DOI: 10.26794/2220-6469-2019-13-2-90-96
УДК 338.262.4(045)
JEL D12, D22

CC BY 4.0

Потребительские услуги и предпринимательские инициативы населения

Е.А. Разомасова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», Новосибирск, Россия
http://orcid.org/0000-0002-2807-6547

А.Т. Петрова
Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия
http://orcid.org/0000-0009-0597-5497

О.Н. Владимирова
Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия
http://orcid.org/0000-0002-8631-4697

АННОТАЦИЯ

Малые предприятия вносят весомый вклад в результаты социальной и экономической деятельности страны. Выявление нереализованного предпринимательского потенциала — важная задача, реализация которой позволит не только достичь стратегических целей, поставленных Президентом Российской Федерации, но также определит дальнейшее развитие данного сектора экономики на перспективу. Международные сравнения выявили значительное отставание России по уровню развития предпринимательства от развитых стран мира. На долю малого и среднего предпринимательства в объеме ВВП в нашей стране приходится 20–25%, в то время как за рубежом данный показатель достиг уровня в 60–75%. Сократить отставание возможно лишь проведением качественной политики в области продвижения предпринимательских инициатив со стороны федеральных властей и общественных организаций. Снижение уровня административных барьеров при одновременном росте финансовых возможностей позволит действующим и начинающим предпринимателям функционировать более инициативно и открыто, запустит механизмы масштабирования бизнеса и увеличит рост числа занятых. В своем исследовании мы предлагаем обратить пристальное внимание действующих и начинающих предпринимателей, органов власти на сферу потребительских услуг. Она представляет широкие возможности для накопления стартового капитала предпринимателями для его дальнейшего инвестирования в экономику. С целью определения фактического интереса населения к предпринимательству и к сфере потребительских услуг мы провели социологический опрос населения в режиме online. Результаты опроса позволили установить наиболее востребованные сегменты рынка услуг у потенциальных предпринимателей. Выбор респондентов в основном выпал на услуги общественного питания, мелкого ремонта и благоустройства жилья, клининга. Перспектива организации бизнеса в данных отраслях, по мнению респондентов, связана с развитием городского пространства и тенденцией урбанизации экономики, при которых данные виды услуг длительное время будут востребованы, а значит, смогут приносить стабильный доход предпринимателю.

Ключевые слова: сфера потребительских услуг; предпринимательство; потребительские услуги; национальный проект; предпринимательский потенциал; экономическое развитие

Для цитирования: Разомасова Е.А., Петрова А.Т., Владимирова О.Н. Потребительские услуги и предпринимательские инициативы населения. *Мир новой экономики.* 2019;13(2):90-96. DOI: 10.26794/2220–6469–2019–13–2-90-96

Consumer Services and Entrepreneurial Initiatives of the Population

E.A. Razomasova
Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russia
http://orcid.org/0000-0002-2807-6547

A.T. Petrova
Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia
http://orcid.org/0000-0009-0597-5497

O.N. Vladimirova
Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia
http://orcid.org/0000-0002-8631-4697

ABSTRACT

Small businesses make a significant contribution to the social and economic performance of the country. Identification of unrealised entrepreneurial potential is an important task. Its implementation will not only allowing achievement of strategic goals, which were set by the President of the Russian Federation but also determined the further development of this sector of the economy. International comparisons have revealed a significant gap between Russia's level of business development and that of the developed countries. In our country, the share of small and medium-sized businesses accounts for 20–25 per cent of GDP, while abroad, this figure reached a level of 60–75 per cent. It is possible to reduce the gap only by carrying out a quality policy in the field of promoting entrepreneurial initiatives, initiatives by the Federal authorities and public organisations. A policy of reduction of the level of administrative barriers with a simultaneous increase in financial capacity will allow existing and emerging entrepreneurs to act more proactively and openly, will launch business scaling mechanisms and increase the number of employees. In our study, we offer to existing and new entrepreneurs, and to authorities to pay close attention to the sphere of consumer services. This sphere provides ample opportunities for entrepreneurs to accumulate start-up capital for further investment in the economy. To determine the real interest of the population in entrepreneurship and consumer services, we conducted an online sociological survey of the population. The results of the survey allowed the establishment of the service market segments which are the most popular among potential entrepreneurs. Respondents mainly chose catering services, small repairs and home improvement, clearing. According to respondents, the prospect of business organisation in these sectors is associated with the development of urban space and the trend of urbanisation of the economy. It will allow these types of services to be in demand for a long time so they will be able to bring a stable income to the entrepreneur.

Keywords: consumer services; entrepreneurship; national project; entrepreneurial potential; economic development

For citation: Razomasova E.A., Petrova A.T., Vladimirova O.N. Consumer services and entrepreneurial initiatives of the population. *Mir novoj ekonomiki = World of the New Economy*. 2019;13(2):90-96. DOI: 10.26794/2220-6469-2019-13-2-90-96

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: УСПЕХИ И ТРУДНОСТИ

Рост национальной экономики зависит от множества факторов, среди которых активность населения и желание развивать предпринимательские компетенции, которые имеют важное значение. Не обращаясь к вопросу о вкладе малого предпринимательства в экономическое развитие страны, отметим, что проблема низкой активности предпринимательских инициатив населения на протяжении многих лет не теряет своей актуальности.

В Указе Президента Российской Федерации от 07.05.2018 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» отмечена необходимость реализации национального проекта в сфере развития малого и среднего предпринимательства и поддержки индивидуальной предпринимательской инициативы (далее — национальный проект). Осуществление данного проекта предусматривает увеличение к 2024 г. численности занятых в сфере малого и среднего предпринимательства, включая индивидуальных предпринимателей, до 25 млн чел. В настоящее время численность занятых во всех видах предпринимательства (микро-, малые, средние предприятия), по данным единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, составляет 15 807470 чел.[1] Следовательно, необходим рост практически на 50%! Каковы резервы для данного роста?

Формирование экономической национальной модели, ориентированной на рост внутренних источников доходов, с ослаблением зависимости от экспорта энергоресурсов, предполагает ряд действий, направленных на активизацию предпринимательской инициативы и снижение рисков ведения бизнеса в стране. Например, авторы программы «Стратегия роста для России» настаивают на том, что она «должна состоять в формировании новых источников на основе дальнейшего развития принципов рыночной экономики и расширения предпринимательской инициативы», включая «кардинальное снижение административного давления на бизнес», защиту собственности, развитие судебной системы, «снижение издержек на услуги инфраструктурных и сырьевых монополий» и ряд мер, способных обеспечить реальный прирост ВВП [1, с. 25, 31].

Поскольку малые предприятия — неотъемлемая часть современной рыночной экономики, возникают методические вопросы оценки резуль-

[1] По данным на 10.03.2019 г. Единый реестр малого и среднего предпринимательства. URL: https://ofd.nalog.ru (дата обращения: 12.03.2019).

татов их детальности в границах национальной экономики. В России вклад малого и среднего предпринимательства в ВВП составляет 20–25%, в то время как в развитых странах — 60–75% [2, с. 67]. При этом система валовых показателей, представленных в отчетах Росстата, демонстрирует рост числа малых предприятий и объемов их деятельности более чем в 1,5–2 раза, особенно на длительном промежутке времени (10 лет и более), что вызывает сомнение в части достижения прорывных результатов. Пример подобного эффекта отмечен в статье С.Г. Волоховой, в которой автор на основе динамики валовых показателей количества малых предприятий, среднесписочной численности занятых в них работников и объемов деятельности в период с 2009 по 2016 г. делает вывод о том, что «количество малых предприятий в нашей стране непрерывно увеличивалось на протяжении всего периода, и в 2016 г., по отношению к 2009 г., составило почти 173%» [3, с. 20]. Однако при пересчете этих показателей в годовых циклах получаются более скромные результаты. Ежегодный прирост численности малых предприятий в России с 2009 по 2016 г. составлял от 1,9 до 5,6%. Кроме того, разделив общее число малых предприятий, действующих в стране в 2016 г. (по данным, приводимым в статье С.Г. Волоховой), на численность населения страны в аналогичный период, получим 0,02 предприятия малого бизнеса в расчете на 1000 чел., что также трудно отнести к успешным достижениям.

В связи с этим поиск эффективных способов развития предпринимательского потенциала населения остается актуальной задачей. В данной статье авторы предлагают обратить внимание на сферу потребительских услуг, где начинающий предприниматель может в короткие сроки заработать требуемый ему капитал для дальнейшего развития или инвестиционных вложений в другие сектора экономики, что представляется нам вполне успешным бизнесом. Отраслевая система потребительских услуг достаточно продуктивна, поскольку помимо основной цели — удовлетворение потребностей граждан в необходимых услугах — способна приводить в движение капитал, предоставлять возможности для роста мелким и средним предпринимательским хозяйствам, решать ряд социальных и экономических задач в интересах муниципалитетов, регионов, государств. В сфере потребительских услуг быстрее, чем в других секторах экономики, развивается предпринимательская активность, более динамично создаются рабочие места, что позволяет увеличить занятость, активнее осуществляются налоговые сборы и отчисления.

Скорость создания предприятий, оказывающих услуги потребительского характера населению, обеспечивается за счет низкой капиталоемкости бизнеса (от 1 до 3 млн руб.), не требует серьезных инвестиционных вложений, поддерживается системой франчайзинга. При этом каждое предприятие в сфере потребительских услуг способно создавать от 1-го до 10 рабочих мест (в зависимости от вида деятельности), способствовать решению проблем занятости, вносит свой вклад в рост валового продукта, осуществляет бюджетные отчисления. Каждый из работников предприятия сферы услуг, получивший рабочее место и уверенность в стабильном доходе, в дальнейшем становится участником развития других сфер экономики, не связанных с отраслью, в которой он трудится.

С позиции инвестиций сфера потребительских услуг выступает достаточно привлекательным проектом для предпринимателей и прочих инвесторов, желающих в короткие сроки получить отдачу от бизнеса. По оценкам экспертов, максимальные сроки окупаемости инвестиционных проектов в сфере потребительских услуг составляют 1,5–2 г., что позволяет рассматривать отрасль как стартовую для формирования первоначального капитала с последующей диверсификацией его развития.

Возникает вопрос: почему при подобных условиях число малых предприятий в сфере потребительских услуг растет низкими темпами? Ответ кроется в понимании общих экономических условий, влияющих на развитие предпринимательских субъектов — в целом и сферы потребительских услуг — в частности.

АКТИВИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ

Сфера потребительский услуг, как и любая экономическая система, формируется под влиянием внешних условий, которые, помимо стоимости факторов производства, рисков производства, платежеспособного спроса населения, наполненности рыночного предложения, включают в себя предпринимательские риски и предпринимательскую инициативу.

Закономерно, что «создание приемлемых условий ведения бизнеса в сфере потребительских услуг приведет к росту предпринимательской активности, численному росту экономических субъектов, предлагающих услуги населению» [4, с. 119], что, в свою очередь, поспособствует формированию адекватной (по отношению к трудоемкости и себестоимости производства услуг) цены предложения, постепенно выводя платные услуги из зоны элитарных в доступные для потребителей со средним и невысоким уровнем доходов.

Связь предпринимательской инициативы и предпринимательских рисков подробно изложена в работах Р. Кантильона, И. Тюнена, Ф. Найта. Исследователи, рассматривающие предпринимательство через функцию риска и неопределенности [5], опираются на законы, способные оказать влияние на предпринимателей вне зависимости от выбора ими сферы деятельности.

Кроме экономических рисков, отечественный предприниматель регулярно сталкивается с рядом негативных ситуаций и процессов. Это: нарушение сроков и процедур проведения проверок, несогласие контролирующих и фискальных органов с конечными результатами отчетности предпринимателей, сложности регулирования арендных и земельно-имущественных отношений, неадекватный объем запрашиваемой документации и прочие действия, которые ведут к снижению предпринимательской активности, создают дополнительные трудности предпринимателям, негативно влияя на деловую среду и инвестиционный климат национальной экономики. Данные риски вынуждают предпринимателей закладывать их в расходы, делая цену услуг выше для сохранения объема ожидаемой прибыли.

Исследования, проводимые нами среди предпринимателей г. Новосибирска, уже выявили факторы, снижающие предпринимательские инициативы в сфере потребительских услуг [6]. Эти исследования подтвердили стойкость негативных факторов, не исчезающих со временем, несмотря на то, что на протяжении длительного периода в стране посредством профильных министерств и организаций было сделано многое для стимулирования предпринимательской активности населения. Это привело к росту позиций России в составляемым Всемирным банком индексе легкости ведения бизнеса с 2015 по 2018 г. на 27 пунктов (https://ru.wikipedia.org/wiki/Рейтинг_лёгкости_ведения_бизнеса) при одновременном снижении, по данным Организации экономического сотрудничества и развития, уровня экономической активности населения в 2019 г. на внутреннем рынке на 0,2 пункта по сравнению с декабрем 2018 г. (https://finance.rambler.ru/markets/41850042/?utm_content=rfinance&utm_medium=read_more&utm_source=copylink). В сравнении с международными рейтингами развития предпринимательских инициатив данный показатель выглядит не столь оптимистично.

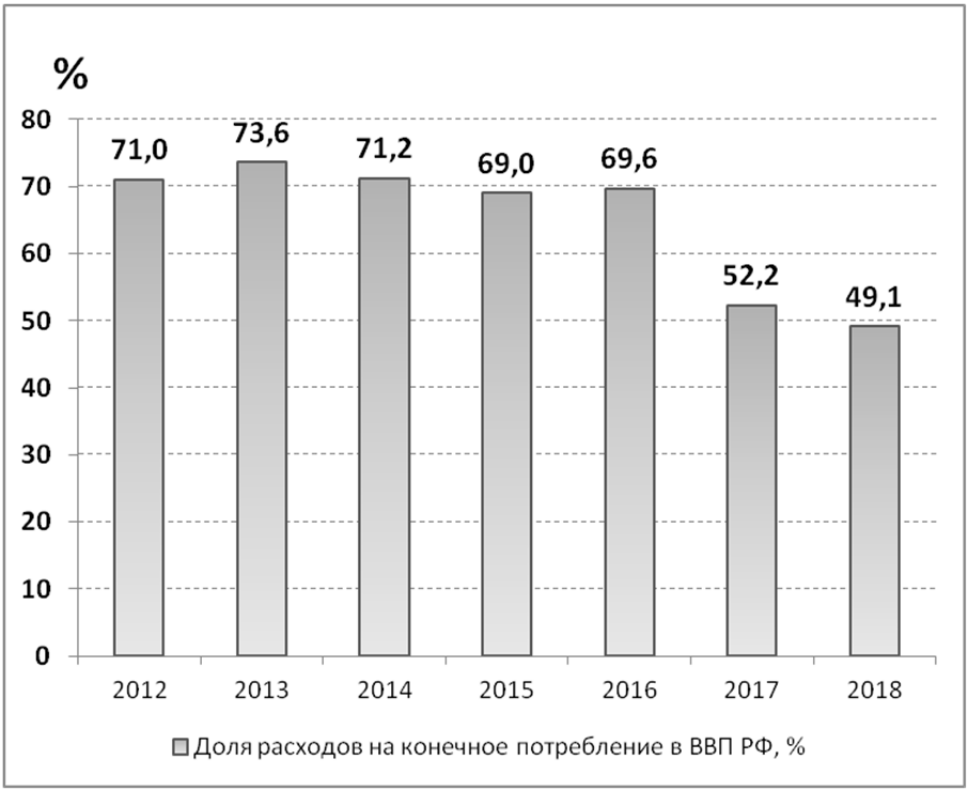
Не менее значимым фактором для развития предпринимательства и роста национальной экономики выступает потребительский спрос населения, доля которого на протяжении длительного времени (с 2013 по 2018 г.) в валовом внутреннем продукте РФ снижалась (см. *рисунок*).

Показанные на рисунке данные и тенденция их изменения не дают оснований для оптимистичных прогнозов экономического роста, особенно в «условиях стагнации доходов населения, в том числе групп, которые в наибольшей степени ориентированы на потребление отечественной продукции (бюджетники, пенсионеры)» [1, с. 26]. Невысокий уровень заработной платы (при средней зарплате в 38,8 тыс. руб.) в ряде отраслей и сфер экономики страны сдерживает рост потребления, не позволяет экономике преодолеть инерцию, накопить ресурсы и грамотно их распределить.

Возможности ведения бизнеса начинающими и действующими предпринимателями, открываемые административной и финансовой поддержкой со стороны государства, наталкиваются на стагнацию и падение в 2014–2018 гг. реальных денежных доходов населения (среднегодовое снижение составило 2,1%[2]). Найдутся ли в этих условиях желающие открывать собственный бизнес? Для ответа на этот вопрос мы провели социологический опрос жителей г. Новосибирска с использованием анкеты, размещенной на интернет-ресурсе “Google Forms” в декабре 2018 г. Участники опроса в режиме online ответили на поставленные нами вопросы, с помощью которых мы стремились понять реакцию населения на активную популяризацию предпринимательской деятельности и оценить желание стать предпринимателями.

В опросе приняли участие 82 человека, которые на момент исследования не были зарегистри-

[2] Рассчитано авторами по данным Росстата.



Доля расходов на конечное потребление в валовом внутреннем продукте РФ в 2012–2018 гг., % / Share of final consumption expenditures in the Russian Federation's gross domestic product, 2012–2018, %

Источник / Sorce: Росстат / Rosstat.

рованы как индивидуальные предприниматели. При этом они рассматривались нами как потенциальные участники предпринимательского движения в сфере услуг.

Перечень выбора видов возможного предпринимательства был ограничен: деятельность по созданию и оказанию популярных потребительских услуг, включая бытовые услуги, услуги общественного питания и услуги по уходу за домашними питомцами.

На вопрос анкеты: «Задумывались ли вы о занятии предпринимательской деятельностью (самостоятельно или с привлечением членов вашей семьи)?» 49% (40 чел.) ответили, что считают фактическое состояние экономики неблагоприятным; 30,5% (25 чел.) ответили, что задумывались, но впоследствии отказались от своих планов, в основном по причине отсутствия свободного первоначального капитала; 17% (14 чел.) — подобная мысль вообще не приходила в голову; 5% респондентов полностью устраивало то положение в обществе, которое они занимали в момент исследования.

При анализе ответов на вопрос о том, какие именно виды предпринимательской деятельности считаются перспективными и будут пользоваться спросом у населения в случае выхода с ними на рынок с позиции предложения, большинство респондентов сделали выбор в пользу услуг потребительского характера. 44% опрошенных (38 чел.) остановили свой выбор на бизнесе по приготовлению пищи, особенно если оно основано на принципе здорового питании, без явных признаков фастфуда. 30,5% опрошенных (25 чел.) перспективным считают решение задач мелкого благоустройства жилья (ремонт кранов, установка светильников и т.д.) и косметического ремонта: специалистов можно быстро найти, и плата за их услуги является сравнительно невысокой. Что касается клининговых услуг, то мнение респондентов разделилось. Часть опрошенных (11%) считает предложение этих услуг достаточным и даже превышающим спрос, в связи с чем данный вид деятельности экономически нецелесообразен. Вторая группа (6%) полагает, что у данного вида услуг есть тенденция к росту

при снижении уровня цен в результате увеличения численности самозанятых.

Деятельность в сфере услуг по уходу за животными, по мнению опрошенных, представляет собой специфический бизнес (особенно в части ветеринарных клиник и услуг грумеров), реализация которого, помимо лицензии и капитальных затрат, потребует от предпринимателя наличия специальных знаний и опыта работы. Кроме того, в ходе опроса было установлено, что уход за домашними животными воспринимается респондентами не как обременение, а как хобби или приятное времяпрепровождение. Лишь незначительная часть респондентов — около 3% — считает данный вид бизнеса привлекательным и востребованным сегментом городской сферы услуг.

Наши исследования показали, что спрос жителей г. Новосибирска на услуги потребительского характера в полной мере не удовлетворен. Низкий уровень доходов населения (от 25 до 28 тыс. руб. в месяц) не позволяет приобретать необходимые им услуги на регулярной основе, а в случае разового приобретения подобных услуг сводит их актуальность на нет. Спонтанный комфорт, понимаемый вне стабильных моделей потребительского поведения, обусловленных уровнем дохода и индивидуальными запросами горожан, не гарантирует решения бытовых проблем. Значительные временные издержки на каждодневное ведение домашнего хозяйства, урегулирование неотложных бытовых вопросов в дополнение к негативным факторам жизни в контексте мегаполиса (транспортная проблема, проблемы экологии и т.д.) не позволяют городскому жителю освободить достаточное количество времени на отдых, развитие профессиональных навыков и творческих способностей.

При росте же доходов населения предпринимательство позволит эффективно и рационально решить большую часть проблем в сфере потребления. Этому будет способствовать поэтапная реализация государственного проекта по формированию комфортной городской среды. Предпринимателям, решившим создавать (или развивать) бизнес в сфере потребительских услуг, необходимы стимулы в виде адресных форм поддержки, особенно в вопросах кредитования, наличия недорогих арендных площадей, отвечающих современным требованиям коммуникационного обеспечения, снижения числа проверок и административного давления на бизнес, особенно на стадии становления и развития. В этой связи развитие сферы потребительских услуг в условиях крупного города можно считать приоритетной стратегической задачей, в реализации которой действующим и особенно начинающим предпринимателям принадлежит ведущая роль.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Титов Б., Широв А. Стратегия роста для России. *Вопросы экономики*. 2017;(12):24–39.
2. Захарова Н.В., Лабудин А.В. Малое и среднее предпринимательство в европейских странах: основные тенденции развития. *Управленческое консультирование*. 2017;(12):64–77.
3. Волохова С.Г. Характеристика процесса развития малого предпринимательства. *Сибирская финансовая школа*. 2017;(6):19–26.
4. Горькая Ж.В. Социокультурный анализ психологии восприятия времени. *Вестник Самарского государственного университета*. 2014;9(120):245–250.
5. Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль. Пер. с англ. М.: Дело; 2003. 360 с.
6. Разомасова Е.А. Теоретико-методологические основы формирования экономического механизма развития сферы потребительских услуг. Новосибирск: СибУПК; 2012. 236 с.

REFERENCES

1. Titov B., Shirov A. Strategy of growth for Russia. *Voprosy ekonomiku*, 2017;(12):24–39. (In Russ.).
2. Zakharova N.V., Labudin A.V. Small and medium entrepreneurship in the European countries: Main development trends. *Upravlencheskoe konsul`tirovanie*. 2017;(12):64–77. (In Russ.).
3. Volohova S.G. Characteristic of the small business development process *Sibirskaya finansovaya shkola*. 2017;(6):19–26. (In Russ.).
4. Gorkaya Zh.V. Socio-cultural analysis of the psychology of time perception. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2014;9(120):245–250. (In Russ.).
5. Knight F.H. Risk, Uncertainty and Profit. Transl. from English. Moscow: Delo; 2003. 360 p. (In Russ.).

6. Razomasova E. A. Theoretical and methodological basis for the formation of the economic mechanism for the development of consumer services. Novosibirsk: Siberian University of Consumer Cooperation; 2012. 236 p. (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Елена Александровна Разомасова — кандидат экономических наук, доцент,
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», Новосибирск, Россия
e.a.razomasova@edu.nsuem.ru
Аида Талятовна Петрова — доктор экономических наук, профессор, Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия
petrovaaida@rambler.ru
Ольга Николаевна Владимирова — доктор экономических наук, профессор,
Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия
olga.ovladimirova24@yandex.ru

ABOUT THE AUTHORS

Elena A. Razomasova — Cand. Sci. (Econ), Associate Professor, Novosibirsk State University of Economics and Management "NINH", Novosibirsk, Russia
e.a.razomasova@edu.nsuem.ru
Aida T. Petrova — Dr. Sci. (Econ.), Professor, Siberian Federal University,
Krasnoyarsk, Russia
petrovaaida@rambler.ru
Olga N. Vladimirova — Dr. Sci. (Econ.), Professor, Siberian Federal University,
Krasnoyarsk, Russia
olga.ovladimirova24@yandex.ru

Заявленный вклад авторов:
Разомасова Е. А. — анализ существующих предпосылок развития предпринимательства, выявление закономерностей функционирования организационно-экономического механизма предпринимательских субъектов.
Петрова А. Т. — сбор статистических и фактических данных, расчет показателей для проведения анализа.
Владимирова О. Н. — разработка концепции исследования, выбор методов оценки и сбора материала.

Authors' declared contribution:
Razomasova E. A. — analysis of the existing prerequisites for the development of entrepreneurship, identification of patterns of functioning of the organisational and economic mechanism of business entities.
Petrova A. T. — collection of statistical and factual data; calculation of indicators for analysis.
Vladimirova O. N. — development of the research concept; selection of methods of evaluation and collection of material.

Статья поступила 08.03.2019; принята к публикации 30.03.2019.
Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.
The article was received on 08.03.2019; accepted for publication on 30.03.2019.
The authors read and approved the final version of the manuscript.