



## ЭКОНОМИКА

УДК: 332.14  
 ББК: 65.9  
 Б 69  
 ВЗФЭИ  
 Кафедра «Менеджмент»

**Блинов Андрей Олегович**  
 e-mail: [aoblinov@mail.ru](mailto:aoblinov@mail.ru)

### СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИИ И ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА

В статье рассматриваются направления создания Центра стратегического развития территории и поддержки малого бизнеса. Разработан алгоритм поэтапного проектирования и создания муниципального бизнес-инкубатора на основе функционально-структурного подхода. Выявлено влияние Центра стратегического развития территории и поддержки малого бизнеса на координирование деятельности хозяйствующих здесь субъектов.

**Blinov O. Andrey**  
 e-mail: [aoblinov@mail.ru](mailto:aoblinov@mail.ru)

### STRATEGIC DEVELOPMENT OF TERRITORY AND SMALL-SCALE BUSINESS SUPPORT

The article describes creation's directions of the Center strategic development's territory and small business support. An algorithm for phase designing and construction of municipal business-incubator based on function-structural approach is developed. The influence of the Center strategic development's territory and small business support on coordination activities on economic entities here is founded.

**Ключевые слова:** малый бизнес, муниципальные образования, инновации, бизнес-инкубатор, территориальный маркетинг, инвестиции.

**Key words:** small business, municipalities, innovations, business-incubator, territorial marketing, investment of capital.

Сегодня, в условиях повышения значимости уровня знаний и информации, в процессе привлечения инвестиционных ресурсов важную роль играет создание адекватных современным реалиям информационно-организационных механизмов. Организации, стремящиеся получить инвестиции, часто просто не обладают необходимыми навыками сбора информации, включения в информационное пространство инвестиционной сферы. Переход от централизованного получения информации от министерств и ведомств к самостоятельному поиску для многих из них отрицательно сказывается на их хозяйственной деятельности, что в конечном итоге негативно влияет на уровень развития территории. Особенно это актуально для сельских муниципальных образований, уровень производственной и социальной инфраструктуры которых полностью зависит от состояния сельскохозяйственного производства. Данные территориальные образования постепенно становятся нежизнеспособными, так как не имеют возможностей не только для развития, но и для надлежащего обеспечения жизнедеятельности населения.

Поэтому, в целях повышения эффективности функционирования сельхозтоваропроизводителей, предлагается создание Центра стратегического развития территории и поддержки малого бизнеса (ЦСРПМБ).

Основная цель Центра будет заключаться в реализации организационно-экономического механизма обеспечения стратегического развития территории и формирования ее инвестиционной привлекательности через следующие функции:

- организующую;
- консультационно-информационную;
- проектную;
- маркетинговую;
- обучающую.

Исходя из функций, можно выделить основные направления (Рисунок 1) и ожидаемые результаты деятельности Центра.

- Обеспечение занятости, в том числе молодежи и незащищенных слоев общества, за счет создания рабочих мест на действующих и вновь создаваемых малых предприятиях, а также расширения самозанятости населения.
- Обеспечение социальных и экологических программ региональных и местных властей за счет: улучшения условий производства, повышения его технологичности, безопасности и уменьшения ресурсоемкости; увеличения налоговых поступлений в бюджет от малого предпринимательства.
- Создания единого информационного пространства ведения бизнеса.
- Усиление роли сельских муниципальных образований как мини-центров деловой активности и производства, привлечение инвестиций в их экономику через развитие сотрудничества с близлежащими территориями.
- Сохранение традиций и культурного наследия населения через развитие ремесел.
- Укрепление семьи через поддержку семейных форм организации предпринимательской деятельности.
- Гармонизация общественных отношений через развитие социального партнерства между властью, предпринимателями и наемными работниками.



Рисунок 1. – Основные направления деятельности Центра стратегического развития территории и поддержки малого бизнеса.

Главной особенностью ЦСРПМБ и его отличием от аналоговых формирований, создававшихся ранее и не реализовавших себя, является то, что все возлагающиеся на Центр функции будут осуществляться через конкретные подразделения самого центра, а также с использованием реально существующих учреждений и организаций, что, по моему мнению, реально позволит достичь поставленной цели.

Исходя из этого, организационная структура Центра стратегического развития территории и поддержки малого бизнеса будет иметь следующий вид.



Рисунок 2. – Организационная структура Центра стратегического развития территории и поддержки малого бизнеса.

Информационно-аналитический отдел (ИАО) – структурное подразделение, осуществляющее функции мониторинга, сбора и анализа информации, а также изучения и обобщения материалов, поступающих от заинтересованных организаций (сельскохозяйственные и перерабатывающие предприятия), частных лиц (личные подсобные и фермерские хозяйства, население) и других информационных каналов (СМИ, Интернет, библиотеки, конференции, семинары и др.) как на региональном, так и федеральном уровне. Отдел будет заниматься внесением предварительных предложений по экономической, политической, правовой, социальной тематике; а также осуществлять организацию дополнительных исследований. Целесообразным представляется организация работы по шести направлениям: экономической информации; маркетинговой информации, социальной информации; федеральной информации, региональной информации, местной информации.

Отдел разработки проектов (ОРП) будет разрабатывать и формировать предложения по итоговым программным документам Центра. На рисунке 3 представлены основные этапы подготовки и формирования программных документов заказчика, а на рисунке 4 – схема взаимодействия хозяйствующих субъектов территории в решении задач ее стратегического развития (как пример).

Отдел поддержки инвесторов и предпринимателей (ОПИП) (Бизнес-инкубатор) будет заниматься оказанием информационных и консультационных услуг для инвесторов и предпринимателей; привлечением внутренних и внешних

инвестиций путем разработок программ развития экономических связей; общим повышением уровня культуры инвестиционной деятельности; оказанием помощи хозяйствующим субъектам в разработке инвестиционных проектов; проведением тренингов для руководителей и главных специалистов предприятий; формированием, совместно с органами местного самоуправления, эффективной системы в области сотрудничества с организациями и предприятиями, а также поддержки проектов, имеющих высокий мультипликативный эффект и бюджетную отдачу, направленных на выпуск продукции массового спроса и создающих конкурентную среду и поддержкой начинающих предпринимателей, особенности молодежи и социально незащищенных групп населения.

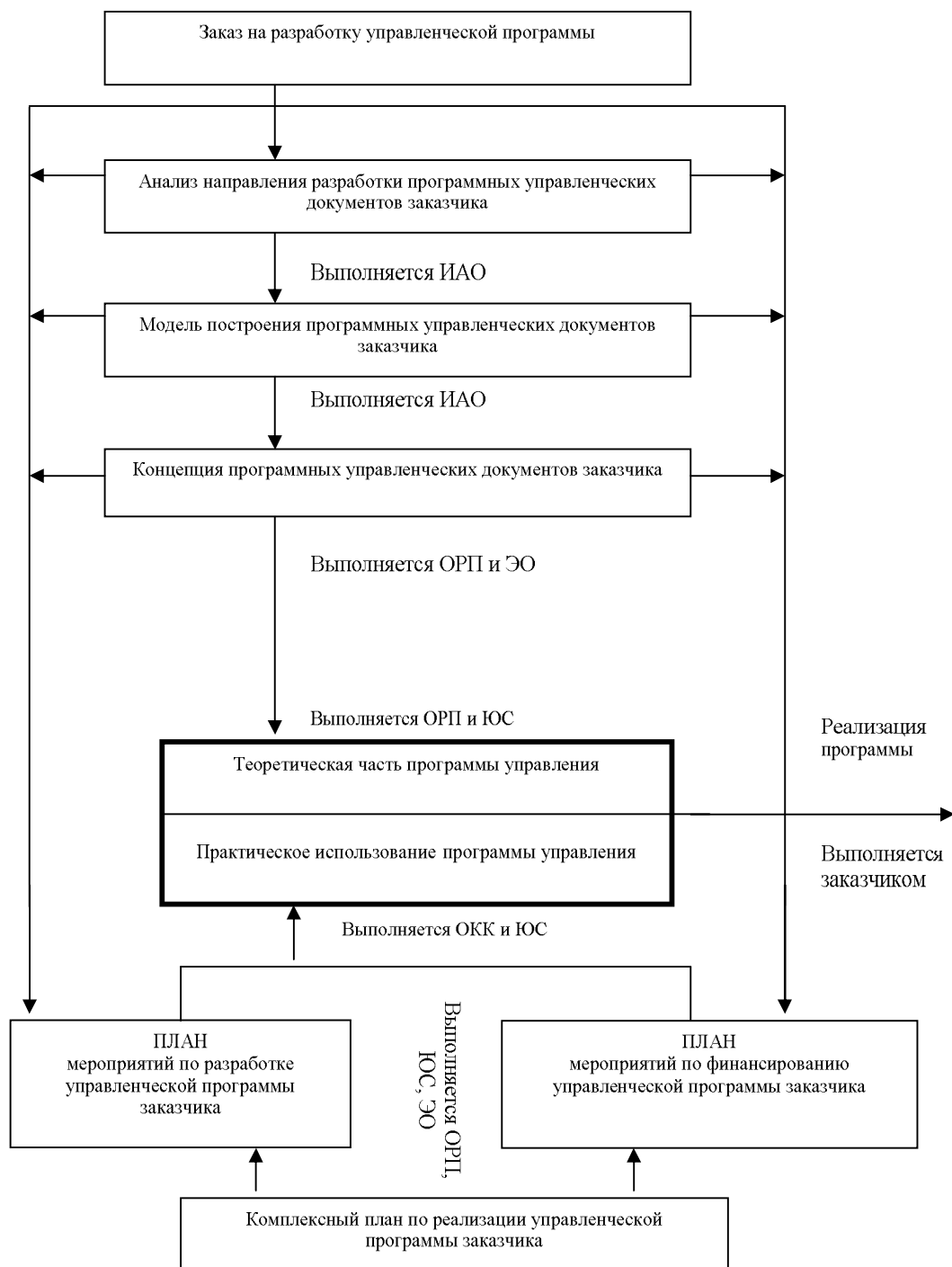


Рисунок 3. – Основные этапы подготовки и формирования управленческих программных документов заказчика.

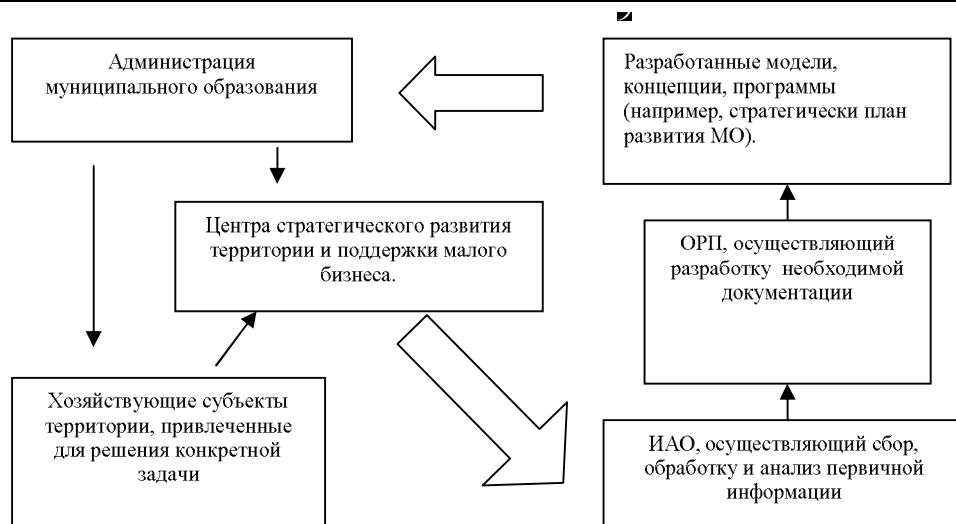


Рисунок 4 – Модель взаимодействия хозяйствующих субъектов территории в решении задач ее стратегического развития.

Как показывает практика, во всем мире инкубаторы бизнеса ускоряют развитие компаний в 7-22 раза и являются поставщиками новых малых предприятий и рабочих мест, инструментами, способствующими увеличению налоговых поступлений в бюджет, пополнению товарного рынка новыми видами продукции. Наряду с технопарками инкубаторы бизнеса признаны одной из наиболее эффективных и перспективных форм предпринимательства, что подтверждается мировой статистикой.

Для минимизации затрат при организации (ОПИП) Бизнес-инкубатора и обеспечения его эффективной работы на территории муниципального образования требуется разработка унифицированной методики его создания.

На рисунке 5 мной предложен алгоритм проектирования и создания муниципального Бизнес-инкубатора на основе функционально-структурного подхода.

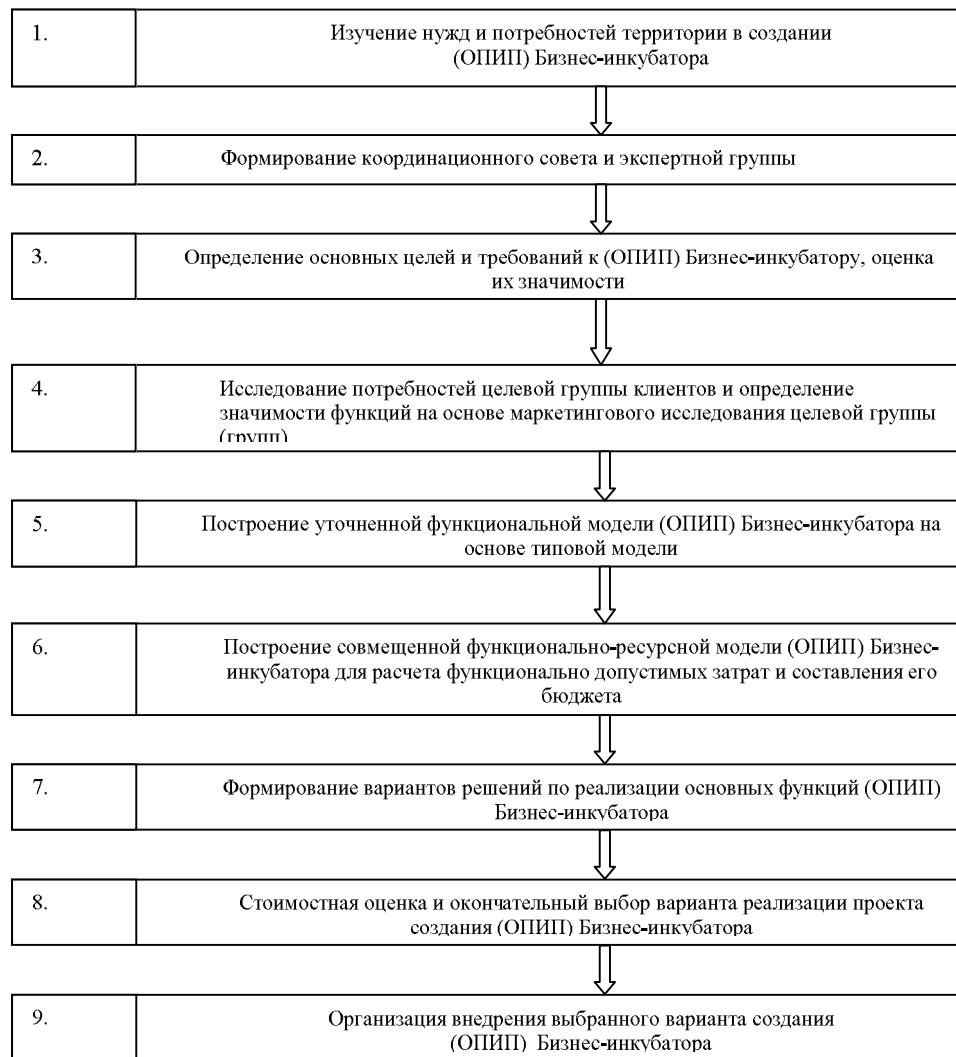


Рисунок 5. Алгоритм проектирования и создания (ОПИП) Бизнес-инкубатора на основе функционально-структурного подхода.

Отдел координации и контроля (ОКК) будет отвечать за практическое применение разрабатываемых программ, а также за налаживание координационных связей между хозяйствующими субъектами. На рисунке 6 представлена схема влияния Центра стратегического развития территории и поддержки малого бизнеса на координирование деятельности хозяйствующих здесь субъектов.

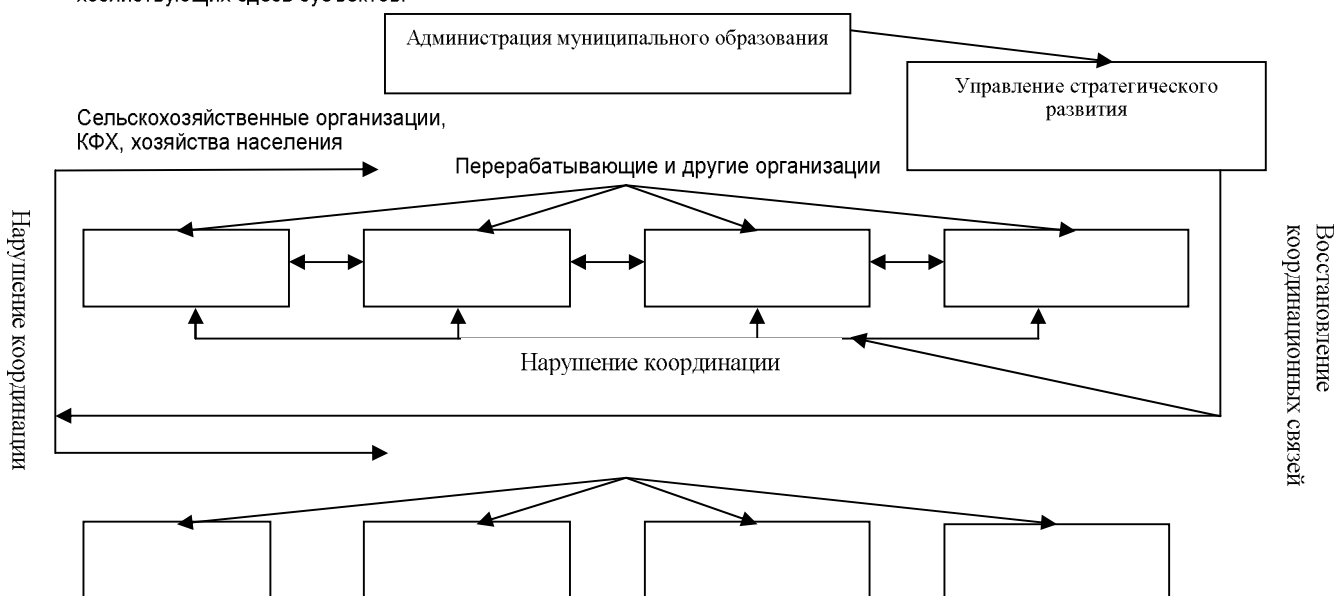


Рисунок 6. – Влияние Центра стратегического развития территории и поддержки малого бизнеса на координирование деятельности хозяйствующих здесь субъектов.

В функции юридической службы (ЮС) будет входить правовая экспертиза разрабатываемых документов, правовое сопровождение договорных отношений с потребителями предоставляемых услуг.

Экспертный отдел (ЭО) будет осуществлять всестороннюю экспертизу проектов и программ Центра, а также разрабатывать и вносить встречные предложения в области методического обеспечения стратегического планирования.

Проведенный в данной работе анализ показал, что в структуре слагаемых инвестиционной привлекательности выделяются две главные составляющие: объективные финансово-экономические показатели и субъективное восприятие и отношение инвестора. Вне зависимости от того, каким способом формируется представление об инвестиционной привлекательности и каким методом она оценивается, потенциал доходности, и уровень риска инвестиций являются показателями объективными, независящими от воли заинтересованных сторон. Другие же «маркетинговые» слагаемые инвестиционной привлекательности оставляют за заинтересованным лицом право интерпретировать информацию соответствующим его представлению и потребностям образом, иногда даже манипулировать полученными данными.

Поэтому деятельность Центра стратегического развития территории и поддержки малого бизнеса для повышения уровня инвестиционной привлекательности и социально-экономического развития муниципального образования должна строиться на применении приемов маркетинга.

Процесс формирования инвестиционной привлекательности во многом схож с созданием положительного образа (publicity). Отличительная особенность состоит в том, что данная привлекательность в глазах потенциальных инвесторов тем выше, чем яснее они видят возможности реализации своих целей посредством вложения средств в данное территориальное образование. Исходя из этого, важно выявить, каким образом отрасли, в развитии которых заинтересованы органы местного самоуправления соотносятся с целями, которые преследуют в своей деятельности потенциальные инвесторы, и условиями, которые для реализации этих целей они считают для себя приемлемыми.

Нахождению данных мест соприкосновения способствует территориальный маркетинг. Проведение маркетинговых исследований территориальных рынков сельскохозяйственной продукции ориентировано на выявление направлений их конкурентоспособности и развитие инвестиционной привлекательности сельских муниципальных образований.

На рисунке 7 показаны основные составляющие территориального маркетинга.

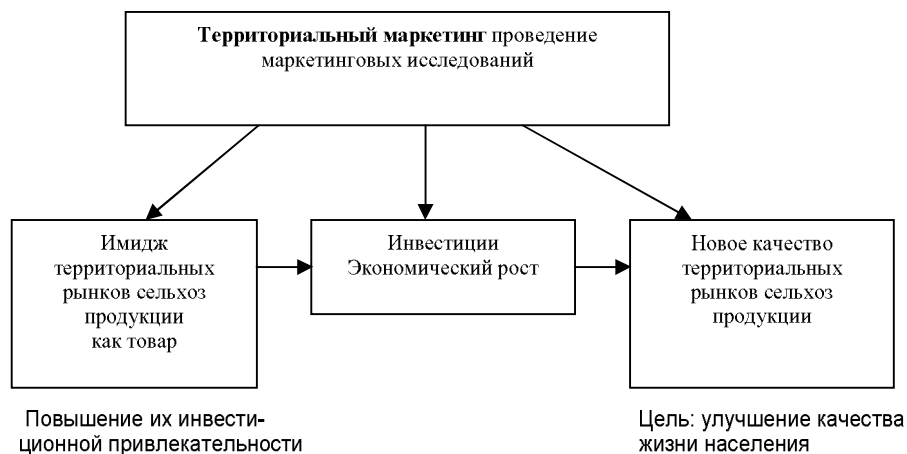


Рисунок 7. – Основные составляющие территориального маркетинга.

В ракурсе подобного маркетингового анализа территория муниципального образования представляет собой своего рода товар, имеющий определенную потребительскую ценность; как объект финансовых вложений, обладающий большей или меньшей инвестиционной привлекательностью. Данный подход позволяет взглянуть на муниципальное хозяйство с точки зрения его инвестиционной конкурентоспособности и, акцентируя сильные стороны экономики территории и, по возможности, компенсируя слабые, обеспечить условия для реализации внутреннего инвестиционного потенциала и привлечения внешних инвестиций. Поэтому одной из действенных форм привлечения инвестиционных ресурсов, направленных на развитие отраслей сельских муниципальных образований является проведение ярмарок и выставок инвестиционных проектов, а также других PR-мероприятий. В частности, эффективным представляется разработка мер по созданию и продвижению имиджа территории и фирменного стиля муниципального образования.

В конечном итоге, модель Центра стратегического развития территории и поддержки малого бизнеса и его влияние на формирование территориальной инвестиционной привлекательности можно представить следующим образом:

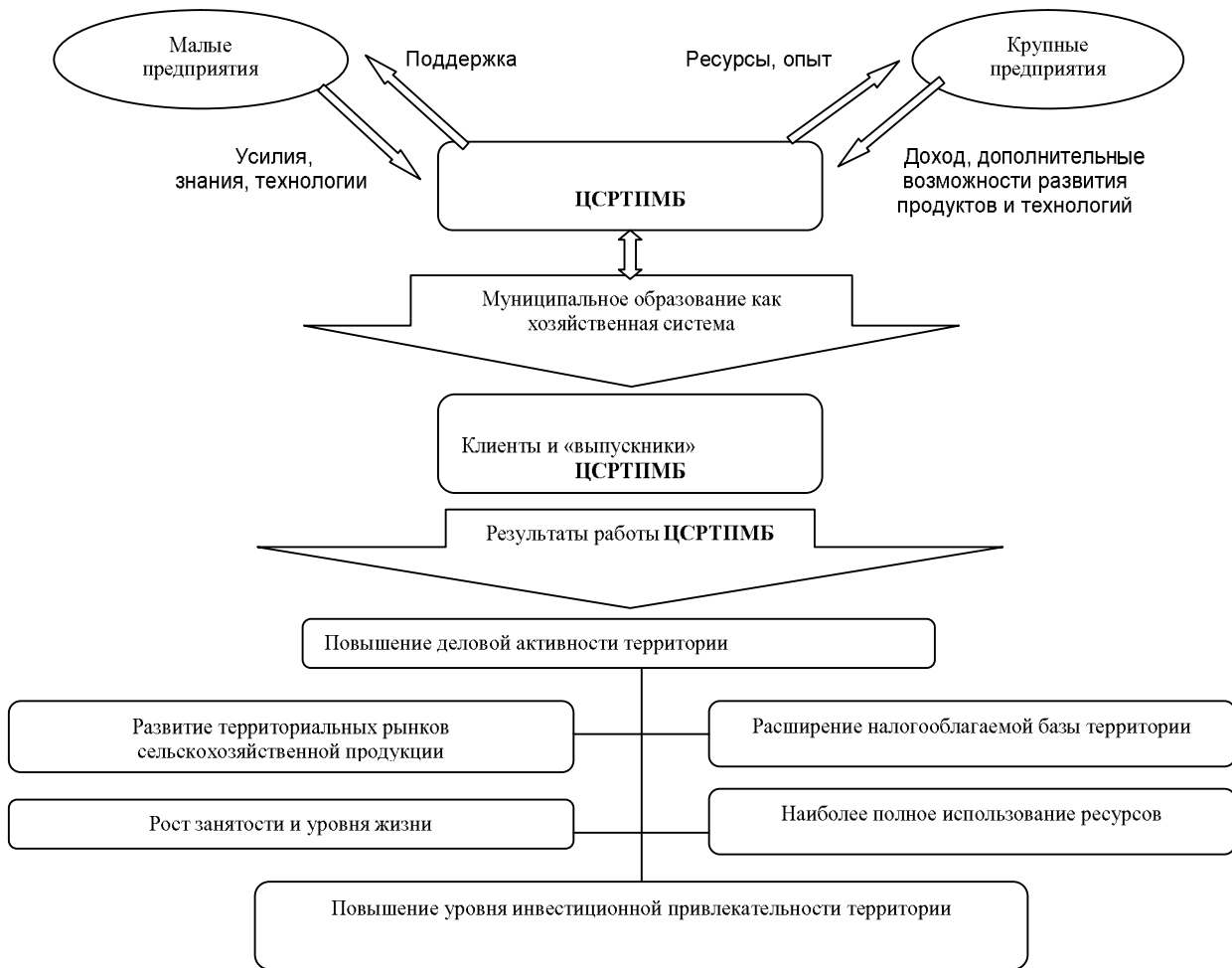


Рисунок 8. – Модель Центра стратегического развития территории и поддержки малого бизнеса и его влияние на социально-экономическое развитие территории.

Таким образом, с помощью когнитивных технологий, на основе алгоритма поэтапного проектирования и создания муниципального бизнес-инкубатора, по моему мнению, можно будет создать все необходимые условия для формирования своеобразного фундамента, площадки привлечения инвестиций и в дальнейшем осуществлять функции по его модернизации.

**Библиография:**

1. Блинов, А.О. Малое предпринимательство: Теория и практика [Текст] : учебн. для студентов вузов / А.О. Блинов, Шапкин И.Н. – М. : Маркетинг, 2002.
2. Виленский, А. Административные барьеры на пути развития малого предпринимательства: региональный аспект. [Текст] / А. Виленский // Федерализм. – 2005. - №2.
3. Комаров, В. Малый бизнес идет в регионы [Текст] / В. Комаров // Малое предприятие. – 2003. - №6.
4. Малое предпринимательство в России: прошлое настоящее и будущее [Текст] / под общ. ред. Е.Г.Ясина, А. Ю. Чепуренко, В.В. Буева, О.М. Шестоперова. - М. : Новое изд-во, 2008.
5. Малый бизнес. Организация, экономика, управление [Текст] / под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. - 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 495 с.
6. Мишурова, И.В. Малое предпринимательство в региональной экономике: Монография [Текст] / И.В. Мишурова. – Ростов-на-Дону. – РГЭА, 2007.
7. Шепеленко, Г.И. Анализ экономических противоречий малого предпринимательства. Научно-практическое пособие. [Текст] / Г.И. Шепеленко, Э.А. Чернышев. - Ростов-на-Дону, 2008.