

М. Д. Шарыгин, И. И. Кротов

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Выявляется совокупность условий, ресурсов, предпосылок, необходимых для эффективного функционирования малого бизнеса. Опираясь на теоретические положения и практические результаты размещения производительных сил, авторы выделяют группы факторов территориальной организации малого предпринимательства: национального и наднационального уровня, регионального уровня, местоположения, предпринимателя.

© Шарыгин М. Д., Кротов И. И., 2014

Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2014. Вып. 9. С. 155 – 168.



В ходе последовательного анализа основных факторов размещения малого предпринимательства авторы приходят к обоснованному выводу о том, что учет каждого из факторов способствует эффективному функционированию небольших фирм и совершенствованию территориальной организации национальной и региональной экономик.

Дается определение понятию «место», необходимому для учета при организации малого предприятия, а также указывается на психологическую сторону исследуемого объекта: морально-этические ограничения и нравственные ценности предпринимателей.

This article describes the conditions, resources, and prerequisites necessary for the efficient functioning of small businesses. Based on the theoretical propositions and practical results of productive forces distribution, the authors identify groups of factors of spatial organization of small businesses: national and supranational level, regional level, location, and the entrepreneur.

A sequential analysis of the main factors of the small business deployment showed that taking into account all the factors contributes to the efficient functioning of small firms and better spatial organization of the national and regional economies.

The authors define the concept of "location" necessary of the organization of a small enterprise and emphasize the psychological aspect of the object under consideration, namely, the moral and ethical constraints and moral values of entrepreneurs.

Ключевые слова: территориальная организация малого предпринимательства, факторы размещения малого бизнеса.

Key words: spatial organization of small business, small business deployment factors.

Одна из важных категорий в социально-экономической географии — территориальная организация хозяйства. Она охватывает широкий круг явлений и процессов, включая территориально-функциональную структуру регионов разного пространственного уровня, процессы комплексообразования, функционирования и воспроизводства, механизм регулирования хозяйственного развития. В структуре территориальной организации хозяйства особой индивидуальностью отличается территориальная организация малого предпринимательства. Эта индивидуальность проявляется не только в объемах производства товаров и услуг, но и в корреляционной зависимости от функциональной структуры региональной экономики, систем расселения, уровня жизни населения, инфраструктурной обустроенности территории, факторах локализации малых предприятий.

Развитие и территориальная организация малого предпринимательства во многом обусловлены действием совокупности факторов. Изучение факторного воздействия на размещение промышленных и сельскохозяйственных предприятий берет начало с работ И. Тюнена, А. Маршалла, А. Вебера и получило развитие в трудах В. Кристаллера, А. Леша, У. Айзарда, Х. Босса и других зарубежных исследователей [2; 3; 5; 7 и др.]. Среди отечественных ученых наибольший вклад в разработку теории и практики размещения производительных сил внесли П.Я. Бакланов, Н.Н. Колосовский, А.Е. Пробст, Ю.Г. Саушкин, Я.Г. Фейгин, А.Т. Хрущев [1; 4; 6; 8; 10–13 и др.].



Именно в работах перечисленных исследователей наиболее широко раскрыты факторы размещения производительных сил. Высоко оценивая обоснованность факторов, следует признать, что новый этап развития и территориальной организации экономики выдвигает новые требования к локализации предприятий и конкретно малого бизнеса.

Опираясь на теоретические положения и практические результаты размещения производительных сил и учитывая специфику малого предпринимательства, можно выделить следующие группы факторов (рис.):

- национального и наднационального уровня;
- регионального уровня;
- местоположения;
- предпринимателя.



Рис. Факторы территориальной организации малого предпринимательства



Национальные и наднациональные факторы. В этой группе наиболее активную роль играют социально-правовой, природно-географический, научно-технический (инновационный), внешнеэкономический, человеческий (трудоресурсный) факторы.

Социально-правовой фактор. Общественно-политическая роль малого бизнеса признана государством. Об актуальности поддержки государством малого предпринимательства свидетельствует вклад малого бизнеса в достижение современной экономики во всех индустриально развитых странах. Этому предшествовала большая и продолжительная работа по формированию у людей мотивации и уважения к предпринимательству.

Отношения, возникающие в сфере малого предпринимательства, регулируются федеральным законом «О развитии малого среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 года, в соответствии с которым основными целями государственной политики в области развития малого предпринимательства в Российской Федерации на сегодня являются:

- 1) развитие субъектов малого предпринимательства в целях формирования конкурентной среды в экономике Российской Федерации;
- 2) оказание содействия субъектам малого предпринимательства в продвижении производимых ими товаров (работ, услуг), результатов интеллектуальной деятельности на рынок Российской Федерации и рынки иностранных государств;
- 3) обеспечение занятости населения и развитие самозанятости;
- 4) увеличение доли производимых субъектами малого предпринимательства товаров (работ, услуг) в объеме валового внутреннего продукта;
- 5) рост доли уплаченных субъектами малого предпринимательства налогов в бюджет.

Для достижения указанных целей государством используются следующие ключевые принципы:

- 1) разграничение полномочий по поддержке субъектов малого предпринимательства между федеральными органами государственной власти, органами государственной власти субъектов РФ и органами местного самоуправления, их ответственность за обеспечение благоприятных условий для развития малого бизнеса;
- 2) участие представителей субъектов малого предпринимательства в формировании и реализации государственной политики в области развития малого предпринимательства;
- 3) обеспечение равного доступа субъектов малого предпринимательства к получению господдержки.

На законодательном уровне среди полномочий органов государственной власти по вопросам развития малого предпринимательства выделяются:

- определение принципов, приоритетных направлений, форм и видов поддержки субъектов малого предпринимательства;
- разработка и реализация федеральных программ развития субъектов малого предпринимательства;



- определение основных финансовых, экономических, социальных и иных показателей развития малого предпринимательства и инфраструктуры поддержки субъектов малого предпринимательства на долгосрочную, среднесрочную и краткосрочную перспективы на основе прогнозов социально-экономического развития Российской Федерации;

- финансирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по проблемам развития малого предпринимательства за счет средств федерального бюджета;

- пропаганда и популяризация предпринимательской деятельности за счет средств федерального бюджета;

- поддержка региональных программ развития субъектов малого предпринимательства;

- организация официального статистического учета субъектов малого предпринимательства, определение порядка проведения выборочных статистических наблюдений за деятельностью субъектов малого предпринимательства в Российской Федерации;

- формирование инфраструктуры поддержки субъектов малого предпринимательства и обеспечение ее деятельности.

Таким образом, следует признать, что государство готово оказывать малому бизнесу поддержку, лишившись которой малое предпринимательство попадет в условия монополизации рынков, а значит, в условия ограничения конкуренции, которая составляет сущность частного предпринимательства. Только полная и свободная конкуренция может гарантировать свободный рынок, открытый доступ к предпринимательству, возможности для проявления и развития личной инициативы и индивидуальных взглядов.

Природно-географический фактор. На уровень производительности труда в малом предприятии влияют природно-географические условия и ресурсы. Природно-ресурсный потенциал «притягивает» не только крупный, но и малый бизнес.

Среди наиболее востребованных для малого предприятия природных ресурсов – песок, широко используемый в составе строительных материалов, при возведении дорог и насыпей, в различных декоративных и отделочных работах, а также глина, являющаяся не только основной гончарного, кирпичного, цементного производства, но и составной частью применяемых в медицине и косметологии масок и мазей.

Использование значительного природно-ресурсного разнообразия при отсутствии широкого ассортимента продукции позволяет осуществлять деятельность за счет частичного изменения потребительских свойств, модификации товаров, не прибегая к дополнительным затратам, связанным с переналадкой оборудования, изменением связей по закупке сырья, и др.

При рассмотрении природно-географического фактора учитывается сезонность производства и продажи товаров, оказания услуг, характерная, в первую очередь, для сельского хозяйства, а также для торговли.

В рамках природно-географического фактора следует выделить экологический аспект, влияние которого связано с озабоченностью населения состоянием окружающей среды и, учитывая значительные за-



траты на строительство и содержание природоохранных сооружений, может существенно увеличить себестоимость продукции и услуг, предоставляемых малым предприятием.

Научно-технический (инновационный) фактор. Россия имеет предпосылки для размещения высокотехнологичных отраслей, характеризующихся наличием соответствующей образованной и подготовленной квалифицированной рабочей силы, социальной инфраструктуры, научных проектных учреждений и организаций.

При этом небольшая фирма не может позволить себе долго «работать» над продвижением товара. Полный цикл от научной идеи до выпуска товара на рынок длится в среднем 7–8 лет, на стадии научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок проходит незначительная часть продукции. Для большинства мелких фирм данный путь неприемлем, и более конструктивным подходом для них будет создание незначительных усовершенствований существующего товара.

Среди действий небольших фирм, направленных на создание конкурентоспособных товаров, можно выделить следующие:

- закупка разработок и технологий, включая детали, узлы, упаковочные материалы;
- налаживание контактов с университетами, научными институтами, занимающимися социально-экономическими исследованиями;
- извлечение выгод из оборонных исследований;
- нацеливание «стратегического менеджмента» на «качественную экспансию», специализацию в конкретной производственной или торговой инфраструктурной нише;
- развитие и внедрение малокапиталоемких технологических методов, производственных линий, эффективных при сравнительно небольших масштабах производства;
- работа над дизайном, форматом изделий в направлении приспособления товара к потребителю, его нуждам, включая и производственные нужды [14].

Внешнеэкономический фактор. На сегодняшний день внешнеэкономическим связям принадлежит важная роль в мобилизации внутренних ресурсов. В развитых странах доля малых фирм составляет большую часть предприятий и особое место среди данных фирм занимают экспортно-ориентированные предприятия.

Осуществление внешнеэкономической стратегии, как показывает опыт развитых и развивающихся стран, невозможно без активной координирующей и регулирующей роли государства.

Главное направление преобразования внешнеэкономической деятельности в России – реализация комплекса мер по устранению разного рода запретов и ограничений, препятствующих свободному ведению всеми хозяйствующими субъектами, в частности малыми предприятиями, экспортно-импортных и валютных операций с зарубежными партнерами, а также расширению доступа иностранных товаров и капиталов на российский рынок.

Несмотря на то что ранее отечественный малый бизнес был ориентирован лишь на локальный внутренний рынок товаров и услуг, в ус-



ловиях глобализации происходит постоянное расширение внешне-экономической деятельности, чему способствуют транснациональные корпорации. Значимую роль в развитии субъектов малого предпринимательства транснациональные компании играют за счет продвижения инноваций и развития венчурного бизнеса, организации новых форм производства и продвижения товаров — франчайзинга, аутсорсинга и т.д. Хотя сегодня субъекты малого предпринимательства направляют на экспорт не более 5% своей продукции, малый бизнес способен сформировать более диверсифицированные торговые и инвестиционные связи.

Человеческий (трудоресурсный) фактор. Данный фактор, представляющий собой совокупность возможностей, знаний, навыков, опыта работника, — основная движущая сила экономики, наиболее универсальная динамичная составляющая всех стадий воспроизводственного процесса.

Среди особенностей вовлечения населения в деятельность малых фирм можно отметить отсутствие многоуровневой организационной структуры, преобладание комплексного характера деятельности работников и гибкую организацию труда, ввиду чего значительно возрастает зависимость предприятия от каждого из работников.

Малое предприятие выступает определенной социальной средой, в которой взаимоотношения работника и собственника предприятия основываются на взаимовыгодном обмене. Нарушение баланса в этой среде приводит к текучести кадров, вследствие которой ухудшается дисциплина труда, сокращается общий уровень квалификации персонала и его ответственность за проделанную работу.

Поскольку в регионах в достаточной степени не учитывается значимость трудоресурсного фактора, малый бизнес начинает вовлекать в свою деятельность мигрантов, как правило, выходцев из Средней Азии (Узбекистана, Таджикистана, Киргизии), не имеющих образования и не являющихся квалифицированными специалистами. Привлечению мигрантов способствует дешевизна данной рабочей силы.

В сложившейся ситуации, когда малый бизнес перестает тяготеть к местам концентрации трудовых ресурсов и своими действиями фактически формирует ячейку общества, состоящую из незарегистрированных мигрантов, возникает необходимость в установлении налоговых льгот при найме работодателем своих соотечественников и в формировании эффективного механизма наказания за наем нелегального мигранта.

Региональные факторы. Мощным фактором локализации малых предприятий является *функционально-территориальная структура региональной экономики*. Крупные предприятия промышленных узлов и центров «обрастают гирляндой» малого предпринимательства обслуживающего и утилизирующего профиля.

Ярким примером вовлечения малого бизнеса в деятельность крупной фирмы служит предприятие «Лукойл-Пермь» Пермского края. Общая численность основных коллективов данного предприятия со-



ставляет около 20 тыс. человек. При этом нефтяной комплекс обеспечивает стабильной работой еще 20 тыс. жителей Прикамья, трудящихся в подрядных и сервисных организациях.

Необходимо признать, что малые предприятия, созданные на базе крупных фирм и интегрированные в их структуру, занимают достаточно противоречивое положение. С одной стороны, формально они самостоятельно распоряжаются своими средствами и имеют стабильный доход, а с другой — фактически они жестко привязаны к производственной программе основного предприятия, что ограничивает свободу их поведения на рынке, следовательно, их положение по сравнению с полностью самостоятельными и независимыми малыми предприятиями ухудшается, так как они не могут столь же гибко и оперативно реагировать на изменения окружающей среды.

Вместе с тем расположение малых фирм вблизи крупных предприятий способствует возникновению *агломерационного эффекта*. Крупнейшие агломерации в России, формирующиеся вокруг городов-миллионеров, становятся мощным фактором организации малого предпринимательства. Так, например, в границах Пермской городской агломерации размещено более половины всех малых предприятий края.

Об экономической выгоде, достигаемой посредством территориальной концентрации крупного и малого производств, может свидетельствовать сокращение издержек на транспортировку и снижение себестоимости производимой продукции в результате действия эффекта масштаба.

Ареалы сельской местности притягивают малые формы предпринимательской деятельности сельскохозяйственного направления. Классической формой малого предпринимательства в сельском хозяйстве являются крестьянские (фермерские) хозяйства. В широком смысле крестьянское хозяйство можно рассматривать как разнообразие самых различных организационных формирований, развивающихся на основе личного и семейного труда, личной и семейной формы собственности, отличающихся различной степенью правовой завершенности и экономической самостоятельности. У всех крестьянских (фермерских) хозяйств имеется единая цель бизнеса — обеспечение благосостояния семей при сохранении крестьянско-фермерского образа жизни с его особым нравственным климатом, трудовым воспитанием детей, внуков, гармоничной связью с природой. В рассматриваемом случае крестьянские фермерские хозяйства нельзя отождествлять с личным подсобным хозяйством, представляющим собой исключительно непредпринимательскую деятельность граждан, направленную на удовлетворение собственных нужд в продуктах питания.

В регионах добывающего профиля размещаются предприятия по добыче стройматериалов, утилизации отходов, лесозаготовке и деревообработке, ловле и переработке рыбы.

В рекреационных зонах концентрируются туристско-рекреационные фирмы и т.д. Цели создания рекреационных зон — повышение конкурентоспособности туристской деятельности, развитие лечебно-



оздоровительных курортов, развитие деятельности по организации лечения и профилактике заболеваний. В рекреационных зонах могут разрабатываться месторождения минеральных вод, лечебных грязей и других природных лечебных ресурсов.

На региональном уровне новыми гранями играет *человеческий (потребительский) фактор*. Люди выступают не только в форме трудовых ресурсов, но и как потребители товаров и услуг. Системы расселения населения, уровень жизни людей и их растущие потребности – важный фактор локализации малого предпринимательства. Тяготение предприятий торговли, питания, культуры к местам концентрации населения является закономерным процессом в рыночной экономике. Сегодня наибольший удельный вес малых предприятий наблюдается в сфере торговли (оптовой и розничной) и обслуживания (транспортные, охранные, медицинские услуги, общественное питание, ремонт автотранспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования, операции с недвижимым имуществом).

Развитие сервисного предпринимательства во многом зависит от профессиональной квалификации и особого человеческого капитала предпринимателя, который способен оказывать уникальные услуги, ориентируясь на конкретного клиента.

Удовлетворение потребностей людей в товарах, продуктах и услугах – одна из главных функций малого предпринимательства. Новой сферой малого бизнеса становятся разнообразные деловые услуги: счетно-бухгалтерские, обучение и подбор кадров, расчет налогов, реклама, юридические консультации, копировально-печатные и др.

Важную роль в размещении предприятий играет *инфраструктура и институты поддержки малого бизнеса*. Отметим, что инфраструктура поддержки субъектов малого предпринимательства может включать в себя центры и агентства по развитию предпринимательства, государственные и муниципальные фонды поддержки предпринимательства, фонды содействия кредитованию, инвестиционные фонды, привлекающие инвестиции для субъектов малого предпринимательства, технопарки, научные парки, инновационно-технологические центры, палаты и центры ремесел, центры поддержки субподряда, маркетинговые и учебно-деловые центры, агентства по поддержке экспорта товаров, лизинговые компании, консультационные центры, микрофинансовые и иные организации.

В указанную инфраструктуру также включаются бизнес-инкубаторы, представляющие особый интерес и оказывающие следующие основные услуги: предоставление в аренду (субаренду) субъектам малого предпринимательства нежилых помещений бизнес-инкубатора; осуществление технической эксплуатации здания (части здания) бизнес-инкубатора; почтово-секретарские услуги; консультационные услуги по вопросам налогообложения, бухгалтерского учета, кредитования, правовой защиты и развития предприятия, бизнес-планирования, повышения квалификации и обучения; доступ к информационным базам данных.



Для России с ее значительными континентальными пространствами особое значение имеет *транспортный фактор*. В отличие от крупных предприятий, ориентирующихся на объемные дальние железнодорожные и водные перевозки, малые предприятия нацелены на малотоннажные автомобильные перевозки. Поэтому возрастает значение конфигурации и качества автомобильных дорог, способствующих улучшению территориальной организации хозяйства регионов.

Важнейшие для предпринимателей автомобильные дороги России – автомобильные дороги федерального значения, к которым относятся не только дороги, соединяющие Москву со столицами сопредельных государств и административными центрами субъектов России («М2»: Москва – Белгород, «М4»: Москва – Новороссийск, «М5»: Москва – Челябинск), но и дороги, соединяющие между собой административные центры субъектов России («Р176»: Чебоксары – Сыктывкар, «Р215»: Астрахань – Махачкала, «Р242»: Пермь – Екатеринбург), а также подъездные и соединительные дороги («А103»: Москва – Щелково, «А375»: Хабаровск – Находка).

Рисковый фактор. Предпринимательская деятельность относится к специфическому виду социального поведения, реализуемого в системе рыночной неопределенности и риска. Рассматривая предпринимательский риск, стоит учитывать, что помимо вероятности недостижения ранее намеченных результатов имеется положительный момент – возможность получить больший доход по сравнению с тем, который намечался до осуществления рискованных операций.

Принимая во внимание особенности предпринимательской среды, рискованный фактор может быть как внешним (политические, социально-экономические, экологические и научно-технические риски), не зависящим, как правило, от самого предпринимателя, так и внутренним, обусловленным непосредственно деятельностью фирмы.

Наиболее вероятным по сравнению с любым другим видом деятельности является риск в производственной сфере. Так, оценивая состояние малого бизнеса в Пермском крае, можно установить, что в сфере обрабатывающего производства занято не более 11 % малых предприятий, тогда как торговлей, ремонтом автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования занимаются около 34 % малых фирм [15]. Низкий уровень вовлеченности малых предприятий в сферу производства обусловлен наличием не только внешних факторов риска, но и внутренних, связанных с производственными и социальными процессами.

Малые предприятия не обладают большими производственными и складскими площадями, в связи с чем возрастает зависимость основного производства от данных площадей, что, в свою очередь, приводит к увеличению рисков не только вспомогательного производства, но и основного.

Каждый предприниматель, оценив свои возможности, может организовывать свою деятельность посредством заключения государственных контрактов, т.е. благодаря реализации *государственного заказа*, участию в котором способствует законодательно закреплённая обязан-



ность заказчиков (государственных органов, органов управления государственным внебюджетным фондом либо государственных казенных учреждений) осуществления закупок у субъектов малого предпринимательства в размере не менее чем 15 % совокупного годового объема закупок. Такие закупки осуществляются путем проведения открытых конкурсов, конкурсов с ограниченным участием, двухэтапных конкурсов, электронных аукционов, запросов котировок, предложений.

Инвестиционный фактор. Анализ современного состояния и технико-экономическое обоснование стратегии развития отраслей хозяйства в значительной степени обусловлены объемами инвестиций, в том числе в основной капитал.

Так, в Пермском крае инвестиции в основной капитал малых предприятий (без микропредприятий) распределены следующим образом: 40 % из них направлено на строительство, 37 % — на операции с недвижимым имуществом, аренду и предоставление услуг, 12 % — на сельское хозяйство, охоту и лесное хозяйство [15].

Основными формами инвестиций, обеспечивающих воспроизводственный процесс на территории, являются денежные средства и их эквиваленты (акции и т.п.), земельные участки, имущественные права (ноу-хау, патенты, модели и т.д.), основные и оборотные фонды, а также другие материальные средства. Инвесторы, как правило, рассматривают территорию (зоны промышленной и жилой застройки, рекреации) как товар, для продажи, инвестирования которого власти регионов и федеральный центр применяют следующие действия стратегического и тактического характера:

- финансовые стимулы;
- нефинансовые рычаги (конструирование, образование и подготовка кадров, выделение участков земли);
- работы по улучшению делового климата, инфраструктуры бизнеса.

В современных условиях наибольшей инвестиционной привлекательностью обладают города Москва и Санкт-Петербург, Ярославская, Вологодская, Ленинградская, Московская, Новгородская, Архангельская, Ростовская, Самарская, Нижегородская, Тюменская, Омская, Свердловская, Иркутская, Сахалинская области, Башкортостан, Татарстан, Саха (Якутия), Краснодарский и Красноярский края [14].

Факторы места. В территориальной организации малого предпринимательства важнейшие функции выполняют факторы места. Такое понятие, как «давление места» (позиционное давление) было введено крупным российским специалистом в области теоретической географии Б.Б. Родоманом [9], сделавшим вывод о том, что на географический объект вдоль силовых линий какого-либо географического поля действует некая сила, стремящаяся переместить объект в оптимальное местоположение — «локальный оптимум». Под воздействием такого давления легкоподвижные объекты изменяют свое местоположение, а менее подвижные, не способные к изменениям, деградируют.

В рамках настоящего исследования представляется возможным отметить, что под местом понимается компактная часть территории с индивидуальными чертами, отличающимися от окружающей местности.



Место – это нетаксонированная пространственная единица, в которой может разместиться хозяйственный объект, в том числе и малое предприятие.

С позиции факторного анализа вопросы местонахождения наиболее полно раскрыты в теории штандорта А. Вебера [3], рассматривающей оптимизационную задачу – минимизацию общих издержек производства, и теории экономического ландшафта А. Леша [7], обратившего внимание на то, что каждый участок территории имеет собственное экономическое значение (стоимость). В их конструкциях место – это точка размещения предприятия. В нашем представлении – это участок территории с индивидуальной характеристикой и факторами притяжения и имиджа. Притягательные свойства для новых хозяйственных объектов формируются *внутренним потенциалом места*. Каждое место имеет разную степень инфраструктурного обустройства, плотность и интеллектуальный уровень населения, хозяйственного освоения, сохранения природного и культурно-исторического наследия и т.д. Потенциал места усиливается формированием имиджа и позиционированием его в системе регионов и страны.

Существенную роль в притяжении малого предпринимательства играет *экономико-географическое положение места*. В частности, положение места в центре, полупериферии или периферии региона, на транспортных путях, вблизи с потребностями, в корпоративной связке с крупными хозяйственными объектами и т.д.

Важным фактором места являются его *конкурентные качества*, сравнительные преимущества в среде жизнеобеспечения, стоимости рабочей силы, качестве и доступности водных, земельных и других ресурсов, инновационной и инвестиционной деятельности. В зависимости от степени реализации можно выделить две группы факторов привлекательности места: структурные и функциональные. Структурные факторы складываются из эффективной инфраструктуры, достаточного предложения основных территориальных услуг, высокого качества среды жизни. Функциональные факторы связаны с теми функциями, которые выполняет то или иное место, т.е. характеризуют возможности места стать распределительным центром, участком территории для размещения международного бизнеса, центром инновационной деятельности, важным узлом в информационной (коммуникационной) сети, международным центром культуры и т.д.

На современном этапе фактором, определяющим степень узнаваемости территории, является *имидж (бренд) места*, формируемый различными способами, в том числе средствами массовой информации и психологического воздействия. В отличие от других факторов места, потребитель сохраняет в памяти имидж места даже тогда, когда ранее всем известный бренд уже не используется в привычном контексте, в связи с чем одним из условий перспективного развития малого предприятия и узнаваемости производимого товара, оказываемых услуг может послужить сохранение имеющихся на той или иной территории традиций («наследия») и их сочетание с современными механизмами ведения бизнеса.



Факторы предпринимателя. Важную роль в территориальной организации малого предпринимательства играют *техничко-экономические параметры предприятий*. В зависимости от типа предприятия формируются требования к местам локализации. Наиболее важные из них это обычно наличие и стоимость земли, офисов, зданий, электроэнергии, рабочей силы, а также местное налогообложение, риски и т. д.

На первый план начинают выходить *личные качества предпринимателей (акторов)*. Наибольший интерес к предпринимательству обнаруживают молодые люди, чаще всего мужчины, отличающиеся энергичностью, готовые рисковать и намеренные получать удовлетворение от результатов собственного труда. Принадлежность предпринимателя к той или иной национальности со своими традициями, укладом также имеет особое значение при выборе им вида профессиональной деятельности.

Создание любого бизнеса требует *наличия стартового капитала*, основными источниками которого являются собственные средства, средства друзей, родственников, партнеров или инвесторов, кредиты, программы по поддержке малого предпринимательства.

Малые предприятия чаще всего находятся в частной и реже смешанной формах собственности. Это накладывает на развитие и территориальную организацию предпринимательства свой «отпечаток», зависящий от *личной инициативы и творческого (профессионального) потенциала актора (личности)*. Главный интерес и стимул деятельности — получение наибольшей прибыли, что не всегда совпадает с целью развития региона и тем более места, заключающейся в повышении уровня и качества жизни населения. Поэтому важным фактором становятся *морально-этические ограничения и нравственные ценности предпринимателей*.

Совмещение личной выгоды с интересами территории может дать дополнительный импульс для устойчивого развития места, региона, страны.

В заключение следует отметить, что совокупность вышеизложенных факторов предопределяет выбор места, в котором предприниматель может осуществить свою деятельность. Учет каждого фактора позволяет избежать ошибок в размещении объектов малого бизнеса, повысить эффективность функционирования небольших фирм, совершенствовать территориальную организацию национальной и региональных экономик.

Список литературы

1. Бакланов П.Я. Территориальные структуры хозяйства в региональном управлении. М., 2007.
2. Босс Х. Размещение хозяйства. М., 1970.
3. Вебер А. Теория размещения промышленности. М., 1926.
4. Воронин В.В., Жичкин Ю.В., Шарыгин М.Д. Территориальная организация региональной социэкономике. Самара, 2013.
5. Колосовский Н.Н. Теория экономического районирования. М., 1969.
6. Изард У. Методы регионального анализа. Введение в науку о регионах. М., 1966.



7. *Леш А.* Географическое размещение хозяйства. М., 1959.
8. *Пробст А.Е.* Размещение социалистической промышленности (теоретические очерки). М., 1962.
9. *Родоман Б.Б.* Территориальные ареалы и сети. Смоленск, 1999.
10. *Саушкин Ю.Г.* Экономическая география: история, теория, методы, практика. М., 1973.
11. *Фейгин Я.Г.* Ленин и социалистическое размещение производительных сил. М., 1969.
12. *Хрущев А.Т.* География промышленности СССР. М., 1979.
13. *Шарыгин М.Д., Анилица Е.Г.* Территориальная организация производительных сил СССР : учеб. пособие. Пермь, 1983.
14. *Шарыгин М.Д., Гагарский М.Д.* Теоретические основы размещения производительных сил и экономика районов : учеб. пособие. Пермь, 2005.
15. Электронный ресурс. Режим доступа: http://permstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/permstat/ru/statistics/enterprises/small_and_medium_enterprises/

Об авторах

Михаил Дмитриевич Шарыгин — д-р геогр. наук, проф., Пермский государственный национальный исследовательский университет.

E-mail: seg@psu.ru

Иван Иванович Кротов — асп., Пермский государственный национальный исследовательский университет.

E-mail: krotov700@yandex.ru

About the authors

Prof Mikhail Sharygin, Perm State National Research University.

E-mail: seg@psu.ru

Ivan Krotov, PhD student, Perm State National Research University.

E-mail: krotov700@yandex.ru