкотоварного производства. С распределением функций управления от собственности потребовалась расширительная трактовка предпринимательства. В этой связи французский экономист Ж.Б. Сей разделил предпринимательство на функции предпринимателя (бизнесмена) и функции менеджера (управляющего). Ж.Б. Сей охарактеризовал предпринимателя как агента, который совмещает факторы производства. Он определяет труд предпринимателя творческим, а труд менеджера – однообразным, рутинным [68, с. 203].

Наиболее подробно проблему предпринимательства разработал американский экономист Й. Шумпетер. Он рассматривал предпринимательство как новаторскую деятельность, а предпринимателя – как целеустремленного хозяйствующего субъекта, отличающегося настойчивостью, стремлением к поиску нового, способного вести выгодное дело, умением использовать нововведения в процессе экономической конкурентности.

По своей природе предпринимательство имеет двойственную сущностную основу. С одной стороны, оно выступает как вид трудовой деятельности, с другой – как особый тип поведения хозяйствующего субъекта.

Исторически возникновение предпринимательства относится к торговой деятельности, когда купцы, используя разность цен на товары, перемещали их с рынка на рынок. Содержание предпринимательства ограничивалось использованием разницы рыночных цен, а основным признаком выступала степень риска. В России для торговли создавались гостиные дворы. В Москве в XVII в. торговля была сосредоточена в Китай-городе, обнесенном стеною. Внутри него находились ряды лавок [77, с. 98].

В России широко использовалась ярмарочная торговля, которая сохранилась до наших дней. К 1927 г. На территории России насчитывалось 7,5 тыс. ярмарок.

С развитием производительных сил и товарно-денежных отношений сферой предпринимательства становятся отрасли материального производства. Успех предпринимательской деятельности определяется не поиском новых рынков, а нахождением наиболее подходящей комбинации применяемых факторов производства.

В России предпринимательская деятельность в отраслях материального производства активно проводится со времен Петра I. При учреждении фабрик владельцам в этот период было принято давать привилегии: свободно нанимать русских и иноземных мастеров и учеников «платя им за труд достойную плату».

В современной экономической литературе четкого определения сущности предпринимательства нет. В большинстве случаев сущность этого явления подменяется целью предпринимательской деятельности. Так, например, в «Большом экономическом словаре» под общей редакцией А.Н. Азрилияна дается следующее определение: «Предпринимательство – инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли

или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица». К сожалению, такой подход господствует сегодня в России и закреплён у нас законодательно, в частности, в законе «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации», Гражданском кодексе Российской Федерации и др., в трудах отечественных ученых, занимающихся проблемой предпринимательства.

Согласно современному российскому законодательству предпринимательская деятельность (или предпринимательство) – это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от использования имущества - продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке. Однако и это определение не отличается полнотой.

Предпринимательство можно определять с различных позиций, таких как [21, с. 56]:

- деятельность, направленную на максимизацию прибыли;
- инициативную деятельность граждан, заключающуюся в выработке товаров и услуг, направленную на получение прибыли;
- прямую функцию реализации собственности, основную ее производственную функцию;
- процесс организационной новации в целях извлечения прибыли;
- действия, направленные на возрастание капитала, развитие производства и присвоение прибыли;
- специфический вид деятельности, направленный на неустанный поиск изменений в существующих формах жизни предприятий и общества, постоянная реализация этих изменений.

Большинство практиков и исследователей делают акцент на получение прибыли, рассматривая ее как конечную цель предпринимательства. Однако предпринимательство имеет своей конечной целью не столько прибыль, сколько непрерывность воспроизводственного процесса, связанного с воспроизводством спроса и удовлетворением постоянно меняющихся, постоянно возрастающих потребностей индивидуума или социальной группы, общества в целом.

В этой связи предпринимательство в сфере торговли более правильно определять как процесс непрерывного поиска изменений в потребностях, спросе конечного потребителя на продукцию и услуги, удовлетворения этой потребности путем организации производства, сбыта, маркетинга, логистики, менеджмента, ориентированных на самые лучшие новации, приносящие максимум производительности в каждой из стадий процесса воспроизводства [14, с. 123].

В этом определении акцент делается не на максимизацию прибыли, а на потребителя, на его потребности, удовлетворение которых благодаря высокому уровню организации предпринимательства и может принести максимальную прибыль.

Предпринимательство — это не всякий бизнес, это стиль хозяйствования, которому присущи принципы новаторства, антибюрократизма, постоянной инициативы, ориентации на нововведения в процессы производства, маркетинга, распределения и потребления товаров и услуг. Тогда как бизнес — это репродуктивная деятельность в сфере организации, производства, распределения и реализации товаров и услуг без новаторства, без инициативы в развитии инновационных процессов. Это осуществление или организация из года в год одного и того же производства, сбыта, распределения или другой деятельности в рамках апробированных технологий, норм и правил для удовлетворения сложившихся потребностей.

Содержание предпринимательства, границы его осуществления тесно связаны с формами и видами предпринимательской деятельности. В соответствии с принятой структурой процесса воспроизводства (производство, обмен, распределение, потребление) выделяют четыре главных сферы предпринимательства: производственная, коммерческая, финансовая и сфера потребления представлены ниже (табл. 1.1). Другие виды предпринимательской деятельности, например, инновационная, маркетинговая, включаются в состав четырех главных сфер предпринимательства [24, с. 26].

Таблица 1.1

Классификация предпринимательской деятельности

Признаки классификации	Характеристика предпринимательской деятельности			
	Производственная	Коммерческая	Финансовая	Сфера потребления
По сфере деятельности	Производственная	Коммерческая	Финансовая	Сфера потребления
По организационно-правовому статусу	Без образования юридического лица	Частное предприятие	Фермерское хозяйство	Общество с ограниченной ответственностью
	Малое предприятие	Смешанное товарищество	Закрытое или открытое акционерное общество	Совместное предприятие
По отношению к собственности	Индивидуальная	Частная	Государственная	
По количеству собственников	Индивидуальная, частная	Семейная	Коллективная	Смешанная, совместная
По масштабам производства и численности работников	Малое предприятие	Среднее предприятие	Большое предприятие	
По территориальному признаку	Сельская, районная	Городская, областная	Региональная, национальная	Зарубежная
По отраслевой принадлежности	Строительная, текстильная	Металлообработка, валяющая, горнодобывающая	Пищевая, судостроительная	Энергетика, транспорт, связь

Источник: [24, с. 27]

Эволюция терминологической, содержательной сущности предпринимателя и предпринимательской деятельности связана с историей становления обмена, производства и распределения товаров и услуг, с уровнем развития научно-технического прогресса представлены в таблице 1.2 (Приложение 1).

В настоящее время предпринимательство рассматривается с разных точек зрения:

- как стиль хозяйствования;
- как процесс организации и осуществление деятельности в условиях рынка;
- как взаимодействие субъектов рынка.

Анализируя различные точки зрения по этому вопросу, можно сделать вывод, что предпринимательская деятельность – это реализация особых способностей индивида, выражающаяся в рациональном соединении факторов производства на основе инновационного рискованного подхода. Предприниматель использует в производстве новейшую технику и технологию, по-новому организует труд, иначе руководит, что приводит к снижению индивидуальных затрат производства, на базе которых устанавливается цена. Предприниматель максимально эффективно налаживает маркетинговую деятельность. Он лучше других определяет рынок, на котором выгоднее всего закупить средства производства, точнее «угадывает», на какой продукт, в какое время и на каком сегменте рынка окажется наибольший платежеспособный спрос. В результате он получает больше прибыли, чем обычные бизнесмены. К тому же предприниматель постоянно рискует. Он не избегает риска, как это обычно делается, а идет на него сознательно, чтобы получить большой доход, чем другие – своеобразную компенсацию за этот риск.

Учитывая, что предпринимательская деятельность связана с осуществлением определенных функций, такую деятельность можно охарактеризовать как процесс планирования, организации и осуществления

непрерывного, постоянно обновляемого воспроизводства товаров и услуг в целях удовлетворения экономических, социальных и экологических потребностей общества (его членов) и получения прибыли.

Предпринимательская деятельность может осуществляться [46, с. 124]:

- путем непосредственного производства какого-либо товара, продукта или услуги;
- путем производства посреднических функций по продвижению товара от производителя к потребителю.

В рамках такого разделения труда сформировалась типология предпринимательской деятельности (Рис. 1.1).

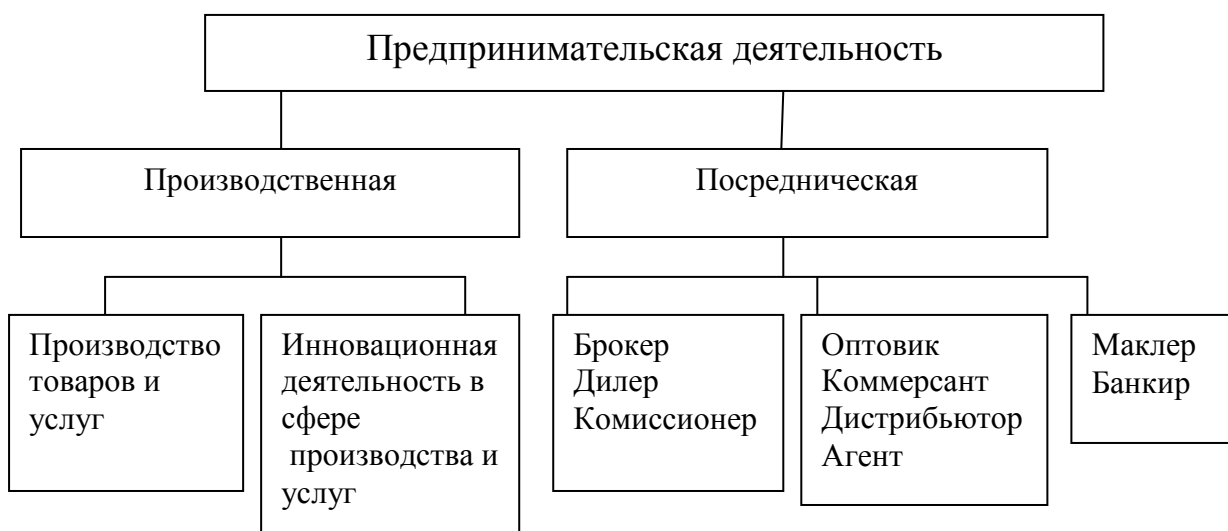


Рис.1.1. Типология предпринимательской деятельности

Составлено по материалам: [46, с. 126]

Предпринимательская деятельность в сфере торговли – это особый вид деятельности, направленный на извлечение прибыли, которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности и инновационной предпринимательской идее (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Общая схема предпринимательской деятельности

Составлено по материалам: [55, с. 120]

Предпринимательская идея представляет собой выявленный возможный интерес производителя, имеющий видимые очертания какой-либо конкретной экономической формы. Выявление такого интереса может осуществляться посредством совмещения возможностей предпринимателя с потребностями рынка, или, наоборот, путем совмещения потребностей рынка с возможностями предпринимателя.

Предпринимательство выступает в качестве особого вида экономической активности, его начальный этап связан, как правило, лишь с идеей – результатом мыслительной деятельности, впоследствии принимающей материализованную форму.

В предпринимательстве целесообразно рассматривать два основных элемента:

- новаторскую инновационную деятельность как предпринимательскую функцию представленную в таблице 1.3;
- действия предпринимателя как носителя и реализатора данной функции, представлены ниже (рис. 1.3).

Таблица 1.3

Классификация инновационной деятельности

Критерий	Виды инноваций
Распространенность	- Единичные - Деффузные
Место в производственном цикле	- Сырьевые - Продуктовые - Обеспечивающие
Преимственность	- Открывающие - Отменяющие - Замещающие - Возвратные
Охват доли рынка	- Локальные - Системные
Потенциал и степень новизны	- Радикальные - Совершенствующие - Комбинированные
Сфера деятельности предпринимателя	- Технологические (производственные) - Экономические (торговые) - Социальные (управленческие)

Источник: [55, с. 102]

Предпринимательство характеризуется обязательным наличием инновационного момента, будь то производство нового товара, смена профиля деятельности или основание нового предприятия. Новая система управления производством, качеством, внедрение новых методов организации производства или новых технологий – это тоже инновационные моменты.

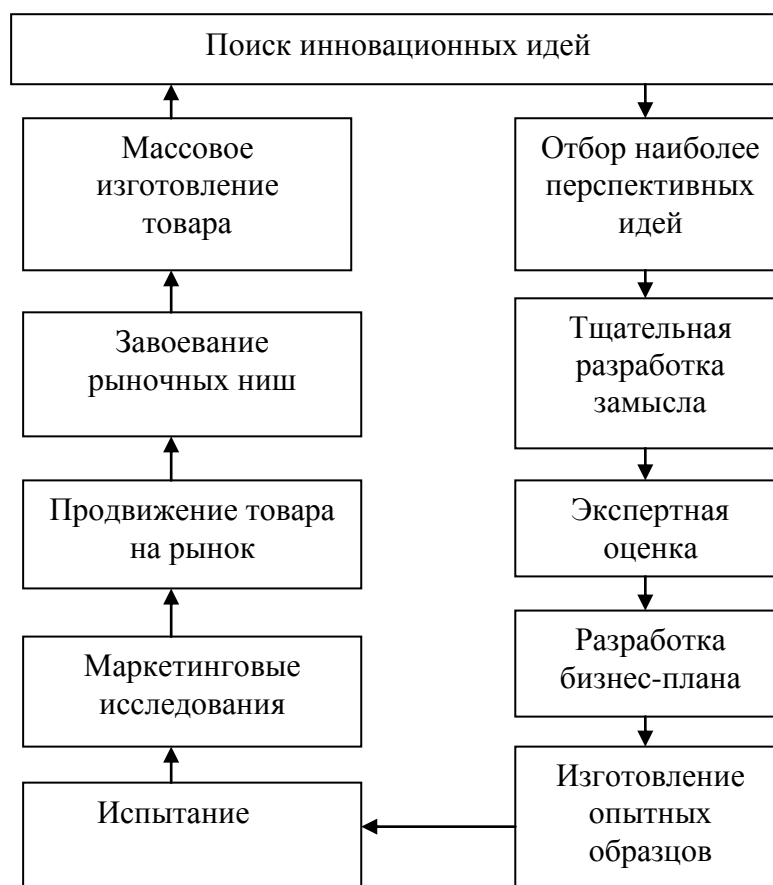


Рис. 1.3. Действия предпринимателя по разработке новшеств

Составлено по материалу: [16, с. 15]

Результатом каждого типа предпринимательской деятельности является достижение поставленных предпринимателем целей. В качестве основных целей предпринимательской деятельности могут выступать:

- получение прибыли от вложенного в тот или иной объект предпринимательства капитала, финансовых, ресурсных и материальных средств;
- удовлетворение спроса общества на конкретные потребности его членов или страны, региона.

В процессе функционирования производства или посреднической деятельности цели могут иметь более широкий спектр. Например, в качестве целей могут быть:

- накопление денежных средств для завоевания новых рынков и развития производства;
- улучшение социальных условий сотрудникам организации;
- оптимизация спроса покупателей на продукцию организации;
- оказание помощи в улучшении этических и моральных норм общества, улучшение культуры потребления и т.д.

Для достижения целей определяются и решаются конкретные задачи предпринимательской деятельности в рамках текущей или перспективной политики предприятия. Политика организации определяет направление и методы осуществления предпринимательской деятельности, ее стиль, которые обеспечивают эффективное поведение организации в сложившихся или меняющихся условиях окружающей среды.

Задачи предпринимательской деятельности и их решение, способствующие достижению поставленных целей, можно разделить на два

направления. Первое направление – это комплекс задач, решение которых обеспечивает успех инновационной деятельности предпринимателя, второе направление – это комплекс задач, решение которых формирует эффективность процесса производства или посреднической деятельности, которые осуществлялись или же только стали осуществляться.

Достижение роста прибыли, например, требует решения комплекса таких задач, как:

- обеспечение процесса производства необходимыми факторами производства;
- поиск источников финансирования;
- анализ выживаемости предприятия в меняющихся условиях конкуренции;
- удовлетворение потребностей покупателей или клиентов;
- увеличение объема продаж;
- снижение численности работников;
- разработка маркетинговых стратегий;
- выбор поставщика; выбор партнера по бизнесу;
- повышение ликвидности организации;
- разработка мероприятий по охране окружающей среды и т.д.

Экономическая сущность предпринимательской деятельности в сфере торговли заключается в поиске и реализации новых комбинаций факторов производства (обновление продукции, технологии, организационных подходов) с целью удовлетворения явного или потенциального спроса. Субъектом новаторской творческой экономической деятельности может быть как индивидуальный предприниматель, так и группа людей, действующих в рамках организации и выступающих с инициативой по выпуску нового товара, реализации новых решений, новых подходов и т.п.

Основным субъектом предпринимательской деятельности выступает предприниматель, взаимодействующий [20, с. 65]:

- с потребителем как основным его контрагентом;
- с государством, которое в различных ситуациях может выступать в качестве помощника или противника;
- с наемными работниками;
- с партнерами по бизнесу.

Взаимодействие предпринимателя или его представителей соответствующих служб с внешними организациями, партнерами, конкурентами, отдельными группами потребителей, поставщиками, местными и центральными органами власти, налоговыми органами, таможней и другими участниками предпринимательской деятельности требует соблюдения установленных форм, норм и правил сотрудничества.

Главной составляющей сотрудничества в сфере торгового предпринимательства является сделка, т.е. экономико-правовая форма достижения предпринимательской цели. Сделка рассматривается как действие, направленное на установление, изменение или прекращение правоотношений юридических или физических лиц в области предпринимательской (хозяйственной, коммерческой и т.д.) деятельности. Сделка – это любая договоренность между предпринимателями, в основе которой имеется коммерческий интерес. Результат сделки как процесса обмена – удовлетворение всех участников сделки, достижение поставленных ими коммерческих целей или получение в результате обмена ценностями пользы, выгоды.

Сделка считается заключенной сразу же после подписания договора, содержание и форма которого зависят от направления и формы сотрудничества партнеров.

Основными направлениями сотрудничества могут быть сфера производства, сфера товарообмена, сфера торговли, сфера финансовых отношений [24, с. 101].

В сфере производственных отношений используются такие формы сотрудничества, как организация совместных предприятий; организация смешанных предприятий; производственная кооперация; лизинг; проектное финансирование; лицензирование; управление по контракту; подрядное производство и др.

Основными формами сотрудничества в сфере товарообмена (встречная торговля) являются: бартер, бартерные операции; встречные поставки; коммерческая триангуляция (бартерные операции, в которых участвуют три стороны и более).

В сфере торговли применяются следующие формы взаимоотношений:

- обычная сделка;
- форвардная сделка;
- сделка о передаче информации;
- сделка об установлении прямых производственных связей;
- сделка спот;
- сделка об экспорте товара;
- сделка об импорте товара.

Взаимодействие предпринимателей в сфере финансовых отношений в основном сводится к факторингу и коммерческому трансферту в зависимости от сферы, в рамках которой осуществляются отношения предпринимателей (национальная, межнациональная или международная).

Осуществлять предпринимательскую деятельность (заниматься предпринимательством) могут [1]:

- граждане России, не ограниченные по закону в своей деятельности;
- граждане иностранных государств и лица без гражданства в пределах полномочий, установленных законами РФ;
- объединения граждан – коллективные предприниматели (партнеры).

Российское законодательство запрещает занятие предпринимательской деятельностью военнослужащим, должностным лицам органов прокуратуры, суда и других правоохранительных органов, лицам, призванным в системе органов государственной власти осуществлять контроль над деятельностью организаций, а также лицам, которым запрещено заниматься этой деятельностью по приговору суда.

Предпринимательская деятельность может осуществляться как самим собственником, так и лицом, управляющим его имуществом на праве хозяйственного ведения.

Объектами предпринимательства являются, во-первых, инновационная (исследования, разработки, технические услуги), во-вторых, производственная (по выпуску товаров и оказанию услуг), в-третьих, торгово-посредническая деятельность. Главным критерием здесь служит не отраслевая принадлежность, а содержание деятельности. В странах с развитой рыночной экономикой соотношение этих групп бизнесменов составляет примерно 20:40:40, причем основная их часть (свыше 70%) связана с оказанием технических, информационных и других услуг. В России начала 90-х гг. при неразвитом рынке и высокой инфляции 70% предпринимателей были заняты перепродажей товаров и финансово-посредническими операциями.

Объектами предпринимательской деятельности являются изготовленная продукция, выполненная работа или оказанная услуга, т. е. то, что может удовлетворить чью-либо потребность и что предлагается на рынке для приобретения, использования и потребления.

В конкурентной экономике учитываются не только внешние затраты (оплата счетов поставщиков и зарплата по тарифным соглашениям), но и внутренние (потенциальный доход от альтернативного использования капитала - сдачи в аренду, ссуды и т.д.). Затраты при этом рассматриваются как плата, достаточная, чтобы сохранить за предпринимателем финансовые, материальные и трудовые ресурсы. Они включают и нормальный

предпринимательский доход. Поэтому даже минимальная прибыль сверх этих совокупных затрат обеспечивает стабильное положение организации на рынке. Не останавливает производство и временная нерентабельность, если размеры убытка меньше постоянных затрат, на которые приходится идти независимо от объема работ (% по прежним ссудам, содержание зданий, управленческого аппарата и т.д.) [18, с. 112].

Доход вместе с субвенциями (целевым финансированием определенного мероприятия) из бюджета и благотворительных фондов обеспечивают самокупаемость, включение в затраты среднего предпринимательского дохода – высокую оплату менеджеров, а достижение социального эффекта – престиж в обществе и снижение коммерческого риска. Общественные и религиозные организации создают предприятия, которые не распределяют свой доход среди учредителей в виде дивидендов и т.д., а используют его для социальных и благотворительных целей. В результате они освобождаются от многих налогов. Имеет место и бесприбыльное предпринимательство, особенно в сфере экологии, культуры, здравоохранения, социального обеспечения, образования.

Таким образом, современное предпринимательство нельзя сводить к усилиям изолированных частных собственников любыми средствами приумножить свой капитал. Сегодня речь идет о высококвалифицированном и весьма интенсивном труде распорядителей интеллектуальной и материальной собственности по организации цикла.

Правовой фундамент предпринимательства в сфере торговли составляют:

- Конституция РФ от 12.12.1993 г., которая гарантирует единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержку конкуренции, свободу экономической деятельности, признание и защиту равным образом частной, государственной, муниципальной и иных форм собственности.

- Гражданский кодекс РФ (ч. I принята 21.10.94, ч. II – 26.01.1996) – это своего рода «конституция» предпринимательства, так как в нем

унифицировано правовое регулирование рыночных отношений, закреплены основные принципы гражданско-правового регулирования, обеспечены неприкосновенность и равенство защиты всех форм собственности, гарантировано развитие не противоречащих закону видов предпринимательской деятельности.

- Федеральные законы Российской Федерации специального назначения: «Об акционерных обществах» от 26.12.1995 г. №202-ФЗ; «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 г. №7-ФЗ; «О производственных кооперативах» от 8.05.1996 г. № 41-ФЗ; «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 8.02.1998 г. № 14-ФЗ.

- Федеральные законы Российской Федерации общего назначения: «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ» от 12.05.1995 г., «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 22.03.1991 г.; «Об инвестиционной деятельности» от 26.06.1991 г.; «Об иностранных инвестициях» от 04.07.1991 г.; другие федеральные законы, указы Президента, постановления Правительства, нормативные акты федеральных и местных органов власти.

Осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли на эффективном уровне возможно лишь при наличии определенной общественной ситуации – предпринимательской среды. Это прежде всего рынок, рыночная система отношений, а также личная свобода предпринимателя, т. е. его личная независимость, позволяющая принять такое предпринимательское решение, которое с его точки зрения будет наиболее эффективным, действенным и максимально прибыльным.

Предпринимательская среда (рис.1.4) – общественная экономическая ситуация, включающая степень экономической свободы, наличие (или возможность появления) предпринимательского корпуса, доминирование рыночного типа экономических связей, возможность формирования предпринимательского капитала и использования необходимых ресурсов.

Показателем степени общественной свободы предпринимательства служит число вновь появляющихся (в течение определенного периода) самостоятельных (независимых) организаций.

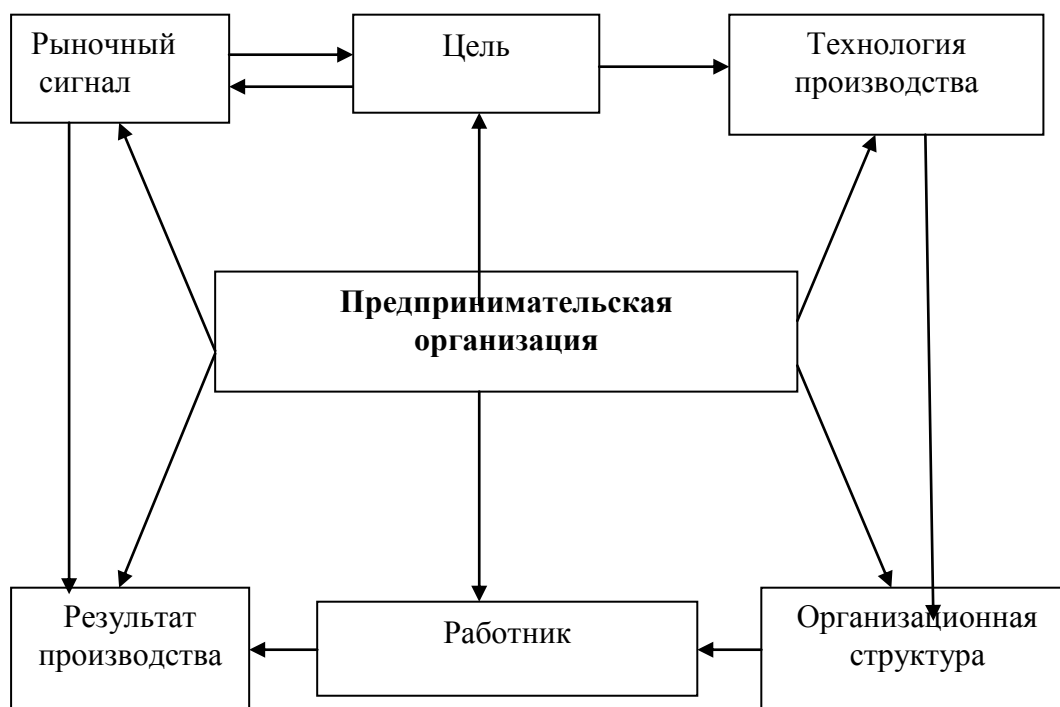
Эффективность функционирования и развития предпринимательства в сфере торговли в значительной степени обусловлена внешней средой [43]:

- государственной политикой в данной области;
- деятельностью местной (региональной) законодательной и исполнительной власти;
- внешними условиями конкретных регионов.

Необходимо определенное благоприятное состояние внешней среды, которое достигается за счет соответствующих регулирующих воздействий, вырабатываемых субъектами управления.

Внутренняя среда предпринимательской организации

Внешний фактор



Воздействие внешней среды на предпринимательскую организацию

Факторы прямого воздействия

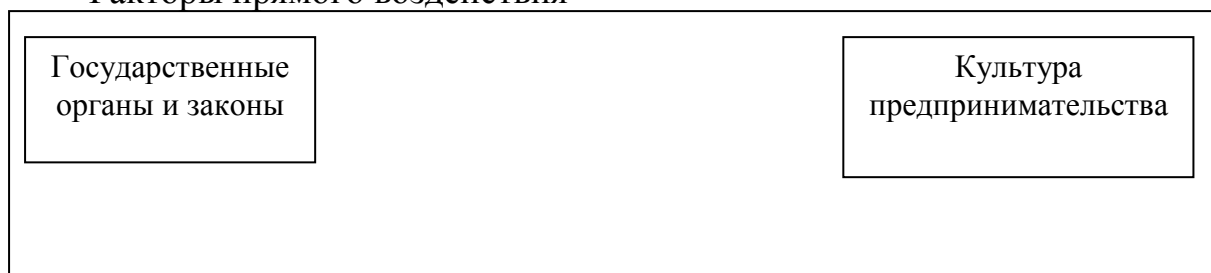




Рис. 1.4. Предпринимательская среда

Составлено по материалам: [49, с. 231]

Для развития предпринимательства необходим переход к более тонкому и эффективному регулированию данного процесса, адекватному сложившимся условиям. При этом необходим учет конкретных особенностей и возможностей, приоритетности целей социально-экономического развития страны, регионов и отдельных социально-демографических групп населения.

Предпринимательство как особая форма экономической активности, конкретная форма обеспечения самозанятости части населения и создания новых рабочих мест пользуется правительственной поддержкой во всех промышленно развитых странах (в странах, где отсутствует поддержка предпринимательства со стороны государства, большое распространение получает так называемое уличное предпринимательство). Суть государственной (правительственной) поддержки сводится чаще всего к выработке конкретных мер по трем направлениям:

- консультационное сопровождение процесса создания и функционирования новых предпринимательских организаций на начальном этапе (1-3 года с момента образования организации);

- оказание определенной финансовой поддержки вновь создаваемой структуре или предоставление такой структуре определенных льгот (обычно в сфере налогообложения);
- оказание технической, научно-технической или технологической помощи маломощным в финансовом отношении предпринимательским структурам.

Государственной поддержкой охватываются обычно создаваемые предпринимательские структуры до момента их перехода из малых в категорию крупных предпринимательских организаций [11, с. 68].

Для российской экономики, идущей трудным путем реформирования, задача развития и поддержки предпринимательства государством, прежде всего малых его форм в производственной сфере, одна из главных. Формы поддержки различны:

- создание системы информационного обеспечения, обучения и переподготовки кадров, нормативной базы, финансовой инфраструктуры и т.п.;
- налоговые льготы и послабления;
- целевые фонды, финансирование из федерального и местных бюджетов, зарубежная финансовая помощь на поддержку предпринимательских структур в России.

В современной учебной и научной литературе проблема предпринимательства чаще рассматривается в узких рамках. Учебные пособия, как правило, посвящены деятельности индивидуальных предпринимателей и предпринимателей, действующих в частном секторе. Однако принципы предпринимательства могут и должны использоваться и в государственном (общественном) секторе экономики.

1.2. Функции и формы предпринимательства в сфере торговли

Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) комплексно определяет сущность предпринимательской деятельности – это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке (п. 1 ст. 2) [2].

В соответствии с данной трактовкой выделяется несколько характерных черт и особенностей предпринимательства:

1) это самостоятельная деятельность дееспособных граждан и их объединений;

2) это не просто самостоятельная, но инициативная деятельность, направленная на реализацию своих способностей и удовлетворение потребностей других лиц и общества;

3) это деятельность рисковая, поэтому, прежде чем стать предпринимателем, надо помнить, что придется рисковать и преодолевать сопротивление среды;

4) предпринимательство – это не разовая сделка, а процесс, направленный на систематическое извлечение прибыли (дохода) законным путем;

5) это деятельность, осуществляемая лицами (физическими и юридическими), зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей или юридических лиц;

6) гражданским законодательством установлен основной мотив осуществления предпринимательской деятельности – получение прибыли; чтобы этого добиться, нужно предложить (реализовать) потребителям товары (работы, услуги);

7) в законодательстве сформированы пути получения прибыли: путем получения имущества, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг.

Одним из важных видов предпринимательской деятельности является торговля. Торговля это предпринимательская деятельность, заключающаяся в осуществлении процесса купли-продажи товаров и продукции предприятий питания и в оказании торговых услуг населению с целью получения прибыли [5].

Торговля как вид предпринимательской деятельности (предпринимательства) обособлена в самостоятельную отрасль экономики. Это обусловлено общественным разделением труда и характером обращения товаров народного потребления.

Обособление выражается в создании материально-технической базы (магазины, мелкорозничная сеть, кафе, бары, рестораны, склады, хранилища, наличие торгового оборудования) и в авансировании оборотных средств для закупки товаров и других товароматериальных ценностей.

В связи с двойственным характером товара раздваиваются и функции торговли как экономической категории.

Торговли как экономическая категория выполняет следующие функции [12, с. 125]:

1) реализация стоимости товаров и возмещение на этой основе затрат труда на их производство. Прибыль получает предприятие лишь после реализации товара, смены формы стоимости из товарной на денежную;

2) удовлетворение потребностей населения в разнообразных товарах путем реализации их как потребительных стоимостей;

3) обеспечение воспроизводства рабочей силы (торговля завершает процесс движения товара, приводящего к удовлетворению потребностей человека, что обеспечивает его нормальное функционирование как биологического и социального организма).

Товары, как потребительные стоимости, реализуются с целью удовлетворение потребностей населения в конкретных предметах потребления.

Функцией торговли, как вида предпринимательской деятельности, является обеспечение непрерывности процесса расширенного воспроизводства путем доведения товаров от производства до потребителей, организации товародвижения и выполнения ряда производственных и непроизводственных функций.

К производственным функциям торговли относятся процессы, связанные с завершением процесса производства в сфере обращения: упаковка, фасовка, хранение, транспортировка товаров и т.д.

К непроизводственным функциям торговли относятся: изучение и формирование спроса, реклама товаров, организация учета и отчетности, проведение маркетинговых мероприятий и др.

Сущность торговли и ее миссия реализуется через функции представленные на рисунке 1.5.



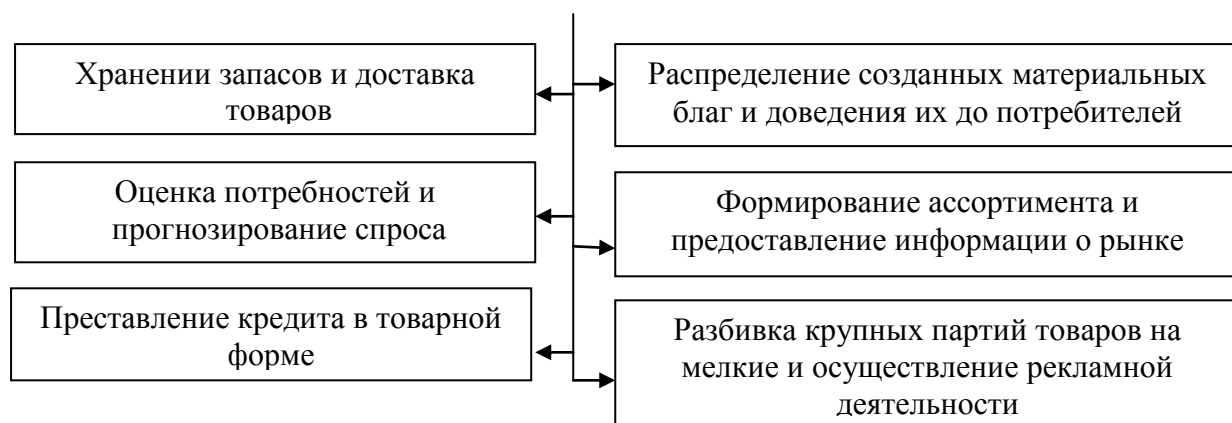


Рис. 1.5. Функции предпринимательства в сфере торговли

Составлено по материалам: [18, с. 124]

Объем оборота торговли является важнейшим показателем развития экономики страны в целом. Так как после продажи товаров возмещаются затраты производителей и образуется основа для дальнейшего воспроизводства. В ходе торговли товары получают, или не получают общественное признание, и производители получают или не получают стимул для дальнейшего их выпуска. Оборот торговли характеризует благосостояние населения и уровень его жизни (80% материальных потребностей людей, удовлетворяются с помощью купленных товаров). Торговля важное звено в осуществлении распределения по труду. Так же торговля способствует сближению уровня жизни населения разных социальных групп, разных регионов и стран. Торговля способствует рациональному денежному обращению. Торговля является плательщиком налогов и поэтому участвует в формировании государственных доходов. Торговля активно влияет на народное потребление, определяя набор потребительских благ, их качество и влияя на способ потребления. Торговля активно способствует интеграции страны в мировое хозяйство. Торговля стимулирует прогресс в сфере производства и потребления.

В соответствии с принятым [Федеральным законом от 28.12.2009 N 381-ФЗ \(ред. от 03.07.2016\) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» \(с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016\)](#) видами торговой деятельности являются [7]:

1) оптовая торговля – вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в предпринимательской деятельности (в том числе для перепродажи) или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием;

2) розничная торговля – вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Оптовая торговля может получить широкое развитие при соблюдении следующих принципов:

- создание ресурсной основы для ее функционирования;
- создание необходимых элементов инфраструктуры рынка;
- формирование системы финансово-ценовых регуляторов на всех этапах оптовой торговли.

Наиболее яркими представителями оптовой торговли являются торговые дома, товарные и фондовые биржи, оптовые ярмарки и выставки. Общая структура оптовой торговли имеет 3 основных направления: сырьё и полуфабрикатов, готовой продукции, средства производства.

Основные задачи оптовой торговли [70, с. 213]:

- сбор и создание банка данных компьютерного исследования рынка с текущим и перспективным прогнозом состояния спроса и предложения;
- размещение заказов на производство товаров в четком соответствии с запросами потребителей;
- своевременное ритмичное и качественное обеспечение потребителей;
- формирование товарных запасов и организация складского хранения в целях оперативного маневрирования;
- внедрение прогрессивных форм и методов оптовой торговли;

- широкое применение экономических методов регулирования и стимулирования всей системы взаимоотношения в процессе оптовой торговли;

- получение макс. возможной экономии за счет снижения издержек.

Так же существуют функции оптовой торговли такие как:

- определить потребности спросы заказы потребителей;
- подготовить организовать и осуществить комплекс рекламных консультативных логистических и сервисных услуг;

- осуществить погрузочно-разгрузочные работы с последующей транспортировкой товаров установкой наладкой и сервис обслуживанием;

- разработать и внедрить систему мер направленную на наиболее рациональное качественное и экономное обслуживание потребителей.

На сегодняшний день оптовая торговля имеет следующие виды представлены ниже (табл. 1.4):

Таблица 1.4

Классификация видов оптовой торговли

Признак классификации	Вид оптовой торговли	Пример
По функциональному признаку	Закупочная оптовая торговля	Заготовка вторичного сырья, закупка и сбыт Сельскохозяйственного сырья
	Оптовая торговля по производственным связям	Закупка кожи у кожевенного завода и продажа обувной фабрике (полуфабрикаты), покупка и продажа инструмента (готовая продукция)
	Оптовая торговля сырьем и материалами (распределительная оптовая торговля)	Покупает товары в больших объемах у производителей и продает в меньших объемах розничным торговцам или индивидуальным производителям
По степени специализации номенклатуры	Оптовая торговля товарами широкого ассортимента	Оптовая торговля продовольственными товарами
	Специализированная оптовая торговля	Оптовая торговля электротехнической продукцией

Составлено по материалам: [70, с. 216]

Закупочная (заготовительная, собирательная) оптовая торговля выполняет прежде всего задачу количественного выравнивания (сбалансирования) объемов на рынке заготовок, она собирает малые объемы товаров и предлагает их своим клиентам большими партиями. Предметом закупок являются сельскохозяйственные продукты (например, зерно, картофель, овощи), древесина, вторичное сырье, отходы и пр. Часто эти виды продукции требуют дополнительно сортировки, например по категориям.

Оптовая торговля по производственным связям. Предприятия оптовой торговли покупают полуфабрикаты и готовые изделия, продают их для последующего использования чаще всего на промышленных предприятиях. Этот вид оптовой торговли соединяет последовательные стадии производственного процесса.

Оптовая торговля сырьем и материалами (распределительная оптовая торговля). Предприятия оптовой торговли покупают товары в больших объемах у производителей и продают в меньших объемах различным торговцам или небольшим предприятиям, например текстильные материалы, запасные части, продукты питания.

Отличия оптовой торговли от розничной [70, с. 221]:

- объемы оптовых сделок обычно крупнее розничных;
- зона обслуживания оптового предприятия обычно больше розничного;
- меньше уделяется внимания расположению торгового предприятия, рекламе.

Особенности оптовой торговли средствами производства:

- особая номенклатура и отраслевая принадлежность товаров;
- меньшая численность товарных групп по номенклатуре;
- неоднородность рынков многих видов средств производства.

Розничная торговля получает товары у оптовых торговцев или производителей и реализует конечным потребителям. Розничное торговое предприятие реализует товары непосредственно потребителю, при этом различают многообразие различных форм собственности: частные предприниматели в виде ИЧП, МП, АОЗТ, кооперативы и др. типы. Основные методы продажи: самообслуживание, обслуживание через прилавок, продажа по образцам, с открытой выкладкой, по предварительным заказам, электронная торговля. В настоящее время розничная торговля не может быть эффективной без комплекса дополнительных услуг [70, с. 241]:

- связанные с покупкой товара (приём, консультация, упаковка, доставка на дом);
- услуги, оказываемые покупателю после приобретения товаров (подгонка костюмов, раскрой купленной ткани, установка и наладка техники);
- услуги, сопутствующие реализации товаров (создание уютной благоприятной атмосферы, кафе, буфеты, стоянки, приятная музыка).

В таблице 1.5 представлены основными видами розничной торговли.

Таблица 1.5

Классификация видов розничной торговли

Признак классификации	Виды розничной торговли
По виду передачи товара	Стационарная (магазинная) торговля. В постоянном помещении.
	Посылочная торговля. Покупатель выбирает товар по каталогу и розничный продавец сам ищет покупателя.
	Передвижная торговля. Торговля, при которой продавец сам ищет покупателя.
По степени специализации номенклатуры	Торговлям смешанным ассортиментом. Предположение товара различного ряда.
	Специализированная торговля. Предложение торговли одной отрасли, возможно с дополнительными видами товаров. Например магазин одежды.
	Специальная торговля. Предложение товара только одного вида одной

	отрасли, возможно с дополнительным ассортиментом. Например магазин мужских рубашек.
--	---

Составлено по материала: [70, с. 249]

Магазинная торговля. Основной вид розничной торговли, при котором обслуживание покупателей осуществляется в стационарных помещениях (магазинах, павильонах).

Магазинная торговля:

- предоставляет покупателям большой выбор товаров и услуг;
- создает комфортные условия для совершения покупок;
- привлекает покупателей возможностью ознакомиться с новыми товарами (выкладка в торговых залах, рекламные материалы, демонстрации и дегустации товаров);
- обеспечивает максимальные гарантии защиты прав потребителя (психологические факторы, сохранение имиджа предприятия).

Посылочная торговля. Целесообразность данного вида торговли это:

- сокращение времени на осуществление покупки товара;
- создание экономичных путей товародвижения;
- расширение ассортиментного предложения товаров в труднодоступных и отдаленных районах;
- предложение широкого ассортимента товаров в небольшом количестве (объеме).

В каталогах, проспектах, телемагазинах. Для организации и осуществления посылочной торговли необходимо создание специализированных торговых предприятий или подразделений предприятий-изготовителей. Развитию посылочной торговли способствует компьютеризация. Сдерживающим моментом в развитии этого вида торговли является правовая незащищенность потребителя, даже не из-за недостатка правовых норм, а трудностей практической их реализации.

В соответствии со ст. 11 Закона от 28 июля 2003 г. «О торговле» формами осуществления торговли являются [5]:

- комиссионная торговля;
- торговля на конкурсах;
- торговля на аукционах;
- торговля по образцам;
- торговля с использованием автоматов;
- выездная торговля;
- посылочная торговля;
- биржевая торговля;
- торговля на ярмарке;
- электронная торговля;
- торговля на рынке;
- иные формы торговли, не запрещенные законодательством.

Комиссионная торговля – оптовая и розничная торговля, осуществляемая на основании заключенных договоров комиссии.

Торговля на конкурсах – оптовая торговля, характеризующаяся заключением на торгах договора купли-продажи с претендентом, предложившим наилучшие условия.

Торговля на аукционах – оптовая и розничная торговля, характеризующаяся реализацией товаров на торгах в заранее установленное время и в назначенном месте тому из присутствующих, кто предложил за них наивысшую цену.

Торговля по образцам – оптовая и розничная торговля с выбором товаров покупателем по образцам, описание товаров, содержащимся в каталогах, проспектах, рекламе, буклетах или предоставленным в фотографиях и иных информационных источниках.

Торговля с использованием автоматов – розничная торговля, осуществляемая с использованием торговых автоматов.

Выездная торговля – оптовая и розничная торговля, осуществляемая в установленных местах или на определенной территории вне постоянного места расположения торгового объекта.

Посылочная торговля – оптовая и розничная торговля, характеризующаяся доставкой товаров с использованием посылок, бандеролей и иных почтовых отправок и выбором товаров при помощи каталогов и иных информационных источников.

Биржевая торговля – оптовая и розничная торговля, характеризующаяся заключением на биржевых торгах договора купли-продажи.

Торговля на ярмарке – оптовая и розничная торговля, проводимая в определенном месте и в определенное время.

Электронная торговля – оптовая и розничная торговля, характеризующаяся заказом, покупкой, продажей товаров с использованием информационных систем и сетей.

Торговля на рынке – оптовая и розничная торговля сельскохозяйственной продукцией, дикорастущими плодами, ягодами и иными продовольственными и непродовольственными товарами, а также животными.

1.3. Методика государственного регулирования предпринимательства в сфере торговли в РФ

Государственное регулирование – комплекс мер законодательных, исполнительных и судебных органов власти, а также контрольных функций, осуществляемых на основе нормативных правовых актов государственными учреждениями и общественными организациями в целях стабилизации существующей социально-экономической системы [7].

Цель государственного регулирования предпринимательской деятельности хозяйствующих субъектов реализуется через три основные функции:

- 1) создание условий цивилизованного функционирования рынка:

- определение формы собственности хозяйствующих субъектов и правил управления;
 - создание механизма обеспечения исполнения хозяйственных договоров;
 - предупреждение споров между хозяйствующими субъектами и разрешение их в судебном порядке;
 - защита интересов и прав потребителей продукции хозяйствующих субъектов;
 - установление денежной системы;
 - установление стандартов и мер на продукцию.
- 2) стратегическое планирование науки и научно-технического прогресса;
- 3) решение макроэкономических проблем:
- объем национального производства;
 - пропорциональность развития экономики;
 - темпы экономического роста;
 - внешнеэкономический баланс страны;
 - уровень занятости трудоспособного населения страны;
 - социальная защита.

Специфика рыночных отношений, так же как и вид субъекта предпринимательской деятельности в сфере торговли, обуславливает пределы, формы и методы государственного контроля, регулирования и управления предпринимательской деятельностью хозяйствующих субъектов.

При выборе средств государственно-правового воздействия на рыночные отношения имеет значение экономическая среда (внешняя и внутренняя), в которой действует хозяйствующий субъект. Под экономической средой понимаются условия и факторы, которые воздействуют на функционирование хозяйствующего субъекта, принятие им решений.

Государственно-правовому регулированию в большей степени подвержены факторы внешней экономической среды, которые делятся на следующие категории [11, с. 212]:

- характер рыночных отношений;
- характер правовых связей между хозяйствующими субъектами;
- общесоциальные факторы;
- общеэкономические условия;
- общеполитические факторы.

Рынок – система экономических отношений между продавцами и покупателями, основными элементами которой являются спрос, предложение и цена. Поскольку эти элементы не во всем предсказуемы, говорить об эффективности прямого государственно-правового воздействия на рынок (механизм рыночных отношений) не приходится. Многие процессы здесь не подвластны правовому регулированию. И это в определенном смысле благо для общества.

Контроль и последующее государственное регулирование предпринимательской деятельности в сфере торговли подразделяются на прямой и косвенный. На практике трудно отдать предпочтение какому-либо виду, так как косвенный контроль и регулирование проявляют себя иногда как весьма эффективное средство. Сюда относятся [11, 210]:

- система льгот и налогов;
- ценовая политика;
- регулирование занятости населения, профессиональной подготовки;
- влияние на развитие инфраструктуры, информационное обеспечение и т. д.

К прямому государственному контролю и регулированию относят: финансовый, экологический, санитарный, пожарный, за мерой весов и денежной единицы, за качеством и сертификацией продукции.

Эти и другие, прямые и косвенные, меры осуществляются в правовой и организационной форме как в процессе правотворческой деятельности, так и в ходе реализации права.

Вмешательство государства в сферу предпринимательской деятельности хозяйствующих субъектов обусловлено следующими обстоятельствами:

- предупреждением экологических катастроф и решением экологических проблем, порождаемых свободой выбора субъектами сферы экономической деятельности;
- борьбой с криминализацией предпринимательских отношений;
- предотвращением экономических кризисов, социальных потрясений;
- контролем за использованием общенациональных ресурсов;
- социальной защитой наименее обеспеченных слоев населения.

На практике и в теории многие считают, что характер отношений между государством и субъектом предпринимательской деятельности представляется как партнерство. На самом же деле это не так, где государство выступает в качестве политической и властной структуры, его «партнеры» вынуждены следовать воле государства, где последнее выступает в качестве субъекта предпринимательской деятельности, – идет конкурентная борьба. Вместе с тем государство и субъект предпринимательской деятельности зависят друг от друга, взаимно дополняют друг друга в решении общенациональных задач.

Основные направления в государственном регулировании рыночных отношений следующие [20, с. 218]:

1. Установление целей развития рынка. В государственном законодательстве указываются только общие ориентиры развития, а граждане вольны поступать в соответствии с принципом: все, что не запрещено, дозволено. Запреты устанавливаются на те цели, которые по своей природе антигуманны и противоестественны.

2. Государственное законодательство закрепляет и гарантирует все формы собственности и их равенство.

В обществе существуют две формы управления: государственное управление и общественное управление (через партии, профсоюзы и т. д.).

Государственное управление в широком смысле – это управление делами общества через законодательные, исполнительные и судебные органы власти; и в узком смысле – это деятельность исполнительных органов власти.

Принципы государственного управления: народовластие, подзаконный характер действия (на основе закона), распорядительный характер (исполнительная власть – материальные ресурсы), юридически властный характер, разделение властей, федерализм (центр – регион).

Функции государственного управления:

- прогнозирование (Федеральный закон «О прогнозировании и социально-экономических программах»). Прогноз: ежегодный, краткосрочный и долгосрочный. Прогноз носит подзаконный характер, не обеспечивается финансированием;
- планирование (план-закон принимается законодательным органом и имеет высшую юридическую силу, обязательное исполнение, ответственность за неисполнение);
- нормативное регулирование;
- методическое руководство;
- подбор и расстановка кадров;
- материально-техническое обеспечение;
- финансирование;
- информационное обеспечение;
- оперативное управление собственностью;
- учет и контроль.

Методы государственного регулирования деятельности хозяйствующих субъектов реализуются в следующих формах:

- убеждением;
- принуждением, в том числе юридической ответственностью (уголовная и административная) в свою очередь методы государственного регулирования делятся на:

- 1) административные (запрет, юридическая ответственность, принуждение к действиям) – прямое регулирование;

- 2) экономические (цены, тарифы, квоты, налоги, лицензии) – косвенное регулирование.

Следует отметить, что на современном этапе развития рыночных отношений в государстве произошел отрыв экономических методов от административных. Кроме того, эти два метода не реализуются, без правовой формы, так как государственное регулирование экономической деятельности хозяйствующих субъектов носит подзаконный характер.

- 3) морально-политические (убеждение, массовая информация).

Субъектом государственного регулирования предпринимательской деятельности в сфере торговли выступает государство, общественные организации, законодательные органы. Объектом — экономические, организационные и управленческие отношения в сфере предпринимательской деятельности.

Конкретными целями регулирования являются: формирование целостной системы для наиболее полного комплексного обслуживания потребностей населения и запросов местного рынка труда;

Государственное регулирование предпринимательской деятельности в сфере торговли преследует следующие цели [31, с. 124]:

- становление рыночных отношений в сфере предпринимательской деятельности;

- осуществление государственного контроля за ведением хозяйственной деятельности, в частности за выполнением условий для занятия

определенными видами деятельности и для борьбы с незаконной практикой тайного предпринимательства;

- проведение налогообложения;
- получение государственных сведений статистического учета для осуществления мер регулирования экономики;
- предоставление всем участникам хозяйственного оборота, государственным органам власти и органам местного самоуправления информации о субъектах предпринимательской деятельности;
- создание нормативно-правовой базы, обеспечивающей эффективное функционирование и развитие предпринимательской деятельности и, в конечном итоге, обеспечение устойчивого экономического роста.

В целом основная задача государственного регулирования заключается в поддержании стабильности рынка и обеспечении его социальной направленности, что может быть реализовано с помощью определенных принципов.

Применение принципов механизма государственного регулирования предпринимательской деятельности будет зависеть от той модели рыночной экономики, которую хотим иметь. В условиях социально- ориентированной рыночной экономики основными принципами являются динамичность, системность, стабильность, адаптивность, гибкость, рациональность (оптимальность), оперативность, ответственность, достоверность, эффективность и др.

Принципы механизма регулирования необходимо соотносить с теми приоритетами, на которые необходимо обратить внимание в первую очередь [73, с. 56].

Для развивающегося общества со смешанной экономикой характерны:

- социальная ориентированность экономики;
- рост уровня жизни различных социальных слоев и групп;

- выполнение государством функций по поддержке и развитию социальной сферы или обеспечению предпосылок ее развития, созданию систем социальных гарантий и защиты для различных слоев населения.

Важное значение в условиях реализации социально-ориентированной модели рыночной экономики имеет социальная функция государственного регулирования, объем перераспределения совокупного общественного продукта с учетом различных социальных групп должен быть достаточен для достижения цели государственного регулирования. Государство должно выступать гарантом социально незащищенных слоев населения (участников войны, инвалидов, многодетных семей и т.д.).

Немаловажной общей функцией является функция стратегического планирования. Иногда экономисты называют ее планово-прогнозной. Виднейший экономист В. Леонтьев подчеркивал значимость этой функции. Он часто использовал сравнение экономики с кораблем: частная инициатива, как ветер в парусах, сообщает экономике свой импульс, планирование же, как руль, направляет экономику в нужную сторону. Стратегическое планирование, отмечал В. Леонтьев, направлено на получение внутренне согласованных описаний различных состояний, в которых экономика может оказаться после применения альтернативных комбинаций различных мер экономической политики.

Обязательной функцией является организационная, обеспечивающая системность подходов в проведении реформ, целостность государственной экономической политики.

Само понятие «механизм», происходящее от греческого *mechane* — машина, означает система, устройство, определяющее порядок какого-либо вида деятельности. Следовательно, одной из составляющих этой функции в условиях формирования рыночной экономики является обеспечение порядка осуществления деятельности в процессе производства, распределения и перераспределения совокупного общественного и национального дохода.

В рыночной экономике роль государства заключается в первую очередь в том, чтобы установить «правила игры», определять стратегические направления развития, поддерживать нормальное функционирование регулирующих механизмов, а не в четкой регламентации деятельности предприятий.

В государственном регулировании рыночной экономики два аспекта представляются наиболее важными [31, с. 127]. Первым необходимым условием для упорядочивающего воздействия является регламентация, свод правил и ограничений рыночной деятельности. Осуществляется посредством государственного планирования, издания правительством нормативно-правовых актов. Разработка системы правил экономического поведения для всех участников хозяйственного процесса необходима для предоставления ее объектам самостоятельности в предпринимательской деятельности.

Второй аспект – это государственное воздействие на рынок посредством изъятия части прибыли, дохода через систему налогообложения и других платежей в бюджеты. Распределяя средства в интересах общегосударственных нужд, государство осуществляет свою финансовую политику и оказывает влияние на рынок.

Составляющими организационной функции являются также:

- усиление государственного контроля за деятельностью организаций;
- создание информационного обеспечения и безопасности государственного регулирования.

Роль отдельных институтов рассмотрена обстоятельно Дж. К. Лафтой и представлена на рисунке 1.6.



Рис. 1.6. Инструменты государственного регулирования
Составлено по материал: [31, с. 129]

Необходимой формой регулирования является программная. В качестве данной формы могут служить прогнозы социально-экономического развития регионов.

В системе государственного регулирования коммерческой деятельности среди общих функций важнейшей следует считать, по нашему мнению, создание экономико-правовых условий функционирования механизма регулирования.

Переход к рыночной экономике в нашей стране коренным образом изменил содержание и суть экономических отношений между участниками в процессе их деятельности, при этом кардинальному изменению подвергается их правовое регулирование.

Правовые методы государственного регулирования призваны обеспечить прочную правовую основу коммерческой деятельности с помощью законодательных, судебных и административных способов.

Системы методов регулирования бывают прямого и косвенного воздействия [31, с. 195].

К прямым методам можно отнести методы административно-правового воздействия на субъекты: регулирование правил продажи товаров и услуг, лицензирование, квотирование, установление минимальных размеров уставного фонда предприятий и организаций отдельных организационно-правовых форм деятельности; управление федеральной собственностью; стратегическое планирование.

Прямые методы предполагают вмешательство государства в функционирование рыночного механизма, в частности, в процессы ценообразования, политику доходов, а именно: замораживание или допуск в

определенных размерах роста цен и заработной платы, ограничений изменений показателей в кредитно-денежной системе, использование квот и других.

Государство практически во всех странах оказывает регулирующее воздействие на ценообразование или напрямую устанавливает предельные уровни цен и осуществляет их контроль. С этой целью во многих странах создана правовая база регулирования в виде законов, указов, постановлений и существует надежная статистическая информация об уровне и динамике цен, которая используется для оценки реальных доходов населения и индексации заработной платы и пенсий.

Ни в одной капиталистической стране нет полной свободы в установлении цен, особенно в отраслях, влияющих на общий уровень цен в стране и на положение в социальном секторе экономики. К таким ценам относятся цены на энергоресурсы, медикаменты, почтово-телеграфные, телефонные и железнодорожные тарифы. Регулирование обеспечивает сбалансированность и стабильность экономики, а также конкурентоспособность товаров на внешних рынках. Государственное регулирование цен дополняется гибкой системой льготного кредитования и налогообложения, а также прямыми дотациями отдельным производствам и отраслям.

В США, например, в настоящее время регулируется около 10% цен. Министерство сельского хозяйства и ряд других государственных органов регулируют и осуществляют контроль за ценами на сельскохозяйственную продукцию, энергоносители и ряд других социальных товаров и услуг. В Европейском союзе (ЕС) осуществляется активное регулирование цен на сельскохозяйственную продукцию, а также цен на уголь, продукцию черной металлургии, текстильной промышленности, судостроения, на легковые автомобили, станки с программным управлением, электронику, лекарства и ряд других товаров. В Японии с начала 70-х гг. активным регулированием цен занимается Бюро цен правительственного Управления экономического

планирования, в задачи которого входят контроль за соблюдением антимонопольного законодательства, разработка стратегии кредитно-налогового регулирования цен и ее реализация. Цены на основные продукты питания устанавливаются парламентом и контролируются Министерством земледелия, лесоводства и рыболовства; железнодорожные тарифы регулируются Министерством транспорта: тарифы на воду и теплоснабжение, электроэнергию и газ – Агентством природных ресурсов и электроэнергии. Кроме того, жестко регулируются расценки на медицинское обслуживание, что делает его общедоступным. В целом в Японии регулируется примерно 20% потребительских цен [48, с. 58].

Только в нашей стране регулирование цен со стороны государства минимально. Это сказывается на положение простых граждан Российской Федерации. Административное вмешательство осуществляется через законодательные акты.

Прямое государственное хозяйственное регулирование осуществляется главным образом с помощью средств бюджетной политики.

Косвенные методы:

- кредитно-денежная политика,
- таможенная политика,
- налоговая политика.

Одной из важных форм регулирования является денежно-кредитная. Вопросы денежно-кредитной политики и ее нацеленности на возобновление экономического роста путем рассмотрения факторов, влияющих на денежную массу (деловой оборот, его структура, цены, скорость обращения денег, резервные требования Центрального банка РФ и т.д.), исследованы рядом авторов: Роговой О.Л., Семенищевым С.А., Сенчаговым В.К.

Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики разрабатываются Банком России в соответствии с Федеральным законом «О Центральном банке Российской Федерации», содержат анализ

текущего состояния и прогноз развития российской экономики на предстоящий год, а также основные ориентиры, параметры и инструменты денежно-кредитной политики.

Резко снизился жизненный уровень населения. Резкое обострение экономического кризиса показало неадекватность либерально-монетаристской модели рыночного реформирования реальным российским экономикой, привело к разрушению многих институтов инфраструктуры рынка.

Государственное регулирование может осуществляться и с помощью кредитов, посредством изменения учетных ставок Центральным банком. Для стимулирования наиболее важных сфер деятельности (производства продовольственных товаров, малого и среднего бизнеса) может применяться льготное кредитование, льготное налогообложение, инвестиционный налоговый кредит (отсрочка налогового платежа) [31, с. 211].

Главным инструментом мобилизации финансовых средств являются налоги. Они в государственном регулировании торговой деятельности играют двоякую роль: с одной стороны – это главный источник финансирования государственных расходов, материальная основа бюджетной политики; с другой – это инструмент регулирования.

Налоговое регулирование осуществляется с помощью налоговых ставок и налоговых льгот. Размеры налоговых ставок должны учитывать потребности государства в бюджетных поступлениях и должны определяться на компромиссной основе государства и заинтересованности предприятий в их деятельности и инвестировании. Западными экономистами разработаны различные методы определения оптимальных размеров налоговых ставок. «Кривая Лаффера» показывает, что превышение размера налогов выше оптимального на 30% ведет к снижению деятельности и сокращению поступлений в бюджет [34, с. 187].

В целях поддержания приоритетных, социально значимых отраслей, программ применяются налоговые льготы, имеющие целевой характер: например, для развития и поддержки малого предпринимательства.

В современной теории и практике управления выделяют два уровня налогообложения: уровень федерации и уровень субъектов. В этой связи механизм налогообложения предусматривает увязку координационных и субординационных отношений субъектов налогообложения этих уровней.

Стратегия налогового регулирования зависит от политической ситуации в стране и регионе, системы управления экономикой и системы управления налогообложением, экономической системы государства и региона, экономической сущности налогового регулирования, закономерностей его влияния на различные сферы социальных факторов.

Проведенный учеными анализ использования в России налогового регулирования в управлении экономикой показывает, что к настоящему времени еще не сформирована структура налогового механизма, в результате на уровне субъекта этот инструмент из регионального механизма управления практически исключается.

Мероприятия финансовой и кредитно-денежной политики, налоги, субсидии, стимулирование экспорта, валютные меры, индикативное планирование и другие меры воздействия ориентированы на создание условий для деятельности экономических субъектов, стимулирование их деятельности в желательном для общества и государства направлении; обеспечение информационной среды для деятельности предприятий различных организационно-правовых форм хозяйствования; применение налоговых льгот, простоту налоговой системы, экономической мотивации; контроль за ценообразованием и другими финансовыми инструментами.

Механизм государственного регулирования коммерческой деятельности может быть осуществлен и с помощью организационно-административных методов регулирования. Административное регулирование реализуется

посредством прямого воздействия руководителей на подчиненных, вышестоящих структур управления на нижестоящие с целью достижения результатов хозяйственной деятельности.

Административный механизм базируется на силе государственного влияния и ограничивается выдачей лицензий на тот или иной вид товаров (деятельности) или его запрещение, а также охраной окружающей среды и созданием минимальной защиты слабо защищенных слоев населения.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ В РФ

2.1. Оценка формирования и развития системы государственного регулирования в сфере торговли

Внутренняя торговля Российской Федерации представлена двумя крупными секторами: сектором оптовой и сектором розничной торговли. Сектор оптовой торговли выполняет посреднические функции между производителями и организациями розничной торговли, и розничная торговля является определяющей по отношению к оптовой торговле. Характеристики розничного сектора определяют такие характеристики сектора оптовой торговли как объем товарооборота, ассортимент продукции, цены на продукцию (частично), географическую локализацию бизнеса предприятий оптовой торговли [61, с. 153].

Уровень развития самого сектора торговли определяется рядом факторов, среди которых наиболее значительны следующие:

- уровень благосостояния населения;
- численность населения;
- плотность населения;
- доступность и стоимость финансовых ресурсов;
- развитие базовой инфраструктуры и инфраструктурных услуг (логистических, строительных и др.).

Именно эти факторы определяют объем платежеспособного спроса и уровень издержек по формированию предложения в сфере розничной торговли, которые обуславливают инвестиционную привлекательность сектора и, следовательно, скорость его развития.

Кроме указанных пяти факторов, также важными являются: определенность структуры потребительских предпочтений, положительные ожидания населения относительно экономической ситуации в стране,

стабильность экономической ситуации в стране. Последние факторы определяют объем потребительских расходов, структуру потребительских расходов и уровень рисков инвестиционных планов.

На этапе формирования и начального развития розничной торговли РФ не подвергался существенному регулированию, что с одной стороны, поддерживало высокие темпы роста, а с другой – сдерживало ожидаемые положительные эффекты для потребителей и государства. В частности, до последнего времени регулирование отрасли торговли в РФ характеризовалось низкой степенью вмешательства со стороны государства:

- невмешательство в процесс взаимодействия производителей и торговых организаций;
- отсутствие механизмов защиты внутреннего рынка от иностранных розничных компаний;
- отсутствие ценового контроля по большинству товарных позиций;
- отсутствие требований экологического контроля для торговых организаций;
- слабое вмешательство со стороны Федеральной Антимонопольной службы (ФАС);
- отсутствие внимания к вопросам подготовки кадров;
- отсутствие регулирования оптовых и дистрибуционных компаний;
- существенное делегирование полномочий по работе с отраслью регионам;

Такая регуляторная политика привела к ряду как положительных, так и отрицательных эффектов для самой отрасли, потребителей и государства. Так, например, отсутствие жёсткого регулирования, с одной стороны, способствовало высокой инвестиционной привлекательности и быстрым темпам развития отрасли, а с другой, привело к возникновению высоких входных барьеров на региональные рынки, выраженных в протекционистских

мерах со стороны администраций регионов, и отсутствию развитой инфраструктуры.

Для потребителей основным положительным фактором стало существенное увеличение количества форматов современной торговли, которые позволили снизить цены (по сравнению с традиционными форматами) и повысить качество обслуживания. Однако, с другой стороны, высокая неравномерность развития сектора привела к сильной диспропорции в обеспеченности торговыми площадями, современными форматами, уровне цен между различными регионами. А хаотичная застройка муниципальных образований привела к таким проблемам, как ухудшение исторического облика городов и снижение транспортно-пропускной способности [79].

Негативным эффектом также стала высокая доля «серого» сектора торговли, которая, по оценкам различных экспертов, может достигать от 20 до 50% для отдельных категорий товаров.

Сектор розничной торговли проходит следующие этапы развития представленные на рисунке 2.1:

1) Стадия формирования. В России формирование розничного сектора началось с принятием Указа Президента РФ от 29 января 1992 года № 65 «О свободе торговли» Для этого этапа характерно:

- наличие большого количества мелких независимых игроков, преобладание небольших магазинов, «павильонов», «киосков», «рынков»;
- высокая степень асимметрии информации в отношениях розничный продавец/поставщик и розничный продавец/покупатель;
- низкое качество розничного предложения (под розничным предложением понимается набор потребительских характеристик магазина: цена, широта ассортимента, качество продуктов, уровень сервиса, планировка магазина, местоположение магазина, наличие специализированных прилавков, уровень чистоты, наличие парковки, часы работы магазина и пр.);

- низкая эффективность процессов розничного сектора и смежных отраслей.

2) Стадия быстрого роста. В России этот этап начался с 2000-х гг., когда начали работу первые сетевые розничные компании, и в настоящее время розничный сектор находится на этом этапе развития. Для этого этапа характерно:

- экстенсивное развитие компаний, развитие компаний за счет территориального распространения, открытия новых магазинов;

- консолидация отрасли, появление сетевых игроков;

- дифференциация форматов, ориентированных на различные потребительские группы;

- неравномерность территориального распространения современных форматов, так называемый период «снятия сливок»;

- в регионах с относительно высоким уровнем благосостояния населения и высокой плотностью населения наблюдается рост конкуренции, снижение степени асимметрии информации, улучшение розничного предложения;

- завышенные розничные цены, что характерно для периода «снятия сливок»;

- низкая эффективность процессов розничного сектора и смежных отраслей.

3) Стадия замедления роста. Ожидается, что в этот этап российский розничный сектор вступит через 5-10 лет, по оценкам экспертов. Для этого этапа характерно:

- равномерное территориальное распространение современных форматов;

- исчерпание возможностей модели роста прибыли за счет роста масштаба бизнеса;

- рост уровня консолидации отрасли;

- преобладание современных форматов;
 - рост эффективности процессов;
 - высокий уровень розничного предложения;
 - высокий уровень конкуренции;
 - замедление роста розничных цен.
- 4) Стадия зрелости. Для этого этапа характерно:
- рост прибыли за счет повышения эффективности бизнес-процессов, снижения издержек, повышения инновационного уровня бизнеса (например, в Великобритании рост показателя «продажи с единицы торговой площади», за счет роста эффективности только, оценивается 2-2,5% в год для торговли непродовольственными товарами и 0,3% в год для торговли продовольственными товарами);
 - высокий уровень консолидации отрасли;
 - доминирование современных форматов;
 - высокий уровень конкуренции;
 - большое разнообразие форматов.

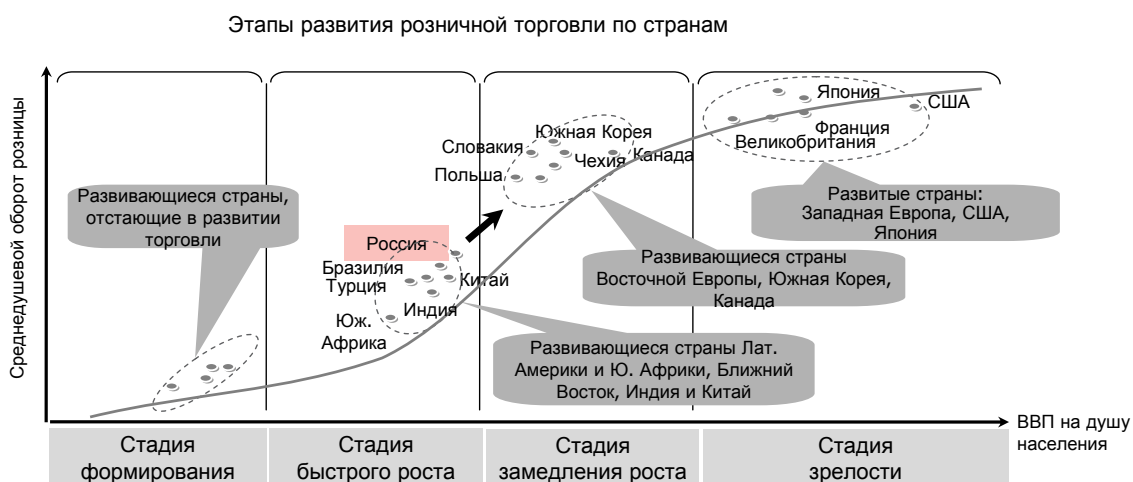


Рис. 2.1 Этапы развития сектора розничной торговли

Источник: [67, с. 124]

Развитие товаропроводящих каналов, развитие крупных сетевых розничных компаний дают значительный импульс развития производителям, так как:

- появляются расширенные возможности продаж при территориальном распространении современных форматов;
- совершенствуются технологии розничных продаж, в связи с чем также увеличиваются объемы продаж ;
- централизуются и упрощаются логистические процессы продаж и поставок в магазины, что снижает издержки производителей.

При высоком уровне развития розничного сектора – этап замедления роста и этап зрелости – предприятия розничной торговли как основной инструмент получения и роста прибыли используют различные механизмы повышения эффективности процессов. Повышению эффективности бизнес-процессов также способствуют следующие факторы:

- покупатели являются «образованными потребителями», уровень асимметрии информации в отношениях розничной продавец/покупатель снижается, и покупатели требуют все более высоких стандартов розничного предложения;
- высокая конкуренция не позволяет установлению завышенных цен, ценовая конкуренция является основным инструментом конкурентной борьбы.

Повышение эффективности процессов, снижение издержек в торговых предприятиях транслируются в отрасли, сопряженные с сектором розничной торговли: производство, оптовая торговля и логистика. Для стадии замедления роста и стадии зрелости характерна высокая степень консолидации отрасли, что приводит к балансу рыночных сил в пользу розничных компаний в отношениях розничной продавец/поставщик. Эта рыночная сила реализуется в требованиях розничных продавцов относительно:

- качества продукции;
- специальных логистических условий;

- снижению цен поставок.

Поставщики, в свою очередь, вынуждены искать механизмы снижения собственных издержек, повышать инновационный уровень бизнеса для того, чтобы выиграть конкуренцию и сохранить уровень рентабельности, достаточный для развития бизнеса.

В своем развитии сектор оптовой торговли проходит несколько стадий развития представлены ниже (рис. 2.2). Стадия становления характеризуется малым размером розничных компаний, что делает оптовиков и дистрибьюторов критически значимыми, поскольку они обеспечивают эффект масштаба в системе. На этапе роста появляются первые крупные розничные сети и производители, которые работают напрямую друг с другом. Рынок посредников постепенно сужается. На стадии зрелости розничная торговля консолидируется, на долю посредников остаются узкие продуктовые ниши, а также малые и отдаленные населенные пункты и малый торговый бизнес. На стадии насыщения крупные розничные сети или производители охватывают большинство регионов, посредники уходят с рынка или меняют бизнес-модель.

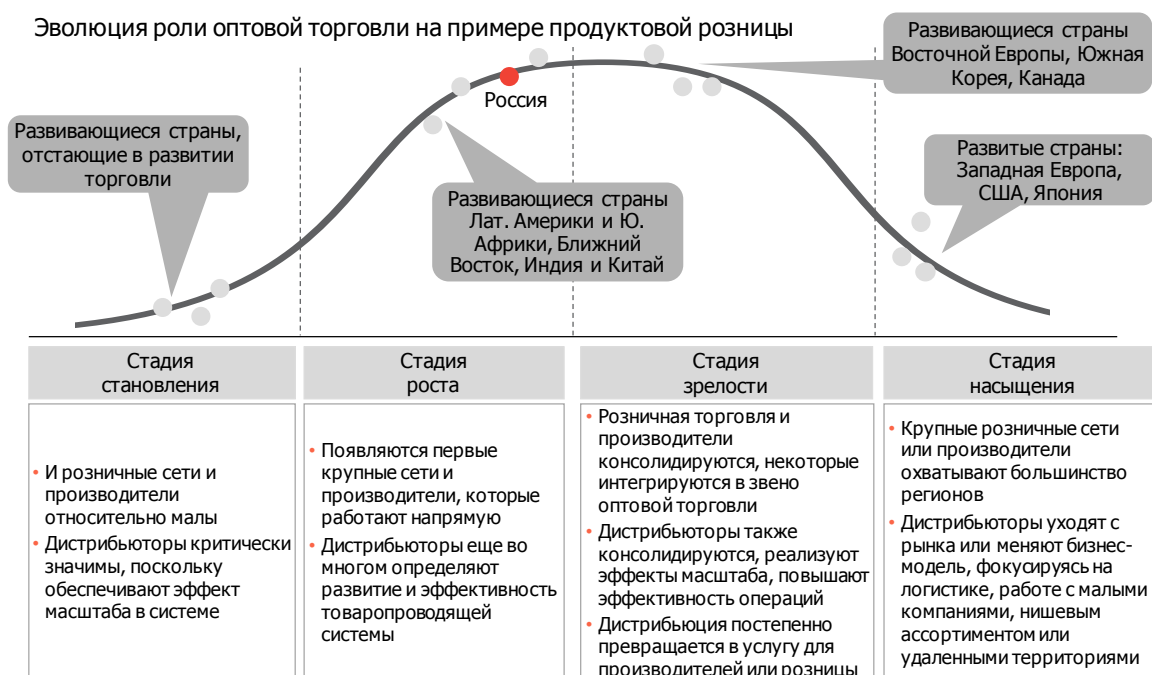


Рис. 2.2 Этапы развития оптовой торговли

Источник: [68, с. 126]

В настоящее время российский сектор оптовой торговли также как и розница находится на стадии роста. Ожидается, что с развитием сектора розничной торговли и производства, розничные и производственные компании, укрупняясь, будут развивать собственные подразделения, занимающиеся дистрибуцией. При этом компании оптового сектора будут либо интегрироваться в розницу, либо фокусироваться на логистических услугах, работе с малыми компаниями (производственными и розничными), нишевым ассортиментом или удаленными территориями.

На данном этапе государственное регулирование сектора оптовой торговли практически отсутствует, рынок представлен большим количеством компаний, ни одна из которых не является явным лидером.

Решения Президента Российской Федерации определяют основные направления внешней и внутренней политики государства, а, следовательно, и развитие бизнеса по ключевым аспектам. Через Полномочных представителей Президента РФ обеспечивается реализация конституционных полномочий главы государства на территории каждого из семи федеральных округов. При каждом Представителе Президента функционирует специальный Совет с совещательной функцией, рассматривающий важнейшие вопросы федерального и регионального значения [1].

В составе высшего органа исполнительной власти – Правительства РФ – функционирует ряд структур, в той или иной степени осуществляющих регулирующие функции. Среди них:

- Совет по конкурентоспособности и предпринимательства, который является совещательным органом, образованным для обеспечения практического взаимодействия федеральных органов исполнительной власти, предпринимательского сообщества и научной общественности в целях выработки предложений по созданию эффективных механизмов повышения конкурентоспособности экономики и развития предпринимательства в

Российской Федерации. В состав Совета входят представители различных органов власти и крупных компаний;

- Правительство по вопросам экономической интеграции и по вопросам Всемирной торговой организации и взаимодействия Российской Федерации с Организацией экономического сотрудничества и развития, рассматривающие вопросы международного сотрудничества, от решений которых в существенной степени зависит конъюнктура на внутреннем рынке;

- Правительственная комиссия по развитию малого и среднего предпринимательства, осуществляющая координацию деятельности органов исполнительной власти и взаимодействие с представителями бизнеса по выработке предложений, связанных с реализацией государственной политики в сфере развития малого и среднего предпринимательства.

Правительство РФ руководит 13 министерствами, 5 федеральными службами и 3 федеральными агентствами, из которых 5 органов влияют на предпринимательскую деятельность в сфере торговли на уровне страны. К ним относятся [1]:

- Министерство промышленности и торговли Российской Федерации (Минпромторг РФ), в функции которого входит выработка государственной политики и нормативно-правовое регулирование в сфере внешней и внутренней торговли;

- Министерство регионального развития, одна из функций которого – выработка государственной политики и нормативно-правовое регулирование в сфере социально-экономического развития субъектов Российской Федерации и муниципальных образований;

- Министерство финансов, регулирующее, в частности, таможенную, бюджетную и налоговую сферы. Решения по выделению денежных средств на развитие предпринимательства и изменению налоговой политики принимаются по согласованию с органами, непосредственно отвечающими за данное

направление;

- Министерство экономического развития, в число функций которого входит выработка государственной политики и нормативно-правовое регулирование в сфере анализа и прогнозирования социально-экономического развития, развития предпринимательской деятельности, инвестиционная деятельность и формирование федеральных и ведомственных целевых программ;

- Федеральная антимонопольная служба, осуществляющая, главным образом, контроль над деятельностью естественных монополий и над соблюдением законодательства о рекламе. Она курирует ряд вопросов продовольственной безопасности страны, в том числе связанных с деятельностью торговых сетей.

В данном разделе были выявлены органы государственной власти федерального и регионального уровней, в компетенции которых находится регулирование сферы торговли. Для всестороннего понимания и дальнейшего изучения вопросов государственного регулирования торговой деятельности необходимо рассмотреть существующие механизмы государственного регулирования.

К основным механизмам государственного регулирования торговли можно отнести [9]:

- Формирование правовой базы предпринимательской деятельности. Включает в себя гарантирование государством права частной собственности, регламентирование организационно-правовых форм субъектов предпринимательской деятельности, регулирование договорных отношений между субъектами рынка, выполнение государством роли арбитра при разрешении хозяйственных споров;

- Защита конкуренции и ограничение монополистической деятельности. Предполагает контроль государственных органов за деятельностью естественных монополий путем регламентирования цен, та-

рифов, качества предоставляемых услуг и введение запретительных мер в отношении действий любых монополий, направленных на ограничение конкуренции или злоупотребление доминирующим положением;

- Защита прав потребителей. Осуществляется через систему нормативно-правовых актов, в том числе лицензирование некоторых видов деятельности (например, алкогольной), определяющих минимально необходимые требования для торговли (ГОСТы и т.п.), порядок защиты прав потребителей, ответственность предпринимателей, систему государственной и общественной защиты потребителей;

- Регламентирование трудовых отношений и поддержание социального партнерства. Предусматривает формирование трудового законодательства, системы социального партнерства представителей работников и работодателей, охрану труда и систему мер по разрешению трудовых споров;

- Формирование налоговой системы и перераспределение доходов. Осуществляется посредством бюджетного планирования, принятия ставок подоходного налога, налога на прибыль и других налоговых изъятий, а также установления системы социального обеспечения;

- Перераспределение ресурсов. Реализуется в целях финансирования природоохранных мероприятий, содержания органов государственного управления, обеспечения внутренней и внешней безопасности страны;

- Регулирование цен и тарифов. Осуществляется государством в основном в отношении продукции и услуг естественных монополий. Цены и тарифы регулируются с целью защиты интересов потребителей и пресечения использования монопольного положения в целях извлечения необоснованной прибыли;

- Государственная поддержка отдельных видов бизнеса. Осуществляется в зависимости от целей, которые государство ставит при поддержке того или иного вида бизнеса;

- Государственное регламентирование внешнеторговой деятельности. Реализуется через таможенно-тарифную систему и систему мер по содействию и стимулированию внешнеторговой деятельности;

- Регулирование валютного курса. Осуществляется с целью защиты отечественных товаропроизводителей от действий, которые могут привести к негативному изменению платежеспособного баланса.

Участие в разработке механизмов регулирования торговли на уровне региона также принимают представители объединений торговых предприятий, общественные организации. Их деятельность, на взгляд автора, может способствовать решению следующих вопросов:

- повышение качества товаров и услуг сверх требований действующего законодательства;

- поддержка отечественных производителей путем принятия обязательств по продаже производимых ими товаров;

- внесение предложений в соответствующие органы по изменениям и дополнениям в законодательные и нормативные акты для улучшения деятельности торговых предприятий на уровне региона;

- создание обществ, отстаивающих интересы предприятий торговли.

Несмотря на наличие различных механизмов государственного регулирования, в том числе и торговой деятельности, на практике ситуация несколько иная. Органы государственной власти стараются переложить максимальное количество функций на рынок как наиболее эффективный механизм, способный саморегулироваться. В то же время в развитых странах значительную ответственность за регулирование рынка берет на себя именно государство, так как практика показала желание предпринимателей в сфере торговли обогащаться, даже если это приведет к значительным негативным социальным последствиям.

На сегодняшний день действующая организационная структура государственного управления и механизмы, заложенные в основу принятия

стратегических решений на государственном и региональном уровнях, требуют определенных корректировок. Анализ действующей системы формирования и реализации механизмов регулирования торговли показал следующее [8]:

- Отсутствие в совещательных органах достаточного представительства торговых предприятий и их объединений (особенно представителей малого и среднего бизнеса). В результате ощущается острый недостаток объективной информации, необходимой для эффективного регулирования сферы торговли и дальнейшего развития предпринимательства.

- Важно отметить, что функционируют Совет с совещательной функцией при Председателе Правительства РФ и Правительственная постоянная комиссия по вопросам предпринимательства, возглавляемая одним из заместителей Председателя Правительства РФ. На наш взгляд, эти два органа следует объединить в Постоянную комиссию по вопросам предпринимательства. При этом участники новой комиссии из Совета остаются с совещательным голосом. Эта мера поможет сконцентрировать все вопросы развития предпринимательства в одном общественном органе федерального значения, что существенно ускорит процесс принятия решений.

- Важнейшим условием совершенствования механизмов государственного регулирования в сфере торговли является разработка эффективных форм прямого диалога между руководителями торговых организаций и органами государственной власти. Проблемы, с которыми сталкивается торговый бизнес, и его непосредственное видение путей решения этих проблем не всегда своевременно анализируются. Общественные организации, объединяющие несколько десятков предприятий торговли, имеют больше шансов быть услышанными органами власти. Направляемые ими во властные структуры обращения не следует рассматривать как попытку предприятий торговли лоббировать свои интересы. Часто они содержат ценную информацию о назревших в отрасли переменах.

- Большое значение в развитии любой страны и региона играет

малый и средний бизнес. Можно назвать несколько факторов, обуславливающих существенную роль малого бизнеса в развитии экономики. Он более гибок, не подвержен картельному сговору, не способен играть на повышении цен. Малый бизнес в торговле формирует спрос на продукцию мелких товаропроизводителей, например, фермерских хозяйств, пользуется услугами небольших фирм, что стимулирует развитие рынка. Зачастую это семейный бизнес, не имеющий возрастных ограничений, что является положительным социальным фактором. В условиях кризиса и посткризисного периода как никогда важна государственная поддержка развития малого и среднего бизнеса, необходимо использование действенных инструментов государственного регулирования. Однако несовершенство законов, регулирующих деятельность малого бизнеса, приводит к возникновению комплекса проблем, приводящих к его неспособности выполнять свои социальные функции.

- Необходима разработка эффективной региональной стратегии развития торговли, но не менее важным является и наличие обоснованной методико-технологической базы в области стратегического планирования. Кроме этого, важным вопросом является организация оценки и мониторинга развития сферы торговли, методика которых может быть как единой на территории всей страны, так и отдельной в каждом регионе.

Несмотря на наличие органов власти федерального и регионального значения, их структурных подразделений, отвечающих за развитие предпринимательства и торговли, можно констатировать только лишь начало работы в направлении развития сферы торговли. Главным образом, начало было положено принятием Государственной Думой РФ Федерального закона РФ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» [7].

Таким образом, целесообразно продолжить работу над разработкой научно обоснованных показателей мониторинга и специального коэффициента,

позволяющих оценить состояние сферы торговли, а также определить оптимальный механизм государственного регулирования в данной сфере. Кроме этого, необходимо разработать механизм, позволяющий определить оптимальное соотношение крупного, среднего и малого бизнеса в сфере торговли. Данная мера позволит выявлять необходимость в малом бизнесе и максимально эффективно реализовывать его важные функции в сфере торговли, например, формировать необходимую конкурентную среду в экономике, увеличивать занятость населения, самозанятость и реальную возможность самореализации. Полученные данные должны позволить объективно и однозначно:

- производить оценку качества развития торговли в регионе;
- определять нехватку торговых площадей как в регионе в целом, так и в районах региона, в том числе их оптимальное расположение;
- выявлять оптимальное соотношение малого, среднего и крупного торгового бизнеса и необходимость развития того или иного вида бизнеса для эффективного развития экономики региона;
- своевременно устранять возникающие недостатки, развивая предпринимательство в сфере торговли;
- далее совершенствовать нормативно-правовую базу в России и регионах и пр.

2.2. Анализ предпринимательства в сфере торговли

Единственной сферой экономического влияния на человека и фактором политической стабильности в обществе является потребительский рынок. За последние годы торговля и предоставляемые услуги стремительно улучшили свои показатели. Очень быстро на состоянии потребительского рынка сказываются экономические и политические трудности. Стабильность потребительского рынка по ценам, качеству и количеству товаров является не

только необходимостью развивающейся экономики, но и показателем качества жизни населения.

Основное влияние на развитие потребительского рынка оказывает производство и потребление товаров, работ и услуг необходимых населению. Заметное влияние на развитие потребительского рынка оказывает производство и потребление товаров, работ и услуг в области экономики. Отличительными свойствами товаров и услуг, представляемых на потребительском рынке, определяют тесную взаимосвязь конкретной территории и ее населения.

Потребительский рынок представляет собой сложную систему, которая реагирует на такие факторы как социальная и политическая ситуации, миграция рабочей силы, движение денег и капиталов, влияющих как на внутреннюю, так и внешнюю экономическую ситуацию, складывающуюся в регионе. Потребительский рынок – это приобретение населением и отдельными домашними хозяйствами товаров и услуг для личного потребления. Каждый из участников потребительского рынка имеют и свою заинтересованность: производители стремятся вернуть средства, затраченные на их производство товаров и получить прибыль, а потребители – приобрести качественные товары и услуги по высокой цене. Для удовлетворения этих интересов и разрешения противоречий служит государственное регулирование экономики со стороны органов власти [22].

В России первоначальным нормативно-правовым актом, на право предприятий и граждан на осуществление торговой деятельности является Указ Президента РФ от 29 января 1992 г. № 65 «О свободе торговли». Не зависимо от формы собственности большинство предприятий области заявляют о себе на внешнеэкономическом рынке и ежегодно все больше и больше завоевывают внешний рынок. Так в 2009 на внешнеэкономическом рынке было зарегистрировано 1064 предприятия расположенных на территории области. На протяжении последних лет Белгородская область занимает одно из первых мест среди регионов Центрального федерального округа по внешнеэкономическому

развитию. В 2009 году рост развития составил 6398,7 млн. долларов и вырос за последние годы почти в 4 раза, среднегодовой темп прироста составлял 42,3 %. На стабильность экономического развития области во многом оказало ускоренное развитие различных видов торговли. Высоких показателей развития потребительского рынка регион достиг благодаря благоприятной экономической обстановке, сложившаяся за последние годы [10].

Об экономическом развитии региона и движении его к более современной модели развития рынка товаров и услуг свидетельствует постоянный рост развития потребительского рынка. Стабилизация постоянного роста объемов внешнеэкономического развития торговли показывает на активное развитие предприятий и организаций области, вливании их в более широкие круги внешнеэкономических процессов мировой торговли, способствующих росту конкурентоспособности региона. Белгородская область благодаря быстрому развитию внешнеторговой деятельности стремительно улучшает экономическое развитие региона.

География развития внешнеторговых связей региона весьма обширна. В 2007 году внешнеторговые связи были установлены с 94 странами, в 2011 году данный показатель уже составлял около 100 стран Европы, Азии, Африки, Северной и Южной Америки, Австралии. Удельный вес торговли со странами СНГ и Дальнего Зарубежья в общем объеме внешнеторгового оборота составляет соответственно 64 % и 36 %.

Отрасль торговли является основной в постоянно растущем направлении развития экономики как всей нашей страны, так и Белгородской области в частности. Торговля – отрасль хозяйства с достаточно высоким уровнем занятости населения, направленный на осуществление купли-продажи, обмена товаров. Более высокому экономическому развитию региона мешают такие факты как наличие на территории области населенных пунктов, которые не имеют объектов торговли, и являются труднодоступными [22].

Развитию малого предпринимательства препятствует постоянный рост торговых сетей в области, в том числе объектов торговли направленных на реализацию специализированных товаров. В связи с этим в сельской местности необходимо поддерживать развитие малого и среднего предпринимательства в сфере розничной торговли, чем обеспечить повышение уровня доступности и разнообразия товаров в населенных пунктах труднодоступных и отдаленных от объектов торговых сетей. Особенно мелкие сельхозтоваропроизводители хозяйства которых находятся на территории области, испытывают постоянные затруднения в сбыте производимой ими продукции, особенно при реализации ее в розничной торговой сети. В связи с этим целесообразно было бы проводить работу по активизации деятельности по возвращению на рынок торгово-закупочной потребительской кооперации, в населенных пунктах. А также необходимо постоянно увеличивать количество ярмарочных, тематических, мероприятий и создание дополнительных торговых мест нестационарной торговли для реализации произведенной продукции сельхозпроизводителями региона, выращенной в крестьянско-фермерских и личных подсобных хозяйствах Белгородской области. Без развития всесторонне направленной торговой инфраструктуры невозможно и создание комфортной среды, для развития и роста малого торгового бизнеса и нестационарной торговли. Только при реализации комплекса мероприятий возможно обеспечение проведения единой целенаправленной государственной политики, которая направлена на интенсивное развитие потребительского рынка, и улучшение качества и безопасности продаваемых товаров. Целевые показатели социально-экономического развития могут корректироваться при изменении внешних факторов, связанных с членством Российской Федерации во Всемирной торговой организации. Достижение целевых показателей и показателей социально-экономической эффективности реализации мероприятий, предусмотренных Стратегией, прогнозируемых значений приведены в таблице 2.1 (Приложение 2).

Таким образом, исходя из данных таблицы 2.1 можно сделать вывод, что для достижения показателей, предусмотренных стратегией развития торговли в Белгородской области к 2020 году, необходимо обеспечить качественно новый, улучшенный, цивилизованный образ потребительского рынка, который сможет удовлетворять высокий темп его развития, создание новых рабочих мест и инвестиционной привлекательности сектора торговли.

Также в экономике страны играют важную роль микропредприятия. Они являются своеобразными посредниками между сложной системой предпринимательства и потребителями, позволяя выявлять формирующиеся тенденции на рынках и максимально быстро удовлетворять широкий спектр потребительских запросов. Этот факт, а также большой вклад микропредприятий в формирование конкурентной среды, способствует развитию на территории страны маневренной экономики. Высокоразвитые страны Запада уделяют большое внимание малым и, в частности, микропредприятиям по ряду причин. Малый бизнес, в котором ежегодно создается 2/3 рабочих мест, способен успешно снижать социальную напряженность в обществе в кризисные периоды. Относительно небольшие размеры микропредприятий обуславливают их эффективность, проявляющуюся в большей мобильности, а меньшее количество издержек повышает конкурентоспособность данного типа предприятий.

Микропредприятия привлекают в бизнес всё большее число работников не только потому, что новое дело не требует большого стартового капитала, но и из-за психологической привлекательности бизнеса, в котором вся ответственность сосредотачивается в руках организатора, имеющего полную возможность реализовывать свой творческий потенциал. Кроме того, мелкие предприятия не только не противостоят крупным компаниям, но и взаимодействуют с ними путем сбыта их продукции через установленные каналы тесного взаимодействия с рынком. В России до недавнего времени микропредприятия относились к категории малых предприятий. Их

официальное появление произошло с введением в силу ФЗ от 24.07.2007 № 209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» с 1 января 2008 года [6].

Согласно вышеупомянутому федеральному закону к микропредприятиям относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), соответствующие следующим условиям [6]:

1) суммарная доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, иностранных юридических лиц, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) указанных юридических лиц не должна превышать 25 % (за исключением активов акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов), доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, не должна превышать 25 %.

Последнее ограничение не распространяется на хозяйственные общества, хозяйственные партнерства, деятельность которых заключается в практическом применении (внедрении) результатов интеллектуальной деятельности (программ для электронных вычислительных машин, баз данных, изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, селекционных достижений, топологий интегральных микросхем, секретов производства (ноу-хау), исключительные права на которые принадлежат учредителям (участникам) соответственно таких хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств – бюджетным, автономным научным учреждениям, либо являющимся бюджетными учреждениями, автономными учреждениями образовательным организациям высшего образования;

2) средняя численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать 15 человек;

3) выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость за предшествующий календарный год не должна превышать предельного значения, установленного постановлением Правительством Российской Федерации от 4 апреля 2016г. № 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» (не более 120 млн. руб.).

Больше всего микропредприятий на территории РФ зарегистрировано в Центральном федеральном округе – 29 %, Приволжском – 19 % и Сибирском – 14 %. Менее всего – в Северо-Кавказском (2 %) и недавно образовавшемся Крымском (1 %). Следует учесть, что большая часть (46 %) микропредприятий Центрального федерального округа сосредоточена в г. Москве, а 56 % микропредприятий Северо-западного округа расположены в г. Санкт-Петербурге (рис. 2.3).



Рис. 2.3 Распределение численности микропредприятий по федеральным округам, 2016 год

Составлено по материалам: [74]

В Белгородской области малый бизнес развивается достаточно динамично, пополняет бюджет налогами, создавая рабочие места, производит качественные товары и услуги. Динамика изменений количества микропредприятий в Белгородской области имеет скачущую тенденцию. В 2013 году это количество составило 19175 ед., к 2014 году оно выросло на 14 % и достигло значения 21873 ед. В 2015 году произошло сокращение на 0,4 % количества данных предприятий, которое установилось на уровне 21784 ед. Удельный вес микропредприятий Белгородской области в структуре Центрального федерального округа с 2013 по 2014 вырос на 0,5 %, а в период с 2014 по 2015 год показал нулевую динамику. В 2016 году количество микропредприятий снизилось до 18735, в связи с чем их удельный вес в ЦФО установился на уровне 3,3 %, что ниже показателя 2013 года. Причиной сокращения количества данных предприятий является как их финансовая несостоятельность, так и сворачивание бизнеса из-за ухудшения экономической ситуации. Данные представлены ниже (табл. 2.2).

Таблица 2.2

Количество микропредприятий в Белгородской области

Показатели	2013	2014	2015	2016
Центральный федеральный округ	487961	496745	497122	569050
Белгородская область	19175	21873	21784	18735
Удельный вес предприятий Белгородской области, %	3,9	4,4	4,4	3,3

Составлено по материалам: [74]

Среднегодовая численность занятых на микропредприятиях показывает постепенную тенденцию к росту представлены ниже (табл. 2.3). В 2013 году её уровень составил 34,9 тыс. человек. В 2014 году произошло незначительное увеличение на 0,3 % (или 0,1 тыс. человек), после чего рост показателя

ускорился: в 2015 году он достиг 35,9 тыс. человек, а в 2016 году установился на отметке 42,3 тыс. человек. Темп роста за анализируемые 4 года составил 121 %. Следует отметить, что удельный вес занятых на микропредприятиях в период с 2013 по 2015 годы составлял 26 % от числа всех занятых в секторе малого и среднего предпринимательства, при этом данный показатель в течение трех лет сохранял нулевую динамику, а к 2016 году увеличился до 31 %. Это условие подтверждает тот факт, что микропредприятия являются стабильным источником предоставления рабочих мест населению.

Таблица 2.3

Общий оборот микропредприятий в Белгородской области

Показатели	2013	2014	2015	Темпы роста, %
Средние предприятия, млрд. руб.	86,3	94,9	94,2	107,9
Малые предприятия, млрд. руб., в т.ч:	214,8	214,1	246,5	131,7
Микропредприятия, млрд. руб.	67,1	68,4	89,7	122,6
ВРП белгородской области, млрд. руб.	545,5	569,0	619,4	173,9
Удельный вес оборота микропредприятий в секторе МСП, %	22	22	26	104
Удельный вес оборота микропредприятий в ВРП области	12	12	15	103

Составлено по материалам: [74]

Анализ отраслевой структуры микропредпринимательства показал, что с 2013 по 2016 год соотношение распределенных по отраслям предприятий практически не менялось (рис. 2.4). Большая часть работников вовлечена в деятельность на предприятиях, обеспечивающих оптовую и розничную торговлю, удельный вес которых, равный почти половине всех микропредприятий, снизился с 41,9 % в 2013 году до 39,9 % в 2016 году. Почти 1/10 часть в структуре микропредпринимательства – предприятия, осуществляющие свою деятельность в сфере обрабатывающего производства

(10 % в 2016 году). Немного больше предприятий в сфере строительства, где их удельный вес сократился с 14,7 % до 13,1 % к 2016 году. Предприятия транспорта и связи также показали небольшой количественный рост: их доля в общем количестве микропредприятий выросла, достигнув 7,9 % в 2016 году против 7,3 % в 2013. Более устойчивая тенденция к росту наблюдается у предприятий, осуществляющих операции с недвижимым имуществом. В 2013 году деятельность в этой сфере осуществляло 16,7 % микропредприятий, а в 2016 их количество увеличилось до 19,3 %. Наименьшее количество предприятий находится в отрасли научных исследований и разработок. Это объясняется самой отраслевой структурой мелкого предпринимательства: большее количество микропредприятий вовлечено в торговлю, не предъявляющую спрос на создание технологических инноваций.

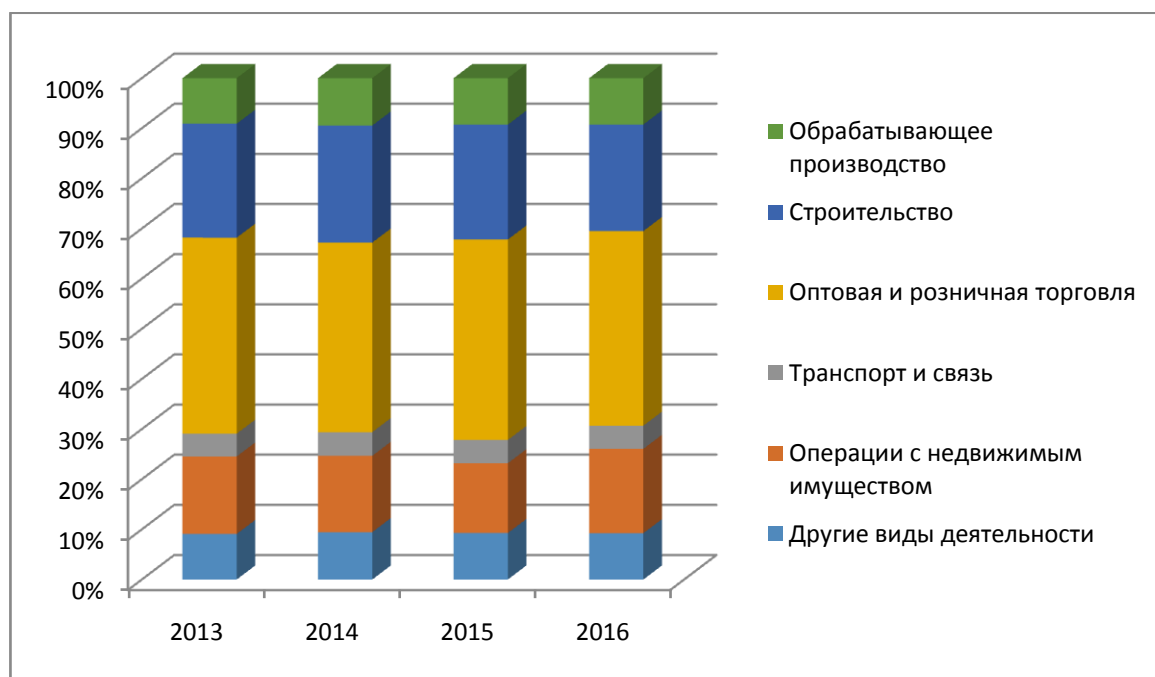


Рис. 2.4 Распределение микропредприятий в 2013-2016 годах по видам экономической деятельности

Составлено по материалам: [74]

Одной из важных проблем деятельности микропредприятий остается инвестирование, являющееся условием стабильного функционирования

экономики. Временный подъем вложения инвестиций в средние предприятия – с 4,8 млрд руб. в 2013 году до 7,7 млрд руб. в 2014 – составлял 60 %. В 2015 году превзойти показатель 2013 года не удалось, отрицательное отклонение составило 0,1 млрд руб., что свидетельствует о снижении инвестиционной активности, которая, однако, возобновилась в 2016 году, показавшему размер инвестиций равный 8,5 млрд руб. представлен ниже (табл. 2.4). Этот процесс происходил одновременно с увеличением инвестирования в основной капитал предприятий малого бизнеса (14,7 млрд руб. к 2016 году), в том числе и микропредприятий, где рост составил 3,7 млрд руб. за 4 года. Доля инвестиций в основной капитал микропредприятий с 2013 по 2016 годы увеличилась на 9 %. Это означает, что инвестиционная активность в регионе развивается удовлетворительно.

Таблица 2.4

Инвестиции в основной капитал микропредприятий
Белгородской области

Показатель	2013	2014	2015	2016	Темп роста, %
Средние предприятия	4,8	7,7	4,7	8,5	177
Малые предприятия, млрд.руб., в т.ч.	8	7,1	12,3	14,7	183
Микропредприятия, млрд. руб.	2,1	2,0	3,2	5,8	276
Удельный вес инвестиций в основной капитал микропредприятий, %	16	14	19	25	156

Составлено по материалам: [74]

Таким образом можно сделать вывод, что экономическое развитие региона и страны в большей степени обеспечивают средние предприятия. Но роль микропредприятий в хозяйственной жизни страны, безусловно, велика, так как они обеспечивают занятость и создают комфортную среду для граждан.

Основными направлениями государственной поддержки микропредприятий, реализуемыми в Белгородской области, являются:

- улучшение инвестиционного климата области;
- финансовая поддержка предприятий, включающая в себя микрофинансирование, гранты, субсидии, поручительства по кредиту, банковской гарантии, лизингу;
- имущественная поддержка и развитие инфраструктуры;
- консультационная, информационная и образовательная поддержка предприятий.

2.3. Динамика показателей предпринимательской деятельности в сфере торговли в РФ со странами СНГ

В первом полугодии 2017 года внешнеторговый оборот продолжил расти. За шесть месяцев он достиг \$270,4 млрд. по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и увеличился на 28,1 %. Положительные тренды во внешней торговле, которые начались со второй половины 2016 года, продолжились. Решающим фактором при этом стал рост цен на нефть после достижения договоренностей странами ОПЕК о снижении темпов добычи черного золота. В результате с осени цены на нефть перешли к росту и в феврале 2017 года достигли максимальной отметки – баррель нефти марки Brent превысил отметку в \$56,1 за баррель. В мае нефтедобытчики продлили Соглашение ещё на 9 месяцев – до конца мая 2018 года, – что, о прогнозам многих экспертов, будет оказывать поддержку ценам на нефть до конца года. При этом объем сокращений остался на уровне в 1,8 млн. баррелей в сутки. По мнению стран картеля, это позволит убрать излишки предложения с рынка и не давать ценам снижаться.

Вместе с ценами на нефть стали дорожать и другие товары – углеводороды, черные и цветные металлы, золото и сырьевые товары, а вслед за ростом цен стал укрепляться и рубль относительно других валют. В апреле

он достиг курса в 56,4 рубля за доллар и 60,4 рубля за евро. Однако позже курс все же стал вновь снижаться.

На увеличение внешнеторговых показателей также сказалось восстановление темпов производства продукции после длительного падения (рис. 2.5). Так, по подсчетам Росстата, индекс промышленного производства в первом полугодии вырос на 2 % по сравнению с тем же периодом прошлого года. Самые лучшие результаты показали такие отрасли, как производство подсолнечного масла (+18,9%), трикотажных изделий (+24%), нефтяного кокса (+30,8%). Но самые неожиданные результаты у производителей компьютеров. Общую стоимость производителей продукции Росстат оценил 13,7 млрд. рублей, ее объем вырос на 77%.

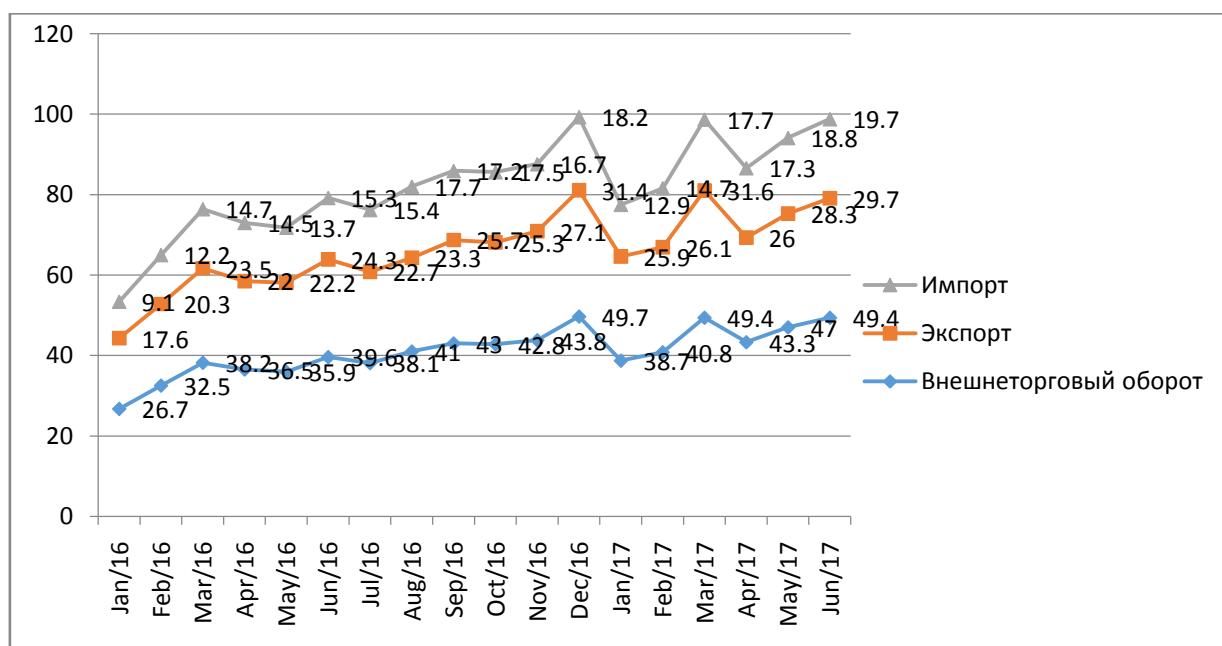


Рис. 2.5. Динамика внешней торговли России в 2016-июне 2017 г.г.
(млрд. долларов)

Составлено по материалам: [75]

На поддержку крупного бизнеса, который в основном и обеспечивает рост во многих отраслях, в том числе и в сельском хозяйстве, как и в прошлом году, выделяются миллиардные суммы. Кроме того, средства идут на

поддержку экспорта. Так, например, Минпромторг ранее заявил, что в 2017 году поддержит экспортеров на сумму в 26 млрд. рублей.

Таким образом, несмотря на то, что курс рубля в первом полугодии укреплялся, что было невыгодно для экспортеров, объемы экспорта продолжили расти.

По данным ФТС России, в первом полугодии экспорт вырос на 28,7% и достиг \$168,6 млрд. При этом наибольшие темпы прироста по сравнению с аналогичными месяцами 2016 года были в январе (+46,8%) и марте (+34,9%) (рис. 2.6) [75].

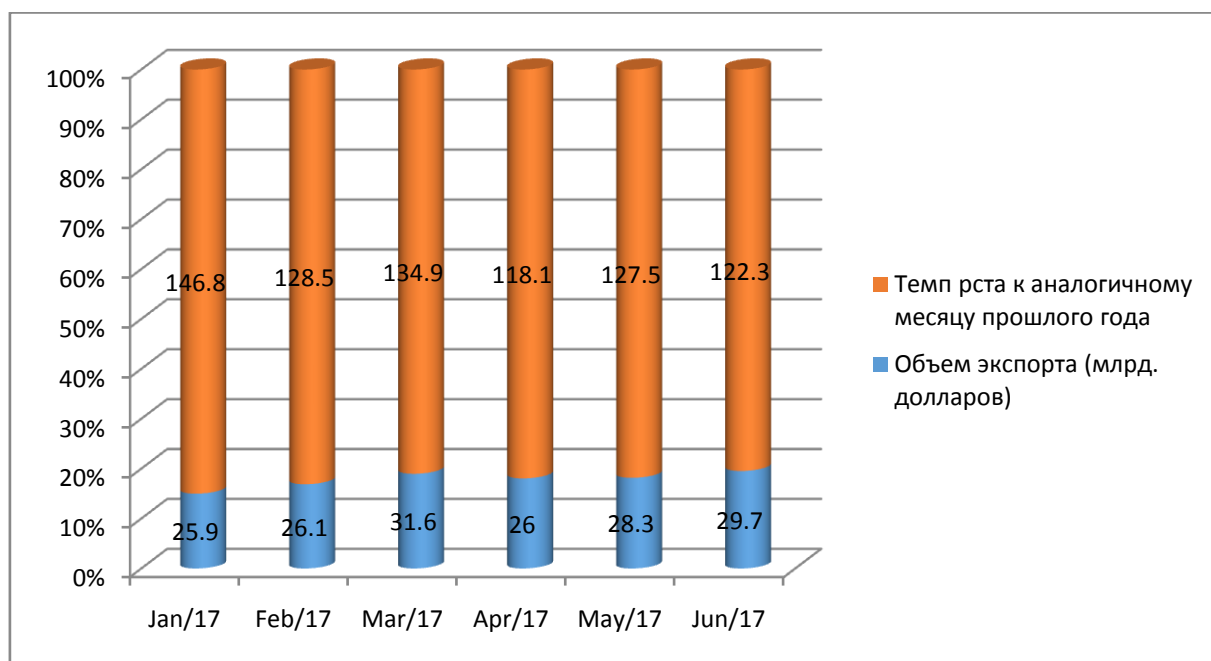


Рис.2.6. Динамика экспорта из России в январе-июне 2017 г.

Составлено по материалам: [75]

Укрепление курса рубля стало одной из основных причин того, что импорт начал расти (рис.2.7). Импорт товаров в Россию в первом полугодии 2017 года увеличился на 27,2% и составил \$101,8 млрд. На показатели также повлияли замедление инфляции и небольшое восстановление внутреннего спроса после трудного 2016 года. Россияне вновь стали покупать больше продукции, в том числе импортной. Индекс Минэкономразвития «спрос-

запрос», который ведомство разработало для оценки потребительского спроса, показал самое высокое значение за последние три года. Эксперты говорят, что потребительская активность россиян полностью восстановилась с 2014 года.

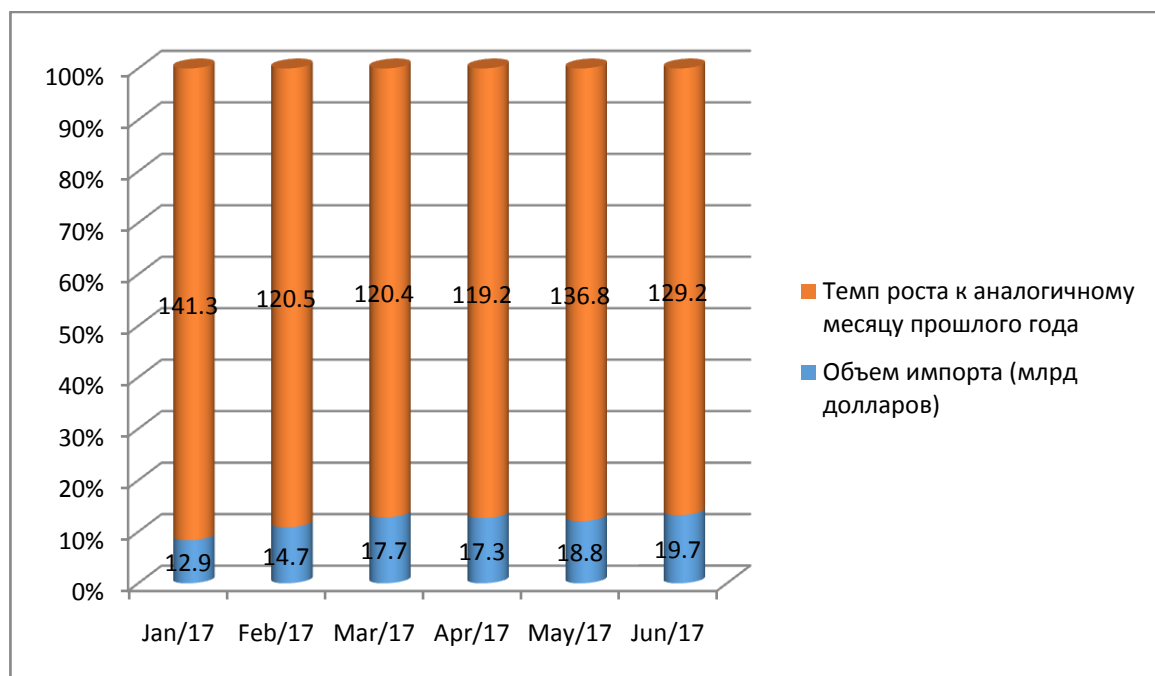


Рис. 2.7. Динамика импорта в Россию в январе-июне 2017 г.

Составлено по материалам: [74]

Восстановление импорта – это также результат того, что наши компании постепенно адаптируются к работе в условиях санкций и продовольственного эмбарго. Бизнесу потребовалось время на налаживание новых связей после того, как был введен запрет на продовольственные товары из Евросоюза, США, Канады и других стран в 2014 году. Теперь на место прежних стран-поставщиков [приходят другие](#), однако этот процесс происходит медленно.

На торговлю РФ со странами дальнего зарубежья приходится более 87% всего внешнеторгового оборота. Традиционно именно эти государства закупают у нас основные статьи нашего экспорта – нефть, углеводороды и металлы. По данным ФТС России, внешнеторговый оборот со странами дальнего зарубежья в первом полугодии вырос на 28,5% – до \$235,5 млрд., при этом импорт увеличился на 29,4%, а экспорт – на 27% (рис. 2.8).

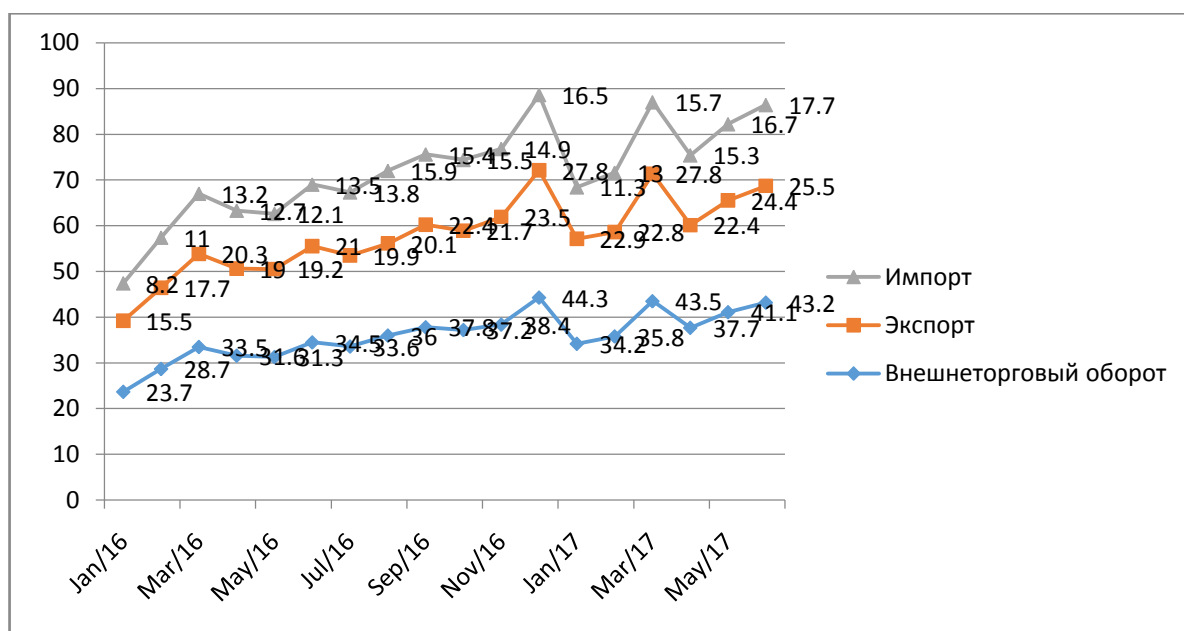


Рис.2.8. Динамика внешней торговли России со странами Дальнего Зарубежья в 2016-июне 2017 г.г. (млрд. долларов)

Составлено по материалам: [75]

Помимо роста цен на сырье на повышение объемов торговли также повлияло увеличение спроса на многие товары на рынках развивающихся стран: в частности, Индии, Китая и государств Юго-Восточной Азии. Эта тенденция продолжается уже не первый год. В структуре внешней торговли продолжается смена вектора развития от стран СНГ и Евросоюза в сторону стран Азиатско-тихоокеанского региона. В январе-июне 2017 года доля этих стран выросла с 29% до 30,1% по сравнению с аналогичным периодом 2016 года. За год показатель кажется не значительным, однако в докризисном 2013 году на страны АТР приходилось всего лишь 24%. Таким образом, за неполные четыре года их доля выросла на 6% (рис. 2.9).

Главным торговым партнером России по-прежнему остается Китай. Наш внешнеторговый оборот с Поднебесной в январе-июне 2017 года вырос на 35% и составил \$38,4 млрд. При этом наш экспорт в Китай вырос почти на 40%. Рост цен на сырье и повышение спроса со стороны китайских компаний стали основным стимулом для роста экспорта. Россия продает китайцам нефть, энергоносители, металлы, руду и древесину. Кроме того, Китай стал главным

покупателем наших продуктов питания. Импорт тоже показал высокие темпы роста, в первом полугодии он вырос на 31,9%. Россия закупает в Китае автомобили, бытовую технику, компьютеры, станки и оборудование. Также китайцы все больше везут к нам овощей и фруктов – уже в прошлом году они выбились на первое место по поставкам чеснока.



Рис. 2.9. Структура внешнеторгового оборота России со странами Дальнего Зарубежья в январе-июне 2017 г. (млрд. долларов)

Составлено по материалам: [75]

Среди других азиатских стран рекордные темпы роста торговли продемонстрировала Южная Корея, увеличив внешнеторговый оборот с Россией на 50%. При этом основной рост также пришелся на наш экспорт нефти и нефтепродуктов. Россия стала больше ввозить на южнокорейский рынок транспортных средств, машин, оборудования и аппаратуры.

Санкции и продовольственное эмбарго в 2017 году не помешали увеличению взаимной торговли и с другими странами. Так, внешнеторговый оборот с Германией вырос на 24%, Нидерландами – на 33%, Италией – на 22%, Польшей – на 37%. При этом основной рост обуславливает наш экспорт в эти

страны. В торговле с некоторыми государствами он и вовсе бьет рекорды. Например, наш экспорт в Португалию вырос в 2,9 раза, в Грецию – в 1,7 раза, в Данию, Хорватию и Чехию – более, чем в 1,73 раза.

Глава Российского экспортного центра Петр Фрадков отметил, что Россия за время действия западных санкций смогла занять новые рынки на нишах разных стран. Перечень экспорта стал шире, а многие поставки, которые раньше носили разовый характер, теперь осуществляются на регулярной основе. «Раньше мы поставляли в Европу легковые автомобили, но это были штучные поставки, в основном, в страны Прибалтики. А в этом году на экспорт в ЕС пошли тысячи автомобилей, произведенных в России автомобилей, как, например, Skoda с заводов Калужской области и новые модели Lada», – отметил глава РЭЦ.

В структуре нашего экспорта в страны дальнего зарубежья по-прежнему преобладают минеральные продукты (рис. 2.10). На них приходится свыше почти 67% всего объема поставок. В первом полугодии прошлого года эта доля была немного ниже – 62,3%. При этом стоимостные показатели их экспорта выросли на 38,3%, главным образом, за счет роста цен, а физические выросли лишь на скромные 3,65%. Среди товаров данной группы наибольший рост в физическом выражении показал экспорт каменного угля – на 10,5%, а также природного газа – на 9,7%. В то же время мы стали поставлять намного меньше автомобильного бензина (-25,5%) и керосина (-15,5%).

Вторая по величине статья нашего экспорта – это металлы и металлопродукция. На них приходится почти 10% всех поставок. В денежном выражении наши поставки увеличились на 30,8%, но в то же время в физическом выражении поставки снизились на 3,9%. Россия стала поставлять на 15,5% меньше чугуна, на 7,4% меньше – алюминия, на 3,6% меньше – нелегированной стали.

Более позитивные результаты показал наш экспорт машиностроительной продукции. В два раза увеличили экспорт легковых автомобилей, на 24,6% –

механического оборудования, на 30,1% – оптических инструментов и аппаратов.

Уже третий год подряд растут наши поставки продовольствия. По подсчетам ФТС России, стоимостные и физические объемы поставок данных товаров возросли на 17,6% и 12,7% соответственно. Нарастают поставки зерновых, картофеля, сахара, а также овощей. С января по июнь экспорт помидоров вырос в четыре раза, огурцов – на 29%, замороженных овощей – в 3,5 раза, консервированной овощной продукции – вдвое.



Рис. 2.10. Товарная структура экспорта в страны Дальнего Зарубежья в январе-июне 2017 г.

Составлено по материалам: [75]

В товарной структуре нашего импорта из стран дальнего зарубежья половина приходится на поставки машин и оборудования (рис. 2.11). Это одна из категорий, показавших наибольший прирост. Так, объемы поставок железнодорожного транспорта в Россию в денежном выражении выросли на 42,4%, механического оборудования – на 34,8%, электрического оборудования – на 24,6%. На 39,1% увеличили закупки импортных грузовых автомобилей.

Импорт продукции химической промышленности также вырос: стоимостные объемы увеличились на 19%, а физические – на 3,6%. При этом основной рост пришелся на поставку продукции органической химии, каучука и резины.

Внушительный рост показали поставки металлов. В физическом выражении они выросли на 62,3%, а в стоимостном – на 36,1%. Мы ввезли в два раза больше труб, а также на 67% больше черных металлов.

Поставки продовольственных товаров из-за рубежа занимают более 12% нашего импорта. При этом основной рост пришелся на импорт молока и сливок, свежей и мороженой рыбы и цитрусовых.

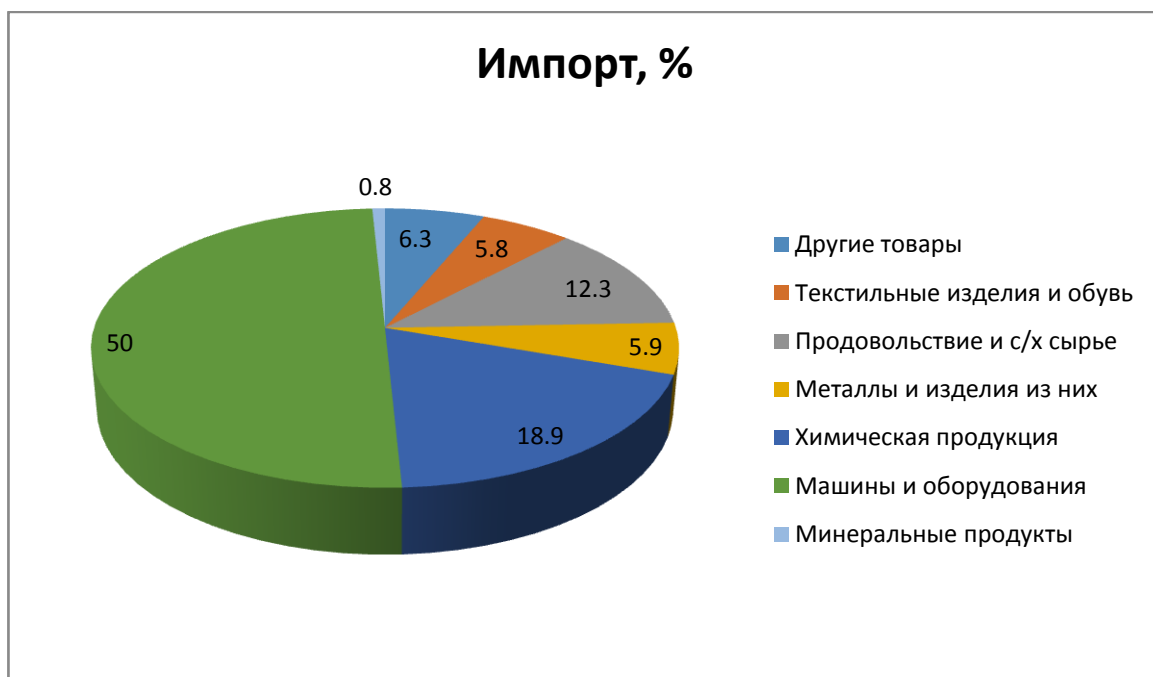


Рис. 2.11. Товарная структура импорта в страны Дальнего Зарубежья в январе-июне 2017 г.

Составлено по материалам: [75]

Внешняя торговля со странами СНГ показала такие же темпы роста, как и со странами дальнего зарубежья (рис. 2.12). По итогам полугодия внешнеторговый оборот вырос на 27,1% – до \$33,1 млрд. При этом экспорт

увеличился на 26,5% – до \$21,8 млрд., а импорт вырос на 28,3% – до \$11,3 млрд.

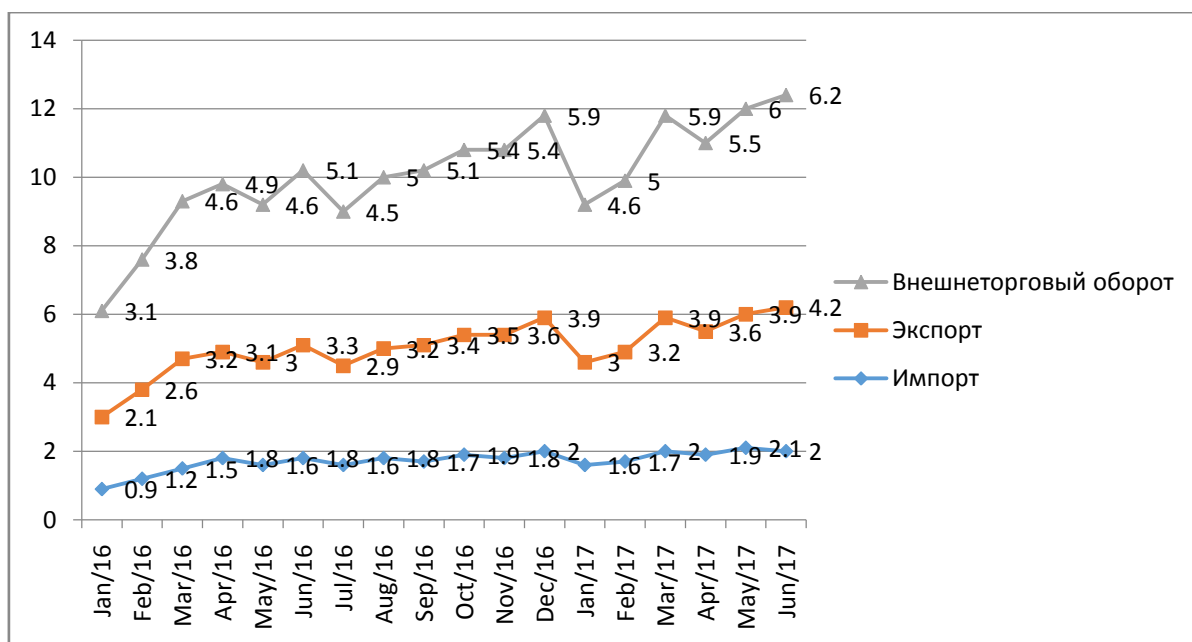


Рис. 2.11. Динамика внешней торговли России со странами СНГ в 2016-июне 2017 г.г. (млрд. долларов)

Составлено по материалам: [75]

Из-за тесной зависимости экономик государств СНГ от России на протяжении последних двух лет наблюдалось снижение показателей производства и ослабление курсов национальных валют государств относительно доллара и евро. Однако теперь внешняя торговля перешла к росту.

Основным торговым партнером России по-прежнему остается Беларусь, внешнеторговый оборот с которой за шесть месяцев 2017 года вырос на 23% и составил \$13,9 млрд. Мы продаем Беларуси нефть, нефтепродукты, металлы и машиностроительную продукцию. Взамен белорусы поставляют нам продукты питания – молоко, масло, сыры, мясо, фрукты и овощи, а также технику и оборудование.

Торговля с другими странами СНГ также показала рост. Так, внешнеторговый оборот с Казахстаном вырос на 37%, Узбекистаном – на 21%.

Самый высокий темп роста показал Азербайджан: торговля с ним выросла на 89%, причем, как за счет роста экспорта, так и за счет импорта. Стало больше поставляться туда транспортных средств, машин и оборудования, однако наш основной экспортный товар – продукты питания. Стали больше продавать зерна, сахара, жиров и масел. Взамен азербайджанцы увеличили к нам ввоз судов, лодок и плавучих конструкций, минерального топлива, фруктов, орехов и металлов.

Торговля России с Украиной тоже налаживается. Внешнеторговый оборот вырос на 34%, причем, как по экспорту, так и по импорту. Больше всего наш экспорт вырос по таким товарам, как минеральное топливо, удобрения, черные металлы, пластмассы и железнодорожные локомотивы. Взамен украинцы стали больше везти к нам механического оборудования, продукции неорганической химии и электроаппаратуры.

Единственной страной, торговля с которой сильно сократилась в первом полугодии, стала Туркмения. Внешнеторговый оборот с ней упал на 66% – до \$203,1 млн. При этом наибольший спад (85%) произошел по импорту, главным образом, за счет снижения поставок пластмасс, минерального топлива и текстиля.

На первом месте в структуре российского экспорта в СНГ – топливно-энергетические товары: на них приходится почти 35% (рис.2.12). Несмотря на то, что стоимостные объемы поставок этих товаров возросли на 20,3%, в физическом выражении экспорт стал меньше, сократившись на 5,1%. В частности, экспорт сырой нефти упал на 23,7%, электроэнергии – на 12,5%. В то же время мы стали на 3,8% больше поставлять природного газа и на 37,8% – нефтепродуктов.

В структуре экспорта 15,8% приходится на машины и оборудование. Стоимостной объем экспорта данных товаров вырос на 45,5%, при этом наибольший роста показали поставки средств наземного транспорта, кроме

железнодорожного. Их поставки в страны СНГ выросли на 80,5%. В физическом выражении мы на треть увеличили вывоз грузовиков.

Среди других промышленных товаров, увеличился в первом полугодии, – черные металлы (их поставки выросли на 31,2%), ферросплавы (выросли вдвое), удобрения (на 57,5%). Экспорт продовольствия также продолжил рост.

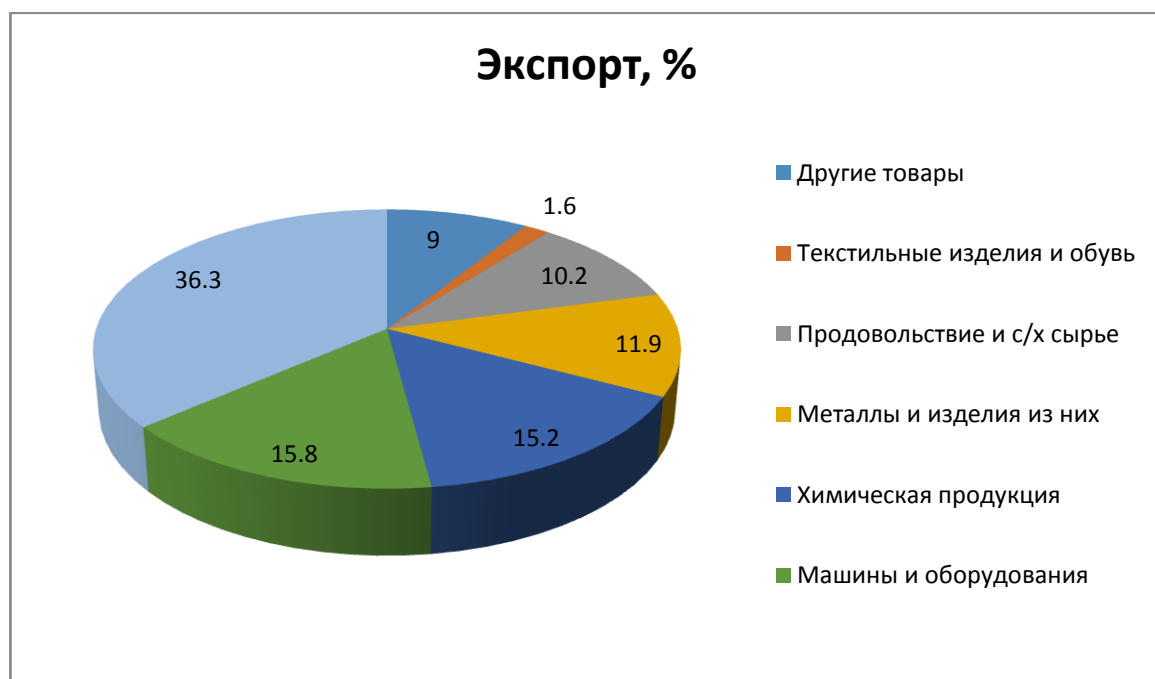


Рис. 2.12. Товарная структура экспорта в страны СНГ в январе-июне 2017 г.

Составлено по материалам: [75]

В импортных поставках из стран СНГ в Россию преобладают продовольственные товары представленные на рисунке 2.13. В январе-июне 2017 в странах Содружества мы стали их закупать меньше на 2,6%. В частности, упал импорт сыров и творога на 4,5%, молока и сливок – на 4,3%. По закупкам этих товаров мы стали в большей степени ориентироваться на страны дальнего зарубежья. В то же время страны СНГ продали нам на 19% больше домашней птицы, на 6,2% больше – сливочного масла.

Закупки машин и оборудования выросли на 20%, в основном за счет железнодорожной техники, поставки которой стали больше почти в два раза.

Поставки металлов тоже показали высокие темпы роста – их импорт вырос на 66,5% по стоимости и на 43,6% – по физическому объему за счет роста импорта плоского проката и металлических труб.

Кроме того, продолжают увеличиваться закупки текстильной продукции. Они увеличились на 17,3% в стоимостном выражении и на 28,6% – в физическом. После того, как в прошлом году курс рубля снизился, а в отношении турецкого текстиля стал действовать негласный запрет на ввоз, наши компании стали закупать больше текстиля в Узбекистане, Туркмении и других странах СНГ.

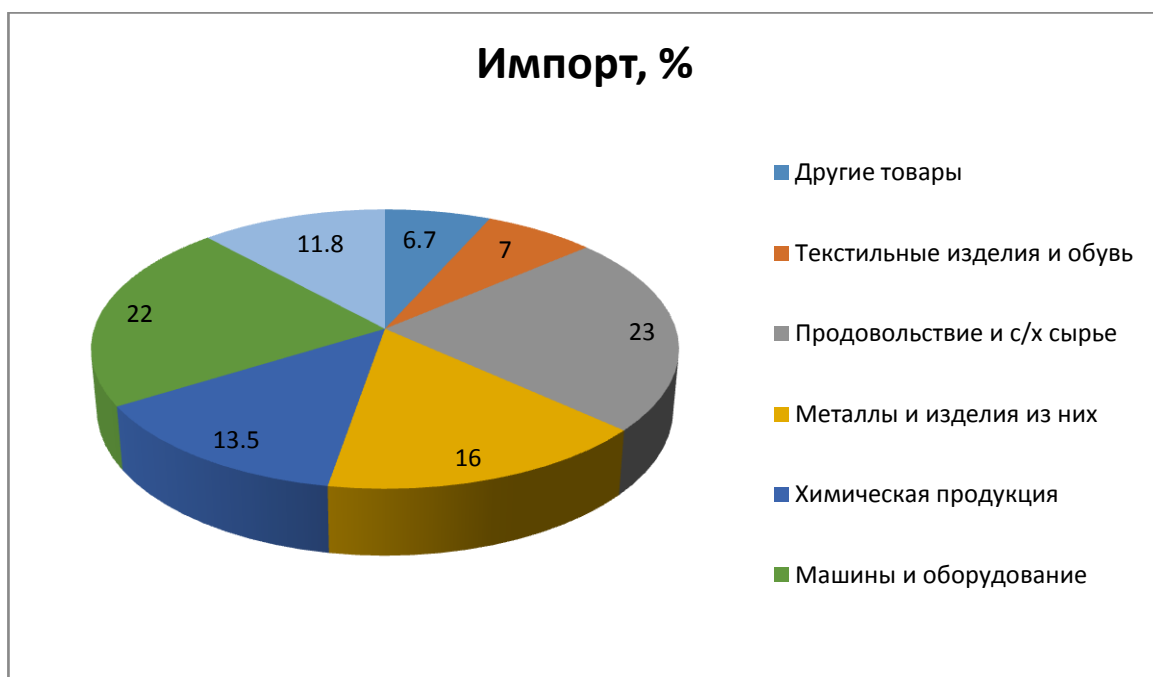


Рис. 2.13. Товарная структура импорта в страны СНГ
в январе-июне 2017 г.

Составлено по материалам: [75]

Таким образом, можно сделать вывод, что внешняя торговля России к концу 2017 года окажется в плюсе по сравнению с провальным 2016 годом. По подсчетам Центробанка, к концу 2017 года экспорт составит \$323 млрд., а импорт – \$219 млрд. Тем не менее, выйти на докризисные объемы вряд ли удастся. Даже при оптимистичном варианте мы едва ли превысим объем 2013 год, когда наш внешнеторговый оборот составлял \$842,3 млрд.

ГЛАВА 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ С УЧЕТОМ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СПЕЦИФИКИ

3.1. Программы развития системы государственной поддержки российского предпринимательства в сфере торговли на современном этапе

Предпринимательство в России, будучи новым экономическим явлением еще 25 лет назад, в настоящий момент состоялось.

Малые и средние предприятия – это 5,6 млн. хозяйствующих субъектов, рабочие места для 18 млн. граждан. Около одной пятой валового внутреннего продукта России, а во многих субъектах Российской Федерации треть и более валового регионального продукта создаются такими организациями.

Сектор малого предпринимательства сосредоточен в сферах торговли и предоставления услуг населению. Средние предприятия в большей степени представлены в сферах с более высокой добавленной стоимостью – обрабатывающая промышленность, строительство, сельское хозяйство.

При этом к настоящему времени в России созданы организационные и нормативно-правовые основы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства.

Реализуется ряд масштабных программ финансовой поддержки, в рамках которых во всех регионах страны предприниматели имеют возможность получить субсидию для возмещения затрат на ведение бизнеса, микрозайм, гарантию по кредиту или кредит на льготных условиях.

Для микропредприятий предусмотрены специальные налоговые режимы, позволяющие оптимизировать систему учета и налоговых платежей.

Приняты меры по расширению доступа малых предприятий к закупкам товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд, а также для нужд компаний с государственным участием.

В субъектах Российской Федерации сформирована сеть организаций, образующих инфраструктуру информационно-консультационной и имущественной поддержки предпринимательства.

Развернута работа по пересмотру административных процедур, связанных с регулированием предпринимательской деятельности, в рамках «дорожных карт» Национальной предпринимательской инициативы.

Вместе с тем вклад малого и среднего предпринимательства в общие экономические показатели в России существенно ниже, чем в большинстве не только развитых, но и развивающихся стран.

Можно констатировать, что малое и среднее предпринимательство в Российской Федерации – это в первую очередь микробизнес (95,5 % от общего числа субъектов малого и среднего предпринимательства). Число средних предприятий сравнительно невелико, в связи с чем такие предприятия не играют весомой роли в обеспечении экономического развития.

На малые и средние организации приходится только 5 - 6 % от общего объема основных средств и 6 - 7 % от объема инвестиций в основной капитал в целом по стране.

Производительность труда на малых и средних предприятиях в России, по оценке Министерства экономического развития Российской Федерации, отстает от уровня развитых стран в 2 - 3 раза.

В последние годы динамика развития малого и среднего предпринимательства является отрицательной. Доля малых и средних предприятий в обороте предприятий по экономике в целом, по данным Росстата, поступательно снижается. Падение показателя только в 2014 году по сравнению с 2013 годом составило 1,8 п. п. – с 34,2 % в 2013 году до 32,4 % в 2014 году [79].

В 2014 году доля экспорта малых и средних предприятий в общем объеме экспорта Российской Федерации, по данным Федеральной таможенной службы, составила около 6 процентов. В то же время вклад малых и средних предприятий в экспорт развитых стран довольно значителен: их доля в общем объеме экспорта, по данным ОЭСР, достигает от 25 до 35 процентов. В отдельных развивающихся странах вклад малых и средних предприятий в экспорт продукции еще выше: в Корее – около 40 %, в Китае – более 50 процентов.

Остается низкой инновационная и инвестиционная активность малых и средних организаций.

Наблюдается рост уровня неформальной занятости в сфере малого и среднего предпринимательства, что связано в первую очередь со сложными процедурами государственного регулирования, административным давлением, высоким уровнем финансовой нагрузки.

Малый и средний бизнес развивается на территории России неравномерно. Распределение субъектов малого и среднего предпринимательства по регионам характеризуется высокой степенью концентрации. Согласно статистическим данным, на 10 субъектов Российской Федерации с наибольшим количеством малых и средних предприятий – юридических лиц приходится около 46 % от общего количества субъектов малого и среднего предпринимательства – юридических лиц. На отдельных территориях (в первую очередь монопрофильные города и муниципальные образования, удаленные от административных центров) широкое развитие получили вынужденные формы предпринимательства. Низкий платежеспособный спрос, недостаток компетенции и слабый уровень развития бизнес – инфраструктуры препятствуют ведению предпринимательской деятельности в качественно новых форматах.

Отдельные меры, принятые в сфере экономической и социальной политики в последние годы, не учитывали интересы малых и средних

предприятий. Среди таких мер – отмена льготы по налогу на имущество организаций для плательщиков специальных налоговых режимов, введение торгового сбора, произвольные изменения схем размещения нестационарных торговых объектов в отдельных субъектах Российской Федерации, влекущие сокращение количества таких объектов, и ряд других.

Более того, система административно-правового регулирования в отдельных отраслях и сферах остается недружественной по отношению к небольшим организациям и не учитывает специфику ведения предпринимательской деятельности в рамках малых форм хозяйствования. В сочетании с высоким уровнем фискальной нагрузки данные обстоятельства не позволяют малым предприятиям, находящимся на начальных этапах деятельности, увеличить рынок сбыта продукции, повысить доходность бизнеса и таким образом обеспечить переход компании из микробизнеса в малый или средний бизнес.

Недостаточное внимание к специфике деятельности малого и среднего бизнеса при проектировании и реализации регуляторных решений снижает уровень доверия предпринимателей к государству, создает дополнительные стимулы к уходу бизнеса в теневой сектор экономики, нивелирует положительные эффекты от реализации мер государственной поддержки.

С учетом социально-экономических и внешнеэкономических условий возникает необходимость определения долгосрочной позитивной программы деятельности в сфере развития малого и среднего предпринимательства.

Программа рассматривается как механизм, который позволит скоординировать действия органов власти всех уровней, представителей предпринимательского сообщества и организаций инфраструктуры поддержки и обеспечить на этой основе соответствие принимаемых мер ожиданиям бизнеса и общества в целом по отношению к созданию благоприятных и комфортных условий для реализации предпринимательского потенциала граждан.

Развитие малого или среднего предприятия – это всегда развитие конкретного предприятия на определенной территории.

В качестве основных инструментов реализации политики в сфере развития малого и среднего предпринимательства на региональном и муниципальном уровнях планируется использовать следующие [79]:

- выделение региональных отраслевых точек роста малых и средних предприятий;
- регулярная разработка и реализация программ (подпрограмм), содержащих мероприятия, направленные на развитие малого и среднего предпринимательства;
- создание и развитие объектов инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства (в том числе межрегиональных);
- стимулирование спроса на продукцию малых предприятий в рамках закупок товаров, работ и услуг для государственных и муниципальных нужд и закупок товаров, работ и услуг отдельными видами юридических лиц;
- предоставление льгот по налогам в рамках специальных налоговых режимов;
- выделение территорий опережающего развития и содействие развитию кластеров малых и средних предприятий;
- оказание имущественной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства;
- учет потенциала для развития малых и средних предприятий при территориальном планировании.

В целях обеспечения комплексного подхода на федеральном уровне будет осуществляться методическое сопровождение разработки и реализации государственных программ (подпрограмм) субъектов Российской Федерации и муниципальных программ (подпрограмм), содержащих мероприятия, направленные на развитие малого и среднего предпринимательства.

Реализация мер по развитию малого и среднего предпринимательства будет происходить при поддержке, осуществляемой путем выделения на конкурсной основе субсидий из федерального бюджета на условиях софинансирования со стороны субъектов Российской Федерации.

В целях обеспечения проактивной политики по развитию малого и среднего предпринимательства на региональном и муниципальном уровнях будет сформирована система выявления, оценки и последующего тиражирования лучших практик по поддержке малого и среднего предпринимательства.

Критерии по созданию благоприятных условий для деятельности малых и средних компаний будут рассматриваться в числе основных при оценке работы руководителей регионов и муниципальных образований.

Решение задачи по повышению уровня информированности предпринимателей требует применения проактивного подхода с использованием удобных форматов предоставления запрашиваемых данных.

Одним из важных направлений информационного обеспечения политики в сфере развития малого и среднего предпринимательства является дальнейшее развитие системы сбора статистической информации с использованием современных информационных технологий.

В целях создания системы подтверждения принадлежности хозяйствующих субъектов к категории субъектов малого и среднего предпринимательства будет сформирован реестр субъектов малого и среднего предпринимательства, содержащий сведения не только о категории субъекта малого и среднего предпринимательства, но и о видах деятельности, производимой продукции, действующих лицензиях.

Таким образом, для обеспечения маркетинговой и информационной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, прежде всего представляющих «массовый» сектор на основе результатов проведения комплекса маркетинговых исследований и взаимодействия с отраслевыми

общественными объединениями и экспертным сообществом будет разработана геомаркетинговая информационно-аналитическая система (маркетинговый навигатор), обеспечивающая сбор, обработку, хранение и предоставление информации о рыночной среде, перспективных местах для развития различных видов бизнеса, каталоге типовых бизнес-планов для отдельных видов деятельности, всех существующих видах поддержки малых и средних предприятий.

3.2. Основные направления в управлении системой регулирования поддержки предпринимательства в сфере торговли в России

В 2015 году в соответствии с Указом Президента Российской Федерации «О мерах по дальнейшему развитию малого и среднего предпринимательства» и Федеральным законом «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» создано АО Корпорация «МСП», которое будет осуществлять деятельность в качестве государственного института развития малого и среднего предпринимательства.

АО Корпорация «МСП» будет обеспечено решение следующих задач:

- оказание финансовой, инфраструктурной, имущественной, юридической, методологической и иной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства;
- привлечение денежных средств российских, иностранных и международных организаций в целях поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;
- организация системы информационного, маркетингового, финансового и юридического сопровождения инвестиционных проектов, реализуемых субъектами малого и среднего предпринимательства;
- организация мероприятий, направленных на увеличение доли закупок товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц у

субъектов малого и среднего предпринимательства;

- обеспечение проведения совместно с конкретными заказчиками, определяемыми Правительством Российской Федерации, и органами государственной власти субъектов Российской Федерации мероприятий по развитию («довыращиванию») субъектов малого и среднего предпринимательства;

- обеспечение взаимодействия с органами государственной власти Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными органами и организациями в целях оказания поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства;

- обеспечение совершенствования мер государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

АО Корпорация «МСП» выступит системным интегратором мер поддержки малого и среднего предпринимательства.

В частности, на базе АО Корпорация «МСП» будет сформирован единый центр финансово-кредитной поддержки малого и среднего предпринимательства как «массового», так и высокотехнологичного сектора.

АО Корпорация «МСП» совместно с органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации будут обеспечены разработка и внедрение стандартов оказания различных форм и видов поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства на федеральном, региональном и муниципальном уровнях, в том числе в рамках деятельности организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

АО Корпорация «МСП» будет также организована реализация системных проектов в области пропаганды и популяризации предпринимательской деятельности.

В целях снижения издержек бизнеса, связанных с доступом к правовой и маркетинговой информации, на базе АО Корпорация «МСП» будет

организована система информационно-консультационной и маркетинговой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

Предоставление услуг АО Корпорация «МСП» будет организовано на базе сети многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг, а также организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

Одновременно будет рассмотрен вопрос создания специализированных многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг для бизнеса, которые обеспечат предоставление полного спектра услуг и поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства, в том числе комплексных услуг в зависимости от «бизнес-ситуации», по принципу «одного окна», а также в электронном виде. При этом АО Корпорация «МСП» будет задействовать инфраструктуру «электронного правительства» и предлагать новые сервисы для создания и ведения бизнеса, в том числе с использованием мобильных устройств.

Кроме того, АО Корпорация «МСП» совместно с отдельными заказчиками и органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации будут реализованы меры по увеличению доли закупок товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц у субъектов малого и среднего предпринимательства.

Предстоит организовать единую систему мониторинга оказания поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства органами власти разного уровня, а также организациями, образующими инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

Большой потенциал для развития малого и среднего предпринимательства существует в социальной сфере.

Предлагается применить комплексный подход к решению задачи по увеличению доли субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере

социальных услуг. Основным направлением данной работы станет снятие ограничений для вхождения новых организаций на рынок социальных услуг.

Отдельную категорию предпринимателей, действующих в социальной сфере, составляют предприниматели, специализирующиеся на производстве продукции и предоставлении услуг в интересах социально уязвимых и малоимущих групп граждан либо создающие рабочие места для таких групп граждан, – субъекты социального предпринимательства.

В рамках Программы будут сформированы дополнительные механизмы поддержки малых и средних предприятий, осуществляющих деятельность в области социального предпринимательства. В целях повышения адресности при оказании поддержки предстоит уточнить сферы, в которых может осуществляться деятельность, отнесенная к социальному предпринимательству, установить критерии отнесения хозяйствующих субъектов к субъектам социального предпринимательства.

Закупки продукции для нужд органов государственной власти, органов местного самоуправления и отдельных видов юридических лиц – это рынок с годовым объемом свыше 25 трлн. рублей (что эквивалентно 30 % от валового внутреннего продукта России по данным 2015 года), в рамках которого возможно динамичное развитие малых и средних предприятий.

Расширению доступа малых и средних предприятий к закупкам товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд и к закупкам товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц будут способствовать меры по совершенствованию соответствующего законодательства Российской Федерации.

При этом в целях содействия встраиванию малых и средних предприятий в производственные цепочки отдельных видов юридических лиц будут приняты меры, предусматривающие:

- повышение прозрачности закупок товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц;

- сокращение издержек потенциальных поставщиков в связи с участием в закупках за счет широкого внедрения технологий электронных торгов;
- постепенное наращивание обязательной квоты по закупкам у субъектов малого и среднего предпринимательства с 18 % в 2016 году до минимум 25 % начиная с 2018 года;
- проведение регулярного анализа потребностей заказчиков в привлечении к исполнению заказов малых и средних предприятий;
- организацию мероприятий, направленных на повышение уровня технологической и организационной готовности малых и средних предприятий к участию в закупках;
- организацию методического содействия малым и средним предприятиям для участия в закупках;
- создание реестров надежных поставщиков из числа субъектов малого и среднего предпринимательства, производственные мощности и профессиональные компетенции которых позволят обеспечить исполнение договоров, заключаемых с заказчиками;
- содействие формированию системы совещательных органов, отвечающих за аудит эффективности закупок у субъектов малого и среднего предпринимательства;
- разработку и реализацию программ партнерства между заказчиками и малыми и средними предприятиями.

Малые и средние предприятия, работающие в сфере потребительского рынка, помимо решения социальных задач, связанных с созданием рабочих мест для граждан, обеспечивают индивидуальный подход к покупателям, узкую товарную специализацию, а также являются одним из основных каналов сбыта для мелких и средних производителей, в том числе местных сельхозпроизводителей.

Важнейшими приоритетами Программы выступают развитие

многоформатной инфраструктуры потребительских рынков и создание необходимых условий для развития торговли в России.

При этом развитие потребительского рынка будет осуществляться по следующим направлениям:

- обеспечение реализации права предпринимателей на осуществление торговли в разрешенных законодательством Российской Федерации местах;
- включение в показатели оценки эффективности деятельности должностных лиц органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления дополнительных показателей, характеризующих обеспечение жителей услугами торговли;
- обеспечение полного удовлетворения со стороны органов местного самоуправления заявок от малых и средних торговых предприятий на расширение деятельности;
- обеспечение учета потребностей малого и среднего предпринимательства в сфере торговли при проектировании и реализации проектов городского общественного транспорта, проектов общественных пространств, проектировании новых жилых микрорайонов;
- развитие ярмарочной торговли и максимальное упрощение всех процедур для организации и проведения ярмарок и участия в них;
- развитие автоматизированных форм торговли;
- развитие многоформатной торговой инфраструктуры, прежде всего несетевых объектов малого и среднего предпринимательства;
- создание условий для организации современных сельскохозяйственных и продовольственных рынков для обеспечения максимального доступа малых и средних сельскохозяйственных производителей к потребителю;
- развитие семейного торгового бизнеса, прежде всего в стационарных помещениях, на основе предоставления данной категории предпринимателей права собственности либо права на долгосрочную аренду

таких помещений при условии осуществления определенных видов деятельности (булочные, кондитерские, мясные лавки, рыбные магазины и пр.);

- развитие дистанционной торговли совместно с формированием системы почтовой и курьерской доставки и развитием системы электронных платежей;

- развитие франчайзинга, снижающего риски начинающих предпринимателей в сфере услуг и торговли, поддержка франшиз.

Кроме того, будет обеспечено развитие ярмарок выходного дня и предоставление площадок для торговли в центрах предпринимательской активности и в густонаселенных районах (в непосредственной близости от торговых сетей).

Проблема доступа субъектов малого и среднего предпринимательства (в первую очередь из «массового» сектора) к финансовым ресурсам решается за счет развития микрофинансирования.

Для расширения доступности микрофинансовых услуг необходимо создать условия для эффективного взаимодействия микрофинансовых организаций с заемщиками, органами государственной власти, Банком России и соответствующими институтами поддержки, а также для дальнейшего развития кредитной кооперации (в том числе в рамках деятельности сельскохозяйственных кредитных кооперативов).

Преобладающая для малых и средних предприятий часть кредитов на рынке – это краткосрочные и небольшие по сумме займы. На долгосрочные или инвестиционные кредиты (сроком более трех лет) приходится незначительная часть портфеля кредитов.

В целях создания дополнительных условий для привлечения долгосрочного финансирования предполагается обеспечить развитие проектного финансирования и синдицированного кредитования малых и средних предприятий.

Механизм секьюритизации позволит привлечь ресурсы институциональных инвесторов для целей кредитования малых и средних предприятий, а также средства банков, которые в настоящий момент размещаются ими на рынке ценных бумаг. В то же время банки, кредитующие сектор малого и среднего предпринимательства, смогут существенно повысить ликвидность соответствующих активов.

Поэтапное развитие рынка секьюритизации кредитов малым и средним предприятиям потребует создания благоприятных регуляторных условий, направленных на снижение нагрузки на капитал банков, осуществляющих сделки на данном рынке. При этом необходимо обеспечить равный статус российских и международных институтов развития в части устанавливаемых коэффициентов риска по их обязательствам и нагрузки на капитал.

Недостаток собственного капитала и снижающаяся доступность традиционных источников финансирования имеют решающее значение для использования механизма лизинга малыми и средними предприятиями.

Развитию лизинговой поддержки малых и средних предприятий будут способствовать механизмы стимулирования кредитования лизинговых компаний, направленные на поддержку производителей оборудования и транспорта для передачи в финансовую аренду лизингополучателям – субъектам малого и среднего предпринимательства.

Услуги факторинга играют особую роль в деятельности малых и средних предприятий. В отсутствие достаточного залогового обеспечения возможности кредитования малых и средних предприятий ограничены, тогда как факторинг может обеспечиваться правом регресса к кредитоспособному контрагенту малого или среднего предприятия.

В целях развития факторинга и повышения на этой основе доступности финансовых ресурсов для малых и средних предприятий предполагается реализовать меры по следующим направлениям:

- развитие системы стандартов факторинга и принципов оценки

кредитного риска;

- расширение практики использования факторинговых схем при исполнении контрактов для нужд государственного сектора экономики;
- содействие развитию электронных площадок для осуществления сделок в рамках факторинга.

К важным экономическим инновациям последнего времени относится появление новых инструментов финансирования, позволяющих расширять границы инвестирования в бизнес-проекты.

Биржи с обращением акционерного или долгового капитала являются альтернативным источником финансирования субъектов малого и среднего предпринимательства.

В Российской Федерации действует Московская биржа, при которой выделен специальный сектор «Рынок инноваций и инвестиций», предназначенный для привлечения инвестиций в развитие высокотехнологичных малых и средних компаний. Планируется обеспечить дальнейшее развитие указанной площадки.

Альтернативный источник финансирования проектов субъектов малого и среднего предпринимательства на ранних стадиях развития, в первую очередь высокотехнологичных компаний, – коллективное финансирование (краудфандинг и краудинвестинг).

Таким образом общее управление реализацией Программы будет осуществлять Правительственная комиссия по вопросам конкуренции и развитию малого и среднего предпринимательства.

Координировать деятельность по содействию развитию малого и среднего предпринимательства будет Министерство экономического развития Российской Федерации при участии АО Корпорация «МСП».

Так же, обеспечение реализации поставленных задач по развитию малого и среднего предпринимательства требует формирования и развития механизмов многостороннего взаимодействия между органами государственной власти,

предпринимательскими объединениями, научными и образовательными организациями.

3.3. Экономическая эффективность механизмов регулирования предпринимательства в сфере торговли

Проблема государственного регулирования торговой деятельности стала актуальной в последние годы в связи с необходимостью упорядочения отношений по ее организации и устранению излишних административных барьеров в торговле, формирования конкурентной среды, рыночной и недискриминационной системы реализации товаров.

Функция государства по регулированию торговой деятельности реализуется с помощью различных экономических и административных методов, которые получают юридическое оформление в нормативно-правовых актах, образующих правовую основу ее осуществления.

Особенностью нормативно правового регулирования торговой деятельности в России является формирование правовой базы регулирования в рамках гражданского законодательства. Отраслевое торговое законодательство развивается под сильным влиянием гражданского права. К законодательным актам общего регулирования относится Гражданский Кодекс РФ, который регулирует имущественные отношения, складывающиеся между субъектами хозяйственной деятельности, определяет их гражданско-правовой статус, порядок совершения сделок по купле-продаже и является базой для специального законодательства в сфере предпринимательства.

Однако Гражданский Кодекс РФ, будучи частноправовым нормативным актом, включает лишь те нормы предпринимательского права, которые имеют частноправовой характер. Публично-правовые нормы по организации торговой деятельности им не охватываются. Торговая деятельность нуждается в развитии собственного торгового законодательства.

В настоящее время основной задачей, направленной на повышение

эффективности правового регулирования торговых отношений, является проведение кодификации торгового законодательства. Принятие торгового кодекса позволило бы ликвидировать существующие пробелы в нормативном правовом регулировании коммерческих отношений, повысить социальную значимость торговли, систематизировать торговое законодательство. Так, правовой статус многих субъектов оптовой торговли, реально существующих на рынке, вообще ничем не урегулирован. Это касается дилеров, дистрибьютеров, торговых домов и т. д.

Федеральный закон от 28.12.2009 «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» определяет государственную торговую политику, но не решает существующих проблем в области договорного регулирования торговых отношений. Необходимо законодательное закрепление договорных форм, отражающих специфику торговли, таких как дистрибьюторская, маркетинг, в области электронной торговли, а также иных правил, отражающих особенности заключения, изменения и расторжения торговых договоров, исполнения договорных обязательств [7].

Электронная торговля – это сложное явление современного этапа глобализации. Эта торговля имеет ряд преимуществ: она позволяет даже самым маленьким фирмам выходить на рынки разного уровня независимо от местоположения, повышает конкурентоспособность, от этого эластичность спроса выше, чем на традиционных рынках.

Как известно, потребители тоже получают ряд преимуществ: покупатель независимо от его местоположения может выбрать товар, который пожелает; может заказать товар в удобное для него время, доставку товара в любое время и место.

Однако кроме вышеперечисленных преимуществ электронная торговля обладает рядом недостатков: проблемы, связанные с правовым регулированием, невозможность непосредственного контакта с предметом,

недоверие к электронным платежам и др.

С одной стороны, электронная торговля – это предпринимательская деятельность, отвечающая определенным в гражданском законодательстве признакам предпринимательской деятельности, а с другой - это использование информационно-телекоммуникационных сетей в целях осуществления торговой деятельности специфичным способом.

В связи с этим в Законе РФ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» целесообразно дать понятие электронной торговли. Электронную торговлю следует признать формой торговой деятельности [7].

В связи с актуальностью проблемы фальсификации товаров необходимо перейти к разработке и, как следствие, принятию программ на федеральном и региональном уровне по обеспечению безопасности, защите потребителя, созданию нормативно-технической документации, подготовке специалистов нового уровня, широкой пропаганде простейших методов обнаружения фальсификации на предприятии и в домашних условиях.

В Законе «О защите прав потребителей» ничего не сказано о фальсификации и наносимом ею ущербе, поэтому необходимо в срочном порядке принять закон о фальсификации продуктов потребления. Отсутствуют четкие критерии, позволяющие должным образом идентифицировать товары, обнаруживать по результатам идентификации подделки. Поэтому появился рынок сбыта фальсифицированных товаров как отечественного, так и импортного производства .

В сентябре прошлого года в Госдуму был внесен законопроект, предусматривающий введение запрета на использование при производстве продуктов пальмового масла, ГМО и ряда пищевых добавок. Однако Правительство подготовило отрицательный отзыв на законопроект, в котором говорится, что по договору о Евразийском экономическом союзе требования к продуктам устанавливаются на уровне союза и Россия не

может ввести дополнительные обязательные требования на своей территории.

Есть очень серьезная проблема, связанная с фальсификацией продуктов пальмовым маслом. Вреда для здоровья от употребления качественного пальмового масла не будет. Другой вопрос в том, что неизвестно, какого качества и какие именно заменители молочного жира используют недобросовестные производители. Ведь существует как пищевое, так и техническое пальмовое масло. Если это техническое, плохо очищенное пальмовое масло, то оно может содержать вредные для здоровья продукты перекисного окисления жира. При этом фальсификат (то есть продукт, в который внесено неуказанное на этикетке пальмовое масло) можно распознать только по итогам лабораторных исследований. А простой потребитель никогда сам не сможет определить присутствие в продукте заменителя молочного жира.

Необходимо также отметить, что помимо фальсифицированных товаров рынки сбыта заполняют еще товары – заменители натуральных продуктов (суррогаты). Из-за отсутствия действующих законов, в которых бы устанавливалась административная и уголовная ответственность за фальсификацию товаров, из-за несогласованности деятельности органов государственного контроля, а порой и его отсутствия потребитель остается не защищенным от обмана.

Государственное регулирование в торговле в настоящее время приобретает особое значение ввиду злоупотреблений в вопросах ценообразования. Цены не регулируются государством, за исключением отдельных видов товаров, на которые федеральными законами предусмотрено государственное регулирование цен, торговых надбавок к ценам на них, в том числе установление их предельных (максимального и/или минимального) уровней. Устанавливать цены на свою продукцию, которые обеспечивают достойную прибыль, – это естественное стремление предпринимателя, более

того, это смысл его деятельности в соответствии с Гражданским Кодексом РФ. Однако потребитель нередко сталкивается со случаями неоправданного завышения цен на товар недобросовестными участниками торгового оборота.

Часть магазинной стоимости продукта оседает в кошельках людей, не имеющих прямого отношения к его изготовлению, упаковке, рекламе и транспортировке, поскольку в ходе производства изготовителей попросту принуждают заключать кулуарные сделки с регулируемыми все вокруг органами и местными властями.

Наиболее актуальной и неразрешенной является проблема качества товара и качества торгового обслуживания населения. Существующий Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» нормирует, но не определяет четкого механизма управления данным явлением. Российские потребители имеют минимальную степень защищенности собственных прав в области обеспечения качества товаров и услуг по причине отсутствия реально работающих государственных контролирующих организаций в данном направлении.

Некачественное питание – это мина замедленного действия. Задача государства – оберегать здоровье людей.

Введение Россией продуктового эмбарго на ряд товаров из стран Запада в ответ на санкции ЕС еще больше ухудшило ситуацию, поскольку возникший на полках магазинов дефицит пришлось спешно закрывать. При этом государственные контрольные органы оказались не в силах справиться с потоком новой продукции.

В условиях сложной современной ситуации в экономике нашей страны в целом и в отрасли торговли в частности возрастает потребление товаров отечественного производства. В связи с этим повышается роль ярмарочной торговли и торговли на рынках. Традиционная проблема – это проблема взаимоотношений поставщиков и розничных сетей. Чтобы пробиться на прилавки магазинов, изготовителю приходится платить продавцу. И чем

крупнее оборот магазина или сети, тем крупнее так называемая плата за вход на полку. Немалых денег стоит и правильное местонахождение товара на полке, чтобы мерчандайзер сети поместил его на особо проходном месте или на нужной высоте, а не над потолком или на нижней полке.

Именно отсутствие доступа к конечному потребителю препятствует развитию российских мелких и средних хозяйств и ухудшает положение с продовольственной безопасностью страны, а также приводит к увеличению зависимости России от импортных поставок продуктов питания и лишает население нашей страны возможности приобретать качественные продукты российского производства.

Таким образом, хотелось бы сказать, что существует острая необходимость в контроле за продовольственным рынком. Законы, такие как «О качестве и безопасности пищевых продуктов», «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения», «О техническом регулировании», должны работать более эффективно.

Впрочем, установление требований к субъектам торговой деятельности при отсутствии эффективной системы государственного контроля не имеет смысла. Что касается государственного контроля (надзора) в области торговой деятельности как метода государственного регулирования, то основные принципы его реализации изложены в ст. 16 Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Поскольку нормы названной статьи содержат отсылки к законодательству РФ, государственный контроль (надзор) в области торговой деятельности организуется и осуществляется в соответствии с Федеральным законом «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» и другими федеральными законами, входящими в состав законодательства о государственном контроле (надзоре).

Государственный контроль реализуется посредством различных мероприятий по контролю, представляющих собой совокупность действий должностных лиц органов государственного контроля (надзора), связанных с проведением проверки выполнения юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем обязательных требований, осуществлением необходимых исследований (испытаний), экспертиз, оформлением результатов проверки и принятием мер по результатам проведения мероприятия по контролю.

Проблема создания эффективного механизма государственного контроля (надзора) в сфере торговой деятельности представляет собой важную задачу государства. В то же время попытки ее решения не носят системного характера. Так, остались неразрешенными проблемы малой эффективности системы контроля (надзора). Как показывает анализ правоприменительной практики, при осуществлении контрольно-надзорных мероприятий нередко нарушаются права субъектов предпринимательства со стороны публичных органов власти, что влечет за собой неблагоприятные последствия для хозяйствующих субъектов. Среди наиболее распространенных нарушений прав предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) можно назвать нарушение сроков проведения контроля, нарушение порядка привлечения к ответственности, осуществление проверок без соответствующего правового основания и т. д.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной выпускной квалификационной работе были изучены функции и формы предпринимательства в сфере торговли, а так же методика

государственного регулирования предпринимательства в сфере торговли. Проанализированы показатели предпринимательства в сфере торговли в РФ со странами СНГ. Особое внимание было уделено исследованию специфики государственного воздействия на предпринимательство в сфере торговли в российской экономической реальности и выявлению эффективности механизмов регулирования предпринимательства в сфере торговли.

Поскольку предпринимательство оказывает непосредственное влияние на сектор развития российской экономики, следовательно, в данной работе было уделено внимание программам развития системы государственной поддержки российского предпринимательства в сфере торговли, а так же управлению системой регулирования поддержки предпринимательства в России.

Итак, на основе проведенного исследования, можно сделать следующие выводы:

1. Проведя исторический обзор зарождения предпринимательства, мы пришли к выводу, что интенсивному развитию предпринимательства способствовали принципы реформирования торгового предпринимательства с целью вывода его на новый уровень развития и формирования качественно новой торговой культуры в российской экономике.

2. Рассмотрев функции и формы предпринимательства в сфере торговли, важно отметить, что торговля – важное звено в осуществлении распределения по труду. Так же торговля способствует сближению уровня жизни населения разных социальных групп, разных регионов и стран. Это обусловлено общественным разделением труда и характером обращения товаров народного потребления.

3. Рассмотрев методику государственного регулирования предпринимательства в сфере торговли, можно сделать вывод, что основная задача государственного регулирования заключается в поддержании стабильности рынка и обеспечении его социальной направленности, что может быть реализовано с помощью определенных принципов. Применение

принципов механизма государственного регулирования предпринимательской деятельности будет зависеть от той модели рыночной экономики, которую хотим иметь. В условиях социально-ориентированной рыночной экономики основными принципами являются динамичность, системность, стабильность, адаптивность, гибкость, рациональность (оптимальность), оперативность, ответственность, достоверность, эффективность и др.

4. Проведя анализ действующей системы формирования и реализации механизмов регулирования торговли, показав, что на сегодняшний день действующая организационная структура государственного управления и механизмы, заложенные в основу принятия стратегических решений на государственном и региональном уровнях, требуют определенных корректировок.

5. Анализ предпринимательства в сфере торговли в Белгородской области показал, что для достижения показателей, предусмотренных стратегией развития торговли в Белгородской области к 2020 году, необходимо обеспечить качественно новый, улучшенный, цивилизованный образ потребительского рынка, который сможет удовлетворять высокий темп его развития, создание новых рабочих мест и инвестиционной привлекательности сектора торговли. Так же проведенный анализ показал, что экономическое развитие региона и страны в большей степени обеспечивают средние предприятия. Но роль микропредприятий в хозяйственной жизни страны, безусловно, велика, так как они обеспечивают занятость и создают комфортную среду для граждан.

6. Рассмотрев динамику показателей предпринимательства в сфере торговли в РФ со странами СНГ, можно сделать вывод, что внешняя торговля России к концу 2017 года окажется в плюсе по сравнению с провальным 2016 годом. По подсчетам Центробанка, к концу 2017 года экспорт составит \$323 млрд., а импорт – \$219 млрд. Тем не менее, выйти на докризисные объемы вряд ли удастся. Даже при оптимистичном варианте Россия едва ли превысит объем 2013 год, когда внешнеторговый оборот составлял \$842,3 млрд.

7. Рассмотрев программы развития системы государственного регулирования поддержки российского предпринимательства в сфере торговли, можно сделать вывод, что для обеспечения маркетинговой и информационной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, прежде всего представляющих «массовый» сектор на основе результатов проведения комплекса маркетинговых исследований и взаимодействия с отраслевыми общественными объединениями и экспертным сообществом будет разработана геомаркетинговая информационно-аналитическая система (маркетинговый навигатор), обеспечивающая сбор, обработку, хранение и предоставление информации о рыночной среде, перспективных местах для развития различных видов бизнеса, каталоге типовых бизнес-планов для отдельных видов деятельности, всех существующих видах поддержки предприятий.

8. Управление системой регулирования поддержки предпринимательства в сфере торговли будет Министерство экономического развития Российской Федерации при участии АО Корпорация «МСП». Так же, обеспечение реализации поставленных задач по развитию малого и среднего предпринимательства требует формирования и развития механизмов многостороннего взаимодействия между органами государственной власти, предпринимательскими объединениями, научными и образовательными организациями.

9. *Проблема государственного регулирования торговой деятельности стала актуальной в последние годы в связи с необходимостью упорядочения отношений по ее организации и устранению излишних административных барьеров в торговле, формирования конкурентной среды, рыночной и недискриминационной системы реализации товаров. Как показывает анализ, при осуществлении контрольно-надзорных мероприятий нередко нарушаются права субъектов предпринимательства со стороны публичных органов власти, что влечет за собой неблагоприятные последствия для хозяйствующих субъектов. Среди наиболее распространенных нарушений прав*

предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) можно назвать нарушение сроков проведения контроля, нарушение порядка привлечения к ответственности, осуществление проверок без соответствующего правового основания и т. д.

10. Среди основных проблем, тормозящих развитие предпринимательства, необходимо отметить – несовершенство финансовой, денежной, кредитной, налоговых систем, нормативной и законодательной базы предпринимательства в сфере торговли; в том числе отсутствие системы информационного обеспечения; наличие административных барьеров и чрезмерные бюрократические требования.

11. Рассмотрев приоритетные направления Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2020 года, мы пришли к выводу, что они требуют доработки и совершенствования.

12. Итак, мы предлагаем совершенствовать систему регулирования предпринимательства в сфере торговли для того, чтобы снизить риски возникновения административных барьеров, недобросовестной конкуренции, повысить защищенность прав собственности и контрактных прав, сформировать законодательные условия деятельности бизнеса и их безусловное исполнение.

10. На наш взгляд, для устойчивого развития и повышения конкурентоспособности в России необходимо разработать меры законодательного порядка, стимулирующие кредитование и инвестирование предпринимательства в сфере торговли. Так как проблема финансирования предпринимательства на сегодняшний день стоит довольно остро.

Все перечисленные выше выводы и предложения необходимо учитывать при корректировке стратегии развития предпринимательства в России. Так как стабильное функционирование экономики любого государства в современном мире невозможно без развития и укрепления деятельности субъектов малого и среднего бизнеса. Для нормального функционирования рыночных механизмов

развитие предпринимательства является ключевым направлением экономической политики государства. Соответственно, главной задачей политики органов государственной и исполнительной власти является создание необходимых для этого условий.

СПИСОК ИСПОБЪЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) [Электронный ресурс] : по сост. на 21.07.2014 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

2. Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон : от 30 ноября 1994 г. N51-ФЗ в ред. от **23 мая 2015 г.** // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

3. О государственной поддержке малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон : от 26.06.1995 г. № 594-ФЗ в ред. от 12.07.2017 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

4. Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон : от 26 июля 2000 г. № 57 ФЗ в ред. от 03.04.2017 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

5. Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности [Электронный ресурс] : федер. закон : от 8.12.2003 г. № 164-ФЗ в ред. от 08.12.2010 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс» Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

6. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон : от 24.07.2007 № 209-ФЗ в ред. от 29.12.2015 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

7. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон : от 28.12.2009 г.

№ 381-ФЗ в ред. от 03.07.2016 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

8. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс] : Распоряжение Правительства РФ от 2 июня 2010 г. № 1083-р. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

9. О лицензировании отдельных видов деятельности [Электронный ресурс] : федер. закон : от 04.05.2011 г. № 99-ФЗ в ред. от 31.12.2017 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. Банк «Версия Проф».

10. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области [Электронный ресурс] : от 11.01.2010 г. №40-ФЗ в ред. от 11.11.2015 г. // Белгородская область в цифрах. Краткий статистический сборник. Белгород: Белгородстат.

11. Аборнева, О. Государственное регулирование и поддержка предпринимательства [Текст] / О. Аборнева. – Проблемы теории и практики управления. – 2013. – 276 с.

12. Абчук, В.А. Экономика предпринимательства [Текст] / В.А. Абчук; под ред. В.А. Абчук. – СПб. : Издательства «Альфа», 2012. – 544 с.

13. Аликаева, М. В. Современные тенденции в развитии малого предпринимательства [Текст] / М. В. Аликаева, М. Б. Ксанаева // Российское предпринимательство. – 2013. – № 4 (226). – С. 26-32.

14. Асаул, А.Н. Организация предпринимательской деятельности [Текст] : учеб. пособие / А.Н. Асаул. – М. : Питер, 2016. – 352 с.

15. Аскерова, С.Т. Реализация потенциала внешней торговли как условие повышения конкурентоспособности экономики [Текст] / С.Т. Аскерова // Журнал экономической теории. – 2014. – № 3. – С. 189-193.

16. Басарева, В.Г. Институциональные особенности развития бизнеса в регионах России [Текст] / В.Г. Басарева. – М. : Консорциум экономического исследования и образования, 2013. – 60 с.
17. Балаганская, Е.Н. Всемирная торговая организация: перспективы участия России [Текст] : учеб. пособие для студентов / Е.Н. Балаганская. – М. : Кемеровский институт РГТЭУ, 2012. – 113 с.
18. Бараненко, С.П. Основы предпринимательства [Текст] : учеб. пособие / С.П. Бараненко, М.Н. Дудин, Н.В. Лясников. – М. : Центрополиграф, 2012 – 328 с.
19. Баталов, Д.А. Современное предпринимательство и мировая экономика [Текст] / Д.А. Баталов, О.И. Кирикова, Л.Ю. Питерская. – М. : ВГПУ, 2011. – 131 с.
20. Белых, В.С. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в России [Текст] / В.С. Белых. – М. : Москва. Проспект, 2014. – 432 с.
21. Беспалов, М.В. Особенности развития предпринимательской деятельности в условиях современной России [Текст] / М.В. Беспалов ; под ред. И.Т. Абдукаримова, М.А. Пахомова. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 232 с.
22. Борзенков, Р. Занятость населения в контексте государственной поддержки малого бизнеса [Текст] / Р. Борзенков // Общество и экономика. – 2012. – № 10. – С. 124-143.
23. Бухвальд, Е. Российская модель взаимодействия малого и крупного предпринимательства [Текст] / Е. Бухвальд, А. Виленский // Вопросы экономики. – 2011. – № 12. – С. 34-36.
24. Валигурский, Д.И. Организация предпринимательской деятельности [Текст] 2-е изд., перераб. и доп. / Д.И. Валигурский. – М. : «Дашков и К», 2012. – 250 с.
25. Василенко, И.А. Государственное и муниципальное управление [Текст] : учеб. пособие / И.А. Василенко. – М. : Юрайт, 2013. – 495 с.

26. Ващекин, Н.П. Субъекты предпринимательства в торговле [Текст] / Н.П. Ващекин, С.И. Королева // Социологические исследования. – 2012. – № 6. – С. 90-97.

27. Виленский, А. Парадоксы государственной поддержки частного бизнеса [Текст] / А. Виленский // Экономика и жизнь. – 2013. – № 10. – С. 12-17.

28. Войтоловский, И.В. Основы экономики и управления предпринимательством [Текст] : учеб. пособие / И.В. Войтоловский, Р.К. Горшков. – М. : Экслибрес-Пресс, 2012. – 400 с.

29. Высоцкая, Т.Р. Антикризисные меры поддержки малого предпринимательства [Текст] / Т.Р. Высоцкая // Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения. – 2016. – № 4 (26). – С. 117- 120.

30. Высоцкая, Т.Р. Совершенствование механизма управления развитием малого и среднего предпринимательства [Текст] / Т.Р.Высоцкая // Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения. – 2015. – №4 (17). – С.110-114.

31. Глебова, И.С. Государственное регулирование малого и среднего предпринимательства [Текст] : учеб. пособие / И.С.Глебова, Р.Р. Садырtdинов. – Казань : Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина, 2011. – 326 с.

32. Глисин, Ф.Ф. Деловая активность субъектов предпринимательства в различных секторах экономики России во втором полугодии 2015 года [Текст] / Ф.Ф. Глисин, Г.П. Воронина, О.Н. Лосева // Вопросы статистики. – 2016. – № 5. – С. 50-57.

33. Гудкова, Т.В. Экономика России [Текст] : учеб. пособие / Т.В. Гудкова, С.В. Кайманаков, В.М. Кульков, И.М. Теняков. – М. : Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2017. – 156 с.

34. Гусева Т.А. Налоговое планирование в предпринимательской деятельности. Правовое регулирование [Текст] : учеб. пособие / Т.А. Гусева. – М. : ВольерсКлувер, 2015. – 432 с.

35. Дадашев, И. Эффективность поддержки малого предпринимательства [Текст] / И. Дадашев, Н.Г. Гловацкая // Вопросы экономики. – 2013. – № 7. – С. 34-40.

36. Дадаханова, Р.Р. Современное состояние малого предпринимательства в России [Текст] / Р.Р. Дадаханова // Молодой ученый. – 2013. – №5. – С. 35-36.

37. Дружникова, Е.П. Анализ формирования и развития системы государственного регулирования в сфере торговли [Текст] / Е.П. Дружникова, А.С. Медведева // Вестник науки и образования. – 2017. - № 12(36). – С. 51-56.

38. Еваленко, М. Региональное преломление общих проблем развития предпринимательства в России [Текст] / М. Еваленко // Российский экономический журнал. – 2011. – № 2. – С. 21-32.

39. Егоров, И.А. Роль транснациональных компаний и государств в процессе глобализации мировой экономики [Текст] / И.А. Егоров // Молодой ученый. – 2013. – № 9 (56). – С. 38-44.

40. Жуликов П.П. Основы предпринимательства [Текст] / П.П. Жуликов, А.С. Фузеев. – М. : Либроком, 2013. – 152 с.

41. Иванов, Г.Г. Экономика организации. Торговля [Текст] : учеб. пособие / Г.Г. Иванов. – М. : ИНФРА-М, 2016. – 310 с.

42. Инструменты анализа инновационной деятельности предпринимательства в России [Текст] / И.М. Бортник [и др.] // Инновации. – 2013. – № 3. – С. 26-38.

43. Иншакова, Е.И. Международное инновационное сотрудничество России как фактор интеграции в инновационные мегасети [Текст] / Е.И. Иншакова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3, Экономика. Экология. – 2013. – № 2 (23). – С. 288-291.

44. Касьяненко, Т.Г. Оценка стоимости бизнеса [Текст] : учеб. пособие / Т.Г. Касьяненко, Г.А. Маховикова. – М. : Юрайт, 2014. – 411 с.
45. Косачев, К. Внешняя политика России: тезисы к стратегии [Текст] / К. Косачев, В. Никонов // Стратегия России. – 2014. – № 4. – С. 56-64.
46. Колпакили, Д.В. Предпринимательская деятельность [Текст] / Д.В. Колпакили. Иркутский государственный лингвистический университет. – 2012. – 394 с.
47. Корноухова, Г.Г. История российского предпринимательства [Текст] : учеб. пособие / Г.Г. Корноухова. – М. : РУДН, 2013. – 187 с.
48. Короткова, Т.Л. Мировая экономика: крат. курс для бакалавров [Текст] : учеб. пособие для бакалавров / Т.Л. Короткова. – М. : Финансы и статистика, 2011. – 192 с.
49. Круглова, Н.Ю. Основы бизнеса (предпринимательства) [Текст] : учеб. пособие / Н.Ю. Круглова. – М. : КНОРУС, 2015. – 544 с.
50. Крутик, А.Б. Предпринимательская деятельность [Текст] / А.Б. Крутик, М.В. Решетова. – М. : Academia, 2012. – 224 с.
51. Кузьмина, Е.Е. Организация предпринимательской деятельности [Текст] : учеб. пособие / Е.Е. Кузьмина, Л.П. Кузьмина. – М. : Юрайт, 2017. – 480 с.
52. Лапуста, М.Г. Предпринимательство [Текст] : учеб. пособие для вузов / М.Г. Лапуста, А.Г. Поршнева, Ю.Л. Старостин, Л.Г. Скамай. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 325 с.
53. Ларионов, И.К. Предпринимательство [Текст] / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов. – М. : «Дашков и К», 2014. – 191 с.
54. Липсиц, И.В. Экономика [Текст] : учеб. пособие для вузов / И.В. Липсиц. – М. : Омега-Л, 2011. – 656 с.
55. Лунева, А.М. Предпринимательство и бизнес [Текст] : учеб. пособие / А.М.Лунева. – М. : Инфра-М, 2017. – 216 с.

56. Магомедов, М.Д. Экономика организации (предприятия) [Текст] / М.Д. Магомедов, Е.Ю. Куломзна, И.И. Чайкина. – М. : «Дашков и К», 2013. – 276 с.
57. Маршалова, А.С. Система государственного и муниципального управления [Текст] : учеб. пособие / А.С. Маршалова. – М. : Омега-Л, 2014. – 128 с.
58. Медведева, А.С. Развитие государственного регулирования предпринимательства в сфере торговли [Текст] / А.С. Медведева // Наука и образование: отечественный и зарубежный опыт. – 2017. – № 7. – С. 211-215.
59. Мошкин, И.В. Исследование процессов современного предпринимательства [Текст] / И.В. Мошкин. – М. : Директ-Медиа, 2014. – 342 с.
60. Нилов, К.Н. Предпринимательское право [Текст] 3-е изд., стер. / К.Н. Нилов. – М. : Флинта, 2013. – 302 с.
61. Нос, В.А. Экономическая роль и тенденции развития торгового бизнеса России [Текст] / В.А. Нос. – СПб. : СПУЭФ, 2014. – 452 с.
62. Носкова, Е.В. Организация маркетинговых исследований при выведении российского товара на зарубежный рынок: методология и опыт [Текст] / Е.В. Носкова, И.М. Романова // Практический маркетинг. – 2014. – № 2. – С. 3-9.
63. Отскочная, З.В. Организация и технология торговли [Текст] : учеб. пособие / З.В. Отскочная. – М. : Academia, 2014. – 213 с.
64. Подлеснова, А.Ю. Международный факторинг – эффективный инструмент стимулирования внешнеторговой деятельности малых и средних предприятий [Текст] / А.Ю. Подлеснова // Финансы и кредит. – 2012. – № 14. – С. 66-72.
65. Попков, В.П. Организация предпринимательской деятельности. Схемы и таблицы [Текст] / В.П. Попков, Е.В. Евстафьева. – М. : Питер, 2017. – 352 с.

66. Рубин, Ю.Б. Предпринимательство [Текст] 13-е изд., перераб. И доп. / Ю.Б. Рубин. – Московский финансовый университет «Синергия». – 2014. – 864 с.
67. Савкина, Р.В. Организация предпринимательской деятельности [Текст] : учеб. пособие / Р.В. Савкина, Е.Г. Мальцева. – М. : КноРус, 2016. – 216 с.
68. Самарина, В.П. Основы предпринимательства [Текст] : учеб. пособие / В.П. Самарина. – М. : КноРус, 2016. – 411 с.
69. Семакина, Г.А. Экономика и организация предпринимательской деятельности [Текст] / Г.А. Семакина, О.А. Кислицына. – М. : НГТУ, 2011. – 96 с.
70. Семенихин, В.В. Оптовая и розничная торговля [Текст] / В.В. Семенихин. – М. : Экспо, 2014. – 345 с.
71. Симонова, М.Д. Статистика предпринимательства [Текст] / М.Д. Симонова, Е.Г. Борисова, В.А. Онучак. – М. : МГИМО-университет, 2012. – 230 с.
72. Тимофеева, А.А. История предпринимательства в России [Текст] 2-е изд., стер. / А.А. Тимофеева. – М. : Флинта, 2011. – 267 с.
73. Торосян, Е.К. Основы предпринимательской деятельности [Текст] / Е.К. Торосян, Л.П. Сажнева, Ж.Н. Зарубина. – М. : Санкт-Петербург, 2016. – 133 с.
74. Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] : [офиц. сайт]. – Инвестиции в Россию – . – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/finans/dinrent.htm.
75. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс] : [офиц. сайт]. Режим доступа: <http://www.customs.ru/>.
76. Франовская Г.Н. Мировые тенденции развития малого предпринимательства [Текст] / Г.Н. Франовская // Современная экономика: проблемы и решения. – 2010. – №3 (3). – С. 53-63.

77. Хохлова, И.В. Организация предпринимательской деятельности [Текст] / И.В. Хохлова. – М. : Пиор-издат, 2014. – 125 с.
78. Царелашвили, Р.А. Электронная торговля [Текст] : учеб. пособие / Р.А. Царелашвили. – М. : Лаборатория книги, 2012. – 97 с.
79. Цветков, В.А. Основные тенденции развития российской экономики [Текст] / В.А. Цветков // Федеральные отношения и региональная социально-экономическая политика. – 2014. – № 6. – С. 45-49.
80. Шепелев, С. Государственная поддержка малого предпринимательства за рубежом [Электронный ресурс] // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. – 2010 – Режим доступа к журн.: <http://jurnal.org/articles/2008/ekon46.html>.
81. Шеховцов, А.О. Влияние государственной поддержки предпринимательства в субъектах Российской Федерации [Текст] / А.О. Шеховцов // Красный север. – 2013. – № 14. – С. 9-14.
82. Шохин, А.Н. Формирование благоприятного инвестиционного и предпринимательского климата [Текст] / А.Н. Шохин. – Высшая школа экономики. – 2015. – 245 с.
83. Anokhin, S. Entrepreneurship, innovation, and corruption [Текст] / S. Anokhin, W. Schulze // Journal of Business Venturing. – 2012. – Vol. 24, Issue 5. – P. 465-476.
84. Berenson, M. L. Basic Business Statistics. Concepts and Applications [Текст] / Mark L. Berenson, David M. Levine, Timothy C. Krehbiel. – 9th ed. – Pearson Education International, 2014. – 833 p.
85. Bhatti M. A. Internationalization factors and entrepreneurial perception: indication from Yemen SME'S [Текст] / M. A. Bhatti, D. M. Kumar // Far East Journal of Psychology and Business. – 2012. – Vol. 6, Issue 1. – P. 1-21.
86. Carey Charles, W. American Inventors, Entrepreneurs, and Business Visionaries [Текст] / W. Carey Charles. – М. : Chelsea House Publishers. 2010. – 480 p.

87. Cerrato, D. The Internationalization of small and medium-sized enterprises: the effect of family management, human capital and foreign ownership [Текст] / D. Cerrato, M. Piva // Journal of Management and Governance. – 2012. – Vol. 16, Issue 4. – P. 617-644.

88. Chadee, D. Institutional environment, innovation capacity and firm performance in Russia [Текст] / D. Chadee, B. Roxas // Critical Perspectives on International Business. – 2013 – Vol. 9, Issue 1/2. – P. 19-39.

89. Covin, J. G. International entrepreneurial orientation: Conceptual considerations, research themes, measurement issues, and future research directions [Текст] / J. G. Covin, D. Miller // Entrepreneurship Theory and Practice. – 2014. – Vol. 38, Issue 1. – P. 11-44.

90. Dessler, G. Human Resource Management [Текст] / G. Dessler. – М. : Pearson Education, Inc., Prentice Hall. 2013. – 558 p.

91. Ojala, A. Entrepreneurship and small businesses in Russia: a review of empirical research [Текст] / A. Ojala, H. Isomaki // Journal of Small Business and Enterprise Development. – 2011. – Vol. 18, Issue 1. – P. 97-119.

92. Rebound, Z.V. Organization and technology of trade [Text]: Textbook. allowance / Z.V. Rebounding. - M.: Academia, 2015. – 213 p.

93. Robbins, S.P. Fundamentals of Management. Essential Concepts and Applications [Текст] / Stephen P. Robbins, David A. Decenzo. – 4th ed. – Pearson Education, Inc., Prentice Hall, 2014. – 471p.

94. Rraci, O. The effect of foreign banks in financing firms, especially small firms, in transition economies [Текст] / O. Rraci // Eastern European Economics. – 2010. – Vol. 48, Issue 4. – P. 5-35

95. Sander, P. 101 Things Everyone Should know about Economics: From Securities and Derivatives to interest Rates and Hedge Funds, the Basics of Economics and What They Mean for You [Текст] / P. Sander. – М. : Penguin. 2014. – 135 p.

96. Sydsæter, K. Essential Mathematics for Economic Analysis [Текст] / K. Sydsæter, P. Hammond. – М. : Prentice Hall, 2012. – 684 p.
97. Trompenaars, F. Business. Across Cultures [Текст] / F. Trompenaars, P. Woolliams. – М. : Capstone, 2013. – 362 p.
98. The China Center for Business Cooperation & Coordination – [Электронный ресурс]: [офиц. сайт].– Режим доступа: <http://usachinatrade.org>
99. The European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) – [Электронный ресурс]: [офиц. сайт].– Режим доступа: <http://www.ebrd.com/home>
100. Watt, J. Business for Punks [Текст] / J. Watt. – М. : Penguin. 2016. – 256 p.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Эволюция понятий «предприниматель» и «предпринимательство»

Дата	Автор определения	Содержание определения
1	2	3
Средние века	—	Предприниматель – человек, отвечающий за выполнение крупномасштабных строительных или производственных проектов
XVII в.	—	Предприниматель – лицо, заключившее с государством контракт оговоренной стоимости и несущее полную ответственность за его выполнение
1723	Всеобщий словарь коммерции, г. Париж	Предприниматель – человек, берущий на себя обязательство по производству или строительству объекта
1725	Ричард Кантильон – основоположник теории предпринимательства	Предприниматель – человек, принимающий решения и удовлетворяющий свои потребности в условиях неопределенности. Доход предпринимателя – это плата за риск
1770	А. Тюрго	Предприниматель должен обладать не только определенной информацией, но и капиталом
1776	Адам Смит	Предприниматель – собственник предприятия и реализатор рискованных коммерческих идей. Основная функция – организация и управление производством в рамках обычной хозяйственной деятельности
1797	Карно Бодо	Предприниматель – лицо, несущее ответственность за предпринимаемое дело: тот, кто планирует, контролирует, организует и владеет предприятием. Он должен обладать определенным интеллектом, т.е. различной информацией и знаниями
1830	Жан Батист Сей	Предпринимательство – это рациональная комбинация факторов производства в данной точке рыночного пространства. Предприниматель – человек, организующий людей в рамках производственной единицы. Предприниматель стоит в центре процесса производства и распределения, а в основе предпринимательской деятельности лежит способность организовать производство и сбыт продукции
1876	Фрэнсис Уокер	Предприниматель – это тот, кто получает прибыль благодаря своим организаторским способностям
1890	Альфред Маршалл	Не каждый желающий может быть предпринимателем. «Естественный» отбор предпринимателей совершается в природе согласно естественному отбору, открытому Ч. Дарвином

1910	Макс Вебер	Предпринимательская деятельность – это воплощение рациональности. (Под рациональностью он понимал функциональную эффективность, получение максимальной выгоды от использования вложенных средств и приложенных усилий и т.п.) В основе предпринимательства лежит рациональная этика протестантизма, а мировоззрение, нравственность оказывают важнейшее влияние на деятельность предпринимателя
1911	Иозеф Шумпетер	Главное в предпринимательстве - инновационная деятельность, а право собственности на предприятие не является существенным признаком предпринимательства. Предпринимателем может быть любой, осуществляющий новые комбинации факторов производства: служащий акционерного общества, государственный чиновник и менеджер предприятия любой формы собственности. Главное "...делать не то, что другие" и "...не так, как делают другие". Предпринимательский статус непостоянен, так как субъект рыночной экономики является предпринимателем только тогда, когда осуществляет функции инноватора, и утрачивает этот статус, как только переводит свой бизнес на рельсы рутинного процесса
	И. фон Тюнен	Предприниматель – обладатель особых качеств (умеющий рисковать, принимать нестандартные решения и отвечать за свои действия) и потому претендующий на незапланированный (непредсказуемый) доход. Предприниматель должен получать доход как за риск, так и за предпринимательское искусство. (Правда, И. Тюнен считал, что предприниматель не обязательно должен быть инноватором)
1921	Ф. Найт	Менеджер становится предпринимателем тогда, когда его действия становятся самостоятельными, и он готов к личной ответственности. Предпринимательский доход – это разница между ожидаемой (прогнозной) денежной выручкой фирмы и реальной ее величиной. Несмотря на неопределенность будущего, предприниматель может "угадать" основные параметры развития производства и обмена и получить дополнительный коммерческий эффект
1936	Джон Мейнард Кейнс	Предприниматель – своеобразный социально–психологический тип хозяйственника, для которого главное "... не столько рациональная калькуляция Вебера или новаторство Шумпетера, сколько набор определенных психологических качеств". Основные предпринимательские качества: умение соотнести потребление и сбережения, способность к риску, дух активности, уверенность в перспективах и др. Основные мотивы предпринимательской деятельности – стремление к лучшему, к независимости, желание оставить наследникам состояние
1961	Дэвид Макклелланд	Предприниматель – энергичный человек, действующий в условиях умеренного риска
1964	Питер Друкер	Предприниматель – человек, использующий любую возможность с максимальной выгодой

Окончание приложения 1

1975	Альберт Шапиро	Предприниматель – человек, проявляющий инициативу, организующий социально-экономические механизмы, действуя в условиях риска, и несущий полную ответственность за возможную неудачу
1980	Карл Веспер	Предприниматель по-разному выглядит в глазах экономиста, психолога, других предпринимателей и политиков
1983	Гиффорд Пиншо	Интрапренерство – внутрифирменное предпринимательство. Интрапренер действует в условиях существующего предприятия, в отличие от антрепренера, создающего новое предприятие
1985	Роберт Хизрич	Предпринимательство – процесс создания чего-то нового, что обладает стоимостью, а предприниматель – человек, который затрачивает на это все необходимое время и силы, берет на себя весь финансовый, психологический и социальный риск, получая в награду деньги и удовлетворение достигнутым
1988	М. Алле	Предприниматель занимает ведущую роль в рыночной организации хозяйства
1993	Т.Ю.Горькова	Предприниматель – это центральная фигура в бизнесе, он ставит своей задачей соединение всех факторов производства в единый хозяйственный процесс