

УДК 330

**ИССЛЕДОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ РАЗВИТИЯ  
МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ДЕЛОВОЙ СРЕДЕ РЕГИОНА****О. В. Мандрица***Кандидат экономических наук, доцент,  
ORCID 0000-0002-0364-1239,  
e-mail: man\_olga@mail.ru,***А. И. Щербина***студенты,***Р. С. Хубиев***e-mail: a\_shcherbina\_2021@mail.ru,**e-mail: khubiyev.00@inbox.ru,**Филиал, МИРЭА – Российский технологический  
университет,**г. Ставрополь, Россия***RESEARCH OF MECHANISMS OF DEVELOPMENT OF SMALL  
AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN THE BUSINESS ENVIRONMENT  
OF THE REGION****O. V. Mandritsa***Candidate of Economic Sciences, assistant professor,  
ORCID 0000-0002-0364-1239,  
e-mail: man\_olga@mail.ru,***A. I. Shcherbina***students,***R. S. Khubiev***e-mail: a\_shcherbina\_2021@mail.ru,**e-mail: khubiyev.00@inbox.ru,**Branch, MIREA - Russian Technological University,  
Stavropol, Russia*

---

**Abstract.** The article examines the mechanism of development of small and medium-sized businesses in the business environment of the region and its elements from the point of view of state regulation, the mechanism of support, digitalization. The main emphasis is on the feasibility of creating a business environment of entrepreneurship in the region in the form of interaction between the state and business on the basis of acceleration and the creation of a new digital space. The need to accelerate entrepreneurship, self-development of enterprises based on the assessment of business activity, marketing policy and the main market instruments.

**Keywords:** small and medium-sized businesses; regional market; business support; acceleration; business activity; marketing policy; BCG matrix.

---

Малый и средний бизнес выступает решающим фактором развития экономики территорий. В развитых государствах мира средний бизнес занимает не малую долю. В Италии средние предприятия дают 22 % от общей выручки всех фирм страны, а крупные, в свою очередь, 44 %. В Швеции совокупная выручка средних предприятий составляет 38 %, а крупных 45 %. В промышленности Японии крупные предприятия занимают 31 % производства, а средние 26 %.

В Соединённых Штатах основную долю занимают крупные предприятия 52 %

от ВВП, а средние только 14 %. В США малые предприятия – это компании, в которых занято менее 500 сотрудников (производство) или 100 сотрудников (оптовая торговля). Федеральное правительство имеет конкретные определения для малого бизнеса во всех других отраслях промышленности [4].

Международный опыт показывает, что малому и среднему бизнесу приходится конкурировать между собой и с предприятиями крупного бизнеса. Поэтому государство создает благоприятные условия для его развития и использует механизм

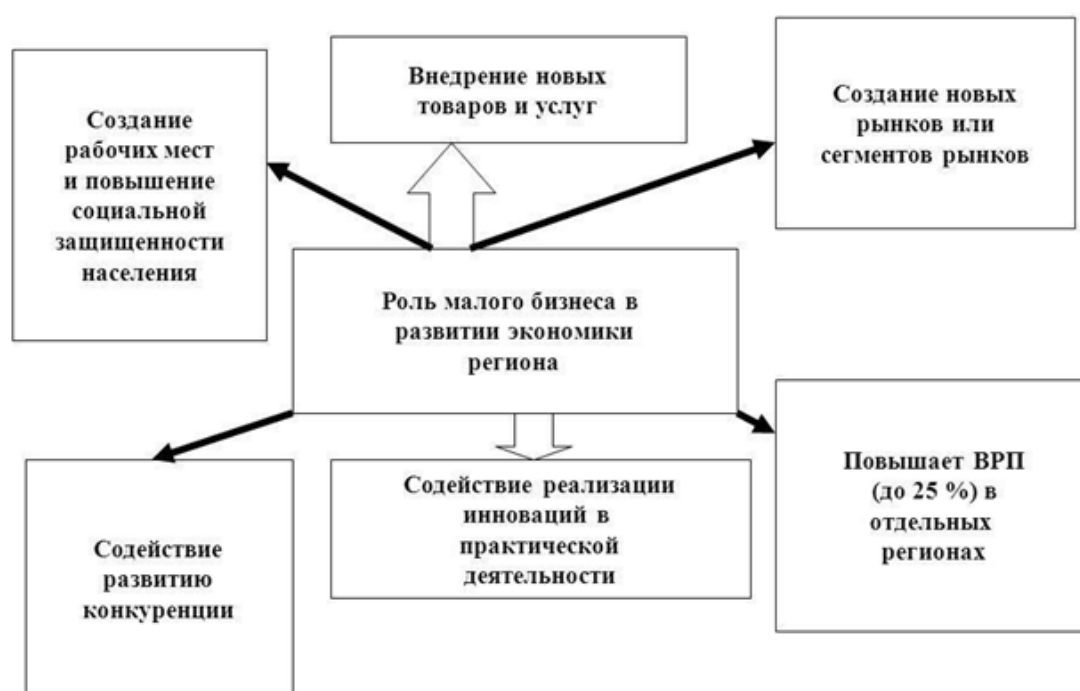
государственного регулирования. Инструменты государственного регулирования, в том числе ограничивающие административное давление, упрощающие систему получения лицензий и регистрации, налоговые льготы, приобретают важную роль в поддержке и развитии малого и среднего предпринимательства [3].

По статистике в России ежегодно открывается почти 400 000 новых организаций. Однако та же статистика показывает, что число закрывающихся предприятий не меньше, это связано с агрессивностью рынка [1]. Перспективы развития малого бизнеса в России зависят от эффективности работы сложного механизма, обеспечивающего взаимодействие предпринимательской инициативы и капитала, региональных институтов правовой и финансовой сферы, экономической поддержки и системы управления развитием на уровне самих предприятий.

Формирование деловой среды региона представляется необходимым условием

развития малого и среднего бизнеса, способствует вовлечению в бизнес определенной части населения, которая стремится реализовать себя и добиться успеха. Нельзя недооценивать значение этого фактора для достижения предпринимательского успеха, так как в нашей стране продолжительное время активно применялись технократические формы организации производственного процесса, которые обеспечивали четкое разделение работников на руководителей и подчиненных, что не создало объективных условий для вовлечения населения в самостоятельную организационно-предпринимательскую деятельность. Государственная политика в части развития предпринимательства способствует росту заинтересованности определенной части населения в организации собственного бизнеса.

Направления воздействия малого и среднего бизнеса на экономику региона показано на рис. 1.



*Рис. 1. Направления воздействия малого и среднего бизнеса на экономику региона*

Создание деловой среды региона из слоя собственников и предпринимателей, конкурентоспособности частного сектора может существенно сгладить ситуацию в сфере занятости населения в регионах России.

Наполнение деловой среды региона, открытие доступа предпринимателей к ней обеспечивается на основе процессов цифровизации. Предпринимателям это позволяет быстро найти новых клиентов, как в России, так и за рубежом, связаться с банком за пару секунд через мобильное приложение, подать отчетность в налоговую онлайн. Поэтому одной из основных задач государственного регулирования становится цифровая акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства в регионе. Основой такого процесса является разработанный проект федерального уровня «Акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства» в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» до 2024 г.

Способность приспосабливаться к изменениям в региональной среде – это основное условие развития бизнеса. Анализ состояния регионального рынка служит инструментом, при помощи которого менеджеры контролируют внешние по отношению к организации факторы с целью предвидеть потенциальные угрозы и вновь открывающиеся возможности.

Оценка деятельности предприятия на региональном рынке представляется важным и необходимым элементом механизма управления его развитием. Основой такой оценки выступает количественный и качественный анализ одного или совокупности региональных рынков, в рамках которых ведет деятельность предприятие. Такое исследование позволяет собрать данные о потенциале, емкости рынка, характеристиках конкурентной среды, ценах. Изучаются тенденции деловой актив-

ности и распределение долей рынка между конкурирующими предприятиями.

Анализ деловой активности является качественным критерием, характеризующим состояние и развитие бизнес-процессов предприятия. Для ее определения необходим критериальный подход посредством системы индикаторов оценки динамичности развития предприятия в целом и отдельных наиболее важных элементов экономической системы.

Для более глубокого изучения рынков товаров и услуг в целом, а также локальных и региональных рынков товаров и услуг проводится анализ изменения различных факторов: структура и география рынка, его емкость, динамика продаж, барьеры рынка, состояние конкуренции, сложившаяся конъюнктура, возможности и риски. Инструментом определения ориентиров в конкурентной среде регионального рынка может служить матрица БКГ (Бостонская Консалтинговая Группа (США) в честь собственного названия). Данная матрица используется в маркетинге для комплексной оценки и анализа всего бизнес-портфеля компании [2].

Оценку маркетинговой политики предприятия следует проводить на основе анализа товарооборота в динамике и по структуре с целью определения приоритетных групп наибольшего спроса и формирования портфеля товаров. Построение матрицы БКГ и портфельный анализ прибыльности и перспективности продуктов является основой стратегического планирования малого и среднего предприятия, работающего на региональном рынке.

Таким образом основными механизмами развития малого и среднего бизнеса в деловой среде региона выступает государственное регулирование и собственные управленческие регуляторы развития предприятия на основе оценки деловой активности, маркетинговой политики, основанной на рыночных инструментах.

**Библиографический список**

1. Акселерация бизнеса: как выбрать ускоритель для развития стартапа.- URL: <https://www.gd.ru/articles/10412-akseleratsiya-biznesa>
2. Гойко К. В. Матрица БКГ: понятие, построение и анализ // Академия педагогических идей Новация. Серия: Студенческий научный вестник. 2016. № 10. С. 147–155.
3. Гранберг А. Г. Основы региональной экономики: учебник для вузов. – 2-е изд. – М.: ГУ ВШЭ, 2016. – 254 с.
4. Ерохина Е. Н., Протасова О. В., Мартынович С. И. Роль малого и среднего бизнеса в российской экономике // 10-я международная Конференция по современным исследованиям в Менеджменте, экономике и бухгалтерском учёте, 20–22 Март 2020 г. – Берлин, Германия, 351 с. – URL: <https://www.researchgate.net/publication/339712622>.
5. Полянин А. В., Соболева Ю. П., Тарновский В. В. Цифровизация процессов малого и среднего предпринимательства // Управленческое консультирование. – 2020. – № 4(136). – С. 80–96. – DOI 10.22394/1726-1139-2020-4-80-96.

© Мандрица О. В.,  
Щербина А. И.,  
Хубиев Р. С., 2021.