

2. Ермакова Г. Налоговые ориентиры на 2017 - 2019 годы [Электронный ресурс] / – Режим доступа: <http://lexandbusiness.ru/view-article.php?id=8128>.
3. Швецов Ю.Г. Основные направления совершенствования налоговой системы Российской Федерации [Текст] // Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. – 2016. – №4.
4. Информация Федерального казначейства об исполнении консолидированного бюджета Российской Федерации [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.roskazna.ru/konsolidirovannogo-byudzheta-rf/>.

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (В СФЕРЕ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ)

*Я.Ю. Бондарева, А.В. Бороденко
г. Белгород, Россия*

В настоящее время в результате рыночного реформирования российской экономики предпринимательство стало необходимой составляющей нашей жизни. Конституция Российской Федерации обеспечивает ее гражданам право заниматься всеми видами предпринимательской деятельности, не запрещенными законом[1].

В зависимости от направления и содержания предпринимательской деятельности выделяют несколько видов предпринимательства. В данной статье мы рассмотрим торговое(коммерческое) предпринимательство.

Торговое предпринимательство включает все виды деятельности, относящиеся к возможным вариантам видов обмена товара и денег.

Финансово-денежные отношения, связанные с куплей-продажей товаров являются основой для торгового предпринимательства, так как оно использует те же ресурсы, что и в производственном предпринимательстве, только они менее существенны.

К торговому предпринимательству в большей степени склоняются предприниматели, так как для них существуют настоящие перспективы получения наибольшей прибыли в минимальные сроки.

Оптовики и розничные торговцы, потребители товаров, работ и услуг связаны между собой тесными экономическими связями, что в свою очередь и является отличительной особенностью торгового предпринимательства.

Важнейшей и неотъемлемой рыночной структурой можно выделить оптовую торговлю, которая обеспечивает ускорение процесса товародвижения по каналам распределения.

Оптовая торговля – вид торговой деятельности, который связан с продажей и приобретением товаров для дальнейшего их использования в предпринимательской деятельности или в других целях, которые не связаны с семейным, личным, домашним и иным аналогичным использованием [3].

Осуществляемая независимыми предприятиями оптовая торговля является реальным и сильным противовесом монополизму производителей, который они пытаются укрепить с помощью собственных структур. Оптовая торговля имеет правдивую информацию о спросе и предложении, тенденциях в их развитии, тем самым возможность, верно дать оценку емкости рынка, формировать товарное предложение в соответствии с объемом и структурой спроса [5, с.365].

Выход на российский рынок крупных супермаркетов и торговых сетей оказал большое воздействие на рост оборота оптовой торговли. Это вызвано особенностями спроса.

В значительной степени сотрудничество крупных неспециализированных магазинов и оптовых компаний и обращение к оптовым фирмам в значительной степени упрощает

процесс поставки, так как большие магазины имеют возможность не сотрудничать с большинством поставщиков, которые предлагают лишь небольшую номенклатуру товаров.

Общим направлением развития оптовой торговли в современных условиях является возрастание роли коммерческих торговых организаций и снижение значения оптовых предприятий производителей, агентов и брокеров [7, с.110].

Исходя из этого, на данный период времени в современной оптовой торговле происходят болезненные, но необходимые перемены.

Сегодня в сфере оптовой торговли присутствуют и отрицательные тенденции, основными из которых являются:

- в большей степени происходит отставание регионов из-за неразвитой инфраструктуры и логистики удаленных территорий. Как считают большинство экспертов, нужен огромный потенциал существующего рынка, для того чтобы вложения в региональное развитие оправдались. Характерно, что розничные продавцы считают большой проблемой небольшой уровень доходов населения. Наоборот, эксперты думают, что в регионах намечается большой неудовлетворительный покупательский спрос;

- неспособность малых предприятий оптовой торговли обеспечить большим разнообразием услуг;

- сетевые форматы розничной торговли, созданные на основе оптовых структур, ведущих самостоятельную деятельность по закупке, хранению и реализации товаров [4, с.123].

Таким образом, перечисленные выше тенденции являются следствием ряда проблем, которые существуют в оптовом предпринимательстве, к основным из которых относятся:

- низкая привлекательность отдельных территорий, регионов;
- инфраструктура незначительно развита;
- неэффективное государственное регулирование;
- недостаточно трудовых ресурсов;
- нехватка финансовых ресурсов.

Также, актуальной является проблема должностных злоупотреблений чиновников. Исходя из этого происходят проблемы с оформлением документов, выдачей разрешений и сертификацией товаров.

Важнейшей проблемой является низкая развитость торговой инфраструктуры, которая препятствует развитию оптовой торговли, а также ее неприспособленность для развития современных форм торговли [6, с.73]. Это, в частности, связано с тем, что в период плановой экономики (25 лет назад, до 90-х годов) было построено большое количество инфраструктурных объектов, которые в данный момент устарели и низкими темпами строительства новых торговых объектов.

Так как существует большое количество посредников, к инфраструктурным проблемам необходимо также отнести слабые хозяйственные связи между производителями и торговыми организациями.

Слабое развитие транспортной инфраструктуры, проявляющееся в отсутствии дорожных связей между отдельными территориями, вызывает серьезное беспокойство у торговых предприятий. Нехватка складских помещений также может вызвать серьезную опасность, так как приведет к неблагоприятным условиям хранения продукции, повлияет на ее сохранность и удовлетворение требований существующих санитарно-гигиенических нормативов.

В настоящее время, в торговлю вовлечена пятая часть экономически активного населения страны, но все же в этой сфере существует значительный дефицит трудовых ресурсов, недостаточная квалификация кадров и большое количество кадровых рисков, которые связаны с низким кадровым потенциалом регионов. Главным образом, причиной данных проблем является значительный рост торгового предпринимательства за последние годы, так как российские университеты не могут дать качественную подготовку кадров для этого вида предпринимательской деятельности.

Исходя из вышеперечисленных проблем можно выделить главные вопросы, которые в первую очередь требуют решения для создания условий развития оптовой торговли России.

В марте 2011 г. была утверждена приказом Минпромторга России стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2011-2015 гг. и период до 2020 г. Ее целью является максимальное удовлетворение потребностей населения в услугах торговли благодаря созданию успешной товаропроводящей инфраструктуры, которая соответствует требованиям инновационного сценария развития экономики Российской Федерации [2].

Можно предложить следующие задачи для достижения поставленной цели:

- 1) увеличение эффективности регулирования отношений в сфере торгового предпринимательства;
- 2) повышение качества торговой инфраструктуры;
- 3) в отдаленных регионах страны простимулировать успешное развитие торгового предпринимательства;
- 4) уменьшение дефицита кадровых ресурсов и увеличение качества подготовки кадров.

Важным аспектом являются меры по поддержке развития малого и среднего бизнеса.

Одним из главных элементов, который обеспечивает эффективную хозяйственную деятельность торговых предпринимательских структур является предоставление большого ассортимента продаваемых товаров и услуг, что в свою очередь невозможно на практике без наличия краткосрочных кредитных линий, которые нацелены на конкурентоспособность товаров и изменение кассовых разрывов [6, с.73]. Такими кредитными линиями могут быть револьверное кредитование, овердрафт и другие краткосрочные источники кредитных ресурсов.

Торговая предпринимательская деятельность может уменьшить свои расходы финансирования использованием схем операций по открытому счету, благодаря которым торговое предприятие в определенное время представляет услуги заемщику партиями и получает за эти услуги денежные средства по накопленной сумме долга за определенный период времени, который соответствует получению нескольких партий поставки. Предложенная схема обеспечит ритмичность и стабильность товарных и денежных потоков и не потребует больших лимитов кредитных линий.

Большиторговые сети, которые характеризуются, как правило, наиболее высокой рентабельностью продаж, имеют безграничные возможности для привлечения заемных ресурсов на один рубль собственного капитала, так как имеют большой запас финансовой прочности, если сравнивать с маленькими торговыми предприятиями.

Таким образом, можно сделать вывод, что для успешного развития оптового предпринимательства выделяются два основных направления:

- 1) уменьшение дефицита квалифицированного персонала на вышестоящих должностях, а также и трудовых ресурсов и увеличение финансовой грамотности для наилучшего управления финансовыми ресурсами предприятия.
- 2) стимулирование инвестиционных проектов развития торговой инфраструктуры, а именно строительство логистических центров, складов, торговых площадок;

Литература:

1.«Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ).

2. Приказ Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 31.03.2011 № 422 «Об утверждении стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2011-2015 годы и период до 2020 года».

3. Федеральный закон 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).

4. Гребенюк Д.В. Разработка и реализация стратегии торговой сети на потребительском рынке // Российское предпринимательство. – 2013. – №1. – с. 121-126.

5. Дихтль Е., Практический маркетинг. – М.: Высшая школа, 2012. – 611с.
6. Кунин В.А., Кан Ю.Ч. Отраслевые особенности и тенденции развития торгового предпринимательства // Российское предпринимательство. – 2014. – №23. – с. 69-78.
7. Пыханов Д.А. Теоретические аспекты развития оптовой торговли // Российское предпринимательство. – 2008. – №12 – с. 107-111.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ КРЕДИТОВАНИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ОТНОШЕНИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА С ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫМИ ИНСТИТУТАМИ¹

*О.В. Ваганова, Н.И. Быканова, С.А. Кучерявенко, Н.Е. Соловьева
г. Белгород, Россия*

В современных условиях глобализации мирового рынка малый и средний бизнес становится одним из наиболее альтернативных видов предпринимательства, но который не обеспечен наличием богатых природных, человеческих или технологических ресурсов.

Эффективное развитие малого и среднего бизнеса и предпринимательской инициативы является предметом пристального внимания, как со стороны развитых стран правительства, которое наблюдает в данном секторе - модель стимулирования локального экономического роста условно отстающих территорий в своих странах; так и стран, которые пытаются любыми способами увеличить добавленную стоимость производимых товаров, работ, услуг, а также решить социальные проблемы. Российская Федерация, как и все развивающиеся страны, стремится к стимулированию роста малого и среднего предпринимательства (далее - МСП) [1].

Одной из приоритетных задач, стоящих перед государственными органами, должно стать создание благоприятных экономических и правовых условий для развития МСП, что не требует значительных капитальных затрат, но позволяет приспособиться к местным условиям, шире использовать труд проживающего населения.

Использование механизмов кредитования — одна из основных современных тенденций развития отношений малого и среднего предпринимательства с коммерческими банками и небанковскими кредитными институтами. Предоставление займов для малого и среднего предпринимательства является одним из перспективных направлений для кредитных организаций [2]. Объем выданных кредитов малому и среднему предпринимательству в 2013–2016 гг., в основном, показывает ежегодный прирост, что иллюстрирует таблица 1.

Таблица 1

Объем кредитов коммерческих банков, предоставленных субъектам малого и среднего предпринимательства коммерческими банками в рублях, иностранной валюте и драгоценных металлах за 2012 - 2016 гг., трлн. руб.

Объем предоставленных кредитов по состоянию на начало года	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Темп роста, %	
					2014 г./2013 г.	2016 г./2015 г.
Всего:	6 942 525	8 064 759	7 610 594	5 460 273	94,37	71,74
- в рублях	6 766 861	7 761 530	7 194 839	5 080 951	92,7	70,62
- в иностранной валюте и драгоценных металлах	175 664	303 229	415 755	379 322	137,1	91,24

Источник: Банк России

¹ Статья выполнена в рамках гранта Президента МК-4882.2016.6 «Моделирование системы риск-менеджмента малого и среднего бизнеса в условиях повышенной турбулентности внешней среды»