Курсовая работа

по дисциплине: «Стратегический менеджмент»

на тему: «Разработка стратегии развития города Сибай Республики Башкортостан»

Содержание

Введение

Глава 1. Теоретико-методологические основы разработки стратегии развития региона

1.1 Понятие, сущность и основные характеристики стратегии развития

1.2 Маркетинговый подход к разработке стратегии развития региона

1.3 Республика Башкортостан как объект стратегического анализа

Глава 2. Стратегический анализ и направления развития города Сибай Республики Башкортостан

2.1 Социально-экономическая характеристика г. Сибай

2.2 Стратегический анализ г.Сибай

2.3 Перспективы стратегического развития г. Сибай

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Введение

Города играют важную роль в социально-экономическом развитии страны. В них сосредоточена значительная часть промышленных предприятий, научных и проектно-конструкторских организаций, высших и средних учебных заведений, медицинских учреждений, инженерной инфраструктуры.

Современные города, особенно крупные, являются лидерами научно-технического прогресса, инициаторами изменений во всех сферах жизни общества: социальной, экономической, культурной, научной, политической и т.п. Таким образом, развитие городов во многом определяет эффективность преобразований, осуществляемых в стране, и влияет на развитие государства в целом, что определяет актуальность данного исследования.

Исходя из того, что экономика является базисом жизнедеятельности городов, главное внимание органов местного самоуправления было сосредоточено на становлении рыночных основ хозяйствования. Жесткие условия рыночной экономики не позволяют сконцентрировать внимание на социальной сфере, жилищно-коммунальном хозяйстве, общественном транспорте и т.п.

Анализ состояния современных российских городов показывает, что значительная часть социальных, экономических, экологических и других проблем в городах России сохранилась и даже обострилась. В результате проводимых реформ возникли такие новые негативные экономические явления как инфляция, неплатежи, бартер, дефолт, а также социальные явления – безработица, беспризорность, наркомания, бродяжничество и т.п. Рост городских проблем явился причиной резкого уменьшения рождаемости и увеличения смертности, приведших к общей депопуляции городского населения.

Целью работы является выявление особенностей стратегического планирования и перспектив развития г. Сибай.

Исходя из поставленной цели, были решены следующие задачи:

выявить понятие, сущность и функции стратегического планирования;

определить маркетинг стратегического планирования региона;

исследовать особенности социально-экономического развития Республики Башкортостан и г. Сибай;

выявить особенности стратегического планирования в г. Сибай.

Методы исследования:

анализ научно-методической, учебной литературы;

анализ материалов периодической печати;

анализ стратегического планирования организации.

Структура работы состоит из ведения, двух глав, заключения и списка литературы.

Глава 1. Теоретико-методологические основы разработки стратегии развития региона

1.1 Понятие, сущность и основные характеристики стратегии развития региона

Стратегическое управление (СУ) представляет собой деятельность по разработке и реализации миссии, важнейших целей организации и способов их достижения, обеспечивающих ее развитие в неопределенной, нестабильной внешней среде путем изменения и самой организации, и ее внешней среды. Стратегическое управление – это непрерывный процесс выбора и реализации стратегий системы на основе прогноза внешней среды, распознавания проблем и гибких экспертных решений, направленных на создание и поддержание конкурентного преимущества организации.

Стратегия – это комплекс установок, правил принятия решений и способов перевода системы из старого (существующего) положения в новое (целевое) состояние, обеспечивающее эффективное выполнение ее предназначения (миссии). Стратегия занимает двойственное положение. С одной стороны, она является последним звеном в цепочке целевых ориентиров: миссия – видение – цели –стратегия (целевой аспект), а с другой – начальным звеном в цепочке способов достижения целей: стратегия – стратегический план – программа – проект (реализационный аспект). С точки зрения целевого аспекта, стратегическое управление социально-экономическим развитием региона – это деятельность по разработке и реализации миссии, важнейших целей и способов хозяйственного развития, роста уровня и качества жизни населения территориального образования путем прогрессивного изменения потенциала и структуры региона в соответствии с изменениями внешней среды. С точки зрения реализационного аспекта, стратегическое управление развитием региона – это деятельность по целенаправленному изменению условий воспроизводства экономических и социальных процессов жизнеобеспечения в регионе в соответствии с его миссией и целями в изменяющейся внешней среде.

Стратегия экономического развития региона – это система долговременных, наиболее важных целевых установок и мер в отношении уровня и качества жизни населения, производства и других отраслей народного хозяйства, формирующих валовой региональный продукт (ВРП) и его структуру, доходов и расходов, бюджета, налогов, инвестиций, цен и других элементов, обеспечивающих достижение поставленных целей.

Сущность стратегического подхода к развитию региона заключается в следующем. Во-первых, регион рассматривается как организационная система, внешняя среда которой (национальная и зарубежная) становится не менее, а в ряде случаев более важной, чем внутренняя. Внешняя среда региона характеризуется неопределенностью и изменчивостью, неполнотой информации, таит угрозы и вызовы.

Во-вторых, чтобы выжить и развиваться в таких условиях, снизить неполноту информации, неопределенность и риски внешней среды, разрабатываются образ желаемого будущего (видение – vision, миссия, цели) региона и способы его достижения путем изменения региона и его окружения, т.е. стратегии. При этом цели соотносятся с ресурсами, возможностями, потенциалом региона.

В-третьих, поведение региона как организации направлено, главным образом, не на реагирование после случившегося, постфактум (устранение последствий, адаптацию к среде), а на предвидение, упреждающие действия. Поведение организации становится не только активным, но и проактивным.

В-четвертых, регион обеспечивает не просто экономический рост, а свое качественное изменение, т.е. социально-экономическое развитие.

Особенности стратегического управления регионом определяются его сущностными чертами, назначением, миссией в составе государства, определяемыми необходимостью выполнения социальной функции в широком смысле этого слова как организации социума, жизни сообщества людей на определенной части государства, территории.

Субъектно-функциональный подход к региону позволяет дифференцировать его функции и синтезировать следующее понятие: регион – это государственно-территориальное образование, имеющее административные границы (иногда и государственные границы для приграничных или эксклавных территорий) и органы управления, в котором обеспечиваются: качество и уровень жизни людей (населения); условия ведения и развития предпринимательства; использование, воспроизводство и обновление территориального потенциала (экономического, социального, природно-ресурсного, научно-технического, инновационного, культурного и других видов потенциала) в интересах живущего и будущего поколений в рамках единого национального пространства (Шеховцева, 2005).

Определение особенностей стратегического управления развитием региона основывается на исследовании его как системы и организации.

На базе системного подхода к региону можно выделить элементы региональной системы: – активные: население, бизнес-сообщество, органы управления; – пассивные: инфраструктура, институты, безопасность, экология. Первые элементы являются носителями целей региона, вторые – обеспечивают их выполнение.

Исследование взаимосвязей этих элементов позволяет установить, что в региональной системе осуществляется преимущественно косвенное (опосредованное) управление, т.е. воздействие на объект управления через среду его обитания, жизнедеятельности. Содержание и методы стратегического управления на уровне региона существенно отличаются от управления бизнес-системами. Управление последними называют бизнес-администрированием в связи с прямым воздействием на объект управления, предполагающим обязательное исполнение решений вышестоящего звена. Специфика государственного стратегического управления заключается в косвенном воздействии на независимые субъекты через их внешнее окружение (среду обитания).

Среда региона создает мотивацию и условия для развития населения и экономических субъектов и включает цели, стратегии, институты, инфраструктуру, факторы производства и другие элементы (Шеховцева, 2005). Она является средой развития и основным субъектом управления в региональной системе.

Организационный подход к региону дополняет и развивает системный подход, учитывает не только противоречивый характер целей его элементов, но и то, что в организационных системах управление осуществляется в трех формах: 1) как целевое воздействие; 2) как самоорганизация; 3) как организационный порядок.

1.2 Маркетинговый подход к разработке стратегии развития региона

В условиях возрастающей конкуренции территорий на рынках товаров, инвестиций, туризма и высококвалифицированной рабочей силы большую актуальность приобретает применение маркетингового подхода при продвижении товаров и услуг территории на внешние рынки. Маркетинговый подход предполагает [1, 5]:

анализ существующих и прогнозирование будущих потребностей представителей внешней среды и определение целевых рынков;

формирование “видения” оптимального будущего состояния территории, удовлетворяющего потребностям целевых рынков;

разработку целей развития для достижения оптимального состояния;

разработку стратегий развития территории, исходя из поставленных целей, а также специализированных маркетинговых стратегий, направленных на продвижение региона;

формирование механизма реализации каждой стратегии;

определение критериев оценки результатов реализации каждой стратегии.

В рамках данной работы мы рассмотрим понятие и виды маркетинговых стратегий территории и определим их место в общей стратегии развития региона.

Существуют различные подходы к определению общего понятия “стратегия”. В работе А.П. Панкрухина стратегия определяется как комплекс принципов деятельности организации и ее отношений с внешней и внутренней средой, перспективных целей организации, а также соответствующих решений по выбору инструментов достижения этих целей. Указывается, что стратегия проявляется в конкурентной позиции, структуре организации, ее системе ценностей, особенностях мотивации и т.д. [2, с.41-42]. В работе Г.М. Самостроенко [3, с.245] отмечается, что стратегия в широком смысле представляет собой синтез следующих определений, затрагивающих аспекты формирования и реализации стратегии:

план, ориентир или направления развития;

принцип поведения или модель поведения;

уникальная и ценная позиция на рынке;

перспектива или основной способ действия организации;

особые приемы и маневры для достижения цели.

Подчеркнем, что стратегия носит, как правило, долгосрочный характер, а процессы разработки, реализации оценки и при необходимости корректировки стратегии, должны происходить непрерывно. То, что является стратегией на текущем уровне управления, на вышестоящем уровне является средствами, а на нижестоящем – целью.

Переходя к определению стратегии маркетинга, кратко остановимся на стратегиях маркетинга коммерческих предприятий. А.П. Панкрухин указывает, что в маркетинге принято рассматривать те или иные стратегии в координатах “продукт-рынок” [4, с.159]. Соответственно, выделяются четыре вида стратегий маркетинга, связанных с поведением на рынке:

стратегия более глубокого проникновения на рынок (старый продукт - старый рынок);

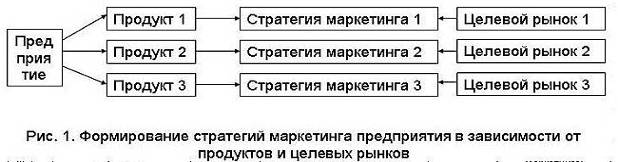
стратегия развития продукта или расширения номенклатуры (новый продукт - старый рынок);

стратегия расширения границ рынка (новый рынок – старый продукт);

стратегия диверсификации (новый продукт – новый рынок).

Традиционно стратегии маркетинга предприятий были направлены на целевые рынки и продвижение на них соответствующих продуктов. Т.е. стратегии маркетинга вырабатывались в зависимости от продукта и целевого рынка (рис.1):

региональное развитие, маркетинг региона, стратегии маркетинга региона.



Со стратегиями маркетинга территории ситуация обстоит сложнее. Можно выделить два подхода к определению понятия, места и роли маркетинга территории. Первый подход исходит из “классического” определения маркетинга территории как процесса проектирования места, которое будет удовлетворять потребностям целевых рынков. Маркетинг достигает успеха, когда жителям нравятся их места, а ожидания туристов и инвесторов оправдываются. Продвижение территории также входит в задачи маркетинга, но занимает второстепенное положение. [5, с.161]. Разработанная на основе этого определения стратегия маркетинга, по сути, отождествляется со стратегией развития территории и включает в себя формирование видения, целей, направлений деятельности, механизм реализации и т.д. Верно и обратное: если стратегия развития разработана на основе маркетингового подхода, исходя из текущих и прогнозируемых потребностей внешней среды, она может трактоваться как маркетинговая стратегия развития. Однако на практике при определении стратегий маркетинга территории чаще всего используется второй подход. В рамках второго подхода стратегии маркетинга понимаются более узко: как способы продвижения на целевые рынки отдельных продуктов территории и самой территории [6, 7] (рис.2).



Таким образом, в рамках данного подхода стратегии маркетинга выступают двояко:

как средство реализации стратегии комплексного социально-экономического развития региона (стратегия маркетинга региона в целом);

как средство реализации “общих стратегий развития”, ориентированных на отдельные внешние целевые рынки региона. (“Общие стратегии развития” определены, в частности, в работе Ф. Котлера [5, c.290]).

Далее по каждой стратегии маркетинга следует определить один из вариантов действий (альтернативных стратегий поведения на рынке) [8]:

стратегия дифференциации – основана на осознании и наличии конкурентных преимуществ и уникальности территории, позволяющих захватить обширную часть рынка;

стратегия фокусирования – фокусирование на специфических целевых рынках, узких сегментах рынка, потребности которых может удовлетворить территория;

стратегия проникновения – проникновение имиджа территории на новый целевой рынок для продвижения уже разработанных товаров;

стратегия кооперации – планирование и осуществление совместных рекламных действий заинтересованными хозяйствующими субъектами региона при представлении общих интересов.

Далее каждая стратегия распадается на 4 традиционные “широкие стратегии маркетинга региона” [5, с.75] (в скобках – примечания автора настоящей работы – уточнение возможного наименования стратегий в зависимости от конкретного продукта и целевого рынка):

маркетинг имиджа (региона или продукта);

маркетинг достопримечательностей (ведущих предприятий);

маркетинг инфраструктуры;

маркетинг людей (в том числе, руководителей региона, руководителей ведущих предприятий, знаменитостей, проживающих в регионе, ученых и т.д.).

Таким образом, можно предложить следующую блок-схему стратегий маркетинга и их взаимосвязи со стратегиями развития региона (рис. 3):

Далее по каждой широкой стратегии маркетинга для ее реализации определяются соответствующие методы и инструменты маркетинга.



Возможна и дальнейшая детализация стратегий. В частности, общую стратегию развития отраслей экономики целесообразно разделить на стратегии развития ведущих кластеров и стратегию развития прочих отраслей и малого бизнеса.

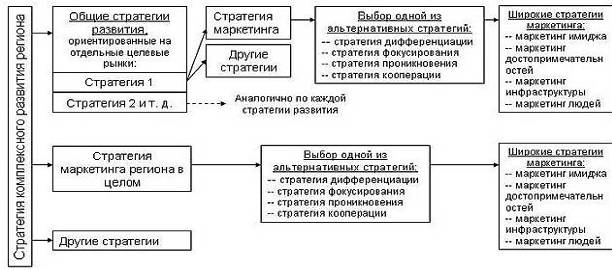


Рис. 3. Взаимосвязь маркетинга со стратегиями развития региона

Предложенный подход к определению видов, места и роли стратегий маркетинга в региональном развитии позволяет добиться строгой иерархии и целевой фокусировки стратегий маркетинга, а также выбора оптимальных направлений воздействия. Соответственно, по каждой стратегии маркетинга появляется возможность сформировать эффективный механизм реализации, закрепить финансовые ресурсы, определить ответственных исполнителей и критерии оценки результатов ее осуществления. При этом, еще раз подчеркнем, что все стратегии развития территории должны строиться на основе маркетингового подхода, исходя из текущих и прогнозируемых потребностей целевых рынков и должны обеспечивать “подстраивание” территории под будущие потребности. В противном случае может возникнуть ситуация, когда частным маркетинговым стратегиям, акцентированным на “продвижение” территории и ее продуктов, будет нечего предложить целевым рынкам.

1.3 Республика Башкортостан как объект стратегического анализа

Республика Башкортостан (РБ) – суверенная республика, субъект Российской федерации (РФ), функционирующая в едином политическом, экономическом (рыночном), правовом и социально-экологическом пространстве великой России. На основании федеральной (РФ) и республиканской (РБ) Конституций Башкортостан обладает комплексом полномочий, имеет для их реализации, закрепленные действующим законодательством права, обязанности и необходимые ресурсы, разрабатывает и исполняет свой консолидированный бюджет, несет в пределах собственных полномочий ответственность перед народами России и Башкортостана. Следовательно, в настоящее время имеются все необходимые объективные условия для Башкортостана, чтобы разрабатывать и проводить в жизнь самостоятельную социально-экономическую политику. Главной целью этой политики должно стать неуклонное наращивание уровня реальных доходов населения РБ. обеспечение безопасности жизни граждан республики и подъем их культуры на основе динамичного развития региональной экономики, расцвета всех социальных сфер и развития отраслей инфраструктуры.

Для реализации этих масштабных и исключительно сложных долгосрочных целей нужны эффективно действующие системы государственного управления и местного самоуправления, демократия и институты гражданского общества, укрепляющийся национальный капитал. При этом должно обеспечиваться взаимовыгодное социальное партнерство бизнеса, общества и государственных структур власти и управления. Ключевым звеном, на которое может и обязана опираться совокупность социальных групп и хозяйствующих субъектов РБ, как крупной социально-экономической реальности, призвана стать система государственного управления Башкортостаном, опирающаяся на новейшие управленческие технологии и высоко профессиональный аппарат.

Сегодня республика представляет собой один их высоко развитых индустриально-аграрных регионов России, обладающий в экономике рядом признанных всеми достижений. Имея территорию всего 144 тыс. кв. км, или 0,84% от территории России, а население – около 4,1 млн. человек, или 2,84% от числа жителей России, Башкортостан производит свыше трех процентов промышленной и до 4-х процентов сельскохозяйственной продукции РФ. Наша республика имеет надежную энергетическую базу, неплохую инфраструктуру (трубопроводы, линии связи и передачи энергии, автомобильные и железные дороги, банки и страховые организации), развитое жилищно-коммунальное хозяйство. Можно уверенно утверждать, что в Башкортостане сложился весьма неплохой структурно институциональный, научно-интеллектуальный, кадровый и финансовый стартовый потенциал для осуществления серьезного социально-экономического рывка. Который, как в наши дни признано большинством специалистов по макроэкономике и управлению, как раз и потребуется от России и от каждого из субъектов РФ, чтобы успешно развиваться в 21 веке.

Стратегический анализ показывает, что Башкортостан, в сравнении с другими регионами России, а также (частично), и с рядом государств, бывших союзных республик распавшегося Советского Союза, обладает несомненными абсолютными и относительными долгосрочными преимуществами, на которые предстоит опираться и эффективно использовать в ближайшие десятилетия.

К абсолютным, приобретенным РБ в силу ее территориального расположения и природно-климатических особенностей, мы относим следующие стратегические преимущества республики:

а) срединный (позиционно центристский) характер расположения Башкортостана, находящегося в окружении других регионов России (субъектов РФ), в довольно значительном отдалении от границ федерации с зарубежными странами. Это означает, что социальные и экономические связи, наиболее выгодные с точки зрения минимизации транспортных и коммуникационных издержек, а также высоко надежные, с учетом единства применяемых соседями законов и нормативной базы, межгосударственные и хозяйственные контакты мы можем устанавливать, поддерживать и развивать, в первую очередь, с субъектами РФ, входящими в близ расположенные федеральные округа (Уральский и Приволжский). И только после исчерпания столь громадного потенциала целесообразно переходить к налаживанию связей с иными государственными (административно - территориальными) образованиями.

Разумеется, высказанное положение никак не следует приравнивать к поощрению в любой форме изоляционизма, пагубного для рыночной экономики, - тем не менее, близость партнеров по бизнесу – это хороший дополнительный стимул к развитию любых видов общения!

б) срединный (транзитный) расположения РБ точно на географической границе Европы и Азии, что автоматически выдвигает Башкортостан в группу субъектов РФ (как бы мы не относились к данному феномену), где сталкиваются две совершенно разные культуры и системы ценностей. По нашему мнению, следует полнее использовать представленный нам природой шанс, прежде всего, для целей взаимообогащения достижениями в социальных сферах, в науке и практике управления, а также путем прокладки через республику трансконтинентальных транспортных магистралей. В связи с этим, нам представляется, что именно руководство РБ могло бы выступить инициатором и одним из лидеров-организаторов проектирования и последующего сооружения платной (в основном, на ресурсы мирового бизнеса) автострады будущего по условному маршруту: Париж – Берлин – Варшава - Москва – Уфа – Красноярск – Якутск - Чукотка – Аляска.

К относительным, или сравнительным и временным, мы относим стратегические преимущества, вызванные (рожденные) и связанные с результатами некоторых социально-экономических процессов, проходивших или проходящих на территории Башкортостана и вокруг него.

В частности:

в) срединное (транзитное) расположение территории РБ по меридиану, между двумя формирующимися сегодня мощными сырьевыми провинциями (нефть и газ, алмазы и руды цветных металлов района Каспийского моря и западного Казахстана – на юге, Татарстана, Пермского края, Архангельской, и Свердловской областей – на севере).

Между двумя названными выше мегарегионами по направлениям ожидаемых потоков движения грузов и людей должны быть в ближайшие 10 – 30 лет сооружены мощные и диверсифицированные коммуникационные сети для движения разнообразного транспорта, включая новейшие модели – скоростные дороги на магнитной подушке, оптико-волоконные линии и др. Нетрудно предвидеть, что тот, кто быстрее и активнее привлечет капиталы, скорее и более комплексно приступит к проектированию, последующему сооружению, оснащению инфраструктурами и эксплуатации этого монстра логистики, тот и «выиграет миллион», а точнее говоря, получит десятки и сотни миллиардов единиц самой твердой валюты середины 21-го века – российского рубля!

г) фактически сложившийся многоотраслевой индустриальный комплекс, который несложно превратить в высоко эффективный химико-биологический и приборостроительно - электронный кластер (по образцу Силиконовой долины и штата Калифорния в США).

Мы обязаны теоретически разработать и на практике реализовать новое стратегическое ключевое достоинство многопрофильной региональной индустрии, состоящее в том, что на территории РБ сегодня возникла принципиально новая возможность – оперировать уже не только (и даже – не столько) комбинациями из отдельных товаров, работ и услуг в составе «продуктового портфеля», но иметь в роли элементов комбинаций целые отраслевые региональные и межрегиональные объединения самого разного статуса – стратегические межфирменные альянсы, холдинги, промышленно-сервисные группы, производственные и торговые сети, другие формы концентрации и гибкого маневра капиталом.

Как практическое следствие высказанной выше идеи об «отраслевом региональном портфеле», нам представляются высоко актуальными два решения, уже «созревших» для принятия их высшим руководством РБ:

- первое: приступить немедленно к разработке и последующей реализации в статусе Закона Башкортостана «О структурной политике РБ», включающей, в том числе, разделы – промышленной и аграрной политики, территориальной политики (или программы размещения и развития активов и мощностей по зонам и городам республики);

- второе: создать (на паях с частными инвесторами) Центр (научно - исследовательский институт) стратегических проблем Башкортостана и окружающих его территорий.

Добавим к сказанному, что для дальнейшего усиления диверсификации промышленности РБ и повышения инвестиционной привлекательности региона, в первую очередь, для зарубежных инвесторов, совместно с федеральными властями и с привлечением частного (акционерного) капитала необходимо максимально быстро завершить строительство особо крупных и важных объектов (типа полиэфирного комплекса под городом Благовещенск, атомной электростанции под городом Агидель, завода катализаторов в городе Ишимбай и др.).

Диверсификация индустрии, активная структурная политика государства в сочетании с новыми технологиями концентрации и развития маневренной гибкости капитала, повышение роли частных и иностранных инвесторов и малого предпринимательства – вот те инструменты, которые позволят не только компенсировать выпадающие вследствие истощения нефтяных пластов доходы РБ, но и гарантировать удвоение темпов роста индустрии и всего народного хозяйства Башкортостана каждые десять лет;

д) аналогично, имеющийся и далее развиваемый многоотраслевой профиль сельского и лесного хозяйства, вместе с углублением переработки сырья на территории РБ призваны, по нашему мнению, решить в среднесрочном интервале времени (т.е. до 2015-2020 годов) основные проблемы этого блока возобновляемых природных ресурсов, связанные, преимущественно, с отставанием реформ и становления товарно-денежных отношений в этом секторе экономики республики.

Опираясь на пакет стратегических конкурентных, абсолютных и сравнительных преимуществ, предстоит (и это полностью реально) увеличить не менее чем в 1,5 – 2 раза по сравнению с фактическими темпы роста объемов ВРП РБ, изменить структуру последнего за счет повышения удельного веса наукоемких отраслей индустрии и отраслей услуг, более гармонично разместить производственные мощности (активы) по зонам республики, по ее малым и средним городам.

5. При всех перечисленных выше действиях должна выполняться главная стратегическая цель Башкортостана – неуклонный подъем культуры и жизненного уровня населения республики.

К сожалению, как свидетельствует статистика, успехи по показателям доходов населения РБ пока еще более скромные, чем по отдельным макроэкономическим показателям. В частности:

- среднедушевые денежные доходы населения РФ еще крайне низки, и в долларовом эквиваленте за 2004-2006 годы они выросли с 91 до 106 долларов США, или примерно на 16 процентов;

- аналогично, пока еще крайне низок по размерам главный денежный источник доходов россиян – заработная плата, долларовый эквивалент которой от 84 долларов США на конец 2004 года вырос всего до 112 долларов США к исходу 2006 года, или прирост составил менее трети. По Башкортостану начисленная заработная плата в сравнении со средним ее уровнем по России за семь лет почти не изменилась и колебалась в интервале 87-88% от среднего уровня по России;

- среднедушевые денежные доходы населения РБ медленно повышались весь анализируемый период, что свидетельствует об увеличении роли других источников доходов (кроме заработной платы), так что они с 63% в 2005 году достигли 79% от среднего российского уровня в 2006 году. При сохранении парных темпов можно прогнозировать, что денежные доходы среднего жителя РБ сравняются с доходом среднего статистического россиянина в 2010-2011 годах;

- по России за период 2004-2006 годы реальные, или исчисленные с поправкой на инфляционное обесценение, денежные доходы населения снизились на 17,4%, а по Башкортостану – поднялись, правда, всего лишь на 1,2%. что явно недостаточно. Аналогично предыдущему выводу, реальная начисленная заработная плата за период 2004-2006 годы по России упала на 21%, а по РБ – на 7,7%. Цифры официальной статистики жестко указывают на то, что в течение рассматриваемого периода реформ продолжалось массовое обнищание народов России и Башкортостана, что недопустимо в стратегическом понимании. Сложившаяся в последние годы ситуация в экономике РФ и РБ и прежде всего – ее антисоциальная направленность, никак не могут устроить десятки миллионов бюджетников, пенсионеров, мало оплачиваемых наемных работников других секторов народного хозяйства. Нашему обществу объективно необходим кардинальный поворот в сторону интенсификации, требуется удвоение (как минимум) темпов роста ВРП и (еще актуальнее) – удвоение каждые десять лет объемов национального дохода России и Башкортостана. При этом наращивание конечных финансовых и социальных показателей национальной экономики обязано сопровождаться более справедливым распределением результатов работы всей страны. Эти две стратегические задачи, по сути дела, два аспекта одной и той же проблемы – более глубокого, динамичного и социально ориентированного реформирования экономики РФ и РБ, и должны стать идеологической базой для разработки новой стратегии Башкортостана, на период, как минимум, до 2015 года.

Глава 2. Стратегический анализ и направления развития города Сибай Республики Башкортостан

2.1 Социально-экономическая характеристика г. Сибай

Город Сибай является одним из самых красивых и развитых городов, Башкирского Зауралья и по праву считается его столицей. Сибай, это не только, промышленный, но и культурный центр нашего региона, совмещающий в себе, все лучшие качества современного города XXI века.

Географическое положение: Сибай расположен на юго-востоке Башкортостана, на восточном склоне Южного Урала. Территориально расположенный в Баймакском районе, он граничит с Хайбуллинским (с юга) и Абзелиловским (с севера) районами республики и Челябинской областью (с востока).

Демографические данные и социально-экономические показатели г.Сибай приведены в приложении А и Б.

Сибай – это центр цветной металлургии Зауралья, основным градообразующим предприятием был и остается ОАО "Башкирский медно-серный комбинат", в настоящее время выкупленный Уральской горно-металлургической компанией и преобразован в Сибайский филиал Учалинского горно-обогатительного комбината. Также поставщиком сырья для Сибайской обогатительной фабрики является и ООО "Башкирская медь", выкупившая карьер Юбилейный. В настоящее время продолжается закупка оборудования и машин для дальнейшего развития СФ УГОК.

Среди перерабатывающих предприятий Сибая следует отметить такие как: ОАО "Сибайский элеватор", ОАО "Сибайский мясокомбинат", ОАО "Сибайконсервмолоко", МУП "СибайАлко", ООО "Хлеб Сибая" и ООО "Кондитер Сибая". Именно они, и составляют основу Сибайской перерабатывающей промышленности. ОАО "Сибайский элеватор" - одно из крупнейших предприятий не только в Зауралье, но и на Южном Урале и его зерновая емкость составляет 220 000 тонн. ОАО "Сибайский мясокомбинат" - один из лучших поставщиков мясоколбасных изделий в регионе, и его продукция пользуется большим спросом, не только в Зауралье, но и далеко за его пределами. ОАО "Сибайконсервмолоко" после реконструкции, освоило новый вид продукции детские каши на безмолочной основе, характеризующиеся высоким качеством, которое подтверждают многочисленные награды. МУП "СибайАлко" перспективный производитель ликероводочной продукции в Зауралье, предприятием было разработано несколько новых сортов пива и освоен выпуск водки в таре 0,25 л. ООО "Хлеб Сибая" и ООО "Кондитер Сибая" были созданы в результате реорганизации главного предприятия по производству хлеба и хлебобулочных изделий. И успешно конкурируют на Сибайском рынке сбыта с ОАО "Ситно".

В Сибае функционируют четыре универсальных рынка, торговые комплексы "Зауралье" и "Галерея", торгово-сервисный комплекс "Сибай-сити". Идет интенсивный рост числа новых магазинов.

Огромное внимание администрацией города Сибай уделяется строительству и благоустройству города. А также работе коммунальных служб. За последние несколько лет были построены и реконструированы многие здания, среди которых особое место занимают: Зауральская ТЭЦ, новое здание администрации, молодежный центр, физкультурно-оздоровительный комплекс "Беркут", детская городская больница, театр драмы. В настоящее время заканчивается строительство третьего учебно-лабораторного комплекса Сибайского института, лечебно-диагностического центра на 260 мест, а также нескольких многоэтажных домов и микрорайне "Восточный". С годами растет и число поселков-спутников. Совсем недавно появился поселок "Сармат", продолжается освоение поселков "Аркаим", "Золото", "Южный". Огромная работа проделана по асфальтированию, газификации и реконструкции сетей освещения и отопления. Недавно, из состава РСУ ДОР выделилось МУП "Полигон", взявшее на себя функции по транспортировке и переработке бытовых отходов. На сегодняшний момент Сибай является одним из самых благоустроенных и чистых городов республики Башкортостан.

После произошедшей реструктуризации Сибайский межрайонный узел электрической связи стал обслуживать и прилегающие районы. И добился высокого качества предоставляемых услуг, постоянно расширяя их спектр. С переходом на новую, электронно-цифровую АТС, и внедрением волоконно-оптической связи, Сибайский МУЭС ни в чем не уступает многим крупным городам республики. С каждым днем увеличивается число телефонных абонентов и пользователей Интернета. Большими темпами идет телефонизация поселков-спутников.

Сибайское автотранспортное предприятие ГУП "Башавтотранс" тоже не стоит на месте, постоянно расширяя количество маршрутов, как по городским, так и по междугородним линиям, при этом сохраняя отличное качество обслуживания.

В городе на должном уровне организована спортивно-оздоровительная работа. В Сибае функционирует Детская спортивная школа, имеется стадион, лыжная база, каток, бассейн. Совсем недавно, был возведен новый физкультурно-оздоровительный комплекс "Беркут". Также большая работа по воспитанию будущих спортсменов ведется на базе Сибайского института, где имеется соответствующая, постоянно пополняемая база. В городе функционирует 19 федераций по различным видам спорта и секция парашютного спорта, готовя подрастающее поколение.

В городе много образовательных учреждений, как средних и средне-специальных, так и высших. Среди них такие, как Сибайский институт БГУ основанный в 1998 году, филиал Уфимского Аграрного университета, Сибайский педагогический колледж, Сибайский политехнический колледж, Сибайский медицинский колледж, Сибайский торгово-экономический колледж, профессиональный лицей № 24, школа искусств, детская музыкальная школа, детская художественная школа, филиал Академии наук. Все они вносят неоценимый вклад в воспитание будущих специалистов высокого класса, превращая Сибай, в настоящий город молодежи.

Состояние системы здравоохранения – один из основных показателей уровня развития общества. Здравоохранение города Сибай за последние годы шагнуло далеко вперед.

На сегодняшний день здравоохранение города представлено муниципальным учреждением здравоохранения «Центральная городская больница г. Сибай», образовавшееся при слиянии - городской больницы, перинатального центра, детской городской больницы, врачебно-физкультурного диспансера, межбольничной аптеки. При этом в городе продолжают успешно функционировать стоматологическая поликлиника и 4 филиала республиканских лечебных учреждений - наркологический, психоневрологический, противотуберкулезный диспансеры, центр-СПИД, которые оказывают специализированную медицинскую помощь населению Сибая и жителям районов Зауралья.

На сегодняшний день в Сибае функционируют 23 учреждения культуры. Самые крупные из них - Башкирский государственный театр драмы имени Арслана Мубаряков, единственный в республике детский башкирский театр «Сулпан», Сибайская государственная филармония - широко известны не только в нашей республике, но и далеко за ее пределами.

2.2 Стратегический анализ г. Сибай

Проведем STEP – анализ г. Сибай. STEP является аббревиатурой названия таких факторов: социальных (S – social), технологических (Т – technological), экономических (Е – economic), политических (Р – political).

Основные положения STEP-анализа: стратегический анализ каждой из четырех указанных компонент должен быть достаточно системным, так как все они тесным и сложным образом взаимосвязаны; нельзя полагаться только на эти компоненты внешней среды, так как реальная жизнь значительно шире и многообразнее; STEP-анализ не является общим для всех организаций, так как для каждой из них существует свой особый набор ключевых факторов.

Таблица 1 STEP-анализ г. Сибай

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА:  Горнодобывающие предприятия города Сибай находятся в верхней части цепи производства цветного металлургического комплекса. Среди горнодобывающих предприятий нет большой конкуренции. Спрос на продукцию стабилен.  Производство города работает стабильно, наиболее развитые предприятия города:  СФ «УГОК»  ОАО «Башкирская медь»  ОАО «Баштопсбыт»  ОАО «Башкирэнерго»  ОАО «Газ-сервис»  ОАО «Сибайский Элеватор»  ООО «Хлеб Сибая» | | СТРУКТУРА КОНКУРЕНЦИИ:  г. Магнитогорск  г. Учалы  г. Гай  г. Баймак  г. Уфа | |
| г. Сибай | | | |
| S-СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ:  Недостаток необходимых специалистов на предприятиях города.  Снижение рождаемости.  Старение населения.  Низкий уровень обслуживания населения | Т-ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ:  В городе применяют новые технологии.  Внедряются технологии, обеспечивающие повышение производственного рынка. | Е-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ:  Неплатежеспособность покупателей.  Рост курса доллара.  Тяжелое положение банков и других кредитно-финансовых учреждений.  Маленькая зарплата  Рост безработицы | P-ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ:  Несовершенная система налогообложения.  Несовершенное законодательство в области защиты прав граждан и социальной обеспеченности. |

Таблица 2

Матрица возможностей и угроз

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Группа факторов | Фактор | Проявление | Возможные ответные меры предприятия |
| 1. Экономические | 1.1.Угроза высоких темпов инфляции.  Эмиссия денежная | Обесценивание накоплений завода | Введение финансовых операций, сохраняющих покупательную способность средств |
| 1.2.Рост курса доллара | Трудности с получением долгосрочных кредитов | Сокращение кап. строительства и свертывание НИОКР с отдаленными во времени результатами |
| 1.3. Дефицит государственного бюджета | Сокращение или прекращение дотаций Отсутствие оплаты за продукцию | Лоббирование в органах государственного управления  Улучшение качества технико-экономических обоснований проектов по новейшим методикам |
| 1.4. Изменение структуры государственных расходов  1.5. Спад производства | Отмена гос. заказа на продукцию, задержка оплаты Дефицит и удорожание ресурсов Банкротство поставщиков и покупателей | Снятие с производства продукции, ранее шедшей на гос. заказ Стимулирование оказания услуг по кооперации и поставок с помощью кредитов поставщикам смежникам, бартер |
| 1.6. Рост безработицы (в т. ч. из-за конверсии) | Удешевление рабочей силы. Высвобождение работников | Формирование рациональной кадровой структуры |
| 1.7. Изменение системы налогообложения | Отток средств из сферы производства в бюджет Сокращение или рост платежеспособного спроса | Завышение себестоимости продукции. Изыскание путей минимизации налогов. Нарушение налогового законодательства или рост налоговой дисциплины. |
| 2. Правовые | 2.1. Принятие нормативных актов, имеющих обратную силу | Необходимость изыскания финансовых ресурсов для покрытия вновь установленных отчислений | Добиться льгот по исчислению налогооблагаемых сумм и по налоговым ставкам |
| 2.2. Реестр монополистов | Резкое увеличение отчислений средств заводов-монополистов в бюджет | Лоббирование. Осторожная ассортиментная политика (предпочтение немонопольным товарам) |
| 3. Политические | 3.1. Ориентация на рыночное регулирование экономики | Возможность выбора сферы хозяйственной деятельности | Изыскание новых направлений деятельности |
| Ослабление дисциплины платежей и поставок | Страхование поставок, стимулирование партнеров |
| 3.2. Снижение стабильности в обществе | Увеличение вероятности социальных потрясений | Страхование от политических рисков |
| 3.3. Проявление в органах государственной власти лобби от различных политических групп | Влияние лобби на выработку политического курса и законотворчество | Косвенное стимулирование участия в политике лиц, представляющих интересы предприятия. Активная политическая позиция руководства предприятия |
| 4. Международные | 4.1. Либерализация внешнеэкономического сотрудничества | Возможность выхода на внешний рынок | Получение международного сертификата на продукцию |
| Приток зарубежных товаров-конкурентов | Использование ценового преимущества, снижение издержек |
| 5. Социальные | 5.1. Рост мобильности населения | Отток работников в т. ч. с вредных и тяжелых производств | Совершенствование системы стимулирования. Автоматизация и механизация труда |
| Снижение уровня образования 5.3. Рост уровня образования | Снижение трудовой дисциплины и возникновение конфликтов. Проблемы освоения новых технологий Рост эффективности производства | Создание службы социально-психологической поддержки. Поддержание уровня вложений на профессиональную подготовку кадров |
| 6. НТП (научно-технический прогресс | 6.1. НТП в сфере производства | Появление новых материалов, оборудования, технологии | Дополнительные вложения в ноу-хау и обновление мощностей |
| Сокращение сроков амортизации | Увеличение объема амортизационных отчислений |
| 6.2. НТП в социальной сфере | Рост уровня потребностей населения | Маркетинг. Улучшение условий труда и быта работников предприятия |

Таблица 3

SWOT - матрица стратегического анализа г. Сибай

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ВНЕШНЯЯ  СРЕДА | ВНУТРЕННИЕ СИЛЫ - S:  1. Наличие опытных квалифицированных кадров.  2. Наличие современной специализированной техники.  3. Наличие устойчивого производства  4. Современная технология по добыче и обогащению медно-цинковых руд.  5. Наличие ВУЗов и СУЗов | ВНУТРЕННИЕ СЛАБОСТИ - W:  1. Ограниченность сырьевой базы.  2. Относительно низкая прибыльность.  3. Низкое бюджетирование  4. Большие расходы по социальному обеспечению  5. Проблемы ЖКХ  6. Жилищная политика |
| ВНЕШНИЕ ВОЗМОЖНОСТИ - О:  использования долгосрочной стратегии развития для разработки среднесрочных планов;  принятия стратегических и тактических решений высшего руководства на основе различных альтернатив развития;  четкого позиционирования региона среди регионов РФ по комплексному критерию качества жизни населения;  комплексного развития социальной сферы;  обеспечения сбалансированности бюджета социальной сферы по доходам и расходам;  перестройки системы управления социальной сферой в соответствии с изменением стратегии развития;  обоснованного привлечения инвестиций для реализации целевых программ;  развития социального партнерства как основы реализации социальной политики. | ПОЛЕ - SO:  1. O1, S1, S2, S3, S4 – наращивать объемы производства.  2. О1, О2, О3, S1, S2, S3, S4 –обеспечить возможность получения большей прибыли. | ПОЛЕ – WO:  увеличение объемов производства  улучшение уровня жизни населения региона  сокращение бюджетного дефицита  доходы населения;  инвестиционный климат;  издержки производства;  развитие производственной инфраструктуры;  собираемость налогов;  налоговые льготы;  политические и экономические преференции региону. |
| ВНЕШНЯЯ УГРОЗА - T:  1. Конкуренция промышленных предприятий между Гайским ГОКом, Учалинским ГОКом, Александринской горнорудной компанией.  2. Проблема неплатежей в бюджет.  3. Значительные инфляционные процессы.  4. Несовершенная система налогообложения .  5. Кризис | ПОЛЕ - ST:  1. T2, T3, S1, S2 – проводить правильный и регулярный экономический анализ города.  2. T2, S1 – повысить эффективность работы администрации и руководителей предприятий города.  3. Разрабатывать и принимать антикризисные меры. | ПОЛЕ – WT:  1. Развивать направление стратегии SO. |

Таблица 4

Взвешенная оценка факторов инвестиционного климата г. Сибая

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Факторы инвестиционного климата | Вес | Оценка | Взвешенная оценка |
| 1.Ресурсный фактор  2.Промышленный фактор  3.Потребительский фактор  4.Инфраструктурный фактор  5.Бюджетно-финансовый фактор  6.Инновационный фактор  7.Трудовой фактор  8.Институциональный фактор | 0.19  0.24  0.03  0.07  0.22  0.09  0.15  0.01 | 4  5  3  4  4  4  3  3 | 0.76  1.2  0.09  0.28  0.88  0.36  0.45  0.03 |
| Итого: | 1 |  | 4.05 |

В целом наиболее значимыми факторами инвестиционного климата являются промышленный, бюджетно-финансовый и ресурсный факторы, что одновременно является сильной стороной для г. Сибай, а слабыми являются для Сибая потребительский и институциональный факторы.

Динамика показателей экономического роста г. Сибая, хозяйственная специализация которых связана с цветной металлургией, демонстрирует наличие следующих тенденций:

более высокие темпы роста объема промышленного производства;

взаимосвязь динамики городского объема промышленного производства и объема инвестиций с динамикой валютного курса и конъюнктурой мирового рынка;

увеличение темпов роста объема городских инвестиций начинается не одновременно с ростом объема промышленного производства;

в целом город с добывающей хозяйственной специализацией демонстрируют более медленные темпы экономического роста, т.к. за счет ограниченной номенклатуры выпускаемой продукции и ограниченных возможностей по повышению качества исходного сырья, фаза экономического подъема оказывается для них более короткой.

Принципы формирования программы инвестиционной политики:

согласование интересов;

адекватность используемых количественных и качественных оценок;

оценка инвестиционного потенциала городской экономики и реализация наиболее оптимальных мероприятий.

Жилищная политика

Впервые за несколько лет возобновилось строительство жилья. Начато строительство нового 5-этажного дома по ул. Индустриальное шоссе, а так же начато строительство нового жилого поселка.

Проблемы ЖКХ

отсутствует продвижение городской очереди на муниципальное жилье

отсутствует муниципальный маневренный фонд.

проблема содержания многоквартирных домов.

требуется модернизация лифтового оборудования.

автодороги и дворы находятся в плохом состоянии.

проблемы с периодической загазованностью города из-за ТЭЦ и СФ «УГОК».

отсутствие свободных земель под расширение городского кладбища.

Общественная жизнь

В 2007 г. создан Бизнес-инкубатор, в который вошли представители малого, среднего и крупного бизнеса. Создан Совет молодежи. Эта организация активно вовлекает в общественную жизнь молодежь и подростков, уводя их «с улиц».

Социальная сфера, здравоохранение

В городе имеется:

Отделение реабилитации для детей и подростков с ограниченными возможностями,

Отделение социальной реабилитации несовершеннолетних,

Отделение социально – трудовой реабилитации для лиц с ограниченными возможностями трудоспособного возраста,

Отделение социальной реабилитации для пожилых граждан и лиц с ограниченными возможностями,

Отделение социальной помощи на дому для одиноких пожилых граждан.

Социальными услугами Центра воспользовались 2197 чел., 1281 семья с детьми. Всего оказано социальных услуг 237905.

Имеется городская поликлиника, горбольница, развивается Сибайский диагностический центр.

Образование

В городе Сибай 14 общеобразовательных школ, 12 дошкольных образовательных учреждений, 4 учреждения дополнительного образования. Политехнический колледж, Педагогический колледж, ПЛ – 24, Торгово-экономический колледж, Сибайский институт. В учреждении дополнительного образования ДЮЦт занимаются 1200 детей и подростков.

Культура

Сеть учреждений культуры состоит из подразделений:

- Культурно-спортивный комплекс (Дом культуры, центр спорта «Беркут», городские библиотеки, детская библиотека, спорт-школа, молодежный центр).

- Детская музыкальная школа

- Детская художественная школа

Как показывает табл. 3, в г. Сибай наиболее значимым для инвестиционного климата города являются промышленный, бюджетно-финансовый и ресурсный факторы. Средний удельный вес имеют трудовой, инновационный и инфраструктурный. Наименьшим удельным весом обладают потребительский и институциональный факторы. Взаимосвязь факторов инвестиционного климата города показала также, что удельный вес связан со специализацией города с его промышленным назначением.

2.3 Перспективы стратегического развития г. Сибай

В Сибае открылся территориальный бизнес-инкубатор. С ним связаны надежды на более динамичное и эффективное развитие малого предпринимательства, появление новых рабочих мест и решение других социальных задач. В торжествах принимают участие премьер-министр правительства Башкортостана Раиль Сарбаев, министр внешнеэкономических связей, торговли и предпринимательства РБ Борис Колбин, представители местных органов власти, бизнес-сообщества республики.

Территориальный бизнес-инкубатор открылся в трехэтажном административном здании общей площадью 2090 квадратных метров, из которых 1780 "квадратов" предназначены для размещения субъектов малого предпринимательства, в оставшейся части расположится управляющая компания - МУП "Деловой мир Зауралья". К основному зданию примыкает выставочный зал.

Бизнес-инкубаторы уже действуют в Салавате и Октябрьском. В Башкортостане в рамках программы государственной поддержки малого предпринимательства, реализуемой совместно с Минэкономразвития России, предусмотрены меры по расширению сети бизнес-инкубаторов. В прошлом году Сибай выиграл конкурс на создание собственного бизнес-инкубатора. На финансирование работ в 2008 году было выделено 10,2 миллиона рублей из бюджета республики. Такая же сумма поступила из федерального бюджета в текущем году. В общей сложности на создание бизнес-инкубатора было направлено 20,4 миллиона рублей.

Территориальный бизнес-инкубатор (ТБИ) будет способствовать развитию рыночной инфраструктуры Сибая и прилегающих районов: Баймакского района и города Баймака, Абзелиловского, Хайбуллинского, Зилаирского, Бурзянского и Зианчуринского районов. От него ждут сокращения числа безработных и снятия социальной напряженности путем создания новых рабочих мест в сфере малого бизнеса.

В задачи ТБИ входит многое: проведение конкурсного отбора среди потенциальных участников, создание банка данных бизнес-идей, предоставление возможности получения знаний в области предпринимательства для участников проекта, содействие предприятиям малого бизнеса в получении инвестиций на развитие и становление, помощь в становлении инфраструктуры предприятия, поиске деловых партнеров, развитии рынка сбыта товаров и услуг, обеспечение сотрудничества и взаимодействия организуемых предприятий с городскими органами власти. Основную цель организаторы бизнес-инкубатора видят в создании условий, обеспечивающих успешное начало и быстрое становление СМП, высокую выживаемость малых предприятий.

ТБИ будет сотрудничать с финансовыми учреждениями, крупными предприятиями города, инвесторами, лизинговыми и страховыми компаниями, в перспективе - с зарубежными партнерами. Бизнес-инкубатор обеспечивает своим клиентам три уровня сервиса: аренду помещения и предоставление офисных услуг, консультации и сопровождение, взаимопомощь и взаимную поддержку предпринимателей.

При экспертизе бизнес-планов и идей будут приниматься во внимание следующие факторы: новизна предлагаемого продукта (услуги); перспективы рынка продукта или услуг; наличие у предпринимателя средств на закупку или лизинг оборудования и начало бизнеса; наличие у претендента опыта работы на избранном поле деятельности; влияние конкуренции в данном сегменте рынка. По экспертному заключению консультантов будет определяться степень готовности предприятия к выходу из бизнес-инкубатора. Его место займет новый претендент, только что начавший собственное дело.

Заключение

В курсовой работе подробно проанализированы угрозы и возможности стратегического развития г. Сибай. Для формирования благоприятного стратегического развития администрации муниципального образования необходимо учесть ряд следующих мероприятий, которые позволят:

повысить эффективность взаимодействий местных органов власти и естественных монополий;

снизить барьеры развития предпринимательства и разработать предложения по совершенствованию лицензионной деятельности;

провести конкурсное распределение городских заказов и ресурсов, а также принять пакет нормативных документов, обеспечивающих равнодоступность для всех хозяйствующих субъектов городских заказов на продукцию и услуги и находящихся в распоряжении города ресурсов;

установить единые принципы предоставления льготных режимов хозяйствования экономическим субъектам и принятие пакета нормативных актов, определяющих порядок предоставления льгот хозяйствующим субъектам на территории города;

разработать администрацией города и городской Думой пакета документов регулирующих инвестиционную деятельность для субъектов действующих на территории муниципальных образований и для привлечения потенциальных инвесторов на данную территорию;

предоставить администрацией города инвесторам информационных и организационных гарантий;

определить наиболее приоритетные для города инвестиционные проекты;

обеспечить предоставление потенциальным инвесторам консалтинговых, организационных и информационных услуг;

организация информационной деятельности о потенциальных возможностях городов во всемирной информационной сети – ИНТЕРНЕТ;

организовать совместную маркетинговую деятельность города и предприятий в т.ч. участие на конференциях, семинарах, выставках, тематические парки, декады, симпозиумы, создание совместных представительств и другой презентационной активности, сфер транспорта, связи, туризма и гостеприимства, что позволит городам наладить наиболее перспективные связи;

организовать систему сотрудничества городской администрации с администрацией предприятий в поиске потенциальных инвесторов;

участвовать администрации города в продвижении интересов городской промышленности во всей вертикали власти;

содействовать в поиске перспективных направлений хозяйственной специализации и переспециализации наиболее перспективных для города предприятий;

внедрять в деятельность предприятий города современных технологий управления;

повышать квалификацию руководителей предприятий и предпринимателей, действующих на территории городов;

предоставить наиболее широкого спектра консалтинговых услуг во всех сферах жизнедеятельности городов;

сформировать банк данных по всем действующим и перспективным программам на территории города;

создание системы городских грантов в сфере инвестиционной деятельности, а также содействие участию в региональных, федеральных и международных грантах;

реализовать маркетинговые мероприятия по формированию и улучшению положительного имиджа исследуемых городов и повешению их престижа;

реализовать маркетинговые мероприятия по привлечению предприятий производственной и непроизводственной сферы;

провести активную информационную и рекламную политику в средствах массовой информации в отношении деятельности администрации города;

разработать программы мероприятий, позволяющих использовать уникальный природный потенциал города;

активное участие и содействие городской администрации в расширении участия города и их хозяйствующих субъектов в реализации международных, федеральных, региональных программ;

привлечь на территорию государственных и иных внешних по отношению к городу заказов;

повысить притягательность вложений с целью реализации в городе внешних ресурсов;

стимулировать приобретение и использование собственных ресурсов территории городов и за ее пределами к ее выгоде и в ее интересах;

развитие городских маркетинговых коммуникаций в т.ч. разработка, популяризация и использование городской символики - флага, герба, гимна, словесных символов, городских наград;

разработать и реализовать правила создания, размещения и оплаты городской рекламы;

создать структуры в городской администрации, ответственных за осуществление маркетинга на территории городов;

сформировать целевые рабочие группы из руководителей администрации, независимых экспертов, ученых;

провести подготовку кадров, которые должны заниматься связями с общественностью;

создать государственные, общественные, предпринимательские и другие объединения по профилям деятельности;

исследовать территориальные рынки в т.ч. ввести учет динамики спроса и предложения товаров на территории города и прогнозировать его развитие, консультирование, экспертиза и правовая защита;

определить и выявить особенности и тенденции деловой активности в городе;

изучить реакции целевых групп потребителей на новые услуги и товары, ввозимые и предоставляющиеся на территории городов;

выявить сегменты городского рынка и видов бизнеса, которые могут быть представлены с самой выгодной стороны для потенциальных инвесторов;

подготовить базы данных исходя из законодательных, нормативных, экономических, политических, социальных, культурных и других условий;

выявить и определить потенциальных объектов, представляющих интерес для стратегических инвесторов.

При разработке автором рекомендаций, изложенных в инвестиционной политике, учитывались особенности территории по каждому фактору. Предложенные мероприятия направлены на улучшение ситуации во всех сферах жизнедеятельности исследуемых городов.

Таким образом, цель и задачи исследования получили свое логическое завершение в разработанных теоретико-методологических и методических положениях и выводах, а также практических рекомендациях.

Список использованной литературы

1. Бисеров Э.А. Инвестиционная политика моногорода горной специализации // Известия высших учебных заведений. Горный журнал. 2006. №6. 0,6 п.л.
2. Бисеров Э.А. Инвестиционный климат регионов России: характеристика и методы оценки // Социально-экономическое развитие регионов в переходный период: Материалы Межрегионального науч.-практ. семинара. Екатеринбург, 2000. 0,5 п.л.
3. Бисеров Э.А., Анисимова Н.А. Социально-экономическая политика органов местного самоуправления моноспециализированного города // Известия Уральской государственной горно-геологической академии. Спец. выпуск. 2003. №17. 0,4 / 0,2 п.л.
4. Виханский, О.С. Стратегическое управление: М.: Гардарики, 2008.
5. Волгин А. П. Управление в условиях рыночной экономики (опыт ФРГ) . – 2009.
6. Герчикова И. Н. Менеджмент. – 2007.
7. Коробейников О.П., Колесов В.Ю., Трифилова А.А. Стратегическое поведение: от разработки до реализации // Менеджмент в России и за рубежом. — № 3. — 2002.
8. Кузнецов, В.С. О стратегической альтернативности. Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. - №2 – с. 34-40
9. Маркова, В.Д., Кузнецова, С.А. Стратегический менеджмент. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2009
10. Международный журнал “Металлы Евразии”, Москва: издательский дом “Национальное обозрение”, 2004 – 2007 гг.
11. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: пер. с англ. – М.: “Дело”, 2008.
12. Стратегический план реструктуризации цветной металлургии Урала, апрель 2009.
13. Томпсон А.А., Стрикленд А. Д. Стратегический мнеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для ВУЗов пер. с англ. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2008.
14. Трифилова А.А. Оценка инновационной активности региона // Инновации. — № 10. — 2005.
15. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник для ВУЗов.- 2-е изд., доп.-М.: ЗАО “Бизнес-школа “Интел-Синтез”, Л.Г. Зайцева М.И. 2007.
16. www.sibay-rb.ru
17. www.bashstat.ru
18. www.bashkortostan.ru

Приложение А

Динамика населения г. Сибай

|  |  |
| --- | --- |
| Год | Население |
| 1939 | 2,4 |
| 1959 | 28,8 |
| 1970 | 37,7 |
| 1989 | 47,3 |
| 2002 | 59,1 |
| 2008 | 65 |
| 2009 | 65,1 |

Приложение Б

Статистические данные по итогам 2009 г.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Показатели | Ед. изм. | январь- декабрь 2009 г. | январь - декабрь 2008 г. | январь-декабрь 2009 г. в % к январю-декабрю 2008 г. |
| 1. | Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами | млн. руб. | 7 145,0 | 6 162,9 | 115,9 |
| 2. | Индекс физического объёма | % | 123,3 | 131,6 |  |
| 3. | Прибыль (убыток) | млн. руб. | 503,1 | 607,0 | 82,9 |
|  | в т.ч.в промышленности | млн. руб. | 500,4 | 599,0 | 83,5 |
| 4. | Количество убыточных предприятий - всего \*) | ед. | 2 | 1 | 200,0 |
|  | в т.ч.в промышленности | ед. | 1 | 0 |  |
| 5. | Доля убыточных предприятий | % | 16,7 | 8,3 |  |
|  | в т.ч.промышленных | % | 10,0 | 0,0 |  |
| 6. | Задолженность по заработной плате | тыс. руб. | 3 170,0 | 0,0 | 0,0 |
|  | в т.ч.в промышленности | тыс. руб. | 3 170,0 | 0,0 | 0,0 |
| 7. | Количество предприятий имеющих задолженность | ед | 1,0 | 0,0 | 0,0 |
|  | в т.ч.в промышленности | ед | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 8. | Ввод жилья | кв. м | 31 071,0 | 23 935,0 | 129,8 |
| 9 | Розничный товарооборот | млн. руб. | 6 745,9 | 5 028,6 | 134,2 |
| 10. | Рождаемость | чел. | 1 064,0 | 915,0 | 116,3 |
| 11. | Смертность | чел. | 782,0 | 769,0 | 101,7 |
| 12. | Браки | чел. | 613,0 | 606,0 | 101,2 |
| 13. | Разводы | чел. | 328,0 | 292,0 | 112,3 |
| 14. | Уровень безработицы | % | 2,6 | 2,6 |  |
| 15. | Число безработных | чел. | 867,0 | 838,0 | 103,5 |
| 16. | Строительство газовых сетей | км. | 0,0 | 0,0 |  |
| 17. | Доходы бюджета на душу населения, всего | руб./чел. | 8 254,6 | 7 530,1 | 109,6 |
| 18. | Собственные доходы бюджета на душу населения | руб./чел. | 3 743,8 | 2 897,1 | 129,2 |
| 19. | Собственные доходы, факт | тыс. руб. | 248 837,0 | 189 748,0 | 131,1 |
| 20. | Всего доходов |  |  |  |  |
| 20.1. | план (уточнённый годовой) | тыс.руб. | 543 305,0 | 493 442,0 | 110,1 |
| 20.2. | факт | тыс.руб. | 548 653,0 | 493 186,0 | 111,2 |
| 21. | Исполнение годового плана | % | 101,0 | 99,9 |  |
| 22. | Процент оплаты на 01.01.2009 г. |  |  |  |  |
| 22.1. | за газ | % | 101,7 | 105,8 |  |
| 22.2. | за э/энергию | % | 99,6 | 106,9 |  |
| \*) Убыточные предприятия:  1. ООО "Ремонтно-строительный центр"  2. ООО "Управление технологического транспорта и механизмов" | | | | | |