

*Козорезов Александр Александрович
аспирант кафедры "Экономики и финансов"
Таганрогский институт управления и экономики
Россия г. Таганрог*

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КОНТЕКСТЕ ГРАДОСТРОИТЕЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация: Цель стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации развитие сферы малого и среднего предпринимательства для инновационного развития и улучшения отраслевой структуры экономики, а также социального развития и обеспечения стабильно высокого уровня занятости. Для прогнозирования методов поддержки малого и среднего предпринимательства предлагается проанализировать опыт и критический подход к пониманию малого предпринимательства на рынке труда и вклада в экономику. На основе проведенного анализа предлагается использовать принципы для оценки организаций требующих мер по поддержке. проведен анализ вовлеченности в экономику работников в сфере научных исследований

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, предпринимательская активность, поддержка предпринимательства

*Kozorezov Alexander Alexandrovich
Postgraduate student of the Department of Economics and Finance
Taganrog Institute of Management and Economics
Taganrog, Russia*

BUSINESS DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF URBAN DEVELOPMENT POLICY OF THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract: The goal of the strategy for the development of small and medium-sized enterprises in the Russian Federation is the development of the sphere of small and medium-sized enterprises for innovative development and improvement of the sectoral structure of the economy, as well as social development and ensuring a consistently high level of employment. To predict the methods of supporting small and medium-sized businesses, it is proposed to analyze the experience and critical approach to understanding small business in the employment market and contribution to the economy. Based on the analysis, it is proposed to use the principles to evaluate organizations requiring support measures. the analysis of the involvement of workers in the field of scientific research in the economy is carried out

Keywords: small and medium-sized enterprises, entrepreneurial activity, entrepreneurship support

Около 85 % российских городов нуждается в переосмыслении торгово-пешеходных центров. Данный фактор напрямую связан с повышением коммерческого потенциала территории, как места приложения труда, проживания, а так же рекреационных задач.

Министерство транспорта Российской Федерации разработала цели создания пешеходных пространств является совершенствование пешеходной инфраструктуры в поселениях, городских округах Российской Федерации, обеспечение единства и комплексности подходов к благоустройству совокупности дорог на территории поселения, городского округа (далее - сеть дорог) {1}, в том числе:

- повышение безопасности на дорогах;
- снижение загрязнения атмосферы;
- качественное благоустройство территорий;
- повышение комфортности городской среды;
- увеличение интенсивности движения пешеходов внутри районов;
- повышение коммерческого потенциала территорий.

Повышение коммерческого потенциала, а также отсутствие коммерческой деятельности на рассматриваемых территориях для формирования пешеходных зон представляются как одни из целей формирования данного типа пространств, представлено в следующих работах {2,3,4}.

Изучение данных по реализованным проектам в г. Москва {5}, г. Казань {6}, позволили выявить следующие особенности влияния пешеходных пространств на коммерческую деятельность.

для г. Москва выявлены следующие характеристики:

- рост числа туристов среди посетителей с 10% до 20%;
- увеличение продолжительности размещения туристов в гостиницах с 1,5 дня до 2,2 дней;
- перспективные направления быстрые и бюджетные предложения для туристического потока;
- увеличение ротации арендаторов с 8% до 17%;
- снижение вакантности на благоустроенных улицах в последующие месяцы после проведения работ 14% до 6%;
- изменение профиля стрит ритейла: увеличение доли общественного питания, продуктовых магазинов, сокращение доли кредитных организаций (банк, финансы), ювелирных магазинов;

для г. Казань:

- уменьшение количество жилых домов;

- закрытие продуктовых магазинов, магазинов хозяйственных, промышленных товаров, предприятий бытового обслуживания;
- сокращение количества аптек, книжных магазинов, количество офисных помещений;
- увеличение количества сувенирных магазинов, кафе быстрого питания; гостиниц.

На основании изученных данных предлагается рассмотреть пешеходные зоны с точки зрения экономической составляющей для определение потребительской привлекательности объектов коммерческой недвижимости в пешеходных зонах. Научный подход по оценки выбора месторасположения коммерческой недвижимости представлен рядом методов {7}:

- Метод контрольного списка;
- Аналоговый подход;
- Регрессионный анализ;

- Модели выявленных предпочтений. Для работы рассмотрим Модель Хаффа основана на гипотезе о зависимости привлекательности объекта торговой недвижимости, прямо пропорциональной размеру объекта и обратно пропорциональной расстоянию между потребителем и объектом недвижимости или времени, затрачиваемому на корреспонденцию от места жительства до объекта недвижимости {8}:

$$A_{ij} = \frac{S_j}{T_{ij}^\lambda}$$

где i – порядковый номер; j – порядковый номер объекта коммерческой недвижимости; A_{ij} – привлекательность j -го объекта недвижимости для i -го потребителя; S_j – площадь j -го объекта недвижимости; T_{ij} – время, затрачиваемое i -м потребителем на дорогу до j -го объекта недвижимости; $\lambda \in [0; 1]$ – параметр, отражающий эффект влияния разных типов объектов на воспринимаемые временные затраты (данный параметр находится эмпирически, и принадлежит интервалу $[0;1]$).

В рамках работы был проанализирован ряд предполагаемых пешеходных пространств на территории г.Таганрога и проведена оценка предпочтений по модели Д.Л.Хаффа.

Таблица 1. Сравнительный анализ предполагаемых пешеходных пространств

Наименование пешеходных пространств	Оценка модели для лично го транс порта	Оценка модели для общественного транспорта	Площадь коммерческой недвижимости для пешеходного пространства	Среднее время движения на личном транспорте до объекта	Среднее время движения на общественном транспорте до объекта	Эффект влияния на воспринимаемые временные затраты для личного транспорта	Эффект влияния на воспринимаемые временные затраты для личного транспорта
пер.Тургеневский	4870	1456	10300	20	50	0,25	0,5
Центральный рынок	32926	9985	71310	22	51	0,25	0,5
Богудония	29005	8288	64200	24	60	0,25	0,5

Вывод: на данный момент в научных и практических работах не рассмотрено формирование пешеходных зон, с точки зрения выбора и привлекательности месторасположения для коммерческой недвижимости. Предлагается при разработке проектов по формированию пешеходных зон внести раздел об оценки привлекательности месторасположения, оценки жизненного цикла коммерческой недвижимости, разработать частный случай модели Хаффа для оценки предполагаемой структуры рынка, оценки предполагаемой возможной прибыли. Дополнительным аспектом, необходимо так же выделить отсутствие описания взаимодействия сообщества предпринимателей и муниципальных служб по содержанию территорий пешеходных зон.

Литература:

1 Методические рекомендации по разработке и реализации мероприятий по организации дорожного движения. Развитие пешеходных пространств поселений, городских округов в Российской Федерации

2 Веретенников Д.Б. Развитие пешеходных зон, как основа реновации центральных территорий тольятти . American Scientific Journal № (31) / 2019

3 Архитектурная команда «Открытый Консорциум». Концепция благоустройства и развития улицы Вайнера г.Екатеринбург.

4. Архитектурное Бюро ASADOV. Благоустройство Петровской улицы в Таганроге

5 STRELKA КБ. Эффекты благоустройства города Москвы

6 Мухитов Р.К. Актуальность функционального мониторинга пешеходной зоны исторического города (на примере улицы Баумана в Казани). Известия КГАСУ, 2018, № 1 (43)

7 Козерод, Л.А. Методы выбора и модели оценки месторасположения розничного торгового предприятия / Л.А. Козерод. – <http://www.dvgups.ru/dokumenti-konferentsiy/...rossiiv.../download>

8 Спирина В. С. Методы управления торговыми-развлекательными комплексами в условиях неопределенности на основе субъектно-ориентированного моделирования,