

УДК 338.2

Богданова Елена Николаевна

ОСОБЕННОСТИ ЭВОЛЮЦИОННОГО РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ

В статье обозначены факторы, сдерживающие развитие малого предпринимательства в секторе услуг, приведены задачи, стоящие перед российской экономикой, на которые малый бизнес способен оказывать положительное воздействие, проведены параллели между уровнем жизни общества и развитием малого и среднего предпринимательства.

Ключевые слова: субъекты малого и среднего предпринимательства, сфера услуг, сервисная экономика, конкурентоспособность экономики.

Elena Bogdanova

FEATURES OF EVOLUTIONARY DEVELOPMENT FOR SMALL AND MID-SCALE BUSINESSES OPERATING ON THE SPHERE OF CONSUMER SERVICE

The paper identifies factors constraining the development of small businesses in the consumer services sector; there is also a view on the tasks faced by the Russian economy where small businesses could have a positive impact, as well as the parallels shown between the standard of living and the development of small and mid-scale businesses.

Key words: small and mid-scale businesses, consumer service, service economy, competitive capacity in economy.

Развитие предпринимательской деятельности в сфере услуг является решающим фактором в обеспечении экономического благосостояния каждой страны.

Основная часть предприятий, занимающихся сервисной деятельностью, представлена субъектами малого и среднего предпринимательства, и именно этому развитию бизнеса многие страны уделяют пристальное внимание. Ведь малый бизнес в секторе услуг зачастую выступает весомой статьёй доходов бюджета, влияет на темпы экономического роста, создаёт рабочие места, уменьшает занятость населения в неформальном секторе, влияет на структуру и качество внутреннего национального продукта, способствует повышению материального положения общества и духовного потенциала населения.

Сектор услуг в развитых странах представляет основу экономики страны, оказывает влияние на социальную направленность реформ. Основной акцент сервисной экономики постиндустриального периода обращён на развитие малого и среднего предпринимательства в сфере услуг. Соответственно, становление малого бизнеса в сервисной деятельности является приоритетным направлением, способным поддержать темпы роста и конкурентоспособность российской экономики [3].

Учитывая опыт развития зарубежных стран можно утверждать, что третичный сектор в малом и среднем предпринимательстве обладает мощным потенциалом роста качественных преобразований сервисной экономики, способный оказывать положительное воздействие на задачи, стоящие перед российской экономикой [7]:

- стимулирует образование среднего класса в обществе;
- создаёт новые рабочие места, тем самым уменьшает остроту вопроса о безработице;
- содействует деятельности крупных предприятий оказанием им различного рода услуг;
- вкладывание личных средств партнёров малого предпринимательства повышает их заинтересованность в деле, что уменьшает в государстве количество низкорентабельных и убыточных предприятий;

- способствует оптимальному насыщению местных рынков, что приводит к сбалансированности конъюнктурных колебаний и увеличению доходов в местный бюджет [5];
- развивает здоровую конкурентную среду, предотвращает монополизацию в своём сегменте услуг, что позволяет более эффективно использовать необходимые ресурсы;
- на базе малого и среднего предпринимательства возможно более мобильное внедрение инноваций, что стимулирует научный прогресс;
- малый и средний бизнес наиболее приближен к потребителям услуг в силу расширенного ассортимента оказываемых услуг, что стимулирует диверсификацию различных видов услуг;
- увеличение средств государства в форме налоговых поступлений.

Практика показывает, что существенный вклад малых сервисных предприятий в решение важных задач государства делают их составной частью реформирования российской экономики.

В последние двадцать лет становления рыночной экономики отмечены позитивные сдвиги в предпринимательской деятельности субъектов малого предпринимательства сферы услуг. Данные рис. 1 представляют ясную картину увеличения объёма платных услуг населению, который растёт не только в общем по стране, но и в субъектах Российской Федерации. Соответственно, напрашивается вывод о том, что неуклонно растёт интерес населения к продуктам сектора услуг. Ответной реакцией сервисной экономики на сложившуюся ситуацию, по нашему мнению, является расширение масштабов экономической деятельности в данном направлении и постоянное увеличение разнообразия ассортимента в портфеле предоставляемых услуг [6].

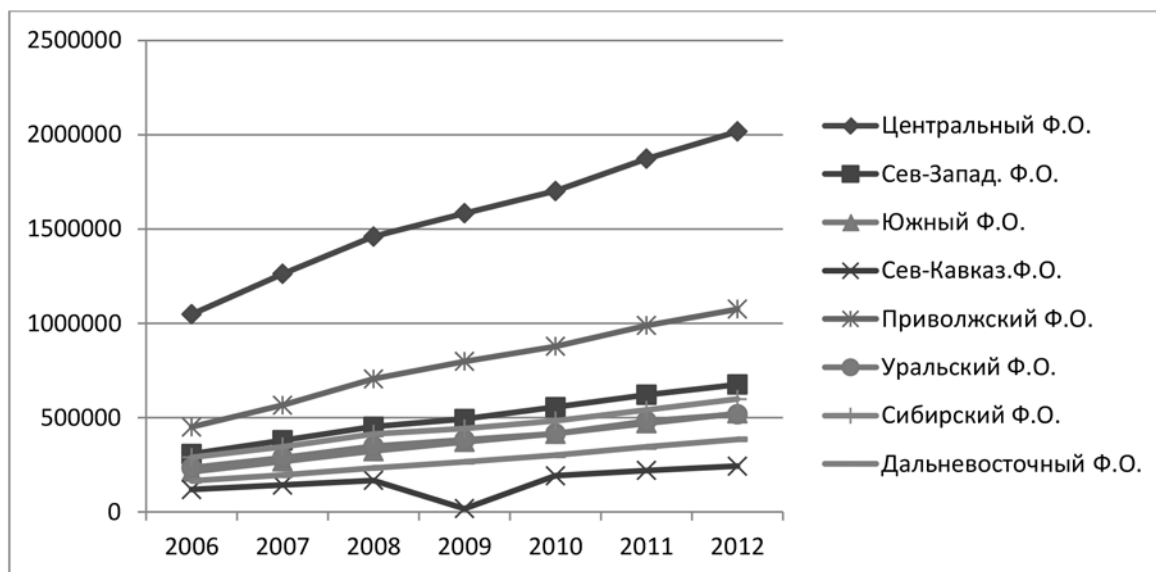


Рис. 1. Объём платных услуг населению, в разрезе субъектов Российской Федерации (млн руб.)

Необходимо особо подчеркнуть, что в соответствующем промежутке времени и направлении экономической деятельности многие страны достигли более высоких результатов: США, Эстония, Франция, Венгрия и т. д. [1].

В процессе совершенствования экономических показателей деятельности российских предприятий малого и среднего предпринимательства были отмечены факторы, сдерживающие развитие экономических показателей предпринимательской деятельности:

- недостаточное использование потенциала политических и административных рычагов для решения вопросов защиты интересов малого предпринимательства на внутреннем и мировом рынках сервисных услуг;
- дефицит квалифицированных специалистов и качественного менеджмента;
- неблагоприятный характер деятельности финансовой и банковской систем, не нацеленный на развитие сектора услуг в малом предпринимательстве;
- несовершенство нормативно-правовых актов, выражающееся в нехватке ясности в правоприменительной практике законодательных актов;
- сектор услуг малого и среднего предпринимательства подвержен любым колебаниям конъюнктуры рынка, что приводит во многих случаях к банкротству;
- узкая специализация услуг малых предприятий не способствует быстрому и многомасштабному расширению деятельности компании;
- фирмы, ведущие свою деятельность в рамках малого предпринимательства, обладают малым капиталом, что приводит к отсутствию возможности вести и внедрять научные разработки в практическую деятельность.

На устойчивое развитие сервисного сектора в малом предпринимательстве оказывают непосредственное влияние действия федеральных органов исполнительной власти. Без государственной поддержки развитие данного сектора экономики будет весьма затруднительно [2].

В целях поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации, органами государственной власти были предприняты следующие шаги:

- 1) в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 3 февраля 1994 г. № 65 была создана государственная некоммерческая организация в форме Федерального государственного бюджетного учреждения «Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере». Основной целью фонда является реализация следующих задач: поддержка малого предпринимательства в научно-технической сфере, оказание информационной и финансовой помощи предприятиям, осуществляющим разработку и освоение наукоёмких технологий, привлечение внебюджетных инвестиций, подготовка кадрового состава и создание новых рабочих мест для полного использования научно-технического потенциала Российской Федерации;
- 2) Постановлением Правительства Российской Федерации от 3 августа 1992 г. № 548 утверждено «Положение о Комитете поддержки малых предприятий и предпринимательства при Госкомимущества Российской Федерации»;
- 3) принято Постановление Правительства РФ от 11 мая 1993 г. № 446 «О первоочередных мерах по развитию и государственной поддержке малого предпринимательства в РФ»;
- 4) Постановлением Правительства РФ от 29 апреля 1994 г. № 409 утверждена первая Федеральная программа государственной поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации на 1994–1995 гг. Основные направления программы: формирование инфраструктуры малого предпринимательства, установление упрощённого порядка регистрации, лицензирования деятельности и сертификации продукции субъектов малого предпринимательства и др.;
- 5) Указом Президента РФ от 6 июня 1995 года № 563 в стране создан Государственный Комитет РФ по поддержке и развитию малого предпринимательства, который разрабатывает и реализует федеральные программы по поддержке малого бизнеса;
- 6) Постановлением Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации от 7 июня 1996 года № 444-П гд утверждена Федеральная программа государственной поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации на 1996–1997 годы;
- 7) принят Федеральный закон от 29.12.1995 № 222-ФЗ «Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства»;

- 8) принят Федеральный закон от 14.06.1995 года № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ» (признан утратившим силу с 1 января 2008 г). Данным ФЗ были определены основные положения государственной поддержки, установлены методы и формы государственного регулирования и стимулирования деятельности малого бизнеса, определил критерии предприятий, относящихся к субъектам малого предпринимательства;
- 9) принят вступивший в силу с 1 января 2008 г. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»;
- 10) в целях реализации государственной политики в области развития малого предпринимательства было одобрено Постановление Правительства РФ от 14 февраля 2000 г. № 121 «О Федеральной программе государственной поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации на 2000–2001 годы». Основной целью программы является обеспечение условий развития малого предпринимательства на основе повышения мер эффективности государственной поддержки. Основные мероприятия программы были направлены на устранение: несовершенства системы налогообложения, неразвитости механизмов финансово-кредитной поддержки и страхования рисков малых предприятий, административных барьеров, проблем малого бизнеса с рынком и с государственными структурами.

18 сентября 2002 г. было создано общественное объединение Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «Опора России». Деятельность объединения направлена на решение многочисленных вопросов, с которыми в повседневной практике сталкиваются предприниматели. В числе основных направлений деятельности общественной организации малого и среднего предпринимательства можно выделить: формирование благоприятной бизнес-среды, помощь в привлечении финансирования и развития бизнеса, стимулирование развития предпринимательской активности, правовая защита предпринимателей, развитие международного сотрудничества.

В процессе прохождения этапов развития российского малого предпринимательства были установлены приоритетные направления его развития, для создания благоприятных условий развития малого бизнеса повышена эффективность государственной поддержки. Малое предпринимательство становится важным рычагом повышения конкурентоспособности экономики России и важнейшим направлением в становлении сервисной экономики [4].

Играя ведущую роль в рыночном механизме сферы сервиса, деятельность субъектов малого предпринимательства нацелена на повышение уровня жизни населения. Увеличение доли субъектов малого предпринимательства в экономике в целом и населения, занятого в малом предпринимательстве (рис. 2), можно обусловить тем, что в данном варианте ведения экономической деятельности необходимо произведение минимальных затрат для начала ведения бизнеса, соответственно, это способствует большему вовлечению активного населения в предпринимательскую деятельность. В большинстве случаев ведение бизнеса в рамках малого предпринимательства носит локальный характер и региональную направленность [8].

В рамках жёсткой конкурентной борьбы в сервисной экономике, довольно часто решающим фактором в занятии лидирующих позиций в бизнесе является скорость. Малые предприятия способны опережать по скорости освоения нововведений (коммерциализации инноваций) крупные предприятия. В процессе своей деятельности российский малый бизнес сталкивается с рядом проблем, которые исключают продвижение российского рынка сервисных услуг на нужный рынок [9].

По нашему мнению, для становления сервисной экономики в разрезе малого предпринимательства необходимо комплексное решение внутренних проблем:

- способствовать развитию точек инновационного роста в секторе услуг малого предпринимательства;
- обеспечить стабильную поддержку массового спроса на продукцию и услуги российских малых предприятий;
- обеспечить доступность кредитных продуктов для субъектов малого предпринимательства;
- не допускать социальных кризисов;
- устранить дефицит высококвалифицированных менеджеров высшего и среднего звена через совершенствование подготовки квалифицированных кадров;

- осуществлять борьбу с произволом монополий;
- исключить незащищённость объектов собственности;
- внедрять в сервисную экономику положительный опыт развития зарубежных стран.

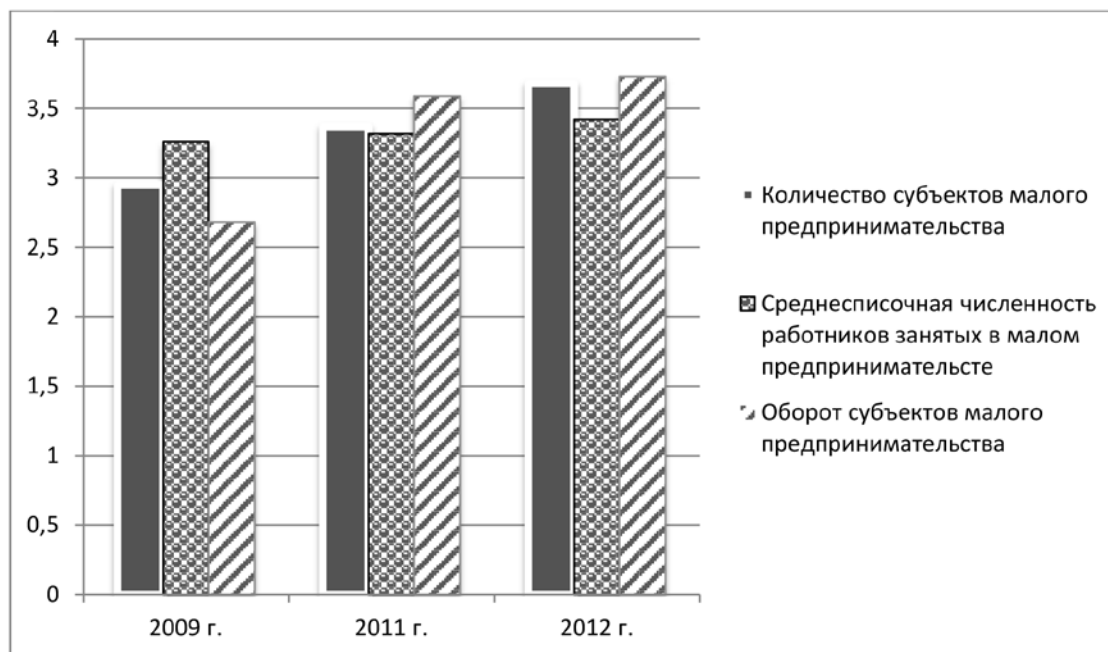


Рис. 2. Экономические показатели субъектов малого предпринимательства Российской Федерации

Малое предпринимательство в сервисном секторе имеет большой потенциал для развития общества и экономики в целом. Поэтому становление малого бизнеса в сервисной экономике признаётся приоритетным направлением успешно развивающихся стран.

Литература

1. Богданова Е. Н., Лазарева Н. В. Проблемы региональной экономики в исследованиях зарубежных и российских ученых: материалы XLI научно-технической конференции по итогам работы ППС вуза за 2011 год. Ставрополь: СевКавГТУ, 2012. С. 127–129.
2. Богданова Е. Н., Лазарева Н. В. Сфера сервиса в российском предпринимательстве – залог быстрых темпов развития конкурентоспособности предприятий // Культура и образование. 2014. № 5.
3. Горбань О. П. Роль малого бизнеса в рыночной экономике. М.: МГТУ, 2000.
4. Зоидов К. Х., Моргунов Е. В., Биджамова К. В. Особенности эволюции малого и среднего инновационного предпринимательства кризисной экономики в постсоветском пространстве. М.: ЦЭМИ РАН, 2009. 152 с.
5. Лазарева Н. В. Региональные аспекты формирования и развития сферы сервисных услуг: материалы I Всероссийской научно-практической конференции «Состояние и перспективы развития социально-культурного и технического сервиса». Бийск: АлГТУ, 2013.
6. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2013: Р32 Стат. сб. / Росстат. М., 2013. 990 с.
7. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова. М.: Аспект Пресс, 2005. 318 с.
8. Тореев В. Б. Барьеры на пути малого бизнеса // ЭНСР. 2008. № 4 (43). С. 76–86.
9. Фурсов В. А., Лазарева Н. В. Управление маркетингом сервисных услуг: сборник материалов Международной научно-практической конференции «Современные проблемы общества, экономики, образования и экологии и пути их решения». Ставрополь: Ставропольбланкиздат, 2012. С. 116–120.