

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУК РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Кафедра теоретической экономики

Документ
завершено
26.05.17
[Signature]

завершено
31.05.17
" [Signature]

КУРСОВАЯ РАБОТА

СПЕЦИФИКА БАРЬЕРОВ ВХОДА ФИРМ НА РЫНОК В ЭКОНОМИКЕ
РОССИИ

Работу выполнила 31.05.2017 *[Signature]* А.С.Клещевская
(подпись, дата)

Факультет экономический курс 1

Направление 38.03.05 – Бизнес-информатика

Профиль Электронный бизнес

Научный руководитель
канд. экон. наук, доцент *[Signature]* 31.05.17 Е.В. Бочкова
(подпись, дата)

Нормоконтролер
канд. экон. наук, доцент *[Signature]* 31.05.17 Е.В. Бочкова
(подпись, дата)

Краснодар 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Теоретические аспекты исследования барьеров входа на рынок	5
1.1 Входные барьеры: понятие, их роль и место в сохранении рыночной власти предприятий	5
1.2 Классификация входных барьеров. Отличительные особенности искусственных барьеров в условиях монополии и олигополии	8
2 Особенности ограничений входа на российском рынке	11
2.1 Государственная поддержка снятия барьеров	11
2.2 Оценка предпринимательской активности в условиях ограничений входа на рынок.....	16
Список использованных источников.....	25
Приложение.....	27

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. В принятых Правительством Российской Федерации постановлениях и программах по дальнейшему развитию рыночных отношений особое место отводится демонополизации экономики. Решение этой проблемы связывается с созданием условий для конкуренции и реструктуризации отраслей народного хозяйства.

В этой связи особую актуальность приобретает задача продуманного регулирования барьеров входа на рынок, представляющих собой различного рода препятствия для свободного перемещения товаров и капиталов. Причем регулирование заключается не только в снижении и устранении барьеров, но и их повышении, что защищает отдельные отечественные рынки от вторжения конкурентов.

Помимо государства, являющегося главным субъектом регулирования, значительная часть этой работы ложится и непосредственно на субъекты предпринимательской деятельности. Как показали специально проведенные опросы, более 50% российских предприятий стремится изменить специализацию и преодолеть установленные барьеры для организации бизнеса на новом и более привлекательном для них рынке. Многие предприятия резонно пытаются защитить свой рынок от потенциальных конкурентов, в том числе и зарубежных.

Главной целью данной работы является исследование входных барьеров на рынок, их происхождение, а также анализ государственной поддержки снятия барьеров в РФ.

Исходя из цели, можно обозначить задачи курсовой работы:

- дать теоретическое обоснование входных барьеров и определить их роль и место в сохранении рыночной власти предприятий;
- рассмотреть виды входных барьеров и отличительные особенности искусственных барьеров;
- выявить различные способы поддержки снятия барьеров со стороны государства;

– определить предпринимательскую активность в условиях ограничений входа на рынок.

Объектом работы является барьеры входа на рынок как ограничитель, который предотвращает появление новых дополнительных продавцов на рынке.

Предмет данной работы – совокупность социально-экономических отношений, связей и процессов, характеризующих поведение экономических субъектов в процессе создания либо ликвидации входных барьеров

Методологическая база исследования – выработанные экономической наукой методы и приемы научного исследования; общенаучные – историко-логический метод, метод научных абстракция, анализ и синтез; и частные – статистический метод, наблюдений и сбора фактов.

Информационная база исследования – учебники по экономическим дисциплинам, а именно, по экономической теории, микроэкономике, монографии по проблеме исследования, публикации в периодических экономических изданиях, интернет-ресурсы.

Структура курсовой работы представляет собой введение, две главы, заключение, список использованной литературы и приложение.

1 Теоретические аспекты исследования барьеров входа на рынок

1.1 Входные барьеры: понятие, их роль и место в сохранении рыночной власти предприятий

Барьер для входа в отрасль (Barrier entry) – ограничитель, который предотвращает появление новых дополнительных продавцов на рынке монопольной фирмы [14, с. 55]. Смысл их состоит в том, чтобы сделать затраты, связанные с проникновением на рынок, настолько высокими, чтобы под угрозой была поставлена сама окупаемость инвестированных капиталов. Таким образом, входные барьеры существуют для того, чтобы увеличить предпринимательский риск для потенциальных конкурентов [2, с. 99].

Попытка объяснить феномен того, что на отдельных отраслевых рынках у фирм устойчиво и систематически норма прибыли выше, чем у фирм в других сферах деятельности, наталкивает на предположение, что здесь могут иметь место препятствия для входа новых фирм на этот рынок, мешающие им использовать благоприятную рыночную ситуацию.

Этому феномену Д. Бейн дал название барьера входа, позволяющего действующим фирмам получать сверхприбыль, не опасаясь входа конкурентов.

В работах Чемберлина также исследовались вопросы потенциальной конкуренции и связанные с ней затруднения входа фирм на отраслевой рынок.

В результате исследований данной проблемы разными экономистами были предложены альтернативные трактовки барьеров входа. Их обзор представлен в работе А. Шаститко. Так, в соответствии с подходом Д. Бейна, барьер входа существует, если новая фирма не может достичь того же уровня прибыльности после входа, который имели уже действующие фирмы до того, как они вошли на рынок.

Позднее Д. Стиглер предложил определять барьеры исходя из асимметрии в поведении действующих и входящих на рынок фирм.

Детализируя это определение, С. Вейцекер рассматривал барьеры входа как затраты производства, которые должна нести фирма, стремящаяся войти на

отраслевой рынок, и не несут действующие на нем фирмы, что приводит к искажению распределения ресурсов с точки зрения общества.

Можно предположить, что барьеры входа делятся исходя из разных форм входа в отрасль. Объем входа (в терминах производственных мощностей) влияет впоследствии на существующие компании. Они должны «пропускать» на рынок маленьких новичков и «придерживать» вход более крупных конкурентов. Если новичок входит с большими производственными мощностями, то он создает серьезную угрозу для действующей фирмы. При таких обстоятельствах они скорее будут агрессивно настроены и, например, будут снижать цены. Таким образом, возможности потенциальных новичков будут оказывать влияние на реакцию со стороны действующих фирм.

Входные барьеры влияют на решение новичков о входе на рынок. Если барьеры слишком высоки, маленькие фирмы примут решение не входить на рынок. Это будет иметь негативный эффект на конкуренцию и динамику отрасли, в результате чего могут вырасти цены и / или снизится качество и объем инноваций.

В литературе и исследованиях, посвященным детерминированию входных барьеров, выделяют следующие подходы к анализу и определению барьеров: подход к определению отраслевых барьеров входа с точки зрения теории отраслевых рынков (*Industrial Organization*) и подход с точки зрения стратегического управления (*Strategic Management*). Целью первого подхода является выявление барьеров входа и анализ характеристик отрасли, в которой такие барьеры существуют. Второй подход предполагает оценку существования барьеров с точки зрения стратегических решений компании в рамках политики стратегического управления.

В рамках подхода теории отраслевых рынков можно выделить следующие концепции: 1) структурное определение Дж. Бэйна; 2) определение Чикагской школы; 3) нормативное определение; 4) определение с позиций укоренившихся фирм; 5) определение в рамках контрактного подхода; 6) определение с точки зрения преимуществ интернализации.

По мнению Дж. Бэйна, входным барьером является все, что позволяет укоренившимся фирмам получать сверхприбыли без угрозы входа. Альтернативное

определение отраслевых барьеров было предложено Ж. Стиглером, которое основывается на асимметрии укоренившихся фирм и новичков. По мнению представителей Чикагской школы, входные барьеры – это затраты производства, которые должна нести фирма, стремящаяся войти в отрасль, но не несут фирмы, уже находящиеся в отрасли.

Фон Вайцекер представил нормативный анализ теории Ж. Стиглера, определившего барьеры входа как «издержки производства (при определенном или каждом уровне выпуска), которые придется понести фирме, входящей в отрасль, но не требуемые от уже действующей фирмы, в которых отражается неравенство в использовании экономических ресурсов с социальной точки зрения». Тот факт, что новички несут такие издержки, которых избегают действующие фирмы, несущественен. Он становится значимым, если асимметрия затрат сопровождается неравенством в размещении ресурсов. Это означает с точки зрения социально-экономической эффективности, что некоторые барьеры входа желательны (особенно если деятельность создает положительные внешние эффекты).

Если создаются положительные внешние эффекты и при этом деятельность в соответствующей отрасли не защищена в достаточной степени барьерами, то ресурсов, свойственных этой деятельности, должно быть совсем не много. В таком случае вход должен быть ограничен в той степени, чтобы цены на продукты и уровень технологических инноваций находились в оптимальной комбинации, т. е. необходимо сделать выбор между статической и динамической эффективностью. Г. Демсец расширил этот взгляд, утверждая, что то, что называется барьером входа, это эндогенный ответ на потребительские предпочтения. Например, количество брендов может быть ограничено способностью потребителей оценивать альтернативы. Поэтому, изучая входные барьеры, не следует замыкаться на последствиях только с точки зрения затрат, но необходимо принимать во внимание потребительские предпочтения и поведение потребителей (например, информация необщедоступна, что связано с оцениванием альтернативных затрат). Это означает, что информационная асимметрия, доступ к каналам дистрибуции и репутация могут также быть барьерами входа.

В противоположность нормативному подходу Р. Гильберт акцентировал внимание на преимуществах укоренившихся фирм. Подход Р. Гильберта состоит в том, чтобы сосредоточиться на преимуществах функционирования в отрасли, а не на неудобствах, связанных со входом. Укоренившиеся фирмы могут зарабатывать прибыль и исключать одинаково эффективных конкурентов не только из-за преимущества в издержках производства.

Таким образом, мы имеем предположение о тесной связи между интернализацией и концентрацией продавцов, так как входные барьеры определяют уровень концентрации продавцов в отрасли. Эмпирический анализ подтверждает это предположение. Дж. Даннинг обнаружил, что две трети исследованных дочерних компаний оперируют в высоко концентрированных отраслях.

1.2 Классификация входных барьеров. Отличительные особенности искусственных барьеров в условиях монополии и олигополии

Входные и выходные барьеры часто оказывают заметное влияние на бизнес. Первые позволяют некоторым компаниям защититься от конкурентов (или мешают выйти на новый рынок), а вторые иногда служат настоящей преградой, заставляющей компанию оставаться на невыгодном для себя рынке [6, с. 190].

Существует 2 вида входных барьеров:

- естественные, которые возникли по экономическим причинам;
- искусственные, которые создаются институциональным путем.

Основные виды естественных барьеров:

- 1) экономия от масштабов производства. Этот барьер означает преимущество в издержках производства у очень крупных фирм, что дает при необходимости возможность понижать цену до уровня, который и будет барьером для входа в отрасль других фирм с более высокими средними издержками;
- 2) размер рынка. Иногда условия спроса таковы, что позволяют удержаться в отрасли лишь одной фирме. Например, ресторан в небольшом населенном пункте;

3) контроль над ключевыми ресурсами производства на основе владения или пользования. Например, одна скважина, в которой добывается нефть.

Искусственные барьеры:

1) патенты и авторские права обеспечивают монопольные позиции на определенное время;

2) лицензии правительства на право заниматься каким-либо видом деятельности;

3) нечестные целенаправленные действия самих фирм-монополистов (угроза, шантаж и т.д.) [3, с. 232].

Абсолютная монополия имеет место тогда, когда весь объем отраслевого предложения концентрируется у одного продавца, а появление в отрасли других продавцов заблокировано. Такое положение возможно только в случае наличия чрезвычайно высоких, непреодолимых барьеров проникновения в отрасль, что и является причиной существования монополий.

Способствующие формированию таких барьеров факторы служат источниками монопольной власти.

В качестве источника монопольной власти могут выступать исключительные права, предоставляемые производителю на ведение определенного рода деятельности.

1. Такие права могут предоставляться органами государственной власти – например, в отношении предоставления услуг почтовой связи или коммунального хозяйства. Именно "правительственные" лицензии являются основой деятельности естественных монополий. Естественными монополиями во многих странах являются компании занимающиеся работающие на рынке железнодорожных перевозок, электро- и водоснабжения.

2. Субъектом установления исключительных прав может быть и фирма, как в случае с франшизой, когда она предоставляет другой фирме монопольные права на осуществление определенной деятельности в рамках установленной территории.

3. Часто источником монопольной власти, хотя и ограниченной во времени, являются авторские права. Реализуясь через патенты и лицензии, они позволяют их владельцу занимать монопольное положение на рынке какого-либо товара (услуги) или в применении в производстве некоей технологии. Источником монопольной власти может служить собственность на производственный ресурс. Если фирма обладает собственностью на весь объем предложения ключевого для производства какого-то товара ресурса, то это обеспечит ей и монополию на рынке данного товара.

На рынке олигополии, как правило, используются нечестные методы борьбы с «новичками». Для того чтобы не пустить новичка на рынок, фирмы могут объединиться в картель и устанавливать такую цену, которая поможет удержать имеющуюся долю рынка [15, с. 10, с. 156].

Таким образом, на рынке существуют два вида барьеров: искусственные (лицензии, патенты и авторские права, нечестные действия фирм и др.) и естественные (экономия от масштабов производства, размер рынка и контроль над ключевыми ресурсами производства на основе владения или пользования). Способствуют развитию искусственных барьеров – источники монопольной власти. В качестве источника монопольной власти могут выступать исключительные права, предоставляемые производителю на ведение определенного рода деятельности.

2 Особенности ограничений входа на российском рынке

2.1 Государственная поддержка снятия барьеров

В нашей стране предпринимательская деятельность – свободная, в соответствии с Конституцией РФ и ГК РФ, но государство в лице законодательных и исполнительных органов управляет деятельностью субъектов предпринимательства. Проблема состоит в том, чтобы ограничить объем государственного регулирования, потому что отказаться от него – невозможно. Но практика деятельности субъектов предпринимательства говорит о том, что на пути развития предпринимательства имеются многочисленные административные барьеры [11, с. 448] сложное законодательство, наличие многочисленных подзаконных актов, противоречия между законодательством на федеральном, региональном и местном уровнях и т.д.

Во Всемирном банке основными препятствиями, которые мешают в России развитию предпринимательства, считают, административные барьеры, налоговое бремя и коррупцию. Административные барьеры в экономике – это установленные решениями государственных органов правила ведения определенной деятельности на рынке, соблюдение которых является обязательным условием ведения этой деятельности и при этом вводящие платежи за прохождение бюрократических процедур, причем, как правило, не поступающие в бюджет.

В России административные барьеры как способ регулирования хозяйственной деятельности возникли в ответ на товарную интервенцию начала 90-х годов. Закон РФ «О сертификации» был принят в 1993 г. Декларированная цель закона – оградить российский рынок от проникновения опасных товаров. В настоящее время под обязательную сертификацию попадают 80% номенклатуры товаров потребительского рынка. По официальным данным Госстандарта, ежегодно имеет место около 2% отказов в сертификации. При этом более чем 30% продукции в дальнейшем забраковывается уже в торговле. Следовательно, сертификация сама по себе не является серьезным препятствием для проникновения на рынок некачественных товаров.

Административные барьеры в РФ можно сгруппировать следующим образом [1]:

– при получении доступа к ресурсам и правам собственности на них (регистрация предприятия, регистрация изменений в статусе предприятия, его уставных документах, получение права на аренду помещения, доступ к кредитам, лизингу оборудования и т.п.);

– при получении права на осуществление хозяйственной деятельности (лицензирование деятельности, регистрация товаров, сертификация товаров и услуг и т.п.);

– при текущем осуществлении хозяйственной деятельности (санкции за нарушения установленных правил, согласование принимаемых решений с контролирующими организациями, получение различных льгот).

Экономические потери общества от существования административных барьеров ведения хозяйственной деятельности, складываются из двух составных частей [1]:

– транзакционных издержек, которые связаны с необходимостью преодолеть барьеры, большая часть которых трансформируется в потери населения за счет роста розничных цен – прямые потери;

– снижения эффективности использования имеющихся ресурсов и недопроизводства стоимости (наличие административных барьеров существенно затрудняет вход на рынок, прежде всего для малого и среднего бизнеса, что ведет к снижению уровня конкуренции и, соответственно, общей эффективности экономики) – косвенные потери.

По мнению авторов программного документа «Борьба с административными барьерами на пути развития предпринимательства. Практика стран ЕС», для наличия административных барьеров в РФ имеется несколько причин, причем каждая создает препятствие для хозяйственной деятельности субъектов предпринимательства [7, с. 5 - 10.].

Во-первых, «некачественное законодательство», которому не хватает прозрачности и которое в общем-то сложно исполнять. Следование законным путем

оборачивается огромной потерей времени. Временные затраты или взятки, позволяющие их избежать, превращаются в значительные барьеры.

Во-вторых, противоречия между федеральными и региональными законами, что создает массу конфликтов интересов, которые можно разрешить либо с помощью дорогостоящего юриста, либо путем дачи взятки ответственному чиновнику.

В-третьих, необоснованный отказ в государственной регистрации юридического лица или индивидуального предпринимателя; длительная волокита в процессе государственной регистрации, получении лицензий, сертификатов, отказ в предоставлении консультаций, например, о порядке взимания отдельных видов налогов.

В-четвертых, проведение большого количества проверок юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, к тому же различными контролирующими органами, количество которых пока на федеральном и региональных уровнях весьма велико, причем проверки они проводят несогласованно.

Осознавая негативное воздействие на развитие предпринимательства чрезмерного числа административных барьеров, уже в начале 90-х гг. европейские страны начали принимать меры по оценке и устранению ненужных административных барьеров, в основном в рамках общей политики дерегулирования. Разработанные и применяемые в странах ЕС политика, стратегии и меры по преодолению административных барьеров включают:

1) сбор информации и проведение исследований относительно размера и областей применения административных барьеров;

2) информационно-консультативную поддержку малых предприятий относительно требований со стороны контролирующих органов;

3) совершенствование и упрощение форм отчетности малых предприятий;

4) упрощение процедур, сокращение частоты их использования и количества организаций, требующих предоставления информации;

5) предоставление льгот предприятиям, в наибольшей степени страдающим от административных барьеров;

б) замену существующих законов новыми (в меньшем количестве и более простыми);

7) изучение нового законодательства в целях устранения административных барьеров.

В РФ государство и органы власти субъектов РФ принимают некоторые меры по сокращению административных барьеров в деятельности субъектов малого предпринимательства [11, с. 450].

Летом 2001 г. Правительство РФ создало Комиссию Правительства РФ по сокращению административных ограничений, основными задачами которой являются:

1) рассмотрение вопросов применения конкретных форм государственного регулирования предпринимательской деятельности и подготовка предложений о целесообразности их использования;

2) подготовка предложений об упорядочении контрольных (надзорных) функций федеральных органов исполнительной власти и их подразделений и подведомственных государственных учреждений, органов власти субъектов РФ и должностных лиц, уполномоченных на осуществление государственного контроля (надзора), за исключением налоговой и финансовых сфер;

3) разработка предложений о порядке финансирования уполномоченных органов и организаций, а также предложений по оптимизации расходов федерального бюджета на государственное управление.

Как правило, поддержка оказывается тем сферам, развитие которых может способствовать решению задач, стоящих перед экономикой или обществом, и дать импульс для прогресса экономики в целом. К таким сферам относятся: инновационная, венчурная экономика; малый и средний бизнес; определенные высокотехнологичные отрасли; отрасли, имеющие конкурентные преимущества на мировом рынке. В ряде случаев поддерживаются и традиционные отрасли, развитие которых либо помогает решать социальные проблемы (например, обеспечение занятости, создание новых рабочих мест), либо создает базу для становления новых отраслей и производств [10].

Ускорение развития сферы малого и среднего бизнеса, особенно в производственной сфере, а значит, и увеличение темпов роста национальной экономики во многом зависят от того, насколько успешно будут сняты перечисленные ограничения на доступ малых и средних предприятий к внешним источникам финансирования программ развития (см. приложение 1) [13].

Анализ таблицы, составленной по материалу, представленным в приложении 1 показал, что число убыточных предприятий в сельском хозяйстве, охоте и лесном хозяйстве за период с 2007 по 2009 гг. уменьшился с 4147 ед. до 2254 ед., а сумма убытка в этот период увеличилась с 23017 млн. руб. до 37476 млн.руб. в этот же период число убыточных организаций уменьшилось в рыболовстве и рыболовстве с 117 ед. до 58 ед., а сумма убытка с 2007 по 2008 гг. увеличилась с 2208 млн. руб. до 3959 млн.руб., но в период с 2008 по 2009 гг. сумма резко уменьшилась с 3959 млн.руб. до 870 млн.руб. в сфере обрабатывающих производств число убыточных предприятий выросло за период с 2007 по 2009 гг. от 4494 ед. до 4767 ед., и сумма убытка была резко увеличена от 98241 млн.руб. до 441487 млн.руб.

Все эти данные свидетельствуют о том, что государство в некоторых областях экономики провела сильную поддерживающую политику для того, чтобы снизить количество убыточных предприятий и сумму убытка, но в то же время эта политика была проведена довольно слабо, что приводило к большим потерям. Также на увеличение числа убыточных организаций повлиял и кризис 2008 г.

Такого рода политика продолжается и сейчас в нашем регионе. На сайте малого и среднего предпринимательства Краснодарского края указаны различные виды поддержки субъектов МСП: субсидии, микрозаймы, поручительства и т.д. Приведен список услуг, которые осуществляются бесплатно по заявке субъекта МСП: разработка сайта, разработка бизнес-планов, маркетинговые исследования, создание фирменного стиля, помощь в оформлении ИП и ООО. На данного рода услуги компании тратят большое количество денег, но в Краснодарском крае эти услуги можно получить абсолютно бесплатно, если вы – начинающий предприниматель. также имеется список бесплатных консультаций и юридической поддержки [9].

Из вышесказанного, можно сделать выводы, что предпринимательская деятельность является свободной, инициативной деятельностью дееспособных физических лиц и юридических лиц, о чем говорится в Конституции страны и в ГК РФ, однако государство в лице законодательных и исполнительных органов регулирует деятельность субъектов предпринимательства.

2.2 Оценка предпринимательской активности в условиях ограничений входа на рынок

Дебютанты бизнеса сталкиваются с так называемыми входными барьерами (создаваемыми потенциальными клиентами, потенциальными контрагентами, прямыми конкурентами и общественностью), от преодоления которых зависит выживание фирмы. Успешный дебют возможен только при изначальном выборе компанией правильной линии поведения.

Входные барьеры, создаваемые потенциальными клиентами, представляют собой сочетание экономических и социально-психологических факторов, определяющих поведение потребителей.

Входные барьеры, создаваемые потенциальными контрагентами, включают те же барьеры бренда, инерции и узнаваемости, какие применяют клиенты фирм-дебютантов [12, с. 23.].

Диверсификацию бизнеса иногда относят к числу самостоятельных стратегий конкуренции, наряду со специализацией субъектов предпринимательства. Диверсификация деловой деятельности, равно как и ее специализация, представляют собой комбинации различных моделей конкурентного поведения, в которых находят отражение элементы разных конкурентных стратегий. Специализацию бизнеса и его диверсификацию не следует рассматривать как явления одного порядка. И безусловные, и условные дебютанты, вступая в новый сектор рынка, обязаны следовать ряду правил, чтобы сразу же, с самого старта, создать необходимый задел для последующего наращивания конкурентных преимуществ. Назовем эти требования правилами удачного дебюта [12, с. 23.].

По состоянию на 10 апреля 2017. в России было зарегистрировано 6 019,8 тыс. малых предприятий, что на 9% больше, чем в 2016 г.

Данная таблица 1 показывает, на сколько поднялось число малых предприятий на 10 апреля 2017 г. по сравнению с 1 августа 2016 г.

Таблица 1 – Количество малых предприятий в федеральных округах на 10 апреля 2017 г. по сравнению с 1 августа 2016 г. [4].

Федеральный округ	количество малых предприятий	
	1 августа 2016	10 апреля 2017
Центральный ФО	1 636 987	1 837 723
Северо-Западный ФО	629 902	694 712
Южный ФО	569 388	704 586
Северо-Кавказский ФО	188 631	202 666
Приволжский ФО	1 016 076	1 089 867
Уральский ФО	482 238	521 025
Сибирский ФО	653 465	703 836
Дальневосточный ФО	245 699	265 383
Крымский ФО	101 379	–

На 10 апреля 2017 г. по сравнению с 1 августа 2016 г. количество малых предприятий выросло в 93 регионах. Наибольший рост показателя отмечен в г. Москва (на 119873 ед.), г. Санкт-Петербург (на 40539 ед.), Московской области (на 31733 ед.), Свердловской области (на 16837 ед.) и Новосибирской (на 15064 ед.) областях, и Краснодарском крае (на 11647 ед.) [4].

Количество МСП в России в сравнении с 2016 годом увеличилось. Но в итоге можно указать как на положительные, так и на отрицательные «сигналы» 2016 года для МСП

Положительные сигналы для МСП.

15 января указом Президента РФ ФНС РФ становится единым фискальным органом, которому переходят и все не налоговые платежи.

Корпорация МСП начала свою работу. Объем выданных гарантий Корпорацией МСП по новому механизму «корпоративного канала» в 2016 году составил 1,72 млрд рублей. В 2017 составит 60 млрд руб. В рамках «Программы 6,5» ЦБ фондирует банк под 6,5%, а Корпорация дает поручительство. Создан бизнес-навигатор и Единый реестр поставщиков МСП (на ресурсе ФНС).

Правительство утвердило Стратегию развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года (09.06.2016). Реализация стратегии к 2030 году увеличит долю МСП в российском ВВП вдвое – до 40%. Возможность реализации стратегии крайне иллюзорна. Особенно это относится к региональным стратегиям.

Двухлетние налоговые каникулы для «самозанятых» (впервые регистрируемых предпринимателей) государство предоставило лишь для нянь и сиделок, репетиторов и уборщиц, которые не привлекают к своей деятельности наемных работников.

Внесены изменения в Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» и Кодекс Российской Федерации «Об административных правонарушениях», ограничивающие права торговых сетей.

Малый бизнес освобожден от проверок ФАС.

С 01.01.16 по 31.12.18 введены надзорные каникулы компаниям малого бизнеса, оборот которых не превышает 800 миллионов рублей в год.

Приняты поправки в Кодекс РФ об административных правонарушениях, разрешающие заменять штраф на предупреждение, если предприниматель совершил нарушение впервые.

Руководители регионов теперь будут отчитываться за состояние инвестиционного климата и развитие бизнеса на своей территории, хотя средств на это в большинстве из них нет. Более того, в 2016-2019 годах долги российских регионов вырастут на 50%.

Правительство повысило предельный уровень дохода для микропредприятий – 120 млн руб., для малых предприятий – 800 млн руб., а для средних предприятий – 2 млрд руб.

На 2016 год правительство заморозило коэффициент-дефлятор, что предположительно дало экономию плательщикам ЕНВД до 10 млрд рублей.

Принят Федеральный закон от 02.06.2016 № 178-ФЗ, вступающий в действие с 2017 года, который продлит срок действия единого налога на вмененный доход (ЕНВД).

Вместо поиска эффективного решения, Министр труда РФ предложил взимать с «тунеядцев» (самозанятых) по 20 тыс. рублей налога.

Отрицательные «сигналы» для МСП.

«Ночь длинных ковшей» в Москве (09.02.16) положила начало внесудебного сноса объектов бизнеса по России: Тверь, Омск, Ярославль, Санкт-Петербург, Сочи, Крым...

Права собственности в России прошли переоценку («Нельзя прикрываться бумажками о собственности, приобретенными явно жульническим путем», – С. Собянин). В Волгограде «стали признаваться «незаконными» даже те объекты, которые на одном месте простояли 30 - 40 лет, их установили еще в советские времена».

Передел собственности в переходах московского метрополитена приведет к появлению 500 «госларьков», которые «продаются» в аренду предпринимателям за безумные деньги.

С марта 2016 года ставка для большегрузных автомобилей повышается и до 31 декабря 2018 г. цена за километр составит 3,06 рубля. Штраф за неоплаченный проезд составит 450 тыс. рублей за первое нарушение и 1 млн за повторное.

Минэкономразвития внесло на рассмотрение правительства план поддержки экономики на 2017 год. Общая сумма, которая будет направлена на поддержку реального, а не спекулятивного сектора отечественной экономики составит 108,75 млрд рублей, что в 8 раз меньше, чем было предусмотрено в антикризисном плане на 2015 год

По данным Института проблем правоприменения проверка ежегодно съедают в России не менее 0,2% ВВП. С каждой проверки бизнес теряет 13,3% прибыли По данным Генпрокуратуры, в январе 2015 г. – декабре 2016 г. было около

4 млн проверок, тогда как в реестре за год зафиксировано всего 398 000. Большая часть проверок заканчивается штрафами.

Кадастровая оценка земли возросла в десятки раз и стала выше рыночной, в результате чего, ещё недавно эффективные российские предприятия становятся неконкурентоспособными на внешнем и внутреннем рынках.

Согласно поправки в статью 45 НК РФ, налоговики могут взыскать неуплаченные налоги предприятия с аффилированных лиц, без уточнения о том, что эти лица именно организации.

Минэкономразвития предоставил в Минфин макроэкономический прогноз, по которому до 2035 г. экономика будет преодолевать стагнацию все ближайшие 20 лет и всё дальше сдвигаться в сторону бедных стран.

Центр развития НИУ «Высшая школа экономики» прогнозирует, что ВВП России сократится в 2015-2019 годах в общей сложности на 8,1 процента.

По итогам 8 месяцев 2016 года объем выданных кредитов МСБ сократился на 11% до 5,3 трлн. руб. Падение кредитования идет последние три года.

В целом по России наблюдается снижение количества нестационарных торговых объектов (НТО) до 5%, хотя именно нестационарная торговля существует в интересах населения, в силу доступности, должна развиваться и быть востребованной [5].

Таким образом, главная проблема, которую предстоит решить дебютантам рынка, – это преодоление входных рыночных барьеров. Под барьерами входа на рынок понимаются экономические, административные, технологические и другие ограничения, препятствующие вступлению новых предпринимателей на рынок для конкуренции с уже действующими на нем субъектами бизнеса.

Входные барьеры, создаваемые потенциальными клиентами, представляют собой сочетание экономических и социально-психологических факторов, определяющих поведение потребителей.

Входные барьеры, создаваемые потенциальными контрагентами, включают те же барьеры бренда, инерции и узнаваемости, какие применяют клиенты фирм-дебютантов.

Входные барьеры, создаваемые прямыми конкурентами, отличаются от рассмотренных выше. Разница в том, что входные барьеры, воздвигаемые контрагентами и потребителями, связаны с плохой узнаваемостью дебютантов, слабостью их брэнда и вероятным отсутствием у них опыта работы в добросовестном предпринимательском бизнесе, в то время как входные барьеры, воздвигаемые прямыми конкурентами, обусловлены их опасениями по поводу вероятного усиления позиций дебютантов в процессе становления новых субъектов бизнеса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог по всей курсовой работе можно выделить самое основное, что в современной экономической литературе встречается несколько определенных входных барьеров. Основное – «барьер для входа (Barrier entry) – ограничитель, который предотвращает появление новых дополнительных продавцов на рынке монопольной фирмы.» Барьеры для входа на рынок необходимы для того, чтобы поддерживать монополию в долгосрочном плане.

Типы барьеров, препятствующих проникновению новых фирм на монополизированные рынки:

- 1) естественные барьеры;
- 2) искусственные барьеры.

Предпринимательская деятельность является свободной, инициативной деятельностью дееспособных физических лиц и юридических лиц, о чем говорится в Конституции страны и в ГК РФ, однако государство в лице законодательных и исполнительных органов регулирует деятельность субъектов предпринимательства.

Административные барьеры (бремя) имеются во всех развитых странах.

Так, основными причинами административного бремени в странах – членах ЕС являются слишком сложные формы и требования; слишком большое количество форм и требований; слишком частая необходимость их предоставления контролирующим органам; частые изменения форм отчетности; большое число государственных органов, осуществляющих контроль за деятельностью малых предприятий и др.

В России административные барьеры как способ регулирования хозяйственной деятельности возникли в ответ на товарную интервенцию начала 1990-х годов. Массовое проникновение на рынок некачественных и опасных товаров, а также лавинообразное развитие рынка услуг привели к тому, что меры, по сути своей исключительного характера, прежде всего сертификация и лицензирование, стали применяться для контроля основной массы товаров и услуг. Такие

масштабы входного контроля могли иметь только два последствия. Если бы контроль осуществлялся реально, то, скорее всего, возникли бы запретительно высокие издержки ведения хозяйственной деятельности, что, в крайнем случае, могло привести к почти полному коллапсу товарооборота. Однако на практике создать реальные механизмы контроля качества товаров и услуг оказалось невозможным именно из-за чрезвычайно широкого поля применения подобных механизмов.

На региональном рынке происходит согласование интересов хозяйствующих субъектов (производителей, посредников и потребителей).

Система методов регулирования региональных рынков на уровне субъектов Федерации основывается на следующих методологических предпосылках.

Во-первых, социально-экономическое развитие региональных систем осуществляется в соответствии с законами воспроизводства, и это является основой для изучения сегодняшних проблем регулирования социально-экономических процессов.

Во-вторых, в современных условиях происходит ограничение вертикальных управленческих связей и зависимостей и замена их горизонтальными. Причем горизонтальные экономические связи формируются под влиянием воспроизводственных циклов с высоким уровнем локализации и в совокупности образуют социально-экономическую среду, обеспечивающую условия эффективного функционирования региональных рынков.

В-третьих, регулирование региональных рынков, рыночной инфраструктуры и всей социально-экономической среды становится главной задачей региональных органов управления.

В-четвертых, для эффективного регулирования рыночных процессов необходимо использование финансово-экономических методов, что обуславливает характер и особенности налогообложения в регионе.

В-пятых, на предприятия и организации, действующие на региональных рынках и участвующие в развитии социально-экономической среды региона региональные органы управления, воздействуют преимущественно экономическими методами.

Административные методы позволяют реализовать общерегиональные интересы; обеспечивают преобладание этих интересов над интересами отдельных субъектов региональной экономики.

И в конце, я бы хотела внести свои предложения касательно барьеров входа фирм. Я считаю, что нужно снизить влияние административных барьеров на крупные, средние и особенно на малые предприятия. Ведь, благодаря малым предприятиям появляются рабочие места, в которых сейчас особенно нуждаются люди, которые потеряли свое место работы из-за кризиса, начавшегося в 2008 году.

Почему еще надо снизить барьеры, для того, чтобы предприятия могли быстрее развиваться и увеличивать свои объемы производства, чтобы на внутренние и на внешние рынки поставлялось больше продукции, чтобы экономика России не стояла на месте, а постоянно развивалась.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Азуан, А. Административные барьеры в экономике: задачи дерегулирования. URL: <http://www.nisse.ru>.
- 2 Герасимов, Б. И. Введение в экономику. Микроэкономика: учеб. Пособие / Б. И. Герасимов. – Тамбов, 2009.
- 3 Ворст, Й. Экономика фирмы / Й. Ворст, П. Ревентлоу. – М., 2003.
- 4 Единый реестр малого и среднего предпринимательства. URL: <https://rmsp.nalog.ru/statistics.html>.
- 5 Итоги 2016 года для малого и среднего предпринимательства (МСП). URL: <http://nisse.ru>.
- 6 Кныш, И. Н. Конкурентные стратегии / И. Н. Кныш – СПб., 2000.
- 7 Лепихина, Т. Л. Целевое программирование как элемент регионального планирования / Т. Л. Лепихина // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – № 9.
- 8 Лукьянов, С. А. Отраслевые барьеры входа как важнейший инструмент политики ограничения конкуренции / С. А. Лукьянов // Вопросы экономики. – 2007. – № 2.
- 9 Малое и среднее предпринимательство краснодарского края. URL: <http://www.mbkuban.ru>.
- 10 Никологорский Д. О методах государственной поддержки малого и среднего бизнеса / Д. Никологорский // Проблемы теории и практики правления. – 2006. – № 11.
- 11 Лапуста, М. Г. Предпринимательство: Учебник. Сокращение административных барьеров, регулирующих деятельность субъектов / М. Г. Лапуста – М., 2009.
- 12 Рубин, Ю. Конкуренция: 10 правил успешного дебюта / Ю. Рубин // Управление компанией. – 2004. – № 5 (36)
- 13 Суриков, А. Е. Россия в цифрах. / А. Е. Суриков / Краткий статистический сборник. – М., 2010.

14 Татарников, Е. А. Микроэкономика. / Е. А. Татарников // Ответы на экзаменационные вопросы: учебное пособие для вузов. – М., 2005.

15 Ильенкова, С. Д. Экономика и статистика фирмы. / С. Д. Ильенкова – М., 2000.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Число убыточных организаций и сумма убытка по видам экономической деятельности

Таблица А. 1 – Число убыточных организаций и сумма убытка по видам экономической деятельности [13, с. 523]

Показатели	2007 г.		2008 г.		2009 г.	
	Число убы- точных орга- низа- ций	Сумма убытка	Число убы- точ- ных орга- низа- ций	Сумма убытка	Число убы- точных орга- низа- ций	Сумма убытка
	ед.	млн. руб.	ед.	млн. руб.	ед.	млн. руб.
Всего в экономике	24455	370693	22625	1553201	20041	1044401
в том числе по вида экономической деятельности:						
с/х, охота и лесное хозяйство	4147	23017	2308	35540	2254	37476
рыболовство, рыбоводство	117	2208	104	3959	58	870
добыча полезных ископаемых из нее:	448	40791	538	123803	489	66634
добыча топливно-энергетических полезных ископаемых	240	30127	298	94712	251	50798
добыча ископаемых, кроме топливно-энергетических	208	10664	240	29091	238	15836
обрабатывающие производства из них:	4494	98241	4721	366753	4767	441487
производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	1189	22080	917	46440	754	36995
текстильное и швейное производство	277	3414	239	4643	235	4439
в том числе металлургическое производство:	74	3188	139	76470	175	64966
производство машин и оборудования	370	12133	402	13353	482	24717
производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	286	4715	357	14420	421	17722
производство транспортных средств и оборудования	208	12867	277	87323	357	127984

Продолжение таблицы А. 1

в том числе:						
производство автомобилей, прицепов и полуприцепов	93	3327	146	32942	208	86367
производство судов, летательных и космических аппаратов и прочих транспортных средств	115	9540	131	54381	149	41617
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	1947	32105	1919	56183	2149	54674
строительство	1253	18817	1433	56230	1534	52974
оптовая и розничная торговля: ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования из них:	3350	39266	3069	195390	2229	138108
торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их техническое обслуживание и ремонт	246	3254	283	12787	394	27735
оптовая торговля, включая торговлю через агентов, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами	1469	21113	1706	143026	868	82586
розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами;	1635	14899	1080	39577	967	27787
гостиницы и рестораны	445	2496	402	5850	490	7000
транспорт и связь	1838	34295	1916	92548	2012	96836
из них связь:	211	11752	212	14125	186	37060
финансовая деятельность	390	11642	497	349812	56	51287
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	3999	52526	3901	244441	2478	78839
из них:						
управление эксплуатацией жилого фонда	1395	8415	1098	8012	1079	7896
научные исследования и разработки	291	3557	277	8592	181	5704
государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование	27	83	20	156	28	457
Образование	331	310	311	509	257	530

Окончание таблицы А. 1

здравоохранение и предоставление социальных услуг	269	1090	271	1998	234	2061
предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	1400	13806	1215	20029	1006	15168
производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	26	130	29	266	30	565
обработка древесины и производство изделий из дерева	236	5748	327	18988	294	14065
целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	709	4565	688	14012	436	14657
производства кокса и нефтепродуктов	24	759	29	4629	25	9484
химическое производство	190	8752	214	23439	174	58823
производство резиновых и пластмассовых изделий	133	3073	193	7517	167	7013
производство прочих неметаллических минеральных продуктов	302	6280	391	25464	611	30681
металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	294	6830	391	83111	512	75255