

В заключении нужно обратить внимание, что данное предприятие динамически растет каждый год, за счет увеличения производственной мощности и объема производства. Как было отмечено ранее, продукция АО «Усть-Каменогорская птицефабрика» соответствует мировым стандартам, имеет знак ЭКО и признана статусом «Халал», поэтому компания конкурентоспособна на рынке. Уровень развития предприятия, его конкурентоспособность и самое главное- производства высококачественного товара влияет на здоровье страны, качество жизни и социальные условия развития общественности.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт АО «Усть-Каменогорская птицефабрика». URL: <https://aitas.kz/groups/2/> (Дата посещения: 25.03.2021)
2. Данные с официального сайта Казахстанской фондовой биржи: <https://kase.kz/ru/issuers/UKPF/y2019g3> (Дата посещения: 25.03.2021)

УДК 33.338

ВЛИЯНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ГОРОДА НУР-СУЛТАН И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИХ АКТИВИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Русакова Диана Александровна

Евразийский национальный университет им. Л.Н.Гумилёва,
г.Нур-Султан, Республика Казахстан
Научный руководитель – Рыспекова М.О.

На современных этапах развития в условиях глобализации на конкурентоспособность экономики Республики Казахстан в целом и отдельно взятых регионов, областей и городов влияет развитие малого и среднего бизнеса. Потому что именно он является фундаментом социально-экономической системы, определяет темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта. Поэтому доля малого и среднего бизнеса в странах с развитой рыночной экономикой равна 60-70%.

Малый и средний бизнес имеет ряд преимуществ. Он не требует больших вложений и обеспечивает достаточно быструю окупаемость. Для того, чтобы обеспечить своему бизнесу нормальную работу предпринимателям не понадобится большой стартовый капитал, к тому же существует много программ поддержки от государственного и негосударственного секторов в виде грантов, ссуд, льгот, пониженных ставок кредитов.

Экономика страны находится в постоянном развитии и изменении. Если же крупные предприятия достаточно статичны, то субъекты малого и среднего бизнеса имеют возможность ускоренно реагировать на конъюнктуру рынка, достаточно легки в своем ведении.

С социально-экономической составляющей первое, на что нужно обратить внимание - увеличение темпов роста. Малый и средний бизнес способствует росту конкуренции между субъектами, тем самым повышает качество товаров и качество предоставляемых услуг. А также руководители имеют возможность отследить не только добро выполненной работы своих сотрудников, но и пообщаться со своими клиентами, что помогает подстроиться под запросы общества и выяснить плюсы и минусы работы своей фирмы. Так же можно изменить курс развития и поменять нишу. Это называется гибкостью по рыночному спросу.

Малый и средний бизнес повышает уровень благосостояния жителей, тем самым способствует росту качества жизни населения, предлагает новые рабочие места, решая проблему занятости, предоставляет возможность для саморазвития и самовыражения.

На данный момент в Республике Казахстан проводится значительная работа над развитием науки, инноваций и созданию благоприятной инновационной экосистемы. Подтверждением этому выступает Государственная программа индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2020–2025 годы. И даже тут направление

малого и среднего бизнеса занимает ключевое место. Потому что малый и средний бизнес является катализатором инновационных процессов в экономике страны, регионов, областей и городов.

Формирование предпринимательской среды и активизация субъектов малого и среднего бизнеса зависит от ряда факторов, которые принято разделять на 2 категории: внешние или экзогенные и внутренние или эндогенные. Составляющие данных факторов подробнее представлены на рисунке 1.

Внешние (эндогенные) факторы – совокупность факторов внешней среды, которые прямо или косвенно влияют на развитие и активизацию малого и среднего бизнеса.

Факторы косвенного воздействия – факторы внешней среды, не оказывающие непосредственного воздействия на деятельность организации, но косвенно влияющие на процесс формирования стратегии [2]. К ним относятся:

Экономические факторы – состояние экономики страны, региона, области и города на момент рассмотрения, проводимые государством экономические реформы, льготы со стороны государства, темпы инфляции, спрос на товары и услуги, размер средней заработной платы, размер и доступность займов, которые предоставляют банки, платежеспособность населения конкретной местности. Одни из ключевых задач Программы развития города Нур-Султан 2021-2025 года, непосредственно относящиеся к активизации малого и среднего бизнеса города, - повышение конкурентоспособности экономики города и развитие технологических инноваций, создание благоприятной среды для роста экономической активности бизнеса.

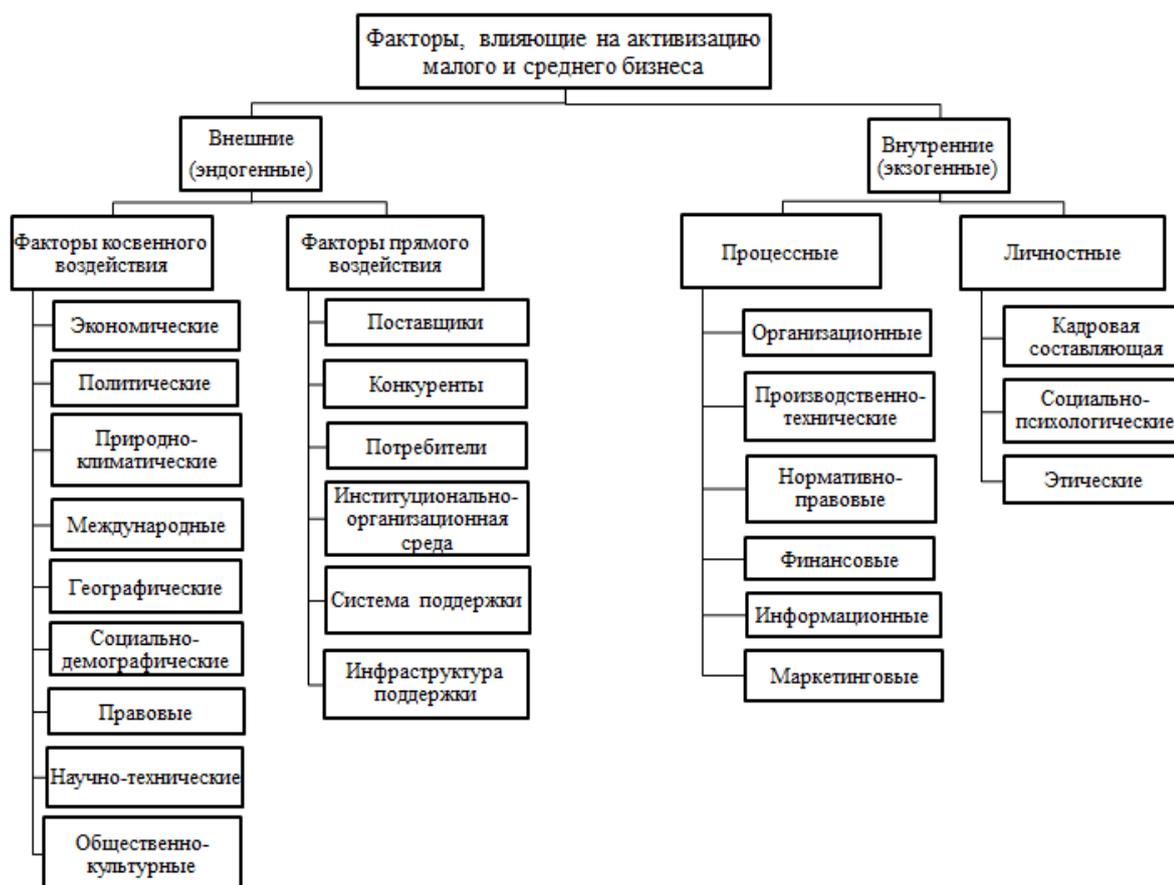


Рисунок 1 – Факторы, влияющие на активизацию малого и среднего бизнеса

Примечание: составлено автором на основании источника [1]

Правовые факторы – наличие законов, нормативно-правовой базы, регулирующей отношения в предпринимательской деятельности от начала работы – регистрации, до

прекращения деятельности – ликвидации, и их простота. На территории Республики Казахстан деятельность малого и среднего бизнеса регулируется Конституцией Республики Казахстан, Предпринимательским Кодексом, Налоговым Кодексом, Гражданским Кодексом и другими нормативно-правовыми актами. В период распространения коронавирусной инфекции к числу важных документов, регулирующих отношения в сферах МСБ, относят Постановления Главного государственного санитарного врача и Постановления главного сан. врача Нур-Султана.

Политические факторы – государственное устройство, внешняя и внутренняя политика, стабильность данной системы, инвестиционная политика.

Научно-технические факторы – научно-технический потенциал страны в целом, региона, области, города, затраты на НИОКР, фундаментальные и прикладные исследования и их развитие. В столице расположена крупнейший технопарк Центральной Азии, площадка развития, взаимодействия науки и бизнеса - Astana Hub.

Социально-демографические факторы – в особенности стоит обращать внимание в разрезе городов на показатели динамики численности населения, изменения в половозрастном и возрастном составе, на доли населения трудоспособного возраста, уровень жизни и благосостояния, потому что эти факторы оказывают влияние на уровень спроса на товары и услуги. Население города выросло на 14,5%, что составляет 1,180 миллионов человек за период 2017–2020 годов по состоянию на 1 декабря 2020 года. Увеличение произошло в большей степени за счет миграции с других регионов республики.

Общественно-культурные факторы – факторы, отражающие культурные особенности данного общества, воздействующие на формирование определенных нужд, потребностей, вкусов, ценностей, устоев, влияющие на выбор потребителей. Например, на костюмы и наряды, аксессуары казахского народа спрос будет однозначно выше, чем на костюмы других народов.

Природно-климатические факторы – в особенности влияют на отдельные виды деятельности. Например: поставки товаров автомобильным транспортом зимой могут быть приостановлены из-за сильного мороза.

Географические факторы – отражают выгодное расположение, т.е. приближенность к конечному потребителю. Положительные эффекты: снижение издержек на транспортировку товаров, удобное расположение (по пути следования потребителя). У столицы выгодное транзитное положение.

Международные факторы – в первую очередь оказывают влияние на деятельность предприятий, участвующих в международной торговле. События глобального значения – войны, катастрофы и так далее. Нур-Султан является столицей Казахстана, где одну из ключевых задач развития занимает малый и средний бизнес. Ярким примером события глобального значения является пандемия коронавируса, которая перевернула все сложившиеся десятилетиями устои функционирования и взаимодействия во всех сферах деятельности.

Факторы прямого воздействия – факторы внешней среды, непосредственно влияющие на предприятие. К ним относятся:

Поставщики - обеспечивают фирму сырьем, материалами, необходимым оборудованием. В период Covid-19 деятельность некоторых субъектов была осложнена еще и за счет невозможности получения необходимых составляющих помимо существующих запретов и ограничений.

Потребители – физические лица, индивидуальные предприниматели, ТОО, АО, государственные учреждения и иного рода организации, иностранные потребители.

Конкуренты – предприятия, которые реализуют аналогичную продукцию или оказывают аналогичные услуги.

Система поддержки – комплексная система поддержки малого и среднего бизнеса со стороны государства и иных органов, создание благоприятных условий для развития и программ поддержки объектов малого и среднего бизнеса. Фонд развития предпринимательства «ДАМУ», образованный в 1997 году, оказал поддержку малому и среднему бизнесу за период с 16 марта по 1 сентября 2020 года на общую сумму кредитов 566

миллиардов тенге, поддержав 6800 проектов предпринимателей посредством выдачи кредитов под низкие ставки процентов. По сумме кредитов в первой тройке города Алматы и Нур-Султан, Карагандинская область.

Инфраструктура поддержки – создание системы организаций, оказывающих поддержку в финансовом, имущественном, консультативном, обучающем планах. Бесплатное обучение и поддержку предоставляют «ДАМУ», а также Национальная палата предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен». Наряду существуют различные государственные программы, например обучение субъектов предпринимательства проводится в рамках Государственной программы поддержки и развития бизнеса "Дорожная карта бизнеса-2025".

Институционально-организационная среда – организации, обеспечивающие координацию хозяйственной деятельности, осуществление коммерческих операций, деловых связей и так далее. Сюда относятся банки и другие кредитно-финансовые организации, консалтинговые фирмы, аудиторские компании, страховые и рекламные организации, оптовые и розничные продавцы, транспортные службы.

Внутренние (экзогенные) факторы – факторы внутри самой организации, оказывающие воздействие на ее деятельность. Они состоят из процессных и личностных.

Процессные – необходимые элементы функционирования предприятия.

Организационные – иерархия и система взаимодействия, распределение прав и ответственности между сотрудниками.

Производственно-технические – основные и оборотные средства предприятия.

Нормативно-правовые – соблюдение всеми сотрудниками законов, регулирующие отношения, связанные с предпринимательской деятельностью в зависимости от организационно-правовой формы.

Финансовые – эффективное использование и движение денежных средств.

Информационные – организационно-технические средства, обеспечивающие эффективную коммуникацию между всеми звеньями субъекта малого или среднего бизнеса.

Маркетинговые – важная часть функционирования субъекта, так как в нее входят две основные стороны – клиенты и конкуренты, а без них бизнес функционировать не будет.

Личностные – элементы взаимодействия между сотрудниками предприятия, руководителем и персоналом.

Кадровая составляющая – уровень образования и опыт работы каждого сотрудника.

Социально – психологические – качество межличностных отношений. Благоприятный климат способствует более качественной и плодотворной работе.

Этические – нормы межличностных взаимодействий внутри организации.

В период пандемии основными факторами, влияющие на активизацию малого и среднего бизнеса как составляющей социально-экономического развития города в современных условиях, являются: международные, экономические, политические, правовые, научно-технические – внешние (эндогенные), относящиеся к косвенному воздействию оказались основополагающими. Из числа внешних факторов прямого воздействия можно выделить систему поддержки, инфраструктуру поддержки, поставщиков и институционально-организационную среду. Если рассматривать внутренние (экзогенные), то наиболее значимыми факторами оказались и процессные, и личностные. Ведь всю работу субъектов в корне нужно было реорганизовать и подстроиться к вызовам данного временного периода.

Список использованной литературы:

1. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-opredelyayuschie-razvitie-malogo-biznesa/viewer>
2. Энциклопедия по экономике. URL: <https://economy-ru.info/info/178423>