© И.А. Кузьмина, Н.А. Сергеева, Ю.И. Серохвостова

DOI: <http://doi.org/10.15350/2409-7616.2020.2.38>

УДК 336.14

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ГОСУДАРСТВЕННОМ И РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ В УСЛОВИЯХ НЕРАВНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

И.А. Кузьмина, Н.А. Сергеева, Ю.И. Серохвостова

Кузьмина Ирина Анатольевна,кандидат экономических наук, доцент, кафедра
бухгалтерского учета, анализа, финансов и налогообложения,
Академия ФСИН России, Рязань, Россия.
РИНЦ SPIN-код: 9478-2139
E-mail: ia.kuzmina@bk.ru**Сергеева Наталья Анатольевна,**старший преподаватель, кафедра бухгалтерского
учета, анализа, финансов и налогообложения,
Академия ФСИН России, Рязань, Россия.
E-mail: natasha_197521@list.ru**Серохвостова Юлия Ивановна,**магистрант, Академия ФСИН России, Рязань, Россия.
E-mail: yi.serokhvostova@bk.ru

Аннотация. *Статья посвящена условиям функционирования и неравной конкуренции микропредприятий, предприятий малого и среднего бизнеса в России перед крупными ритейл-группами. На основании требований законодательной базы определения размера и уровня развития предприятий определены критерии, по которым предприятия малого бизнеса уступают крупным налогоплательщикам.*

Проведен ретроспективный анализ негативного влияния на различные сферы и вытеснение с рынка небольших продовольственных предприятий. Проведен анализ действующих законодательных и нормативных актов в части уравнивания конкурентной среды. Опираясь на статистические данные и сложившуюся практику регионального уровня сделаны выводы о значительном снижении удельного веса малого и среднего бизнеса в сфере продажи продовольственных товаров в связи с появлением сетевых магазинов.

Отмечается, что осуществление деятельности федеральных торговых сетей в пределах муниципального образования не несет никакой социальной нагрузки, что отрицательно сказывается на развитии регионов.

Рассмотрены результаты нехватки законодательной базы и его последствия, на примере города Шацка Рязанской области. А так же на примере Турции описывается положительный опыт сдерживания федеральных торговых сетей и возможность конкуренции частного бизнеса.

Таким образом, наряду с развитием крупных сетевых магазинов, следует уделять особое внимание и поддержку, создавать условия развития и конкуренции для предприятий малого и среднего бизнеса, что позволит обеспечить не только увеличение рабочих мест и пополнения местных бюджетов, но и обеспечит реализацию социально значимых функций в удаленных и малочисленных населенных пунктах.

Ключевые слова: конкуренция, малый бизнес, торговые сети, рынок, неравная борьба, монополия.

FEATURES OF SMALL BUSINESS DEVELOPMENT AT THE STATE AND REGIONAL LEVELS IN CONDITIONS OF UNEQUAL COMPETITION

I.A. Kuzmina, N.A. Sergeeva, Yu.I. Serokhvostova

Irina A. Kuzmina,

PhD in Economic sciences, associate Professor of accounting, analysis, Finance and taxation of the Academy of FSIN of Russia, Ryazan, Russian, Federation.
RSCI SPIN-code: 9478-2139
E-mail: ia.kuzmina@bk.ru

Natalia A. Sergeeva,

Senior lecturer, Department of accounting, analysis, Finance and taxation Academy of the Federal penitentiary service of Russia, Ryazan, Russian Federation.
E-mail: natasha_197521@list.ru

Yulia I. Serokhvostova,

Master student, Academy of the Federal penitentiary service of Russia, Ryazan, Russian Federation.
E-mail: yi.serokhvostova@bk.ru

Abstract. *The article is devoted to the conditions of functioning and unequal competition of microenterprises, small and medium-sized businesses in Russia in front of large retail groups. Based on the requirements of the legal framework for determining the size and level of development of enterprises, the criteria for which small businesses are inferior to large taxpayers are determined.*

A retrospective analysis of the negative impact on various areas and the displacement of small food enterprises from the market was conducted. The analysis of current legislative and regulatory acts in the part of the competitive environment equation is carried out. Based on statistical data and established practice at the regional level, conclusions are drawn about a significant decrease in the share of small and medium-sized businesses in the sale of food products due to the emergence of chain stores.

It is noted that the implementation of Federal retail chains within the municipality does not bear any social burden, which negatively affects the development of the regions.

The results of the lack of legislative framework and its consequences are considered, using the example of the city of Shatsk in the Ryazan region. The positive experience of restraining Federal retail chains and the possibility of private business competition is also described using the example of Turkey.

Thus, along with the development of large chain stores, we should pay special attention and support, create conditions for development and competition for small and medium-sized businesses, which will not only increase jobs and replenish local budgets, but also ensure the implementation of socially important functions in remote and small localities.

Keywords: *competition, small business, shopping online, market, unequal competition and monopoly.*

На протяжении многих десятилетий для предприятий малого бизнеса конкуренция выступает одним из существенных факторов развития с целью наибольшей эффективности и достижения предпринимательской цели - получение максимальной прибыли.

Мировой опыт государств с рыночной экономикой показал, что конкуренция – важнейшая предпосылка эффективного использования ресурсов, рост национального богатства. В условиях свободного предпринимательства она способствует максимальному включению рыночных механизмов. Этот же исторический опыт показал, что рынок, не регулируемый государством, конкуренция, предоставленная как бы самой себе, перерастают в свою противоположность – монополию, ведущую к потере динамизма в экономическом развитии, снижению уровня общественного благосостояния [5, с.46].

Конкуренция, осуществляемая на равных условиях, выступает в качестве хорошего стимулятора, и в то же время является естественным регулятором для субъектов предпринимательской деятельности. При этом возникают проблемы ведения бизнеса, когда в конкурентную борьбу с субъектами малого предпринимательства вступают крупные компании и, по сути, выживают их с рынка.

Категории субъектов малого и среднего предпринимательства, выделенные в Федеральном законе от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», представлены на Рисунке 1.

Рисунок 1. Предельные значения дохода, количество занятых в МСП (малое и среднее предпринимательство), полученного от осуществления предпринимательской деятельности

На основании Приказа ФНС п.п. 1, 8, от 16.05.2007 № ММ-3-06/308@ статус крупнейших налогоплательщиков федерального уровня, присваивается организациям, у которых суммарный объем полученных доходов за год превысил 35 млрд. рублей. [3, с. 50; 22, с. 241]

На сайтах Федеральных торговых розничных сетей, за 2018 год объявлены консолидированные финансовые результаты по МСФО, которые исчисляются от 200 миллиардов до триллиона рублей.

Рассмотрев вышеперечисленные критерии понятно, что конкуренция не может быть равной. Средние предприятия, малые, тем более микро-предприятия уступают крупным по многим показателям:

1. меньше кадровый состав, дорогостоящее повышение квалификации и переквалификация;
2. недостаточная оснащенность технологическая и информационная из-за финансовой недостаточности;
3. нехватка в оборотных средствах, резервов, большой процент по эквайрингу, кредитование с процентной ставкой, которая, непосильна для МСП, риски, связанные с этими факторами и многое другое.

В настоящее время, в нашей стране проходит борьба в неравной конкуренции предприятий малого и среднего бизнеса с торговыми сетями. Конкурентные отношения между субъектами рынка регламентируются Федеральным законом от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции». Не может быть признано доминирующим положение хозяйствующего субъекта (за исключением финансовой организации), доля которого на рынке определенного товара не превышает тридцать пять процентов (ст. 5 пункт 2), кроме того, не может быть признано доминирующим положение хозяйствующего субъекта - юридического лица, учредителем (участником) которого являются одно физическое лицо (в том числе зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя) или несколько физических лиц, если выручка от реализации товаров за последний календарный год такого хозяйствующего субъекта не превышает четыреста миллионов рублей (пункт 2.1.) [18, с. 25; 19, с. 71].

Доминирующим признается положение каждого хозяйствующего субъекта из нескольких хозяйствующих субъектов (за исключением финансовой организации), применительно к которому выполняются в совокупности следующие условия: совокупная доля не более чем трех хозяйствующих субъектов, доля каждого из которых больше долей других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, превышает пятьдесят процентов, или совокупная доля не более чем пяти хозяйствующих субъектов, доля каждого из которых больше долей других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, превышает семьдесят процентов [26, с. 186].

Российское антимонопольное законодательство опирается на положения Конституции РФ, а так же многие другие Федеральные законы и Постановления Правительства РФ. В 2004 году была создана Федеральная Антимонопольная Служба, которая самостоятельно принимает нормативные правовые акты, для пресечения недобросовестной конкуренции и недопущения монополизации рынка [8, с. 152].

Но этого недостаточно для стремительно развивающейся молодой рыночной экономики. Россия встала на этот путь с 90-х годов, прошлого столетия и всего около 30 лет потребовалось, чтобы «гиганты» бизнеса выдавили малый бизнес из торгового оборота продовольственными товарами.

Изучению проблем развития малого и среднего предпринимательства в России в своих работах уделяют внимание такие авторы, как Абрамов, В.Н., Алиева Э.Н., Батищев В.С., Валищева М.А., Вертакова Ю.В., Загоруйко И.Ю., Зубайдуллина Д.В., Иванов Г.Г., Ильин П.А., и другие [1, 2, 4, 6, 7, 11, 12, 13, 14].

Ретроспективный анализ негативного влияния на различные сферы, вытеснение продовольственных предприятий с рынка, а так же причины банкротства производителей, более показательным будет рассмотреть на примере микросреды, небольшого города Шацка, районного центра, расположенного на трассе М5 «Урал» Рязанской области. Этот сектор лучше всего покажет ситуацию, сложившуюся в России на сегодняшний день, так как это один из наиболее занятых Федеральными торговыми сетями рыночного сегмента.

В начале 2000 годов, до появления первого сетевого магазина, в рассматриваемом городе было большое количество МСП. Данные Росстата (рисунок 2) подтверждают положительную динамику увеличения количества малых предприятий и индивидуальных предпринимателей в стране в период с 1997 по 2002 годы.

Рисунок 2. Динамика изменения количества субъектов малого предпринимательства 1997 – 2002 г. (данные Росстата)

Финансовые потоки «оставались» в городе и они позволяли местным производителям реализовывать свою продукцию одну часть через местные частные предприятия, другую сбывая в ближайшие крупные города, такие, как Рязань. В те годы от производителя до потребителя было много посредников, на тот момент приоритетным было удалить из «цепочки» посредников и считалось - потребитель получит товар, по меньшей цене. Но товар не дешевел и не дешевеет, а вся разница, которая распределялась, по «цепи» и обеспечивала большое количество рабочих мест десять – пятнадцать лет назад, оказалась в нескольких компаниях и позволила им расширяться и экспансировать весь рынок.

С появлением Федеральных сетевых магазинов с 2010 года, которые открываются в центре города Шацка, по трассе М5 «Урал», малого и среднего бизнеса, у которых основная сфера деятельности - продажа продовольственных товаров, остается все меньше и меньше. Эта тенденция наблюдается и по настоящий день, по всей стране, как видно из рисунка 3 «Единого реестра малого и среднего предпринимательства», ОКВЭД 47.11. «Торговля

розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах», составляет 12%.

Рисунок 3. Структура основных направлений деятельности малого и среднего предпринимательства, апрель 2020 года

Открытие торгового объекта Федеральной сети, как правило, приводит к закрытию вокруг него сразу нескольких торговых объектов субъектов малого бизнеса. При этом после закрытия магазинов из числа потерявших рабочие места, находят новую работу не более половины. Указанные субъекты малого бизнеса торгуют товарами, произведенными на территории региона без каких-либо дополнительных условий, чего нет в Федеральных торговых сетях. Не принято во внимание, что в большинстве регионов, в том числе в Рязанской области, в розничной торговле занята большая часть населения. Торговлю осуществляют и граждане, ведущие крестьянские (фермерские) хозяйства, личные подсобные хозяйства и занимающиеся садоводством, огородничеством. Кроме того, Федеральные торговые сети, осуществляющие свою деятельность в пределах муниципального образования, не несут никакой социальной нагрузки:

- 1) Рабочих мест предоставляется минимальное количество, условия труда тяжелые;
- 2) Налоги (кроме НДФЛ) от осуществления деятельности федеральных торговых сетей не отчисляются в местные бюджеты;
- 3) Федеральные сети не осуществляют развозную торговлю в удалённые и малочисленные населенные пункты. Данная социально значимая функция осуществляется субъектами малого бизнеса [16, с. 637].

В последние десятилетия перед государством стоит вопрос, не только удержать население на «селе», в небольших городах, но и привлечь его туда. В условиях разорения малого бизнеса сделать это достаточно проблематично. Хотя себестоимость товара, выпущенных в небольших населенных пунктах гораздо ниже, дешевле ресурсы: электроэнергия, вода, трудовые ресурсы и другие. Но, в сложившейся в стране ситуации, а именно реализовать свой товар можно практически только через торговые сетевые магазины, производители и поставщики оказываются в безвыходном положении, пытаются работать с «сетевиками» им приходится идти на условия, которые для них не выгодны.

Рассмотрим правила, которые устанавливают торговые сети:

- сетевым магазинам необходимы бесперебойные поставки крупных партий товаров;
- для вхождение в сеть поставщики и производители должны платить, своеобразный аукцион;
- несвоевременная оплата товара, а в последнее время «сети» практикуют расчет за товар после реализации, вынуждая поставщиков и производителей прибегать к заемным средствам в банках, удешевлять производство и состав продукции, торговые сети кредитуются за счет средств, сектора, который находится в тяжелом финансовом положении и подталкивая многих к разорению.

С принятием Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», предполагалось, что он оградит производителей от поборов за место на магазинных полках и бесконечных отсрочек платежей. Как показывает практика, все предполагаемые нормы остались только на бумаге. Аналитики отмечают, что закон не работает из-за того, что Федеральные торговые сети игнорируют все запреты [17, с. 560].

По вышеперечисленным причинам в городе Шацке обанкротились следующие предприятия: ОАО «Шацкий Ликеро-водочный завод» (объявление о несостоятельности (банкротстве) 28.11.2006 года), ОАО «Шацкий молочный комбинат» возобновил работу 23 ноября 2002 года, после закрытия в 90-х годах (объявление о несостоятельности (банкротстве) 26.07.2018 года), ОАО «Шацкий мясокомбинат» (объявление о несостоятельности (банкротстве) 18.06.2018 года)/

Закрытие этих предприятий, одно из которых ОАО «Шацкий Ликеро-водочный завод» осуществлял свою деятельность со времен СССР и РСФСР, привело к потере производства. Эти предприятия имели уникальные рецептуры производства, обеспечивали большое количество рабочих мест. По данным Росстата количество населения, в городе Шацке в 2002 году было около 7600 человек, в 2018 году стало около 5900 человек, из которых большая часть людей пенсионного возраста. Для небольшого населенного пункта сокращение численности на 22%, и этот процент продолжает расти, в недалеком будущем приведет, к тому, что работоспособного населения там не останется и придется приложить больше усилий, чтобы привлечь людей обратно, остановить миграцию в крупные города. Также идет обветшание готовых активов – зданий и сооружений, существует готовая инфраструктура, сейчас эти объекты обеспечены всеми необходимыми ресурсами для производства, но, чем больше времени проходит, тем больше вложений для восстановления потребуется.

Тренд по превышению количества закрытых компаний в целом по России над числом открытых начался ещё в 2016 году и продолжился в 2017-2018 годах.

Согласно статистическим данным число закрывшихся за 2018 год предприятий превысило число открывшихся в 2,14 раза [10, с. 25].

На примере микросреды – города Шацка и Рисунка 4, можно сделать вывод, что продовольственный сектор в 2015 году был практически закрыт для малого и среднего предпринимательства, статистика даже не выделяла его, как значимый сегмент экономической деятельности.

Рисунок 4. Численность индивидуальных предпринимателей – субъектов малого и среднего предпринимательства по видам экономической деятельности в 2015 году (в процентах к итогу)

Но в данных за 2019 год Рисунок 3 «Данные единого реестра малого и среднего предпринимательства, 10 самых «популярных» ОКВЭД». ОКВЭД 47.11. «Торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах», составляет 12%. Это увеличение продаж МСП продовольственными товарами связано, с тем, что прошел эффект новизны магазинов самообслуживания, потребитель хочет иметь выбор и осознал, что Федеральные торговые сети предлагают удешевленные товары, не всегда соответствующего качества, которое заявлено. Покупателю нужно было дать время определиться, пока торговые сети будут «делиться» рынок, но у многих производителей, а тем более у малых предпринимателей, этого времени не было.

Какое-то время назад было мнение, что МСП займет ниши малопривлекательные для крупных компаний. Но, на данный момент стало ясно что, это ошибочное представление, так, как особенно, для сетевых предприятий не существует не привлекательных направлений.

Сейчас, чтобы компенсировать, хоть и небольшой отток покупателей, а так же нарастить ещё больший объем продаж, торговые сети становятся универсами, расширяя свои предложения, проводят мониторинг рынка, выявляют наиболее прибыльные ниши торговли, которые ещё остались у субъектов малого и среднего предпринимательства. Это садово-огородный ассортимент, цветы, автомобильные аксессуары, иногда разрешенные к продаже медикаменты, от продажи в полном объеме сдерживает Федеральный закон «Об обращении лекарственных средств» от 12.04.2010 № 61-ФЗ. Прибегая к уже «отработанной схеме», устанавливая, в начале цены с небольшой наценкой, они могут это себе позволить, за счет больших объемов закупок, и за счет поставщиков, а когда остаются одни, поднимают

цены и оставляют на том уровне, примерном, как и у их конкурентов по торговым сетям.

На сегодняшний день сетевые магазины, супермаркеты, гипермаркеты, мегамаркеты, торговые объекты, работающие по договору франшизы, как обычного формата, так и продажи через Интернет, практически вытеснили малое и среднее предпринимательство из розничной торговли строительными товарами, кухонным инвентарем, одеждой, обувью, игрушками, лекарственными средствами, автомобильными запчастями и аксессуарами.

Две последние группы из-за специфики продаж, пока ещё остаются наиболее привлекательными для малого бизнеса. Лекарственные средства требуются людям, в основном, только в случае болезни, и они выбирают те аптечные магазины, которые рядом с домом, заранее изучив цены.

Розничная продажа автозапчастей, требует специальных знаний, накопленного опыта, для этого необходимо время, чтобы зарекомендовать себя у покупателей.

Но и на этих рынках уже много «сетевиков», в основном, это оптовики, которым развиваться некуда и они вытесняют малые и средние предприятия, занимая их место.

По статистике исследователей консалтинговой фирмы ЕУ только 3,4% малых предприятий удастся продержаться на рынке более трех лет. В европейских странах со схожим числом предпринимателей этот показатель гораздо выше [15, с. 25].

В настоящее время мы видим, что с существующими ограничениями, Федеральные торговые сети занимают доминирующее положение на рынке, которое может полностью исключить существование малого бизнеса в торговле.

Это же показывают статистические данные Росстата (рисунки 5, 6) по всем показателям происходят падения, пугающе выглядят данные по розничным рынкам, их сокращение связано с тем, что в крупных городах они занимают привлекательное местоположение для застройщиков. А ведь это единственный выход на покупателя, для личных подсобных хозяйств и частного производства.

Таблица 1.

Число хозяйствующих субъектов розничной торговли, на конец года, по данным государственной регистрации

	2005 г.	2010 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Организации, осуществляющие розничную торговлю, тыс. ед.	366,1	373,4	375,5	376,7	380,5	352,3	327,2	290,3
Индивидуальные предприниматели, осуществляющие розничную торговлю, тыс. ед.	1448,3	1769,0	1442,2	1437,1	1418,7	1384,7	1294,3	1258,2
Розничные рынки, ед.	5831	3427	1589	1447	1308	1158	1091	1002
Число торговых мест на рынках, тыс. мест.	1214	961	423,8	394,4	352,4	311,0	282,2	261,8

Для наглядности данные представлены в виде рисунка 5.

Рисунок 5. Число хозяйствующих субъектов розничной торговли, на конец года, по данным государственной регистрации

Не смотря на то, что в последнее время ученые пытаются доказать о незначительной роли влияния «малого» бизнеса на экономику России, ссылаясь на небольшой вклад в ВВП, чуть больше 20%, за последние годы. Но, тем не менее, они не оспаривают роль «малого» бизнеса в трудоустройстве населения, по данным за 2018 год: 15357010 человек из 72 400 000, это 21%, трудоустраивает сектор МСП, а возможно и больше так, как есть, до сих пор, люди, которые работают на субъекты малого и среднего предпринимательства, без официального оформления.

В сложившейся ситуации необходимо принимать меры, которые огорожат малое и среднее предпринимательство от Федеральных торговых сетей, уравниют их права на свободную конкуренцию. Не лишат единственного заработка у населения небольших населенных пунктов, и не приведут людей из крупных городов к миграции в мегаполисы.

Конечно, за крупными предприятиями контроль вести проще, но сейчас расчеты, все чаще производят в безналичных формах оплаты, введена контрольно-кассовая техника онлайн, на основании Федерального закона «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации» от 22.05.2003 № 54-ФЗ. Контрольно-кассовая техника, применяется на территории Российской Федерации в обязательном порядке всеми организациями и индивидуальными предпринимателями при осуществлении ими расчетов, за исключением оговоренных случаев, установленных законом. [23]. Автоматизирован режим при вводе отчетности в программе Автоматизированной Информационной Системе (АИС) «Налог-3» созданной для Федеральной Налоговой службы, данных Финмониторинга оборот малого бизнеса становится все более «прозрачным».

В вопросе сдерживания Федеральных торговых сетей положительным следует признать опыт Турции (город Стамбул). В этой стране на рынке присутствуют, торговые сети, как транснационального значения, так федерального и регионального, но в центре города, возникает ощущение, что ты попал в нашу страну, в 90-е годы, много частных магазинчиков, даже палаток. В центральной части города сложно найти супермаркеты федеральных торговых сетей, их площадь ограничена 100 м², чем крупнее магазин, тем дальше от центра города он расположен, а крупные торговые центры, вообще вынесены за

пределы города, на расстояние 30-40 км.

Правительство Рязанской области, видя складывающуюся тяжелую ситуацию на рынке, еще в 2013 году создало отдел по обеспечению деятельности уполномоченного по защите прав предпринимателей в Рязанской области в соответствии с частью 1 статьи 15 Закона Рязанской области от 1 августа 2013 г. № 40-ОЗ «Об уполномоченном по защите прав предпринимателей в Рязанской области». Институт уполномоченного ежегодно формирует доклад, опираясь на данные по Рязанской области, освещая в нем проблемы предпринимательства, в том числе и малого предпринимательства, и предлагая внесение поправок в правовые и законодательные акты.

Такие вопросы, как внесение изменений в Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» о снижении доли торговых сетей в объеме всех реализованных продовольственных товаров в границах муниципального образования с 25 % до 15 % и о запрете открытия магазинов торговых сетей в границах административно-территориального образования с численностью населения, не превышающей 3000 человек [24, с. 92].

В данном пункте можно было бы указать диапазон численности от 3000 – 6000 человек, с учетом, какой процент розничная торговля занимает в денежном обращении, насколько населенный пункт зависит от дохода малого бизнеса, есть ли градообразующие, ресурсоснабжающие предприятия, чтобы не оставить население без источника заработка.

Добавить пункт о развитии ярмарок, сделать их два раза в неделю, по праздничным дням, добавить ещё для их размещения места, для их проведения, запретить, сокращать их площадь, так как во многих районах города, занимаемые ими места, застраиваются палатками, аренда, в которых превышает аналогичной стоимости в нежилых помещениях, в данном районе.

Ограничить площадь магазинов, в среднем, доступную для малых предпринимателей, удалить от центра городов и от оживленных улиц крупные супермаркеты, вынести их на окраины, запретить размещать крупные торговые центры в пределах городов.

По итогам Ежегодного доклада Института уполномоченного по защите прав предпринимателей в Рязанской области, Министерством были направлены письма в Минпромторг России и в Экспертный совет по регулированию потребительского рынка и защите прав потребителей Комитета по экономической политике, промышленности, инновационному развитию и предпринимательству Государственной Думы ФС РФ о рассмотрении данной инициативы [9, с. 47].

По мнению министерства чрезмерная зарегулированность торговой отрасли и введение дополнительных ограничительных мер не является единственным возможным выходом из ситуации. Будущее торговли — это многоформатность, развитие всех сегментов розницы в конкурентных условиях. По мнению министерства, у каждого формата торговли есть свой покупатель и свой поставщик, необходимо занять соответствующую нишу и развиваться, что, безусловно, требует значительных усилий со стороны предпринимателей [21, с. 217].

Крайне трудная ситуация оказалась для экономик всего мира в первой половине 2020 года в связи с распространением коронавирусной инфекции. Как в российской, так и международной практике правительство всегда поддерживало и предоставляло определенные льготы для малого и среднего предпринимательства [20, с. 256], финансовая поддержка предоставлялась и со стороны кредитных организаций [25, с. 3]. В сложившейся ситуации правительство предусмотрело все возможные меры, для поддержки всех отраслей экономики: остановлены проверки, увеличены сроки сдачи отчетности, увеличены сроки предоставления документов по требованию, остановлены меры взыскания в отношении МСП, не принимаются решения о банкротстве, сдвинуты сроки уплаты налогов для субъектов МСП, сдвинуты сроки уплаты страховых взносов для субъектов МСП, введен

мораторий на возбуждение дел о банкротстве, остановлены меры взыскания.

По ОКВЭД выделены виды деятельности, которые особенно пострадали от «нерабочих» дней. Льготы предусмотрены «точечно» (целенаправленно) именно, тем субъектам, кому это необходимо в данный момент. Последствия этого крайне необходимого «простоя» будут ощущаться, еще очень долгое время. В связи с этим, необходимо продлевать эти меры, обращая внимание на МСП. Если крупные компании несут убыток, у них есть запасы, продолжать работу, у малых нет таких резервов, они будут закрываться.

Литература:

1. Абрамов В.Н. Проблемы стратегического управления в малом бизнесе // Вестник научных конференций. - 2016. - № 9-2 (13). - С. 7-8. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27295308>
2. Алиева Э. Н., Липатова Л. Н. Малый бизнес как фактор устойчивого развития региона // Научное обозрение. Международный научно-практический журнал. - 2020. - № 1. - С. 2. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42620932>
3. Бабаева З. Ш., Маграмова Х. Г. Совершенствование налогообложения субъектов малого предпринимательства // Азимут научных исследований: экономика и управление. - 2020. - Т. 9. - № 1 (30). - С. 49-52. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42572183>
4. Батищев В.С., Андросова И.В., Степанова А.Р. Стратегические направления развития малого предпринимательства в России // ЦИТИСЭ. - 2019. № 3(20). - С.19. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39135338>
5. Валдайцев С.В. Малое инновационное предпринимательство / С.В. Валдайцев, Н. Н. Молчанов, К. Пецольдт. – М.: Проспект, 2011. – 536 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22325022>
6. Валишева М. А. Современная практика государственной поддержки субъектов малого предпринимательства в России // Бизнес и общество. - 2020. - № 1 (25). - С. 6. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42618769>
7. Вертакова Ю.В., Положенцева Ю.С. Повышение устойчивости регионального развития на основе сглаживания территориального неравенств: монография // Старый Оскол, ТНТ, 2009. - 248 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22492722>
8. Горфинкель В.Я. Малое предпринимательство: организация, управление, экономика. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 349 с.
9. Гуревич В.А. Законодательное обеспечение поддержания конкуренции и ограничения монополизма за рубежом // Вестник экономики, прав и социологии. – 2007. - №3.- С. 45-50. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22271045>
10. Ермакова Ю. С., Горинов В. И. Проблемы оценки финансового состояния микропредприятий // Сфера услуг: инновации и качество. - 2019. - № 44. - С. 24-33. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42592584>
11. Загоруйко И.Ю. Исследование развития и оптимизации малого предпринимательства в России в условиях мирового кризиса / И.Ю. Загоруйко, Э.М. Фролович // Вестник Пермского университета. – 2012. – № 3(17). - С. 107-113. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=17990764>
12. Зубайдуллина Д.В., Баргузов А.А. Проблемы и перспективы развития современного малого бизнеса в Российской Федерации // Colloquium-journal. - 2020. - № 7-5 (59). - С. 23-25. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42634233>
13. Иванов Г.Г. Организация коммерческой деятельности малых и средних предприятий: учеб. пособие для магистров, обуч. по напр. «Торговое дело» / Г.Г. Иванов, Ю.К. Баженов. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2015. – 302 с.

14. Ильин П.А. Проблемы малого бизнеса в современной России и пути их решения // Юный ученый. - 2020. - № 4 (34). - С. 47-49. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42681777>
15. Кошелева Т.Н. Подходы к оценке перспектив развития малого предпринимательства // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. - 2016. - № 2 (28). - С. 23-26. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26416692>
16. Лазарова Л.Б., Кибизова Д.А., Дауева З.А. Развитие малого предпринимательства в современной России // Экономика и предпринимательство. - 2019. - № 11 (112). - С. 638-641. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42633380>
17. Магомедова У. М. Малый и средний бизнес: особенности функционирования на современном этапе // Научный электронный журнал Меридиан. - 2020. - № 9 (43). - С. 559-561. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42556989>
18. Молев Д.А. Состояние малого и среднего бизнеса в Российской Федерации на современном этапе // Наука, образование и культура. - 2020. - № 3 (47). - С. 24-27. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42631796>
19. Митяков С. Н., Ширяев М. В. Модель взаимодействия малого и крупного бизнеса при создании инновационного продукта // Развитие и безопасность. - 2019. - № 4. - С. 68-79. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42574318>
20. Морозова Т.В. Льготы для малого и среднего бизнеса в российской и международной практике учета: учеб. пособие. – М.: Экономика, 2016. – 317 с.
21. Петров Д. В., Хорольская Т. Е. Малое предпринимательство России: современное состояние и перспективы развития // Естественно-гуманитарные исследования. - 2020. - № 28 (2). - С. 215-219. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42614062>
22. Предпринимательство и малые фирмы / Под ред. П.К. Власова. – Харьков: Гуманитарный Центр, 2014. – 444 с.
23. Тихомирова А. Властелин торговли // Прямые инвестиции. - 2011. - № 2(106). – С. 60-61. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15567216>
24. Шепеленко Г. И., Чернышева Ю. Г. Малый бизнес: факторы успеха // Учет и статистика. - 2019. - № 4 (56). - С. 90-96. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42595813>
25. Шилкина А.Т., Карпушкин В.В. Проблемы устойчивого развития малого бизнеса в России и Европе // ЦИТИСЭ. - 2017. - № 3(12). - С.1-8. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30797559>
26. Шилкина А.Т. Управление качеством и конкурентоспособность предприятий малого бизнеса // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2015. – № 1 (33). – С. 181-188. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23563292>

References:

1. Abramov. V.N. Problems of strategic management in small business. *Bulletin of scientific conferences*, 2016, no. 9-2 (13), pp. 7-8. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27295308>
2. Alieva E. N., Lipatova L. N. Small business as a factor of sustainable development of the region // *Scientific review. International scientific and practical journal*, 2020. no. 1, pp. 2. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42620932>
3. Babayeva Z. sh., Magerramova H. G. Improvement of taxation of small businesses. *Azimuth of scientific research: Economics and management*, 2020, vol. 9, no. 1 (30), pp. 49-52. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42572183>
4. Batishchev V. S., Androsova I. V., Stepanova A. R. Strategic directions of small business development in Russia. *CITISE*, 2019, no. 3(20), pp. 19. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39135338>
5. Valdaytsev S.V. Molchanov N.N., Petsoldt K. *Small innovative entrepreneurship*.

Moscow, Prospekt Publ., 2011, 536 p. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22325022>

6. Valisheva M. A. Modern practice of state support of small business entities in Russia. *Business and society*, 2020, no 1 (25), p. 6. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42618769>

7. Vertakova. Yu.V., Polozhentseva. Yu.S. Increasing the stability of regional development based on smoothing territorial inequality. Stary Oskol, THT Publ., 2009, 248 p. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22492722>

8. Gorfinkel V.Ya. *Small business: organization, management, economy*. Moscow, INFRA-M Publ, 2011, 349 p.

9. Gurevich V.A. Legislative support for the maintenance of competition and restriction of monopoly abroad. *Bulletin of Economics, law and sociology*, 2007, no.3, pp. 45-50. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22271045>

10. Ermakova Yu. S., Gorinov V. I. Problems of evaluating the financial condition of microenterprises. *Sphere of services: innovations and quality*, 2019, no. 44, pp. 24-33. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42592584>

11. Zagoruyko I.Yu., Frolovich E.M. Research on the development and optimization of small business in Russia in the context of the global crisis. *Bulletin of Perm University*, 2012, no 3, pp. 107-113. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=17990764>

12. Zubaidullina D. V., Bargusov A. A. Problems and prospects of development of modern small business in the Russian. *Federation belongs among others institutions-journal*, 2020, no. 7-5 (59), pp. 23-25. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42634233>

13. Ivanov G.G., Bazhenov Yu.K. *Organization of commercial activity of small and medium enterprises*. Moscow, Forum Publ., Infra-m Publ., 2015, 302 p.

14. Ilyin P. A. Problems of small business in modern Russia and ways to solve them. *Young scientist*, 2020, no. 4 (34), pp. 47-49. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42681777>

15. Kosheleva. T.N. Approaches to assessing the prospects for small business development. *Theory and practice of service: economy, social sphere, technologies*, 2016, no 2 (28), pp. 23-26. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26416692>

16. Lazarova L. B., Chibisova D. A., Dabeva Z. A. Development of small business in modern Russia. *Economics and entrepreneurship*, 2019, no. 11 (112), pp. 638-641. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42633380>

17. Magomedova U. M. Small and medium business: features of functioning at the present stage. *Scientific electronic journal Meridian*, 2020, no 9 (43), pp. 559-561. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42556989>

18. Molev D. A. the State of small and medium-sized businesses in the Russian Federation at the present stage. *Science, education and culture*, 2020, no 3 (47), pp. 24-27. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42631796>

19. Mityakov S. N., Shiryayev M. V. Model of interaction between small and large businesses when creating an innovative product. *Development and security*, 2019, no. 4, pp. 68-79. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42574318>

20. Morozova T.V. *Benefits for small and medium-sized businesses in Russian and international accounting practice*. Moscow, Economy Publ., 2016, 317 p.

21. Petrov D. V., khorolskaya T. E. Small business in Russia: current state and development prospects. *Natural-humanitarian research*, 2020, no. 28 (2), pp. 215-219. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42614062>

22. Vlasov P.K. *Entrepreneurship and small firms*. Kharkov, Humanitarian center Publ., 2014, pp. 444.

23. Tikhomirova A. Lord of the Trade. *Direct Investment*, 2011, no. 2 (106), pp. 60-61. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15567216>

24. Shepelenko G. I., Chernysheva Yu. G. Small business: success factors. *Accounting and statistics*, 2019, no. 4 (56), pp. 90-96. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42595813>
25. Shilkina A.T., Karpushkin V.V. Problems of sustainable development of small businesses in Russia and Europe. *CITISE*, 2017, no. 3(12), pp. 1-8. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30797559>
26. Shilkina A.T. Quality management and small business competitiveness. *Bulletin of the V. N. Tatishchev Volga state University*, 2015, no. 1(33), pp. 181-188. (in Russian) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23563292>

Submitted: 12 May 2020

Accepted: 12 June 2020

Published: 15 June 2020