

ВНЕШНЯЯ СРЕДА И ОЦЕНКА ЕЕ ВЛИЯНИЯ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА

В статье смоделирован профиль внешней среды малого бизнеса, выявлены наиболее значимые факторы позитивного и негативного влияния.

Ключевые слова: малый бизнес, профиль внешней среды.

O.V. Koneva

THE EXTERNAL ENVIRONMENT AND ITS IMPACT ASSESSMENT ON THE SMALL BUSINESS DEVELOPMENT

The profile of the external environment of the small business is modeled; the most significant factors of the positive and negative impact are revealed in the article.

Key words: small business, external environment profile.

Введение. Специфическая сущность малого бизнеса, наделенного как сильными, так и слабыми сторонами, предопределяет необходимость в государственной поддержке, так как последняя хотя и является фактором внешней среды, но выполняет фильтрационную функцию, направленную на нейтрализацию негативного воздействия одних факторов внешней среды и усиление положительного воздействия других. В этой связи проявляется четкая причинно-следственная зависимость результативности малого бизнеса от целенаправленности, существенности и рациональности государственной поддержки. (Результаты исследования, связанного с выявлением наличия четкой взаимосвязи между развитием малого бизнеса и влиянием внешней среды, ранее были представлены в декабрьском (2013) номере журнала «Вестник КрасГАУ» в статье «Влияние внешней среды на развитие малого бизнеса» [5].)

Цель исследований. Вышеизложенное предопределило необходимость выявления наиболее существенных факторов внешней среды, оказывающих негативное влияние на состояние и развитие малого бизнеса в сфере услуг, оценки адекватности мероприятий государственной поддержки, направленных на их нивелирование в условиях рынка.

Объекты методы исследований. Объектом исследований является малый бизнес сферы услуг. Методологическая основа исследования, представленного в статье, базируется на диалектических методах познания. Используются теоретико-методологические положения и принципы системного анализа и синтеза, аналогия, абстрагирование, методы социологических исследований, математической статистики, эвристического моделирования, в частности, наблюдение, анкетирование, экспертные оценки, показатели вариации, табличного и графического изображения, компьютерные технологии и др.

Задачи исследований. Достижение поставленной цели осуществлялось с помощью последовательного решения задач, в общем виде формирующих методику моделирования профиля внешней среды:

- выявление наиболее существенных факторов внешней среды, влияющих на развитие современного малого бизнеса;
- построение матрицы PEST-анализа внешней среды малого бизнеса в сфере услуг;
- оценка направленности и силы влияния факторов внешней среды на развитие малого бизнеса в сфере услуг;
- ранжирование факторов внешней среды исходя из значимости и направленности влияния;
- построение и оценка профиля внешней среды малого бизнеса в сфере услуг;
- оценка целесообразности, существенности и рациональности направлений государственной поддержки малого бизнеса в сфере услуг.

В рамках решения первой задачи проводилось изучение научных трудов экономистов, занимавшихся исследованием внешней среды [1, с. 53–67; 44–47; 2, 3; 6, с. 39–42; 7, с. 646–652], что позволило выделить 50 факторов, гипотетически способных влиять на состояние и развитие любого хозяйствующего субъекта.

С целью решения вопроса, связанного с выделением из всей совокупности факторов внешней среды тех, которые оказывают наиболее существенное влияние на малый бизнес сферы услуг, автором была разработана анкета. Анкетирование проводилось среди выпускников Президентской программы по подготовке управленческих кадров и руководителей малых предприятий сферы услуг, проживающих в различных реги-

онах нашей страны. Респондентам предлагалось выделить факторы, которые, по их мнению, оказывают наиболее существенное (как положительное, так и отрицательное) влияние на развитие малого бизнеса сферы услуг без их количественного ограничения. Те факторы, которые не были учтены в анкете, но, по мнению экспертов, являются значимыми, последним предлагалось внести самостоятельно в открытые позиции анкеты. Для решения поставленной задачи были привлечены 250 респондентов (из расчета по 5 респондентов на каждый фактор).

Результаты обработки анкетного опроса позволили автору получить информацию о количестве факторов, выделенных каждым респондентом, и об их рейтинге. На основе полученных данных было выявлено, что в среднем каждый респондент выделял по 21 фактору ($5273/250=21$). Столь значимое их количество свидетельствует о том, что роль внешней среды в развитии малого бизнеса сферы услуг является существенной и необходимо продолжать исследование в заданном направлении.

Решение второй задачи предполагало отбор факторов, упоминание о которых экспертами было наиболее частым, с присвоением каждому из них кода (Z1, Z2 и т.д.) и их группировку по четырем узловым направлениям: политика, экономика, социум и технология. В результате была построена PEST-матрица макросреды малого бизнеса следующего вида (табл. 1)

Таблица 1

PEST-анализ макросреды малого бизнеса в сфере услуг

| Политика | | P | Экономика | | E |
|--|---|-----|---|--|-----|
| Относительная политическая стабильность | | Z1 | Относительная экономическая стабилизация | | Z7 |
| Нестабильность законодательно-нормативной базы | | Z2 | Отсутствие эффективного механизма кредитования малого бизнеса | | Z8 |
| Тяжелое налоговое бремя | | Z3 | Высокие и постоянно изменяющиеся цены на естественные монополии | | Z9 |
| Осознание государственными органами необходимости поддержки и развития малого бизнеса | | Z4 | Высокий уровень инфляции | | Z10 |
| Единая для всех система государственной поддержки, не учитывающая специфику хозяйствующего субъекта | | Z5 | Относительно стабильный курс валют | | Z11 |
| Сильное административное давление со стороны контролирующих органов в связи с предоставленными им полномочиями | | Z6 | Стабильная ставка рефинансирования ЦБ | | Z12 |
| | | | Внедрение монополистов на рынки функционирования малого бизнеса | | Z13 |
| | | | Присутствие большой прослойки сектора неформальной экономики | | Z14 |
| Социум | | S | Технология | | T |
| Высокая социальная дифференциация | Низкий уровень доходов основной массы населения и как следствие низкая покупательская способность | Z15 | Высокая скорость обновления и освоения новых технологий | Необходимость частой замены оборудования | Z20 |
| | Развитие индивидуального предпринимательства | Z16 | | Рост потребностей в научных разработках | Z21 |
| Интенсивный рост потребительского требования к качеству услуг, обусловленный научно-техническим прогрессом | | Z17 | | | |
| Неблагоприятные демографические изменения | | Z18 | | | |
| Высокая стоимость, недостаток квалифицированных кадров | | Z19 | | | |

Состав каждой группы факторов, формирующих матрицу, позволил предположить, что на малый бизнес каждая из них оказывает примерно одинаковое влияние. Однако данный результат требовал уточнения, так как матрица не позволяет оценить направленность и важность каждого фактора.

Формирование такой оценки проводилось в рамках реализации третьего этапа разработанной автором процедуры исследования. С целью достижения поставленной цели и исключения авторского субъективизма был использован один из эвристических методов моделирования – метод «комиссий». Принятие решения о выборе конкретного метода аргументировалось невозможностью использования для проведения данной процедуры количественных методов.

В качестве экспертов было привлечено 15 человек из числа выпускников Президентской программы по подготовке управленческих кадров¹, прошедших стажировку за рубежом и занимающихся подготовкой проектов, связанных с вопросами развития и поддержки малого бизнеса. Работа с экспертами включала в себя несколько этапов:

1 этап. Ознакомление членов комиссии с тематикой и целью предстоящей работы;

2 этап. Обсуждение матрицы PEST-анализа на предмет оценки полноты и целесообразности включенных в нее факторов;

3 этап. Получение индивидуальных мнений экспертов на предмет:

– оценки направления влияния каждого фактора (+;-);

– оценки силы влияния каждого фактора с помощью следующей шкалы оценок:

$$b_i = \begin{cases} 1, & \text{если влияние очень слабое;} \\ 3, & \text{если влияние слабое;} \\ 5, & \text{если влияние существенное;} \\ 7, & \text{если влияние значительное;} \\ 9, & \text{если влияние сильное;} \end{cases}$$

– оценки значимости каждого фактора с присвоением веса, учитывая при этом, что совокупный суммарный вес факторов не должен превышать 1,0;

– взвешенной оценки совокупного влияния каждого фактора путем умножения веса фактора на силу его влияния и суммарной взвешенной оценки совокупного влияния всех факторов;

4 этап. Высказывание экспертами индивидуальных мнений и обсуждение их в группе.

Результаты работы с экспертной комиссией позволили автору сформировать сводную оценку мнений специалистов о состоянии внешней среды малого бизнеса в сфере услуг, наглядно представленную в табл. 2.

Таблица 2

Сводная таблица мнений экспертов о степени влияния факторов внешней среды на развитие малого бизнеса в сфере услуг

| Фактор | Знак влияния | Балльная оценка (b_i) | Вес фактора | Важность фактора | Направление влияния фактора |
|--------|--------------|---------------------------|-------------|------------------|-----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Z1 | + | 5 | 0,03 | 0,15 | 0,15 |
| Z2 | - | 9 | 0,09 | 0,81 | -0,81 |
| Z3 | - | 9 | 0,09 | 0,81 | -0,81 |
| Z4 | + | 3 | 0,06 | 0,18 | 0,18 |
| Z5 | - | 9 | 0,09 | 0,81 | -0,81 |
| Z6 | - | 5 | 0,02 | 0,1 | -0,1 |
| Z7 | + | 5 | 0,05 | 0,25 | 0,25 |
| Z8 | - | 5 | 0,03 | 0,15 | -0,15 |
| Z9 | - | 7 | 0,06 | 0,42 | -0,42 |
| Z10 | - | 5 | 0,02 | 0,1 | -0,1 |

¹ Для того чтобы обучаться по данной программе, претендентам необходимо пройти экзаменационные и тренинговые испытания, основанием для допуска к которым, помимо желания претендента, является наличие профессионального опыта в сфере бизнеса и управления.

Окончание табл. 1

| | | | | | |
|-------|---|---|------|------|-------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Z11 | + | 3 | 0,02 | 0,06 | 0,06 |
| Z12 | + | 3 | 0,02 | 0,06 | 0,06 |
| Z13 | - | 9 | 0,07 | 0,63 | -0,63 |
| Z14 | - | 9 | 0,06 | 0,54 | -0,54 |
| Z15 | - | 7 | 0,05 | 0,35 | -0,35 |
| Z16 | + | 5 | 0,05 | 0,25 | 0,25 |
| Z17 | - | 5 | 0,04 | 0,2 | -0,2 |
| Z18 | - | 5 | 0,03 | 0,15 | -0,15 |
| Z19 | - | 7 | 0,06 | 0,42 | -0,42 |
| Z20 | - | 5 | 0,04 | 0,2 | -0,2 |
| Z21 | + | 5 | 0,02 | 0,1 | 0,1 |
| Итого | X | X | 1,0 | 6,74 | -4,64 |

Результаты, представленные в табл. 2, подтверждают сделанное автором ранее предположение [4, с. 36] о значимой роли внешней среды в развитии малого бизнеса. Так, по оценкам экспертов, совокупное влияние внешних факторов составляет 6,74 при максимально возможном значении примерно 10,0. Если учитывать направление влияния каждого фактора, то совокупное значение составляет 4,64, что свидетельствует о преимущественно отрицательном воздействии внешней среды на развитие малого бизнеса сферы услуг, следствием чего является снижение его результативности.

Для получения более полной картины и выявления наиболее существенных факторов позитивного и негативного влияния в рамках четвертого этапа процедуры исследований на основе обобщенного мнения экспертов была произведена их группировка по направлению влияния и ранжирование внутри каждой группы исходя из значимости и силы воздействия. Результаты представлены в табл. 3.

Таблица 3

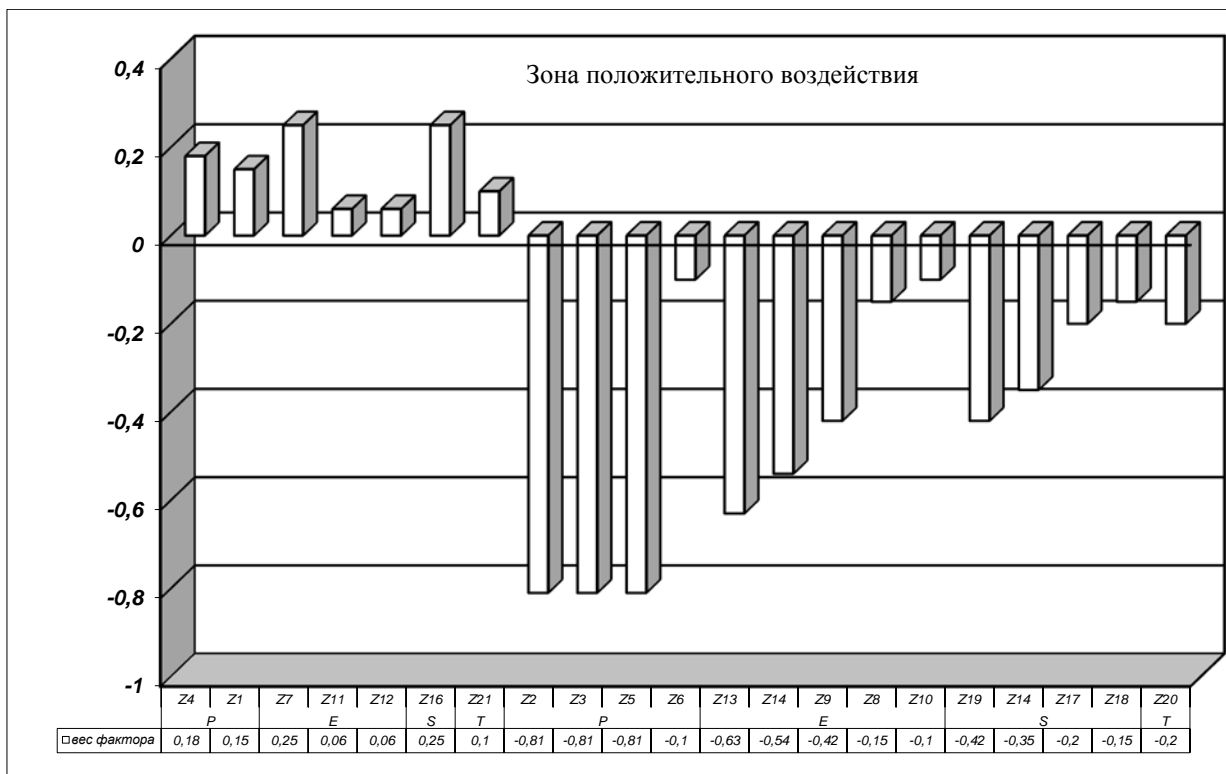
Результаты группировки и ранжирования факторов внешней среды

| Группа факторов | Факторы, оказывающие положительное влияние (+) | | | | | | | | | | | | | | Итого |
|------------------|--|------|-----------------|------|------------------|------|------|-----------------|-----|------------------|----------------|-----|------|-----|-------|
| | Группа P (0,33) | | Группа E (0,37) | | | | | Группа S (0,25) | | | Группа T (0,1) | | | | |
| Фактор | Z4 | Z1 | Z7 | Z11 | Z12 | Z16 | Z21 | | | | | | | | 7 |
| Важность фактора | 0,18 | 0,15 | 0,25 | 0,06 | 0,06 | 0,25 | 0,1 | | | | | | | | 1,05 |
| Группа факторов | Факторы, оказывающие отрицательное влияние (-) | | | | | | | | | | | | | | Итого |
| | Группа P (-2,53) | | | | Группа E (-1,84) | | | | | Группа S (-1,12) | | | | | |
| Фактор | Z2 | Z3 | Z5 | Z6 | Z13 | Z14 | Z9 | Z8 | Z10 | Z19 | Z14 | Z17 | Z18 | Z20 | 14 |
| Важность фактора | 0,81 | 0,81 | 0,81 | 0,1 | 0,63 | 0,54 | 0,42 | 0,15 | 0,1 | 0,42 | 0,35 | 0,2 | 0,15 | 0,2 | 5,69 |

Данные табл. 3 показывают, что из числа рассматриваемых факторов в группу позитивно воздействующих экспертами было включено всего 7. В свою очередь группа отрицательно воздействующих факторов содержит в два раза больше элементов.

Совокупное влияние отрицательных факторов более чем в 5 раз превышает влияние положительно воздействующих факторов. Соотношение составляет 5,69 : 1,05. Причем, если рассматривать внутреннюю структуру каждой группы факторов, то наиболее существенные из них входят в группу с отрицательной направленностью.

В рамках осуществления пятого этапа исследований на основе ранее полученных результатов был сформирован профиль внешней среды малого бизнеса сферы услуг, наглядно представленный на рисунке.



Зона отрицательного воздействия
Профиль внешней среды малого бизнеса России

Заключение. Представленный профиль внешней среды малого бизнеса объясняет причину стагнации в его развитии, так как он функционирует в среде, которая оказывает на него подавляющее воздействие и препятствует увеличению масштабов его развития и деловой активности. Данный вывод подтверждается наличием обширной зоны опасного воздействия.

В соответствии с проведенным исследованием можно утверждать, что наиболее значимое негативное влияние на развитие малого бизнеса оказывают следующие факторы: Z2 – нестабильность законодательно-нормативной базы; Z3 – тяжелое налоговое бремя; Z5 – единая для всех система государственной поддержки, не учитывающая специфику хозяйствующего субъекта; Z13 – внедрение монополистов на рынки функционирования малого бизнеса; Z14 – присутствие большой прослойки сектора неформальной экономики.

Именно они являются причинами, сдерживающими в первую очередь развитие малого бизнеса в нашей стране.

Литература

1. *Володькина М.В.* Стратегический менеджмент. – Киев, 2002. – 149 с.
2. *Долгопятова Т.Г.* Институциональное развитие сектора малого бизнеса в российской экономике // *Экономическая наука современной России.* – 1999. – № 3. – С. 49–63.

3. Уваров В., Пятибратов И. Стратегический менеджмент и глобализация мировой экономики. – М.: Междунар. ун-т бизнеса и управления, 2001. – 283 с.
4. Конева О.В. Воздействие малого бизнеса на развитие сферы услуг: теоретический аспект // Инновационное развитие экономики. – 2012. – № 6. – С. 34–37.
5. Конева О.В. Влияние внешней среды на развитие малого бизнеса // Вестн. КрасГАУ. – 2013. – № 12. – С. 59–64.
6. Сацук Т.П. Формирование финансового контроллинга в торговых сетевых компаниях // Финансовая экономика. – 2012. – № 5. – С. 39–42.
7. Cherkasova Y.I. Incentives to increase the tax capacity of the region// Problems and trends of economy and management in the modern world Proceedings of the International Conferens. – София, 2012. – С. 646–651.

