

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ

**ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ  
РАЗВИТИЯ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ  
МАРКЕТИНГА И КОММЕРЦИИ**

**II Международная научно-практическая конференция  
(Орел, 29 апреля 2013 г.)**

Материалы конференции

*Под общей редакцией  
д.э.н., профессора Н.И. Лыгиной*

Орел  
Издательство Орел ГИЭТ  
2013

Одной из основных причин высоких цен на продукцию регионов может быть высокая стоимость кредитных ресурсов. В частности, банки дают кредиты под 25-27% годовых с учетом дополнительных сборов [6]. Для большинства компаний использование подобных ресурсов невыгодно. Но сетевые предприятия могут использовать другую форму кредитования, независимую от банков, – речь идет о товарном кредите, то есть когда поставщик предоставляет отсрочку платежа за товар на более чем установленные законодательством сроки.

Например, товарный кредит дается для заполнения новой торговой точки товаром. На аналогичные операции может потребоваться более двух недель, следовательно, отсрочка платежа может быть увеличена до 35-45 дней. Также товарный кредит может использоваться и в других ситуациях, поэтому не стоит недооценивать подобную возможность.

Оптимизация налогообложения всё чаще применяется для повышения эффективности работы предприятия. До сих пор, самым комфортным налоговым режимом для розничной торговли является единый налог на вмененный доход (ЕНВД). По сравнению с классической и упрощенной системой, ЕНВД проще в расчёте и не требует составления дополнительных отчетов, что не может не привлекать предпринимателей. Но для применения ЕНВД предприятие торговли должно удовлетворять ряду критериев, основные из которых – численность персонала должна быть не более 100 человек, площадь торговой точки не должна превышать 150 кв. м. Следовательно, для возможности применения ЕНВД производятся структурные манипуляции, зачастую каждая торговая точка представляет собой отдельное юридическое лицо. Для уменьшения численности сотрудников создаются предприятия – поставщики персонала (аутстафферы). Подобная оптимизация помогает не только облегчить работу бухгалтерского персонала, но и уменьшить налоговые отчисления более чем в два раза, что положительно сказывается на финансовом состоянии предприятия. В конечном счёте, высвобожденные средства необходимы для обеспечения, улучшения и развития торговой сети. Приятно заметить, что всё меньше руководителей частных предприятий используют высвободившиеся ресурсы для личного использования, а используют их для развития бизнеса.

В заключение стоит отметить, что, изучая историю развития сетей в малых городах, можно сделать вывод, что, скорее всего, произойдет очередной исторический виток и торговая сфера малых городов будет похожа на то, что она представляла собой 20 лет назад. Остаются 2-4 крупные розничные сети, формирующие основную часть товарооборота в целом по всем регионам и малых городах и сельских поселениях, в частности, и незначительная часть независимых предпринимателей. Из этих сетей, 2-3 будут федеральными (возможно транснациональными), и одна сеть будет местной. Конечно, как и в советское время, будет существовать рынок, как место реализации сельскохозяйственной продукции собственного производства и перепродажи комиссионных товаров. Данная модель является одной из возможных, и представляется наиболее реалистичной.

Также необходимо учесть то, что пространственное развитие сетевого ритейла должно учитывать особенности организации розничной торговли в малых, средних и больших городах, способствовать улучшению системы торгового обслуживания и сохранять самобытность построения локальных сетей.

В данной проблеме инструментом решения может стать внедрение эффективного механизма сетевых технологий в малых городах. Полагаю, что он определит стратегические приоритеты пространственного размещения розничной торговли, на основе которых будет разработана долгосрочная концепция развития регионального потребительского рынка, включающая несколько этапов с вероятными альтернативными вариантами развития, выбор которых будет определяться конкретными социально-экономическими условиями.

#### Список литературы:

1. Бубенцова, П.В. Mixed-USE, или борьба на выживание [Текст] / П.В. Бубенцова // *Новости торговли*. – 2012. – № 3. – С. 18-23.
2. Игнатьев, Л.В. Тренды российского ритейла [Текст] / Л.В. Игнатьев // *Российская торговля*. – 2012. – № 12. – С. 17-18.

3. Кузнецова, Н.А. Ритейл российский сценарий / Н.А. Кузнецова, Малый А.И. // *Новости торговли*. – 2012. – № 3. – С. 18-20.

4. Миронов, В.С. При отсутствии доступа [Текст] / В.С. Миронов, Л.И. Чертова // *Новости торговли*. – 2012. – № 01. – С. 26.

5. Памбухчиянц, О.В. Организация и технология коммерческой деятельности [Текст]: учебник / О.В. Памбухчиянц. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. – 636 с.

6. Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность [Текст]: учебник / Ф.П. Половцева. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 248 с.

7. Чертова, Е.Л. Информация о развитии потребительского рынка города Орла в 2012 году [Электронный ресурс] / Е.Л. Чертова – Режим доступа: <http://infoorel-adm.ru>

8. Шилина, Н.М. Как выйти на рынок вендинга [Текст] / Н.М. Шилина // *Российская торговля*. – 2011. – № 1-2. – С. 34.

БАЗИКОВ А.А.

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт

экономики и торговли»

г. Орел, Россия

ШЕДЕНОВА Н.У.

Казахский государственный университет им. аль-Фараби,

г. Алматы, Казахстан

#### ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК ВЫСОКОЭФФЕКТИВНАЯ РАБОЧАЯ СИЛА В СФЕРЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Современная сфера коммерческой деятельности рассматривается в экономической литературе как весьма обширная область применения человеческого труда. Это не только торговая деятельность, где довольно очевидно она проявляется. Именно в этой отрасли имеет место коммерческое предпринимательство, продавцы, собственники торговых организаций и фирм, которых нередко называют коммерсантами, но и непосредственная торговая деятельность, предполагающая получение коммерческого результата. В сферу коммерческой деятельности, кроме торговли, включаются по сути своей различные коммерческие организации и фирмы. Функционирование которых предполагает получение конкретных размеров прибыли. Она, у каждого из хозяйствующих субъектов, как правило, неодинаковая и во многом зависит от того как каждый из них достигает желаемого результата.

Его величина зависит от многих факторов как внутренних, так и внешних, в том числе от отраслей в которых осуществляется тот или иной процесс труда. В каждом из них решающая роль, как известно, принадлежит непосредственно труду. В свою очередь, его тоже нельзя рассматривать однозначно. Одним из приемов его оценки является саморекламный, который определяется, как совокупность конкретных качественных характеристик личности, характеризующей её как товар. Практически это означает, то, что все самостоятельные члены общества являются владельцами рабочей силы. Ей должны быть присущи знания, умение, профессионализм, талант, который при определенных условиях формирования развития перерастает в интеллектуальный капитал.

Первые из трех названных свойств являются, так сказать, общими для рабочей силы. Однако, каждое из названных свойств, для каждого из индивидуумов, не могут быть одинаковыми. Знания в школе и учебном заведении все получают, в основном, одинаковые. Умение применять их на практике происходит отнюдь неодинаково. Знание и умение зависят от того, в какой сфере реализуется способность к труду, то есть растрачивается рабочая сила.

Профессионализм и талант являясь присущими слагаемыми рабочей силы не всегда характеризуют каждого из работников. Профессионализм приходит, как правило, с продолжительным опытом работы. Здесь важно чтобы отношение к исполнению своих трудо-