

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра экономической теории

и национальной экономики

ИСТОРИЧЕСКИЕ ТРАДИЦИИ РАЗВИТИЯ

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студента 5 курса 561 группы

Направления 38.03.01 «Экономика»

профиль «Экономика предпринимательства»

Экономического факультета

Далакова Имира Руслановича

Научный руководитель

Старший преподаватель _____ Т.Б. Оберт

Заведующий кафедрой

доцент, к.э.н., доцент _____ Е.В. Огурцова

Саратов 2023

Введение. Основу рыночной экономики любой страны составляет предпринимательство, осуществляемое малыми и средними предприятиями. Предпринимательство как одна из специфических форм проявления социальных отношений не только способствует увеличению материального и духовного потенциала общества, но и создает благодатную почву для практической реализации навыков и талантов каждого человека, и ведет к единству нации, сохранения национального духа и национальной гордости.

В промышленно развитых странах на их производство приходится более половины всей производимой продукции. В России этот показатель намного ниже из-за несовершенного законодательства о предпринимательстве, недостаточных инвестиций, высокого налогового бремени и т. д.

Теоретической и методологической основой работы служат труды ведущих в области исследования предпринимательства отечественных и зарубежных ученых. Среди исследований можно выделить труды, которые имеют теоретический характер, исследуя традиции развития предпринимательской деятельности в России, это работы А.А. Адаменко, А. Грейфа, Д. Мейера, С.Л. Сазановой и др. В качестве методов исследования в дипломной работе использовались системный анализ, сравнительный метод, прогнозирование и др.

Целью данной работы является исследование традиции развития предпринимательства в России и их реализацию сегодня.

Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

- изучение институциональных основ функционирования современного предпринимательства;
- исследование роли государства в становлении и развитии предпринимательства;
- определение риска как ключевого аспекта предпринимательства;
- проведение отраслевого анализа ПАО «МАГНИТ».

- определение влияние ПАО «МАГНИТ» на развитие предпринимательской среды в сфере розничной торговли в РФ.

В работе использованы следующие методы исследования: аналитический, опытно-статистический, метод сравнения, балансовый метод, метод экспертных оценок.

Теоретической и методической основой работы выступают: годовые отчеты банков РФ, данные ЦБ РФ, ПАО «МАГНИТ», законодательство РФ, работы ведущих экономистов исследуемой тематике, официальные статистические данные.

Объектом исследования в работе является предпринимательство как социально- экономическое явление. Предмет исследования – экономические отношения, возникающие в процессе осуществления предпринимательской деятельности в современной России.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников. Общий объем работы составляет 85 страниц.

Основное содержание работы.

Предпринимательство - явление, которое необходимо исследовать с помощью различных теоретических подходов. Предпринимательство возникло уже в Древней Руси и было выражено больше как торговое предпринимательство, позволявшее осуществлять сделки купли-продажи. Гораздо позднее появлялись первые купцы и банки - Московский банк и Петербургский банк. Дворянские банки финансировались и контролировались государством; выдача ссуд происходила под 6 % годовых, под залог в основном имущества с крепостными.

Современная институциональная теория XX века в настоящее время является перспективным направлением в изучении влияния институтов на предпринимательскую активность в стране. Институциональная теория возникла в конце XIX века. в США с появлением научных работ основоположников институционализма Т. Вебера, У. Митчелла, Дж.

Коммонса. По мере развития теории появляются разные подходы, отражающие предпочтения ее представителей. В современных научных исследованиях существует два независимых институциональных течения: первое исходит из социологии и теории организации (неоинституционализм), а второе основывается на достижениях политической науки и экономики (новая институциональная экономика).

Таким образом, изучение предпринимательства с использованием институционального подхода является перспективным направлением экономической науки. Институциональная теория позволяет выявить глубокие и существенные изменения, способствующие формированию предпринимательства в стране. Роль институтов - предоставить предпринимателям лучшие возможности для открытия нового бизнеса, а также создать благоприятные условия для его дальнейшего функционирования и развития. Институциональная среда устанавливает правила игры, понятные для всех юридических лиц, и создает условия и стимулы, необходимые для предпринимательской деятельности. Институциональная среда оказывает значительное влияние на скорость, характер и желание людей заниматься предпринимательской деятельностью, оказывая прямое и косвенное влияние на их поведение. Это не только государственная поддержка предпринимательства, но и социокультурные традиции и идеи.

Государство в период становления и развития предпринимательства выполняет свои функции. Первой функцией государства в формировании и развитии предпринимательства является формирование государством субъектов современного предпринимательства, способных и реализующих свои возможности для инновационной, рискованной деятельности людей во всех сферах экономики.

Таким образом, в связи введением большого количества санкций возрастает необходимость актуализации государственной политики в области развития малого предпринимательства, представляющей целый

комплекс мероприятий правового, экономического, политического, социального, образовательного характеров, которые должны быть направлены на обеспечение получения высоких экономических показателей в этом секторе экономики.

Необходимо научное понимание экономической сущности содержания и роли предпринимательства в развитии экономики страны и материального обеспечения жизни общества. Важно обеспечить рациональный протекционизм современного гражданского предпринимательства, органичное сочетание экономических и социальных целей и программного регулирования.

В настоящее время получили широкое развитие процессы диверсификации: развитие производств, расположенных на разных уровнях или регионах страны, направление инвестиций в разные сферы деятельности, формирование параллельных структур для производства модификаций продукции или решение сложной проблема. Распределение риска между партнерами и снижение их уровня каждым партнером обусловлено взаимным владением акциями на условиях ассоциаций, компаний, финансово-промышленных групп (ФПГ). Таким образом, промышленные организации в составе ФПГ приобретают доли в банках, тем самым защищая свои активы и получая кредитные льготы. Банковская структура в составе ФПГ приобретает доли в промышленных организациях, способствуя их развитию и осуществляя контроль над их деятельностью. Используется новый взгляд на отношения с конкурентами. Например, крупные американские автомобильные компании Ford, Chrysler, General Motors стремятся к взаимовыгодному сотрудничеству и интеграции в автомобильном секторе.

В рыночных отношениях производственные процессы ориентируют предпринимателей на соответствующее поведение перед лицом неопределенности и риска. Успешные решения приносят предпринимателю хорошую прибыль, а неудачные оборачиваются неудачей. Всем известно, что каждый, кто хочет вести эффективный и успешный бизнес, должен

учитывать риски. В управленческую практику, в психологию предпринимателя заложен принцип «не рискуешь, сторишь».

Развитие инновационной экономики России, формирование сбалансированного рынка, цифровые преобразования и технологическое насыщение производства невозможны без предпринимательской деятельности, наличие, функционирование и укрепление которой составляют основу конкуренции, открытости экономики, модернизации и динамика повышения эффективности экономики.

«Магнит» — крупнейшая российская сеть продовольственных магазинов-дискаунтеров. Штаб-квартира — в городе Краснодаре. В 1994 году было основано ЗАО «Тандер» - управляющая компания торговой сети «Магнит». Изначально это оптовый поставщик бытовой химии и косметики, а с 1997 года входит в пятерку крупнейших дистрибьюторов продовольственного рынка России.

Следовательно, основные тенденции российского рынка розничной торговли следующие: - ускорение инфляции. Ожидается, что в 2023 г. инфляционные тенденции будут поддерживать розничную торговлю продуктами питания, но окажут негативное влияние на капитальные затраты.

- Дальнейшая консолидация. Ожидаются сделки M&A с участием федеральных игроков в связи с уходом с рынка более мелких и региональных операторов.

- Рост онлайн-продаж продуктов питания Ожидается, что в 2024 г. доля онлайн-продаж в розничной торговле продуктами питания достигнет 5%. Рост числа дарксторов для обслуживания рынка онлайн-доставки.

- Увеличение числа жестких дискаунтеров Растущее число дискаунтеров, ориентированных на чувствительных к цене потребителей, и проникновение в отдаленные и региональные локации, которые не подходят для обычных форматов. Доступность небольших торговых точек способствует расширению рынка.

- Появление новых цифровых систем. Технологии, обеспечивающие более индивидуализированный подход за счет средств аналитики.
- Государственная поддержка. Сохранение текущих и реализация новых мер финансовой поддержки пожилых людей, молодых семей и других малообеспеченных и социально незащищенных категорий населения, причем большая часть этих расходов будет направлена на покупку продуктов питания.
- Устойчивое развитие компаний. Заинтересованные стороны уделяют все больше внимания устойчивому развитию и ответственному ведению бизнеса крупных компаний, ожидая от них непрерывного совершенствования в сфере защиты окружающей среды, социальной ответственности и корпоративного управления.

В 2021 г. «Магнит» зафиксировал значительный рост продаж, в основном за счет наращивания торговых площадей, улучшения условий торговли, дальнейшего увеличения объема продаж в зрелых магазинах, в результате чего плотность продаж выросла на 4,7%. Компания увидела, что инициативы, направленные на улучшение покупательского опыта и восприятия, приносят плоды, о чем свидетельствуют положительная динамика показателя NPS, индекса удовлетворенности потребителей и притока покупателей. В настоящее время эта стратегия устойчивого развития реализуется на всех уровнях организации и вводятся новые метрики для отслеживания прогресса и результатов улучшений. В 2021 г. Продолжается работа над оптимизацией внутренних процессов для повышения эффективности, а также увеличили инвестиции в персонал в целях развития ключевых компетенций и формирования гибкой и инновационной компании.

Следовательно, можно провести SWOT-анализ компании, который заключается в определении факторов, по основным категориям «силы - слабости», «возможности-угрозы», которые влияют на стратегическое планирование компании.

Таблица 2 - Факторы SWOT– анализа компании ПАО «Магнит»

<p>Сильные стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Широкое присутствие на региональных рынках (12 089 магазинов: в Южном Федеральном округе – 2196, в Приволжском ФО – 3580, Северо-Кавказском ФО – 451, Центральном – 3 163, Северо-Западном ФО – 1166, Уральском ФО – 1 105 и Сибирском ФО – 428). 2. Крупнейший работодатель (общая численность сотрудников компании 265 тыс. чел., средняя ЗП 29,5 тыс. руб.); 3. Эффективная система логистики (собственный автопарк в размере 5882 грузовых машин, а также 33 распределительных центра, управляющих собственной логистической системой). 4. Устойчивое финансовое положение. 5. Захват смежных сегментов рынка («Магнит Семейный», «Магнит Косметик»). 6. Развитая маркетинговая политика. 7. Низкий уровень цен на товары. 8. Развитие товаров под собственным брендом (в последствие ожидание увеличения показателя рентабельности бизнеса). 9. Высококачественное оснащение торговых залов; 10. Узнаваемость бренда 11. Обучение персонала, наличие корпоративной этики; 12. Активная дивидендная политика (59% от чистой прибыли – размер дивиденда на 1 акцию = 268,17 руб.). 	<p>Возможности</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Освоение «новых» региональных рынков. 2. Введение мер по оптимизации издержек (инвестиции в IT-систему, увеличение доли прямых поставок свежих овощей и фруктов). 3. Развитие мульти форматной модели (форматы- «магазин у дома», «гипермаркет», магазин «Магнит Семейный»). 4. Рост показателей рентабельности за счёт развития системы логистики. 5 Рост онлайн-продаж продуктов питания
<p>Слабые стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Присутствие исключительно на внутреннем рынке (7 федеральных округов и в 2361 населённых пунктах РФ); 2. 2/3 магазинов в городах с населением меньше 500 тыс. чел.; 3. Наличие не желаемой репутации как о «бюджетных магазинах». 4. Высокие издержки на содержание помещений; 5. Большая текучесть кадров. 	<p>Угрозы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Нестабильность политической и экономической ситуации страны на мировом рынке (высокий уровень инфляции, нестабильность курса рубля, «нефтяная» зависимость, рост безработицы, применение санкций). 2. Высокий уровень конкуренции (3 крупнейших игрока на рынке, занимают более 15% рынка, главный конкурент – X5RetailGroup). 3. Снижение потребительского спроса 4. Низкое предложение на рынке труда высококвалифицированной рабочей силы.

Источник: Таблица составлена автором на основе данных компании ПАО «Магнит» [27]

В 2021 г. «Магнит» увеличил чистую розничную выручку на 19,7% до 1 808 млрд руб. благодаря увеличению LFL-продаж и ускорению роста торговой площади до 20%. С учетом приобретения «Дикси» торговая площадь выросла почти до 9 млн кв. м.

На сегодня пока существует низкая конкуренция в данном сегменте в России по сравнению с развитыми странами Быстрорастущий канал, ориентированный на чувствительных к цене потребителей. Есть увеличение числа дискаунтеров после успешного пилотирования формата «Моя цена».

Магнит - лидер по количеству продуктовых магазинов и их расположению. По состоянию на 30 сентября 2017 года сеть компании включает 15697 торговых точек, из них: 11743 - в формате «у дома», 236 гипермаркетов, 196 магазинов «Магнит Семейный» и 3522 - «Магнит Косметик». Выручка компании за 2016 год составила 1,07 трлн руб.

Как следствие, среди основных направлений развития розничной торговли автором были выделены: усиление ориентации на клиентов, персонификация торговли, омниканальность продаж, автоматизация всех процессов, расширение использования искусственного интеллекта, внедрение новых финансовых технологий и криптовалют. Развитие этих направлений позволит оптимизировать процессы розничной торговли, повысить их эффективность внутри компании, диверсифицировать источники доходов и монетизировать большие массивы данных о клиентах на основе облачных технологий.

Заключение. Экономическое воздействие на примере «Магнита» предполагает создание прямой и распределенной экономической стоимости. Это важные элементы содействия экономическому росту как на региональных и федеральном уровнях (налоговые и иные отчисления в бюджеты), так и для наших важнейших групп заинтересованных сторон: клиентов, сотрудников, партнеров и местных сообществ.

«Магнита» обеспечивает покупателей качественными и доступными продуктами питания, а также другими товарами и услугами, создает

экономические возможности для партнеров и поставщиков, благоприятную и безопасную рабочую среду для сотрудников, развиваем местные сообщества. «Магнит» регулярно платит налоги, а также инвестирует в охрану окружающей среды, разрабатывая и применяя экологически эффективные подходы. Будучи крупнейшей розничной сетью в России, Компания понимает, что сможет добиться еще более внушительных результатов, если для достижения своих целей наладит сотрудничество с другими компаниями. В 2021 г. Компания объединила усилия с восемью крупнейшими международными производителями товаров повседневного спроса в рамках инициативы «Вместе за здоровое будущее». Задача проекта — улучшить качество жизни покупателей и местных сообществ за счет популяризации здорового образа и заботы об окружающей среде.

Являясь единственной российской вертикально интегрированной федеральной сетью с собственным производством, Компания вносит вклад в обеспечение создания устойчивых систем производства продуктов питания и конкретными мерами содействуем обеспечению устойчивого функционирования рынков продовольственных товаров и продукции их переработки. обеспечивает своевременный доступ к информации о продовольственных резервах в регионах присутствия и предпринимает все возможные меры с целью содействия ограничению чрезмерной волатильности цен на продовольствие, особенно социально значимых категорий товаров, внедряет методы ведения сельского хозяйства, которые позволяют увеличить объемы производства и при этом способствуют сохранению экосистем.

Среди основных недостатков предпринимательской среды и ограничений, возникающих на пути развития малого и среднего предпринимательства в России, были выделены следующие:

1. Препятствия на пути получения и использовании финансовых ресурсов, отсутствие «длинных» кредитов, высокие кредитные ставки и

требования к заемщику; налоговый прессинг; проблемные источники инвестирования, получения субсидий и грантов.

2. Неэффективная образовательная, информационная и консультационная поддержка, отсутствие четкой и понятной системы интерпретации информации, наблюдаемой населением и бизнес-сообществом, несмотря на запуск обучающих программ АО «Корпорация МСП» «Азбука предпринимателя» и «Школа предпринимательства», а также навигационный портал для малого и среднего бизнеса (smbn.ru), охватывающий 171 город России с населением более 100 000 человек.

3. Отсутствие стимула к инновациям: индекс новизны, иллюстрирующий использование предпринимателями новых и передовых технологий, в России составляет 5,4%, что в 4 раза ниже показателей стран БРИКС. И в 7 раз ниже, чем у США.

4. Коррупционные и бюрократические барьеры, нестабильность законодательной базы, высокая монополизированность рынка, недостаточная защищенность частной собственности.

Во-первых, ПАО «Магнит» продолжает расширять сферу своего влияния, в основном за счет роста количества торговых точек, в год открывается около 500 магазинов.

Во-вторых, разрабатывается многоформатная бизнес-модель («Магнит Косметик», «Магнит Семейный» и др.) Для удовлетворения потребностей клиентов с разным уровнем дохода. В-третьих, улучшение логистики и привлечение инвестиций в ИТ-сектор с целью повышения эффективности управления запасами и транспортной сети. В-четвертых, создание собственного импорта за счет продажи собственных свежих овощей и фруктов.

«Магнит» по количеству насчитывает более 26 тыс. торговых точек по всей стране, работает в рамках мультиформатной и мультиканальной модели, которая включает в себя магазины у дома и магазины «дрогери», супермаркеты и аптеки под брендами «Магнит» и «Дикси». Компания

осуществляет свою деятельность в трех ключевых направлениях. Помимо розничной торговли, занимается производством продуктов питания в собственных 13 производственных комплексах и имеем 4 собственных агропромышленных комплекса, а развитая логистическая инфраструктура «Магнита» насчитывает 45 распределительных центров и более 5 тыс. грузовых автомобилей, что позволяет назвать Компанию одним из крупнейших логистических операторов в стране.