

УДК 334.72

Т. А. Забазнова, Е. А. Ерохина, Т. В. Секачева, С. Е. Карпушова, Е. В. Пацюк, О. А. Суркова, О. А. Рыжова, Н. В. Шчукина, Л. И. Кукаева, М. В. Решетникова
 ФГБОУ ВО «Волгоградский Государственный технический университет»
 Себряковский филиал, Волгоградская область, e-mail: ozenka91@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ

Ключевые слова: экономический рост, регион, конкурентоспособность, предпринимательство, сегмент, стратегические зоны хозяйствования, факторы, долгосрочное развитие, эффективное функционирование.

В статье рассматривается комплекс факторов, направленных на создание условий для развития и функционирования предпринимательства на региональном уровне. Определяются особенности региональной предпринимательской среды, как сегмента рынка, на котором функционирует субъект предпринимательства. В рыночных условиях целесообразно выстраивать структуру субъектов предпринимательства в соответствии с требованиями и условиями воздействия внешней среды. Разделение рынка на ряд сегментов предусматривает выделение стратегических зон хозяйствования и зон фактического присутствия, представляющих для него наибольший интерес. Это сегменты, на которых субъектам бизнеса следует укреплять или же удерживать свои рыночные позиции. Кроме того, необходимо внимательно анализировать внешнюю среду, в которой функционирует предприятие, учитывая факторы предпринимательского риска в данном регионе и влияющие на возможности его развития.

T. A. Zabaznova, E. A. Erokhina, T. V. Sekacheva, S. E. Karpushova, E. V. Patsyuk, O. A. Surkova, O. A. Ryzhova, N. V. Shchukina, L. I. Kukaeva, M. V. Reshetnikova
 Volgograd state technical University» Sebryakovsky branch, Volgograd region,
 e-mail: ozenka91@yandex.ru

FEATURES OF FORMATION OF CONDITIONS FOR DEVELOPMENT OF BUSINESS IN THE RUSSIAN REGIONS

Keywords: economic growth, region, competitiveness, entrepreneurship, segment, strategic economic zones, factors, long-term development, effective functioning.

The article considers a set of factors aimed at creating conditions for the development and functioning of entrepreneurship at the regional level. The features of the regional business environment as a market segment in which the business entity operates are determined. In market conditions, it is advisable to build the structure of business entities in accordance with the requirements and conditions of the external environment. The division of the market into a number of segments provides for the allocation of strategic economic zones and zones of actual presence, which are of greatest interest to it. These are segments in which business entities should strengthen or maintain their market positions. In addition, it is necessary to carefully analyze the external environment in which the enterprise operates, taking into account the factors of business risk in the region and affecting the opportunities for its development.

В современных условиях рыночной экономики развитие малого бизнеса – одно из наиболее эффективных направлений экономического роста России на ближайшую перспективу. Предпринимательская деятельность дает мощный толчок к развитию всех рыночных ниш на региональном рынке. Основным условием реализации конкурентной модели экономики является разработка региональной властью стратегии, обеспечивающей создание благоприятных

условий для развития предпринимательства. Основой стратегии развития предпринимательства региона должно стать распоряжение № 1083-р от 02.06.2016 г. – Стратегия развития малого бизнеса до 2030 года. Миссия разработанной стратегии состоит в том, что она задает общее направление создания глобальной, конкурентоспособной, гибкой и адаптивной современной экономики, которая обеспечивает высокий уровень индивидуализации товаров и услуг, вы-

сокую скорость технологического обновления и стабильную занятость. Реализация данной стратегии станет основой устойчивого повышения качества жизни населения и роста числа граждан Российской Федерации, относящихся к среднему классу, за счет развития малого и среднего бизнеса. Формирование предпринимательства как одного из факторов инновационного обновления, будет направлено на улучшение отраслевой структуры экономики и социальное становление общества [1, с. 6].

Благоприятные условия для функционирования и развития предпринимательства способствуют формированию конкурентной среды и ускоряют экономический рост в любом регионе. При этом особое внимание следует обратить на то, что деятельность малых и средних предприятий зависит от условий ведения бизнеса как внешних, так и внутренних, которые в свою очередь могут различаться в зависимости от отраслевой специфики, а также в зависимости от специфических особенностей индивидуального предпринимателя.

Цель исследования: исследование комплекса факторов, для создания условий развития и функционирования предпринимательства на региональном уровне. Определяются особенности предпринимательской среды, как сегмента рынка, на котором функционирует субъект предпринимательства.

Материал и методы исследования: региональная предпринимательская среда существует в нескольких измерениях, что определяет параметры ее исследования в пространственно-временном контексте.

Изучение статического состояния региональной бизнес-среды предполагает получение предпринимателем «мгновенного снимка» рыночной ситуации, без выявления динамики изменений. В этом контексте, понятия «рынок» и «бизнес-среда» должны быть разделены. Термин «рынок» относится к более широкой области присутствия предпринимательской структуры. В то время как понимание термина бизнес-среда аналогично понятию «экономическая зона», как сегмента рынка, представляющего наибольший интерес для хозяйствующего субъекта в контексте изучения его внешней среды. Бизнес-структура

не только присутствует на данном сегменте, но и стремится занять лидирующие позиции, связанные с получением и дальнейшим наращиванием конкурентных преимуществ.

Стратегическое управление развитием региона напрямую будет зависеть от основных компонентов региональной бизнес-среды и ее иерархии. Первым компонентом является региональный рынок, который рассматривается как совокупность отношений между субъектами предпринимательства, основанный на принципах конкуренции. Внешняя среда как сообщество экономических агентов, с которыми взаимодействует хозяйствующий субъект – это второй компонент бизнес-среды. Следующим компонентом является внутренняя среда экономического агента как комплекс элементов, из которых состоит данный субъект предпринимательства. Заключительным компонентом является зона хозяйствования. Она представляет собой определенный сегмент или часть рынка, на котором непосредственно функционирует предприятие и не является «стратегической зоной хозяйствования» (СХЗ), которая является отдельным сегментом окружения предпринимательской единицы.

Таким образом, представленная иерархия понятий по отношению к термину региональная бизнес-среда может быть графически отображена соотношением, показанным на рисунке 1.

Следствием сложных взаимоотношений хозяйствующих субъектов и внешней бизнес-среды, представленных на рисунке 1 в рамках рыночного взаимодействия, является усложнение методологического инструментария их исследования. В частности, проблемным участком выступает исследование предпринимательской среды в пространственно-временном аспекте, то есть соотношение качественного анализа регионального рыночного пространства с учетом временной динамики показателей.

В рыночных условиях целесообразно выстраивать структуру субъектов предпринимательства в соответствии с требованиями и условиями воздействия со стороны внешней среды. Одним из вариантов решения данной проблемы является сегментация регионального рынка. Под сегментацией понимается

не только разделение рынка на ряд потребительских групп в зависимости от их предпочтений, демографических или культурных характеристик, а также территориальных условий проживания.

Разделение рынка на ряд сегментов предусматривает выделение стратегических зон хозяйствования и зон фактического присутствия. Таким образом, субъект предпринимательства в процессе исследования предпринимательской среды может сосредоточиться на областях рынка, представляющих для него наибольший интерес – сегментах, на которых ему следует укреплять или же удерживать свои рыночные позиции (зоны фактического присутствия) и тех сегментах, которые он планирует завоевать (стратегические зоны хозяйствования).

Исследование предпринимательской среды подразумевает не только ранжирование потенциальных и реальных конкурентов предпринимательской структуры, оно предполагает общий мониторинг условий, в которых данная структура планирует реализовывать свои цели. Поэтому более подробная сегментация регионального рынка возможна при условии наличия четко сформулированных целей и задач исследования предпринимательской среды.

Процесс определения стратегических зон хозяйствования представлен в таблице в виде специальной методики. Данная методика является инструментарием, предназначенным для детального анализа процесса формирования потребности в товаре на рынке, а затем и спроса на него. Методика позволяет уточнить границы областей предпринимательства и определить родовую потребность, которая будет наиболее перспективной с точки зрения числа потенциальных потребителей.

Комплексное повышение результативности бизнес-процессов предпринимательского субъекта, реализуется в результате внедрения инновационных проектов и идей. Объективно оценить уровень развития субъектов предпринимательства становится возможным при разработке аналитического инструментария, позволяющего выявить факторы, оказывающие непосредственное влияние на их развитие. При этом результативность будет рассматриваться не как эффект, или абсолютное превышение результатов над затратами, а как эффективность, или соотношение полученных результатов и совокупных затрат, связанных с производственным процессом.

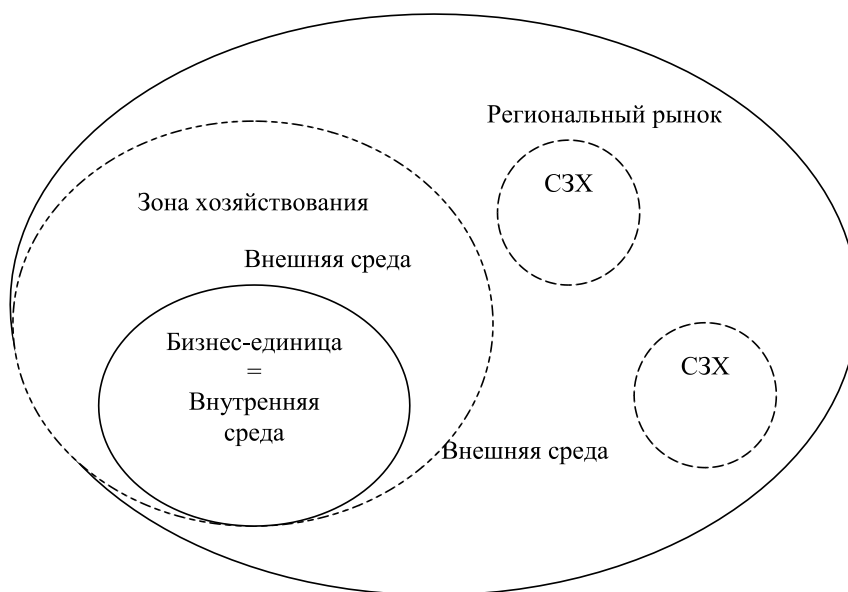


Рис. 1. Соотношение внешней и внутренней среды субъекта регионального предпринимательства, зон хозяйствования и стратегических зон хозяйствования в рамках его пространственно-временного развития. Источник: составлено авторами

Методика формирования и реализации процесса сегментации стратегических областей предпринимательства в предпринимательских структурах

Этап	Содержание	Инструмент
1	2	3
1. Определение стратегических сегментов внешней предпринимательской среды – стратегических зон хозяйствования (СЗХ)	1.1 Идентификация переменных СЗХ:	
	- потребностей	
	- технологий	
	- потребителей	
	- географических регионов	
	1.2 Комбинация переменных	Сетка сегментации
	1.3. Уточнение границ СЗХ	Математическое моделирование
2. Определение стратегических сегментов внутренней предпринимательской среды – субъектов предпринимательства	2.1. Перечень продуктов и услуг П1, П2----Пn	Сетка сегментации
	2.2. Выделение рынков и конкурентов	
	2.3. Формирование комбинаций СЗХ и СПГ, СПГ 1,-----СПГ n в продуктовые группы	
	2.4. Перечень рынков сбыта Р1, Р2,---Рn.	
	2.5 Перечень конкурентов К1, К2---Кn	
	2.6. Комбинации СПГ, Р и К	
3. Оценка перспектив СЗХ	3.1 Анализ будущего потенциала СЗХ	
	3.2 Компоненты вектора расширения деловой активности	Матрица Ансоффа «продукт-рынок»
4. Портфельный анализ внутренних стратегических сегментов субъекта предпринимательства	4.1. Сравнение темпов роста и доли рынка	Матрица БКГ Матрица Ламбена
	4.2. Сравнение привлекательности рынка и конкурентоспособности	Матрица Мак-Кинси Модель Дэйя Модель Мониесона
	4.3. Сравнение отраслевой привлекательности и конкурентоспособности	Матрица направленной политики (модель Shell)
	4.4. Анализ эволюции рынка	Модель Хоуфера Ч.В.
	4.5. Анализ жизненного цикла отрасли промышленности	Модель АДЛ

Примечание. Источник: составлено по материалам [2, с. 12].

Во-первых, необходимо определить перечень показателей результативности работы бизнес-процессов, требующих совершенствования для обеспечения эффективной работы предпринимательской структуры. Во-вторых, выявить влияние как объективных, так и субъективных факторов на результативность хозяйствующего субъекта. Исследование бизнес-процессов является важной характеристикой, отражающей возможности существующих бизнес-процессов и всего предприятия в целом.

Первая группа представлена объективными факторами, воздействовать на которые предпринимательский субъект не может. Однако, это факторы пред-

принимательского риска в данном регионе и их необходимо учитывать при оценке результативности бизнес-процесса. В другую группу входят субъективные факторы, которые являются управляемыми, то есть субъект предпринимательства может изменить их или сохранить на нужном уровне. Эта группа факторов является результатом управленческих решений.

Современный характер взаимодействия между субъектами бизнеса и регионального внешнего окружения становится более хаотическим, а последствия – более существенными и непредсказуемыми. Способность понимать ключевые процессы предприниматель-

ской среды сегодня суровая необходимость, при чем, это важно для предприятий, функционирующих в любом регионе нашей страны и относящихся к любой отрасли. Игнорировать этот процесс нельзя, поэтому необходимо анализировать внешнюю среду, в границах которой функционирует предпринимательская структура, и выделять факторы, влияющие на возможности ее развития.

С этой целью используют несколько различных методик анализа, первая из которых называется PEST-анализ. Применяя данный вид анализа можно проследить как изменение ряда факторов окажет воздействие на бизнес и отрасль. Классическая схема PEST определяет четыре основные категории внешних факторов представленных на рисунке 2, которые влияют на способность предпринимательской структуры не только выживать, но и преуспевать.

Следующая методика анализа – T.E.M.P.L.E.S. (Technology, Economics, Market, Politics, Laws, Ecology, Society) [3]. Согласно данной методике, первым этапом, формулируются основные вопросы, связанные с внешней средой. На втором этапе, все вопросы делят на несколько подгрупп для соответствующего определения и классификации. Кроме того, каждый из факторов подвергается соответствующему анализу. Результативным является третий этап, когда на основе проведенного анализа

исследуются трудности, выявляются положительные возможности, делается прогноз перспектив развития.

Результаты исследования и их обсуждение

Исследуемые факторы удобно анализировать с учетом долгосрочных и среднесрочных перспектив, позволяющих предугадать направления изменений предпринимательской структуры в будущем и сформировать стратегии, максимально адекватные складывающейся ситуации.

Экономические факторы предполагают изучение региональных экономических условий деятельности таких как:

1) темпы роста отраслей в регионе для определения проблем и анализа перспектив развития;

2) динамика развития рынка и его насыщенность товарами первой необходимости;

3) уровень инфляции и безработицы в России и конкретном регионе;

4) особенности формирования процентных ставок за кредит и анализ факторов влияющих на их уровень;

5) налоговая политика, стимулирующая инвестиционную активность в регионе;

6) политика в области заработной платы и цен должна учитывать: социальное партнерство, индексацию заработной платы и социальных выплат;

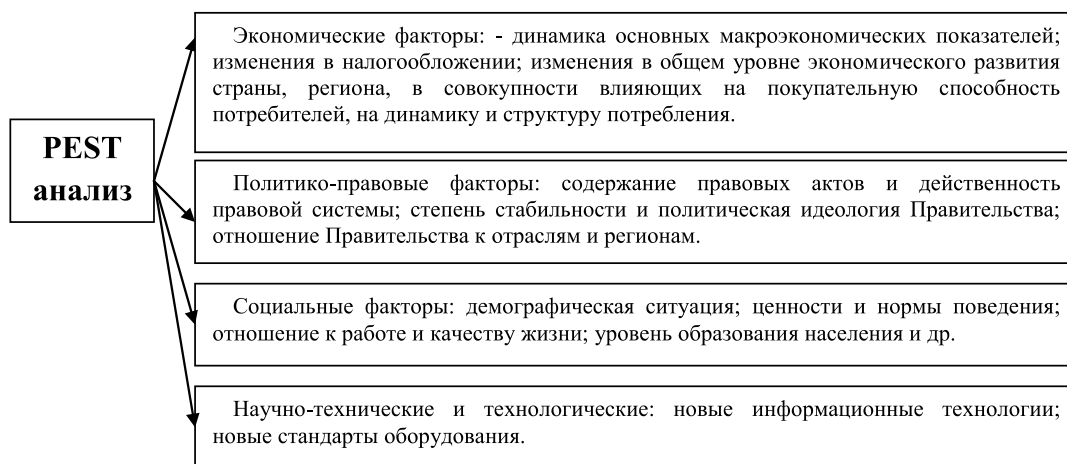


Рис.2 Классическая схема PEST-анализа

Рис. 2. Классическая схема PEST-анализа. Источник: составлено авторами по материалам [4]

7) налоговая база должна формироваться в соответствии с российским законодательством;

8) анализ экономической ситуация в регионе;

9) учитывать уровень доходов населения;

10) динамика показателей экономического роста экономики региона;

11) зависимость региона от внешне-торговых барьеров;

12) влияние таможенной политики на развитие региона.

Развитие рыночной экономики существенным образом влияет на деятельность предпринимательской структуры, поэтому следует тщательным образом анализировать поведение потребителей на региональном рынке. При этом под региональным рынком понимается сфера товарообращения и товарооборота, представленная группой лиц и структур, участвующих в процессе создания, распределения и потребления ценностей, деятельность которых ограничена рисками определенного региона. Здесь наиболее важное воздействие на предпринимательство оказывает региональный уровень конкуренции, выражающееся в соперничестве за получение выгоды. Это понятие, в широком смысле, можно интерпретировать как объекты и явления внешней среды, которые делают продукт, произведенный предпринимательским субъектом, менее ценным для потребителя. Если же рассматривать его в узком смысле, то конкурент – это организация или человек предлагающий потребителю альтернативный вариант удовлетворения его потребностей.

Необходимо отметить серьезное влияние на разные виды предпринимательской деятельности политических факторов. Именно они в текущем периоде, во многом определяют векторы развития региональной политики. Политические факторы имеют ряд особенностей:

1) государственная региональная политика должна соответствовать политической ситуации в стране и быть неотъемлемой составной частью политики государства;

2) политическая стабильность, позволяющая эффективно функционировать и развиваться всем территориям;

3) лояльность властей, связанная осуществлением институциональных

реформ и перераспределением финансовых потоков;

4) протекционизм или защита регионального рынка;

5) снижение административных барьеров при осуществлении хозяйственной деятельности в регионе;

6) создание условий для развития и охраны всех форм собственности.

Кроме того, изменения в законодательстве напрямую могут затрагивать и регулировать многие виды предпринимательской деятельности. Эти изменения происходят на достаточно высоком уровне и преследуют вполне конкретные цели:

– охрана окружающей среды. Принятие государственных инициатив по ограничению производства экологически опасных товаров и выбросов в атмосферу;

– изменение налоговой политики;

– изменения в законодательстве;

– установление контроля над ценами;

– введение санкций и правил.

Если предпринимательский субъект имеет намерение не просто оставаться на территории региона, но и развивать свой бизнес, ему необходимо учитывать также демографические факторы. В последние годы одной из приоритетных задач, стоящих перед государством за последние годы, является увеличение рождаемости в регионах, что в свою очередь способствует увеличению спроса на соответствующие товары и услуги. Анализ выпуска и реализации товаров, дифференцированных по возрастным категориям покупателей, а так же по половому признаку, позволяет наиболее точно разработать стратегию на ближайшую перспективу. Происходит стимулирование и развитие тех отраслей, которые непосредственно связаны с производством товаров и услуг, обеспечивающих удовлетворение многообразных запросов и потребностей молодых семей.

В своей деятельности предпринимательские структуры должны принимать решения не только с учетом экономических факторов, но и в большей степени социальных. Именно социальная ответственность предпринимательства проявляется в реализации следующих социальных факторов:

1) оценка и анализ демографической ситуации в регионе, для прогнозирования

ния и выявления факторов, влияющих на демографическую ситуацию в стране;

2) оценка половозрастной структуры населения, позволяющая определить долю экономически активного населения и численность групп, находящихся на иждивении у государства;

3) оценка среднего уровня дохода и прожиточный минимум в регионе;

4) оценка уровня культурной среды и моральных ценностей, позволяющих оценить окружающий мир и определить степень его влияния на развитие человека;

5) оценка уровня образования является гарантом эффективного управления и координации деятельности предприятия.

Вовлечение сотрудников в профессиональную деятельность в рамках бизнес-структуры также является значимым социальным фактором, позволяющим каждому почувствовать себя ценным членом команды. Кроме того, социальные факторы проявляются в образе жизни сотрудников; степени их вовлеченности в решение внутренних управленческих проблем. В результате реализации социальных факторов происходят качественные изменения во взаимоотношениях сотрудников, стоящих на разных уровнях иерархии или иными словами в делегировании полномочий и ответственности, в результате формируется внутренняя модель поведения.

Успех предпринимательской деятельности напрямую зависит от способности создавать, внедрять и производить новые продукты, необходимые потребителю. Поэтому в регионе должна быть сформирована бизнес-среда, позволяющая беспрепятственно осуществлять коммерциализацию инновационных разработок. При этом, научно-техническая среда или технологические факто-

ры включают, во-первых, развитие новых информационных технологий; во-вторых, новые стандарты оборудования и, в-третьих, новые виды продукции, востребованные на рынке.

Научно-технические достижения серьезно меняют среду функционирования предпринимательской структуры. Разработка новых технологий и новых изделий усиливает конкуренцию. Предпринимательские структуры, систематически отслеживающие тенденции научно-технического прогресса, не только опережают своих оппонентов, но и находятся на шаг впереди от них, точно предугадывая их действия и просчитывая свои будущие шаги. Новые разработки оказывают влияние на образ жизни потребителя, повышая при этом качество удовлетворения потребителей. Стратегия предпринимательской структуры тоже меняется, поскольку инновации появляются как на стадии производства нового товара, так и на стадии его реализации.

Выводы и заключение

Если оценить степень воздействия всей совокупности факторов (экономических, политико-правовых, социальных, научно-технических) на процесс формирования регионального предпринимательства, можно определить наиболее перспективное направление для развития регионального предпринимательства в будущем. Это позволит создать эффективную экономическую базу использования производственного потенциала региона, сформировать условия для развития предпринимательства во всех рыночных нишах, создать новые рабочие места, обеспечить удовлетворение потребностей местного населения, что позволит России выйти на новый уровень экономического развития.

Библиографический список

1. Распоряжение Правительства РФ от 2 июня 2016 г. № 1083-р О Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в РФ на период до 2030 г. и плане мероприятий («дорожной карте») по ее реализации – [Электронный ресурс] Документы – Правительство России. Режим доступа: <http://government.ru/docs/23354/> с.6 (дата обращения 27.09.2019 г.).

2. Питель Т.С. Управление процессом сегментации стратегических областей бизнеса в промышленности: автореф. дис. ... канд. экон. наук / Т.С. Питель; науч. рук. А.М. Ажлуни; оппоненты Л.В. Давыдова, И.В. Минакова. – Орел, 2007. – С. 12.

3. Гершун А.М. Анализ внешней среды бизнеса. [Электронный ресурс]. – [2018]. – Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/vneshnjaja-sreda-organizacija-factory-dejatelnost-vlijanie-politika-zakonodatelstvo-gynok-region-strategija-rost/> (дата обращения 02.10.2019 г.).

4. Бизнес среда [Электронный ресурс]. – [2019]. – Режим доступа: http://www.cecsi.ru/coach/business_environment.html (дата обращения 02.10.2019 г.).