

И. Н. Фадейчева, Э. В. Бардасова

ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ БЫТОВЫХ УСЛУГ

Ключевые слова: сервисный сектор, малое предпринимательство, значение малых предприятий в сфере услуг.

Исследован рынок сферы бытовых услуг и его особенности. Проанализировано значение малых предприятий в сфере бытовых услуг. Выявлены проблемы эффективного развития малого предпринимательства.

Keywords: consumer services, small entrepreneurship, the importance of small enterprises in the sphere of services.

Researched the market of services of public catering and its features. Analyzed the importance of small enterprises in the sphere of public catering services. Identified problems of effective development of small business.

В развитии современной экономики, повышении качества жизни населения принципиальную роль играет сфера бытовых услуг. Основной функцией бытовых услуг в экономике является обеспечение потребности людей в повышении комфортности их жизни, содержанию в надлежащем качестве принадлежащего им имущества.

В ст. 346.27 Налогового Кодекса Российской Федерации приводится следующее определение: “Бытовые услуги - платные услуги, оказываемые физическим лицам (за исключением услуг ломбардов и услуг по ремонту, техническому обслуживанию и мойке автотранспортных средств), предусмотренные Общероссийским классификатором услуг населению, за исключением услуг по изготовлению мебели, строительству индивидуальных домов” [1].

Вместе с тем, в соответствии с классификацией, используемой органами Федеральной службы государственной статистики, в состав бытовых услуг входят и техническое обслуживание и ремонт автомобильного транспорта – более того, данная услуга является одной из наиболее динамично развивающейся и рентабельной из всего спектра бытовых услуг, представленных в экономике РФ. Соответственно, в настоящем исследовании, посвященном не налоговым аспектам, а исследованию социально-экономических барьеров развития бытовых услуг, техобслуживание и ремонт автотранспорта, в соответствии с подходом Росстата, целесообразно включать в общий перечень бытовых услуг населению.

Одним из основных импульсов ускоренному развитию сферы бытовых услуг является переход к постиндустриальному обществу, который имеет место как в развитых государствах с рыночной экономикой, так и в Российской Федерации. Постиндустриальная экономика характеризуется процессами существенного повышения производительности труда в сфере реального производства, обусловленного процессами комплексной автоматизации и компьютеризации, и, соответственно, перетоком кадров в сферу торговли и услуг.

Одновременно для постиндустриальной экономики характерно существенное повышение уровня доходов населения, что создает дополнительные возможности ускоренного роста объемов потребления различных видов бытовых

услуг. Кроме того, для постиндустриальной экономики характерно постоянное обновление и усложнение ассортимента электронной аппаратуры потребительского назначения, парка автотранспорта, что соответствует повышает и требования к качеству бытовых услуг, требует постоянного совершенствования их технико-технологической составляющей.

Достаточно динамично, по сравнению с 1990 г.г. и началом 2000 г.г. развиваются сферы услуг фотоателье и саун – собственно, в предыдущие периоды такого рода объекты были достаточно редки. В настоящее же время они представлены повсеместно. Собственно, для их создания не требуется существенных затрат, сравнимых, например, с созданием промышленных производств или крупных торговых центров. Вместе с тем, текущие издержки на обслуживание данных объектов бытовой инфраструктуры также сравнительно невелики, в то время как спрос на их услуги устойчив.

Устойчивым является и рост спроса на услуги парикмахерских и косметических салонов. Такого рода рост, по нашему мнению, связан с двумя основными факторами, связанными с социально-экономическим поведением различных по уровню доходов слоев населения. С одной стороны, устойчиво увеличивается спрос на услуги индустрии красоты со стороны достаточно обеспеченных слоев населения, в т.ч. молодежи. С другой – спрос на услуги относительно недорогих парикмахерских с середины 2000 г.г. стал доступен для основной массы пенсионеров, чего не было в 1990 г.г. Указанные стимулы, воздействия на различные сегменты парикмахерских бытовых услуг, обеспечивают их устойчивый рост.

Вместе с тем, депрессивно развиваются такие виды бытовых услуг, как услуги прачечных, химической чистки, ремонта обуви. Предприятия данных подотраслей сферы бытовых услуг характеризуются крайне низкой или отрицательной рентабельностью, вызванной негативными тенденциями изменения спроса населения.

Об эффективности развития предприятий определенного вида экономической деятельности свидетельствует динамика такого показателя финансово-экономической результативности, как рентабельность. Уровень рентабельности деятельности сферы бытовых услуг превысил

докризисный уровень. Вместе с тем, в настоящее время отрасль бытовых услуг является несколько менее рентабельной по сравнению с экономикой РФ в целом (8,6% по итогам 2013 г.) и существенно менее рентабельна по сравнению с рядом отраслей промышленности (нефтедобыча, нефтепереработка, химическая промышленность), а также со сферой торговли.

О.В. Горохова рассматривает российский рынок бытовых услуг в качестве одной из наиболее перспективных отраслей отечественной экономики [2]. При этом в качестве одного из позитивных факторов развития данной сферы автор рассматривает проникновение в отечественную сферу бытовых услуг крупных иностранных компаний (например, сетей торговли электроникой и иным оборудованием, имеющих собственные сервисные центры или международных компаний, предоставляющих инновационные виды бытовых услуг, такие, например, как клининговое обслуживание физических лиц).

С точки зрения влияния на социально-экономические барьеры развития предприятий сферы бытовых услуг, по нашему мнению, проникновение в эту сферу иностранных компаний оказывает позитивное влияние, прежде всего в части роста рыночной конкуренции. Дело в том, что в отношении иностранных компаний чиновникам сложнее применять индивидуальные административные барьеры, вымогать взятки и т.п. Кроме того, в подавляющем большинстве иностранные компании, в том числе действующие в сегменте бытовых услуг, не склонны применять коррупционные методы и иные теневых формы ограничения рыночной конкуренции. Соответственно, общий уровень конкурентности рынка бытовых услуг в РФ с распространением на нем иностранных компаний усиливается и, соответственно, барьеры в части входа на рынок и конкурентного развития несколько уменьшаются.

В части проблем преодоления социально-экономических барьеров развития Г.И. Хотинская в 2002 г. выделила крайнюю неразвитость сферы отраслевого консультационного обслуживания сферы бытовых услуг [3]. По нашему мнению, данная проблема является актуальной и в настоящее время. Действительно, многие малые предприятия сферы бытовых услуг просто не обладают достаточным опытом для научно обоснованного, системного противодействия различным видам социально-экономических барьеров. Вместе с тем, такого рода предприятия отрасли не имеют и финансовых ресурсов для использования услуг приглашенных консультантов в данной области, которые, при условии их качественного выполнения, являются достаточно дорогостоящими.

М.С. в качестве ключевой проблемы развития Переславцев сферы бытового обслуживания в РФ называет отсутствие действенной системы государственной поддержки данной отрасли экономики, которая, по его мнению, необходима в особенности для малых предприятий, оказывающих услуги бытового обслуживания для социально незащищенных слоев населения [4].

Выделим специфику основных социально-экономических барьеров развития малых и средних предприятий сферы бытовых услуг в разрезе рынков, формирующих указанные барьеры:

1. В рамках рынка предоставления услуг (потребительского рынка) в настоящее время существуют следующие основные социально-экономические барьеры:

1.1. Сложность входа на рынки отдельных, наиболее рентабельных сегментов рынка бытовых услуг; к такого рода сегментам с наиболее существенными входными барьерами А.В. Икимов относит рынок авторемонта и технического обслуживания автотранспортных средств, а также ритуальные услуги [5]. Собственно, данные виды бытовых услуг ввиду своей высокой прибыльности привлекают административный ресурс и криминал, которые и формируют соответствующие барьеры входа различного характера. Наименьшие же входные барьеры, соответственно, имеют место в низкорентабельных подотраслях сферы бытовых услуг, таких как парикмахерские услуги, услуги химической чистки и прачечных [6].

1.2. Барьеры, которые формируются крупными компаниями, действующими в различных сегментах рынка бытовых услуг. Так, в настоящее время достаточно перспективными для крупных компаний на рынке бытовых услуг являются две модели деятельности: сопутствующая и сетевая. В рамках сопутствующей модели бытовые услуги, например по ремонту электроники, являются сопутствующим видом деятельности для крупных торговых компаний и, как правило, осуществляются в рамках принадлежащих им сервисных центров. Сетевая модель предполагает развитие некоторого унифицированного бренда, например сети салонов красоты, в различных регионах. Следует отметить, что крупные компании в сфере бытовых услуг имеют и больше возможностей в части рекламы, в части временного демпинга, а также взаимодействия с государственными контрольными органами по вопросам создания искусственных барьеров для малых и средних предприятий соответствующих сегментов сферы бытовых услуг.

1.3. Барьеры, вызванные эластичностью спроса на большинство бытовых услуг. Так, например, в отличие от рынка жизненно необходимых продуктов питания, спрос на большинство бытовых услуг эластичен, существенным образом зависит от динамики реальных располагаемых доходов населения. Соответственно, в условиях возможной "второй волны" финансово-экономического кризиса многим малым и средним предприятиям сферы бытовых услуг будет достаточно сложно выдержать длительный период падения спроса, в то время как крупным компаниям данного сектора несколько проще ввиду более существенной диверсификации видов деятельности и наличия более существенных финансовых резервов [7].

1.4. Для ряда подотраслей сферы бытовых услуг (ремонт жилых помещений, ремонт техники) ограничением деятельности для легальных

компаний является наличие большого сегмента предложения со стороны физических лиц, предоставляющих такого рода услуги нелегально и, соответственно, ввиду отсутствия налогового режима, имеющих возможностей предлагать более предпочтительные для потребителей цены.

2. В рамках рынка рабочей силы основным барьером развития малых и средних предприятий сферы услуг является дефицит квалифицированных кадров, в первую очередь квалифицированных рабочих. Отметим, что данный problem в сфере услуг стоит все же менее остро, чем на многих промышленных предприятиях, и проявляется он не во всех сегментах сферы бытовых услуг. Однако в сфере ремонта высокотехнологичного оборудования потребительского назначения проблема устойчивого дефицита квалифицированных кадров существует.

3. В рамках рынка капитала основными социально-экономическими барьерами развития предприятий сферы бытовых услуг являются:

3.1. Недостаточная доступность банковского кредитования, особенно долгосрочного, для предприятий сферы бытовых услуг РФ. Данный барьер имеет объективную причину: так, по итогам 2013 г., как показано на рис. 1.3.2, средняя рентабельность сферы бытовых услуг Российской Федерации составила 7,6%, в то время как средняя процентная ставка по долгосрочным банковским кредитам – 11,3%. Соответственно, для среднестатистического предприятий сферы бытовых услуг привлечение долгосрочного банковского кредитования является экономически не вполне целесообразным, а для самого коммерческого банка данная операция характеризуется повышенным уровнем риска.

3.2. Незрелость схем государственной поддержки предприятий бытового обслуживания, которая могла бы осуществляться например для малых и средних предприятий данной отрасли, предоставляющих бытовые услуги преимущественно для социально незащищенных слоев населения (не обязательно в форме прямого бюджетного финансирования, но, например, в виде долгосрочной льготной аренды помещений и земельных участков, находящихся в государственной или муниципальной собственности, на цели развития предприятий сферы бытовых услуг).

Кроме того, существенным социально-экономическим барьером развития предприятий различных видов деятельности является коррупция. Для проверки характера влияния данного барьера на эффективность развития предприятий сферы бытовых услуг Российской Федерации по материалам

статистики 2005 – 2013 г.г. автором построена следующая экономико-статистическая функция.

С ростом коррупции (уменьшения индекса восприятия коррупции Transparency International) рентабельность отрасли по предоставлению бытовых услуг населению в экономике Российской Федерации в 2005 – 2013 г.г. устойчиво сокращалась. Более того, построенная функция является эластичной, о чем свидетельствует большее единицы значение коэффициента при факторной переменной функции: так, с ростом коррупции (уменьшением индекса TI) на 1% рентабельность сферы бытовых услуг будет сокращаться, при прочих равных условиях, в среднем на 5,07%, что свидетельствует о высоком уровне чувствительности рентабельности развития отрасли к данному фактору и, соответственно, о значимости коррупции как социально-экономического барьера деятельности предприятий сферы бытовых услуг Российской Федерации.

Литература

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации. – М.: Бек, 2014. Ст. 346.27.
2. Горохова О.В. Особенности и проблемы развития предприятий сферы услуг в России // Российское предпринимательство. – 2013. - №3. С.93
3. Богомолова, И. П. Анализ формирования категории конкурентоспособность как фактора рыночного превосходства экономических объектов Текст. / И. П. Богомолова, Е. В. Хохлов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. - № 1. - С. 9-11.
4. Хотинская Г.И. Инфраструктурные особенности развития отрасли бытового обслуживания населения и их особенности на региональном уровне // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. - №3. С.34.
5. Переславцев М.С. Бытовое обслуживание России. Проблемы, прогнозы, планы [Электронный ресурс]. URL: http://tpprf-byt.ucoz.ru/publ/stati/periodika/bytovoe_obs_luzhivanie_rossii_problemy_prognozy_plany/3-1-0-58
6. Икимов А.В. Проблемы эффективного развития рынка платных услуг // Экономика, бизнес и право: Мат-лы Всеросс. научно-практ. конф. – М., 2013. – С.80.
7. Фадейчева И.Н., Бардасова Э.В. Современные методы преодоления социально-экономических барьеров в сфере бытовых услуг // Вестник Казан. технол. ун-та. 2013. Т.16. № 24. С. 202-204.
8. Фадейчева И.Н., Бардасова Э.В. Место и роль малых предприятий в сфере услуг общественного питания // Вестник Казан. технол. ун-та. 2013. Т.16. №15. С. 179-184.

© И. Н. Фадейчева – асс. каф. ФПОХД КНИТУ, fadeycheva@yandex.ru; Э. В. Бардасова – д-р экон. наук, проф. каф. МПД КНИТУ, eleonora.bardasova@yandex.ru.

© I. N. Fadeycheva – assistant, KNRTU, fadeycheva@yandex.ru; E. V. Bardasova – doctor of economic Sciences, Professor, KNRTU, eleonora.bardasova@yandex.ru.