механизмы повышения конкурентоспособности малых предприятий сферы услуг

Аннотация

В статье рассматривается механизм повышения конкурентоспособности малых предприятий сферы услуг и проблемы их развития. Проведено предварительное исследование корреляционной зависимости оборота малых предприятий сферы услуг от ряда экономических показателей их деятельности и данных, характеризующих инновационную активность малого бизнеса.

Ключевые слова: малые предприятия, платные услуги населению, конкурентоспособность, корреляционная зависимость, оборот малых предприятий сферы услуг

Горохова Ольга Валерьевна
ассистент кафедры экономики и управления факультета экономики и права, Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова
goroxowa.olga2013@yandex.ru

В настоящее время сфера услуг является одним из самых перспективных направлений бизнеса в России. Для нашей страны характерны многие общемировые тенденции в развитии сферы услуг. При этом историческая эволюция российской сферы услуг отличается немалым своеобразием. Динамика и структура сферы услуг в России в значительной мере определяются суровыми климатическими условиями жизни, обширной, но малонаселенной территорией, значительным многообразием национальных, социальных, региональных и культурно-религиозных особенностей.

В то же время с момента начала рыночных реформ до настоящего времени сфера услуг России вышла на качественно новый уровень развития, характеризующийся вполне современными рыночными отношениями [2].

Конкурентные преимущества в современных экономических условиях

Осуществление деятельности малых предприятий сферы платных услуг в условиях рынка обуславливает необходимость ведения ими успешной кон-

курентной борьбы, формирования определенных конкурентных преимуществ.

Соответственно, обеспечение конкурентоспособности предприятия представляет собой комплекс работ, направленных на развитие его потенциала и формирование конкурентных преимуществ на основе разработки стратегии. Большинство российских предприятий сферы услуг в настоящее время пытаются улучшить эффективность своей работы, снижая издержки, совершенствуя качество, сокращая сроки выполнения заказов, но не выделяют при этом подлинно стратегические процессы, которые и должны выполняться для успешной реализации организационной стратегии.

Традиционные источники конкурентных преимуществ постепенно уходят в прошлое. В условиях насыщенного, высокотехнологичного и активного рынка, далеко не всегда удается получить конкурентные преимущества перед экономическими соперниками, рассчитывая только на «классические» источники, такие, как доступ к дешевым ресурсам, удобное географическое положение, снижение себестоимости продукции и др. Когда подобные источники конкурентных преимуществ исчерпаны, единственной возможностью выиграть в конкурентной борьбе становится создание и выпуск на рынок продукта, обладающего новыми качествами, отсутствующими у аналогов.

Если конкурентное преимущество достигнуто за счет выпуска на рынок уникальной продукции (услуги), основанной на собственных инновационных разработках, то для преодоления такого преимущества конкурентам необходимо или разработать аналогичную продукцию, или предложить нечто лучшее, и при этом с наименьшими затратами. Данные пути требуют больших затрат времени и усилий конкурента.

Применительно к уникальным технологиям и специалистам это означает, что на некоторое время фирма оказывается в лидирующем и недосягаемом положении – то есть она является устойчиво конкурентоспособной.

При этом к фактору успеха относится инновационный инструментарий современной экономики, открывающий более широкий спектр потенциальных возможностей гибкости для долгосрочного

...с момента начала рыночных реформ до настоящего времени сфера услуг России вышла на качественно новый уровень развития

поддержания инновационной активности предприятия, его конкурентоспособности, критерием которой выступает способность максимально полно использовать свои потенциальные возможности [5].

Данные по результатам деятельности малых предприятий по федеральным округам России

В целях исследования взаимосвязей между экономическими показателями на основании данных статистики может быть использован корреляционно-регрессионный анализ.

Для установления прямых связей между переменными величинами по их абсолютным значениям в рамках данного исследования остановимся на линейном корреляционном анализе.

В общем виде для вычисления коэффициента корреляции используем следующую формулу:

способности

$$r_{xy} = \frac{\sum (x_i - \bar{x}) \times (y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2 \times (y_i - \bar{y})^2}},$$

где

x_i – значения, принимаемые переменной X,

y_i – значения, принимаемые переменой Y,

$\bar{x}$ – средняя по X,

$\bar{y}$ – средняя по Y.

При изучении статистических данных, отражающих оборот малых предприятий в сфере услуг, автором было проведено предварительное исследование корреляционной зависимости между следующими показателями по федеральным округам Российской Федерации за 2011 год:

– оборот малых предприятий сферы услуг, млрд руб.;

– затраты на технологические инновации, млн руб.;

– объем инновационных товаров, работ, услуг, млн руб.;

– число малых предприятий (на конец года), тыс.;

– среднесписочная численность работников малых предприятий, тыс. человек;

– оборот малых предприятий, млрд руб.

Результаты, проведенного предварительного исследования подтверждают наличие тесной корреляционной зависимости между рассматриваемыми

...можно сделать вывод о существовании тесной прямой зависимости оборота малых предприятий сферы услуг от затрат на технологические инновации

Таблица

Коэффициенты корреляции по исследуемым показателям федеральных округов Российской Федерации за 2011 год

	Оборот МП сферы услуг, млрд руб.	Затраты на технологические инновации, млн руб.	Объем инновационных товаров, работ, услуг, млн руб.	Число МП (на конец года), тыс.	Среднесписочная численность работников МП, тыс. человек	Оборот МП, млрд руб.
Центральный федеральный округ	6205,4	275677,1	480327,4	545,5	3165,3	9327
Северо-Западный федеральный округ	1390,5	78489,6	196049,1	259,9	1252,5	2388,4
Южный федеральный округ	976,2	15182,1	59811,8	147,4	836,6	1628,8
Северо-Кавказский федеральный округ	320,6	2094,3	31941,8	47,6	273	515
Приволжский федеральный округ	2138	165199,9	781944,9	336,2	2234,2	3649,2
Уральский федеральный округ	1255,1	103872,7	179708,9	173,5	909,8	1984,4
Сибирский федеральный округ	1335,6	63345,1	88866	245,1	1309,4	2269
Дальневосточный федеральный округ	442,3	29955	288090,7	81,3	441,1	851,4
Коэффициент корреляцияи	-	0,9370030	0,5242407	0,9408341	0,9288467	0,9987589

показателями, рассчитанными на основании статистических данных [4] по федеральным округам (*см. табл. на с. 101*).

Малый бизнес в сфере услуг в контексте региональной экономики

На основании данных таблицы можно сделать вывод о существовании тесной прямой зависимости оборота малых предприятий сферы услуг от затрат на технологические инновации (0,9370). Также оборот малых предприятий сферы услуг может иметь тесную прямую зависимость от численности малых предприятий (0,9408) и от среднесписочной численности работников малых предприятий (0,9288).

В результате можно сделать вывод о том, что в целях повышения оборота малых предприятий сферы услуг необходимо осуществление мероприятий по стимулированию создания новых малых предприятий в данной сфере, а также увеличению численности работников в данной сфере. Кроме того, косвенное влияние на оборот малых предприятий сферы услуг, очевидно, оказывают затраты на технологические инновации в соответствующем регионе.

Многие специфические черты российской экономики, в том числе и бизнеса сферы услуг, обусловлены особенностями регионального экономического развития. В то время как в большинстве стран проблема региональной экономики и проблема национальной экономики идентичны по содержанию, в России проблемы региональной экономики обладают ярко выраженной спецификой и определяются типом каждого отдельно взятого региона, его экономико-географическими параметрами, основными ресурсами, производственной базой, инфраструктурой, местом региона в национальной экономической системе и прочими значимыми факторами. Этим определяются и различия в уровнях развития отраслей сферы услуг, на которые существенный отпечаток накладывает именно региональная составляющая [3].

Рассматривая государственную поддержку малого бизнеса в России, можно утверждать, что власть реально недооценивает роль малого бизнеса в современном обществе. Правительство считает, что вполне достаточно законов, которые косвенно

Литература

1. Горохова О.В. Особенности и проблемы развития предприятий малого и среднего бизнеса в России в современных условиях.
2. Горохова О.В. Особенности и проблемы развития предприятий сферы услуг в России // Российское предпринимательство. – 2013. – № 3 (225). – С. 93–101.
3. Проскура, Д.В. Региональный маркетинг в инновационной среде / Д.В. Проскура, Н.В. Проскура, Н.А. Мурашова; НГТУ. – Н. Новгород, 2011. – 124 с.
4. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2012: Р32 Стат. сб. / Росстат. – М., 2012. – 990 с.
5. Селяев Е.В. Формирование стратегии обеспечения конкурентоспособности на предприятиях сферы услуг // Вестник ЮРГТУ (НПИ). – 2011. – № 4. – С. 241–247.

регулируют предпринимательскую деятельность в целом, а что касается финансов, то пусть малый бизнес сам «крутится», на то и есть рынок, конкуренция. В результате все сводится к региональному уровню. В ряде регионов создаются фонды для поддержки малого предпринимательства, реализуются региональные программы поддержки малого бизнеса. Однако региональный механизм поддержки более развит в Москве и слабее представлен в других регионах [1].

...в России проблемы региональной экономики обладают ярко выраженной спецификой и определяются типом каждого отдельно взятого региона

Выводы

Как показывает проведенное исследование, государственная поддержка в создании новых малых предприятий сферы платных услуг позволит не только повысить занятость, но и напрямую окажет влияние на величину оборота малых предприятий сферы услуг.

Кроме этого, немаловажным для развития конкурентоспособности малых предприятий сферы услуг, как показало предварительное исследование, является стимулирование повышения затрат на технологические инновации.

В результате, создавая условия, обеспечивающие поддержку малого бизнеса, государство сможет повысить эффективность российской экономики в целом.

pn

Olga V. Gorokhova
Assistant Lecturer of the Chair of Economics and Management of the Department of Economics and Law,
Magnitogorsk State Technical University named after G.I. Nosov

Mechanisms of a Competitive Growth of Small Enterprises of a Service Industry

Abstract

A mechanism of a competitive growth of small enterprises in a service industry and problems of their development are considered in the Article. A preliminary research of a correlation dependence of a turnover of the small enterprises of the service industry on some economic indicators of their activity and data, characterizing an innovative activity of a small business, is performed.

Keywords: small enterprises, paid services rendered to the population, competitiveness, correlation dependence, turnover of small enterprises of a service industry