

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ УСЛУГ

THEORETICAL ISSUES STUDY OF FACTORS  
AFFECTING THE DEVELOPMENT OF SMALL  
AND MEDIUM ENTERPRISES IN SERVICES

*K. Omarova*

Senior Lecturer FGBOU VPO "Dagestan State University",  
Makhachkala

kamusya@list.ru

*Омарова Камила Абдурашидовна*  
К.э.н., доцент  
ФГБОУ ВПО "Дагестанский  
государственный университет",  
г. Махачкала

Материалы международной научно-практической конферен-  
ции "Экономика и управление в XXI веке: теория, методоло-  
гия, практика", г. Москва, 30 ноября 2012 года.

Предприятия малого и среднего бизнеса в сфере услуг являются экономическими системами, поэтому их можно рассматривать как социально-экономические структуры, организующие производство услуг, востребованных во внешней среде и использующие внутренние и внешние ресурсы, что позволяет исследовать особенности их развития на основе системного подхода. Как и любая экономическая структура предприятия малого и среднего бизнеса сферы услуг подвержены влиянию изменений различных факторов, но при соответствующих институциональных условиях способны адаптироваться к этим изменениям и стабильно развиваться.

В настоящее время малый и средний бизнес уже занял существенное место в экономике нашей страны, особенно в таких отраслях, как розничная торговля и сфера услуг. Развитие экономики на базе научно-технического прогресса способствует развитию сферы услуг, связанных с поставками и эксплуатацией промышленных товаров, сложных в техническом исполнении. В этой связи новые технологии изменяют методы ведения малого и среднего бизнеса в организациях, занимающихся производством услуг. Особое значение приобретают материальные, социально-культурные услуги и сфера обслуживания населения как совокупность предприятий, юридических и физических лиц, оказывающих услуги населению. Сфера услуг является элементом народнохозяйственного комплекса, она участвует в общей системе экономических отношений, подчиняясь общим экономическим законам, действующим в обществе [1]. В связи с этим на развитие малого и среднего бизнеса в сфере услуг оказывают влияние многочисленные факторы эконо-

мического, технологического, правового, политического, социокультурного, демографического, институционального характера.

Экономические факторы определяются масштабом рынков услуг и уровнем их развития, величиной доходов населения, уровнем платежеспособного спроса и конкуренции в отраслях, устойчивостью рубля, доступностью кредитов для предпринимателей и бизнесменов сферы услуг, состоянием основных фондов и т.д. Рынок услуг создает благоприятные условия для бизнеса из-за большой оборачиваемости капитала, что позволяет вовлекать множество предприятий в эту сферу деятельности, способствуя занятости в малом и среднем бизнесе большого числа экономически активных лиц, что, в свою очередь, способствует развитию среднего класса, предотвращению экономического и социального прессинга. Среди факторов, формирующих малый и средний бизнес в сфере услуг можно выделить: уровень развития инновационной деятельности в конкретном регионе, сырьевой потенциал, уровень спроса на различные виды услуг, уровень рыночных цен, уровень льгот и дотаций, налоговая политика.

Малый и средний бизнес в сфере услуг получил наибольшее развитие как инструмент эффективного удовлетворения общественных потребностей в производственных и деловых кругах, торговле и общественном питании, бытовом обслуживании, личных услугах, туристической индустрии. Однако остается низким уровень его развития в социально-культурном обслуживании (образование, культура, искусство), имеющем свою специфику, что вызвано объективными причинами и факторами

макроэкономического характера. К таким факторам относится, прежде всего, кадровый потенциал предпринимательской деятельности в сфере услуг, формирование которого в большей мере является прерогативой местных и региональных органов, реализующих определенную политику поддержки предпринимательства и бизнеса в сфере услуг. В этом случае кадровый потенциал малого и среднего бизнеса сферы услуг можно рассматривать как совокупность конкретных членов общества, профессиональные и деловые качества которых позволяют им претендовать на вакансию, трудиться на предприятиях сферы услуг, постоянно повышать свою квалификацию [2].

Слабая профессиональная подготовленность руководителей, специалистов и работников сферы услуг в большей мере определяется отсутствием региональной программы подготовки предпринимателей, недоступностью платного образования для большинства участников малого бизнеса в сфере услуг, отсутствием системного подхода к подготовке к предпринимательской деятельности на всех уровнях (федеральном, региональном). Все вышесказанное свидетельствует о необходимости вовлечения в процесс развития малого и среднего бизнеса сферы услуг государственных структур, создания информационно-аналитического обеспечения деятельности по подготовке специалистов и персонала предприятий на базе современных информационных технологий. Необходима подготовка в области управления рынком, маркетинга, коммерции, формирования и реализации стратегии и тактики бизнеса, продвижения производимых услуг на рынок, приобретения навыков по обеспечению инновационной и инвестиционной деятельности.

Активизация инновационной деятельности малого и среднего бизнеса в сфере услуг зависит, прежде всего, от технологических факторов, включающих уровень развития науки, техники и технологий, которые в совокупности с социокультурными факторами определяют возможности реализации предпринимательской инициативы на различных уровнях.

К социокультурным факторам относятся: уровень образования, социально-психологический климат на предприятиях малого и среднего бизнеса и предпринимательства в целом.

Институциональные факторы характеризуют степень развитости инфраструктуры рынка: банковской системы, системы страхования, распределительной системы, системы рыночных посредников, обеспечивающих юридическое и консультативное обслуживание и т.д., которые снижают барьеры вхождения в бизнес и уровень риска предпринимательства [3]. Несмотря на наличие ряда правовых актов, призванных способствовать эффективному использованию всех преимуществ малого и среднего бизнеса, действующая правовая база крайне несо-

вершенна. Нормативно-правовая документация закладывает основы для успешного развития малых и средних форм предпринимательства, решения организационных, финансовых, научно-технических проблем, однако многие законы не выполняются, финансирование развития бизнеса, особенно в сфере услуг инновационного характера, остается трудно разрешимым и отличается кратковременной продолжительностью действия.

Информационное обеспечение бизнеса, которое призвано повысить его эффективность и оперативность, не поспевает за изменениями в нормативно-законодательных актах. Предприятия малого и среднего бизнеса сферы услуг должны учитывать все многообразие маркетинговых факторов информационного характера, наличие которых должно способствовать гибкому реагированию предпринимателей на любые изменения рыночной ситуации, своевременно корректируя стратегию и тактику своего развития.

Организационные факторы обуславливают возможность для успешного ведения бизнеса на рынке услуг, отражаются в структуре управления малым предприятием сферы услуг. К организационным факторам можно отнести: усиление ответственности за принятые решения; гибкость осуществления деловых операций; расширение делового партнерства в целях повышения конкурентоспособности и удовлетворения запросов потребителей.

В процессе формирования или преобразования структуры управления малых предприятий сферы услуг необходим учет ограниченности возможностей увеличения масштаба предприятия, аппарата управления и разнообразия ассортимента услуг по отраслевой направленности. Такой подход свидетельствует о целесообразности применения линейно-функциональной организационной структуры бизнеса, которая предопределяет ограниченность управленческого персонала, но на базе маркетингового подхода, когда функции управления подразделяются по группам и видам отраслевых услуг.

Группа коммуникационных факторов базируется на процессах передачи информации, что позволяет обеспечивать согласованность и нормальное функционирование малых и средних предприятий посредством активного взаимодействия его внутренней среды с внешней средой. Коммуникациями малого и среднего бизнеса являются сети каналов, предназначенные для сбора, анализа и систематизации информации о состоянии внешней среды и обеспечения обратной связи. Основное значение при этом придается организационной структуре управления и коммуникационным процессам.

Недостаточное внимание к территориальным факторам привело к тому, что направления развития малого и среднего бизнеса в сфере услуг остаются несогласованными с задачами развития региональной экономики, ре-

шение которых во многом определяется уровнем развития предпринимательства в сфере услуг на территории региона, стратегиями социально-экономического развития региона в целом.

Структурные изменения в процессе организационного развития должны создавать благоприятные условия для достижения заданных целей развития малого и среднего бизнеса в сфере услуг во всех отраслях национального хозяйства. Такой подход, стимулирующий адаптацию и развитие участников организационного процесса управления и инновационную активность, объективно обуславливает повышение управляемости экономической и хозяйственной деятельности на всех уровнях, что связано с повышением требований к государственному регулированию сферы услуг и поддержки малого и среднего бизнеса на современном этапе развития экономики

страны.

Для формирования эффективной системы управления развитием малого и среднего бизнеса сферы услуг необходимо исследование комплекса вопросов и проблем, связанных с определением: роли сферы услуг в развитии экономики страны и регионов, значения регулирующей функции государственных органов в сфере услуг, основных направлений совершенствования системы управления функционированием и развитием сферы услуг, а также изучение проблем функционирования предприятий сферы услуг в различных отраслях и динамики их развития.

Такой подход в комплексе с научно-теоретическими принципами управления позволит более полно раскрыть механизм управления развитием малого и среднего бизнеса в сфере услуг.

---

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития / Под ред. Ю.П. Свириденко. Т.2. Экономика предприятий СУ-М.: Кандид, 2001.
2. Богачев В.Ф., Кабаков В.С., Ходачек А.М. Стратегия малого предпринимательства. – С-Пб.: Изд-во "Корvus", 1995.
3. Парначев В.Г. Малый бизнес в сфере услуг. – М.: Знание, 1991.