



мужчин отметили родственные связи как факторы консолидации.

Степень успеваемости студентов также в определенной мере связана с различиями во взглядах на факторы, которые объединяют их с гражданами России. В соответствии со снижением степени успеваемости уменьшается значимость таких факторов, как «историческое прошлое» и «единое государство», и, наоборот, студенты, которым учеба дается с трудом, в большей мере, чем отличники, говорят о таких факторах, как «язык» и «родственные связи».

При анализе факторов консолидации с гражданами России в зависимости от региональных особенностей значительных отличий выявлено не было. Исключение составляют три фактора: «язык» – этот вариант был наиболее выбираем студентами из Республики Мордовия; «родная земля» – об этом больше говорили студенты из Татарстана; вариант «родственные связи» наиболее выбираем студентами из вузов Пензенской области.

Таким образом, данные проведенных социологических исследований показали, что для студенческой молодежи быть гражданином России означает (в порядке убывания): иметь гражданские права и нести обязанности; любить свою Родину, быть патриотом России; знать историю страны и гордиться ее достижениями. Понимание гражданства ближе к строго юридическому смыслу без связи его с патриотизмом, знанием истории и гордостью за достижения России в основном свойственно студентам из Татарстана. Студенты-модернисты в большей степени придерживаются строго юридического понимания гражданства; в этой группе выявлено значительное снижение самой ценности «патриотизм». Традиционалисты связывают гражданственность с патриотизмом, исполнением законов и защитой государства. От-

ветственность за судьбу страны разделяет только пятая часть респондентов. Полученные данные свидетельствуют, что студенческой молодежи присущи недостаточно высокие уровень, глубина социетальной консолидации и общего консолидационного потенциала.

Примечания

- 1 См.: Малинова О. Ю. Гражданство, права человека и изменчивые векторы модернизации. URL: <http://www.pgpalata.ru/reshhr/grow/09.shtml> (дата обращения: 12.12.2011).
- 2 См.: Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура и стабильность демократии // Полис. 1992. № 4.
- 3 См.: Салганова Е. И. Гражданская культура как социальный феномен // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер. Философия. Социология. Культурология. 2008. Вып. 9, № 32(133).
- 4 См.: Дробижеева Л. М. Российская идентичность в массовом сознании // Этнополитическая ситуация в России и сопредельных государствах в 2008 году. Ежегодный доклад Сети этнологического мониторинга и раннее предупреждение конфликтов / под ред. В. А. Тишкова и В. В. Степанова. М., 2009.
- 5 Дробижеева Л. М. Интеграционные процессы в полиэтничном российском обществе. URL: <http://www.isras.ru/publ.html?id=908> (дата обращения: 12.12.2011).
- 6 Деление респондентов по типам мировоззрения (традиционалисты, модернисты и представители смешанного типа) осуществлялось с использованием индекса в некоторой модификации, разработанного Институтом социологии РАН (подробнее см.: Рожкова Л. В. Модернизационные ориентации и ценности студенческой молодежи // Социология образования. 2010. № 11. С. 65–76).
- 7 См.: Рожкова Л. В. Указ. соч.

УДК 316.334.23

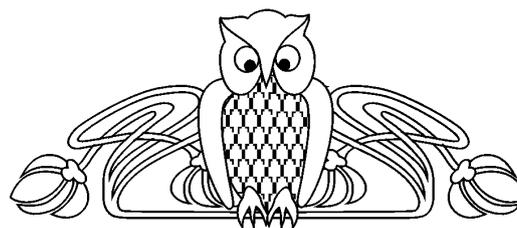
ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ МАЛЫМ БИЗНЕСОМ

В. Б. Бокарева

Современная гуманитарная академия, Москва
E-mail: vera_borisovna@list.ru

В статье охарактеризована современная система управления малым бизнесом в России; проведен анализ отечественного и зарубежного опыта социального управления предпринимательством; определены методы управления в развитых зарубежных странах, актуальные для нашей страны; разработаны группы механизмов по поддержке и развитию малого бизнеса в России.

Ключевые слова: малый бизнес, социальное управление, система поддержки малого бизнеса.



Domestic and Foreign Experience of Social Management by Small Business

V. B. Bokareva

In article the modern control of small business in Russia; the analysis of domestic and foreign experience of social management is carried out by business; methods of management in the developed foreign countries, actual for our country are defined; groups of mechanisms on support and development of small business in Russia are developed.



Key words: small business, social management, system of support of small business.

Малое предпринимательство в России до начала рыночных реформ не являлось организованным структурным элементом социально-экономической системы. Результаты структурно-функционального анализа свидетельствует о том, что в России таковым оно стало лишь с конца XX в.

Как показывает содержательный анализ отечественной законодательной базы, в основу всей системы программных направлений закладывается комплекс мероприятий по совершенствованию нормативной правовой базы государственной поддержки малого бизнеса. Так, уже созданы определенные правовые условия для страхования рисков предпринимательской деятельности; расширены и закреплены права фондов поддержки малого бизнеса; разработан закон о реализации схем привлечения, аккумулирования и направления средств частных инвесторов на развитие предпринимательства. В 2001 г. Государственной думой был принят Федеральный закон от 8 августа 2001 г. № 128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности», в котором вместо 2000 видов лицензий определено лишь 119 видов деятельности, для осуществления которых необходимо получать лицензию. Существенно, что в течение нескольких лет до финансового кризиса 2008 г. в России отмечался рост сектора малого предпринимательства¹. Однако, по данным Национального института системных исследований, на 1 января 2011 г. количество зарегистрированных малых предприятий в России за год уменьшилось на 3,6%.

Содержательный анализ законодательства свидетельствует о том, что на сегодняшний день в нашей стране за малыми предприятиями закреплена более четкий экономический и юридический статус, изменились критерии отнесения предприятий к малому бизнесу. Был разработан ряд законопроектов с целью уменьшения контроля за малым предпринимательством со стороны налоговых и правоохранительных служб; организованы общественные советы по защите прав малых предпринимателей. В частности, разработан проект федерального закона от 18 сентября 2007 г. №193202-4 «Об особенностях участия субъектов малого предпринимательства в приватизации арендованного государственного и муниципального имущества», согласно которому предприятия получают право выкупать арендуемые помещения.

Существенное значение имеют Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»², который установил два основных критерия отнесения предприятий к субъектам малого и среднего предпринимательства; Постановление Правительства РФ № 556, принятое 22 июля 2008 г., «О предельных зна-

чениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства», подписанный президентом 29 декабря 2010 г. законопроект «О пониженных ставках страховых взносов для малого бизнеса в 2011–2012 годах».

Как показывает социальная практика, имеет место субсидирование малых предприятий, получение кредита без залога и поручительства, стимулирование работы банков с малыми предприятиями и индивидуальными предпринимателями. Владельцы малых предприятий констатируют уменьшение числа различных административных проверок; сокращение «неформальных платежей»; отсутствие сложностей с кредитами³.

Опрос экспертов (n = 12) показал, что современное социальное управление малым бизнесом в России имеет следующие характеристики.

1. Недостаточная степень структурированности органов государственной поддержки, которые занимаются вопросами развития предпринимательской деятельности (Министерство по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства, Министерство финансов, Министерство экономики, Министерство труда и социального развития, Министерство образования и другие. Аналогичные структуры действуют на региональном уровне). Во многом это обусловлено тем, что российская структура органов государственной поддержки малого бизнеса в отличие от зарубежных стран формировалась стихийно. Малому бизнесу необходима стабильная государственная поддержка и формирование приоритетов развития малого бизнеса.

2. Несовершенство законодательной базы, на которую сейчас опирается малый бизнес. Проблема правовой основы малого предпринимательства будет решена, когда удастся избавиться от правового нигилизма. Однако это не исключает необходимости концентрации на процессе разработки и адаптации специальных законодательных мер регулирования малого бизнеса.

3. Отсутствие четкой системы социальной защиты, социальных гарантий и социального обеспечения предпринимательской деятельности по отношению как к обществу, так и к самим предпринимателям.

4. Недостаточно развитая инфраструктура и материально-техническая ресурсная база. Многим малым предприятиям не хватает внешнего финансирования, причем главными препятствиями к получению кредита являются жесткие условия, выдвигаемые банками, недостаток льгот и субсидий, слабое содействие в области привлечения инвестиций в сектор малого бизнеса. В больших городах малый бизнес сталкивается с такими проблемами, как завышенные цены на аренду, высокая стоимость рабочей силы, исчезновение некоторых видов рабочих специальностей. Не последнюю роль играют старая инфраструктура, трудности выхода малого бизнеса на общероссий-



ский рынок и слабая мотивация к труду, низкий интерес к работе.

5. Наличие административных барьеров. Их количество постепенно снижается, но по-прежнему имеют место нестабильность в этой сфере, отсутствие прозрачности в схемах взаимодействия с органами власти и иными ответственными учреждениями, административное давление. Наиболее очевидным образом административные барьеры на пути предпринимательства проявляются в процессе регистрации малых предприятий, а также при периодически возникающей необходимости получения или возобновления лицензии на осуществление того или иного вида предпринимательской деятельности.

6. Недостаточно высока степень адаптированности системы образования и послевузовского обучения к современным реалиям малого бизнеса. Весьма существенной причиной, которая тормозит развитие частного предпринимательства в нашей стране, является низкий уровень знаний, необходимый при построении бизнес-процессов. Развитию малого бизнеса препятствуют высокая стоимость внешнего обучения и, как следствие, недостаток необходимых знаний и квалификации у самих предпринимателей, а также у наемного персонала.

7. Отсутствие системности и легкой доступности в получении комплекса информации о становлении, функционировании и развитии малого бизнеса. Несмотря на существование многих программ помощи малому предпринимательству, содержание их остается для большинства компаний неизвестным. Налицо нехватка информации в различных областях, отсутствие единой системы и адаптированной структуры подобных проектов.

8. Недостаточно развитая и действенная система объединений, ассоциаций малого бизнеса, отсутствие комплексной социально-политической поддержки малого бизнеса.

Современный этап развития малого бизнеса в России характеризуется изменением его социально-экономического облика, расширением его функций и перспектив как для отдельных индивидов, так и для общества в целом. Сравнительный анализ свидетельствует о необходимости повышения эффективности социального управления малым бизнесом в нашей стране, поскольку в соотношении со странами с высоким уровнем жизни оно находится на более низкой ступени развития.

Россия в значительной степени уступает странам с более развитой социально-экономической системой по показателям количества предприятий малого бизнеса и занятости в этом секторе трудоспособного населения.

В Японии в 6,5 раз больше, чем в России, трудоспособного населения занято в малом бизнесе; в Германии – в 5,4 раза; в Канаде – в 4,7 раза; в США – в 4,5 раза; во Франции – в 4,2 раза.

По показателю отношения численности населения страны к количеству предприятий мало-

го бизнеса Россия также значительно отстает от этих стран. К примеру, в Японии на 21,1 жителя страны приходится одно предприятие малого бизнеса, аналогичная ситуация во Франции – на 21,3 жителя, в Канаде этот показатель еще выше – в среднем на 15 человек зарегистрировано одно предприятие малого бизнеса. В России же в среднем на 140 жителей страны приходится одно предприятие малого бизнеса.

С целью определения дальнейших ориентиров развития и поиска наиболее эффективных форм и механизмов социального управления малым бизнесом в современной России нужен анализ зарубежного опыта социального управления малым бизнесом. Очевидно, что без кардинального изменения отношения к малому предпринимательству органов власти невозможно добиться усиления его роли в социально-экономическом развитии страны.

В контексте темы статьи актуальны выдержки из авторского социологического исследования, проводимого в рамках докторской диссертации (респонденты – малые предприниматели Нижнего Новгорода и Нижегородской области; анкетный опрос: $n = 509$ чел.; генеральная совокупность – 564 тыс. чел.; ошибка выборки – 4,34; цель исследования – определение путей социального управления, направленных на повышение эффективности деятельности предприятий малого бизнеса; сроки проведения: март–апрель 2011 г.; группа условно названа «предприниматели», и экспертный опрос: $n = 12$; приняли участие эксперты в области социального управления малым бизнесом: руководители информационно-аналитических центров, муниципальных органов, представители ассоциаций малого и среднего бизнеса в Нижнем Новгороде и Нижегородской области, группа условно названа «эксперты»).

Результаты экспертного опроса свидетельствуют о том, что подавляющее большинство экспертов в области социального управления малым бизнесом оценивают систему поддержки малого бизнеса в развитых зарубежных странах как эффективную (91,7% – положительная оценка). Так, 75% экспертов уверены в том, что механизмы поддержки малого бизнеса, применяемые за рубежом, можно успешно адаптировать к российским реалиям; 16,7% также склоняются к положительному ответу; лишь 8,3% экспертов сомневаются в результативности такого механизма. Большинство экспертов (75%) считают наиболее эффективными социально-административные меры поддержки малого бизнеса в зарубежных странах; немногим меньше (66,7%) дали положительную оценку социально-экономическим мерам. Со значительным отрывом на третьем месте в перечне оценок расположились социально-политические меры (25% экспертов считают их эффективными). По 8,3% экспертов высказались за социально-психологические и социально-педагогические меры. Такая оценка вполне прогнозируема, поскольку только



при наличии комплексной государственной поддержки и развитой социально-экономической системы малый бизнес эффективно функционирует и развивается.

Данные социологического исследования свидетельствуют также о том, что большая часть предпринимателей солидарны с экспертами (93% оценивают систему поддержки малого бизнеса в развитых зарубежных странах как эффективную). В отношении потенциальной успешности адаптации механизмов поддержки малого бизнеса к российским условиям, реализуемых за рубежом, ожидания предпринимателей немного менее оптимистичны, чем ожидания экспертов (71,1% предпринимателей поддерживают подобную идею, 9,8% склоняются к положительной оценке, а 19,1% – к отрицательной). Более половины предпринимателей (60,9%) считают социально-экономические меры поддержки малого бизнеса наиболее эффективными, на втором месте по популярности – социально-административные меры (51,2%), на третьем месте – социально-правовые меры (30,4%). В отличие от экспертов предприниматели считают социально-психологические меры достаточно существенными (21,4% респондента выбрали этот вариант ответа). Социально-политические меры (18,2%) расположились на пятом месте. На последнем месте по значимости – социально-педагогические меры (14,1%).

Таким образом, результаты социологического исследования и экспертного опроса наряду с данными статистического анализа свидетельствуют о значимости изучения опыта социального управления малым бизнесом в развитых зарубежных странах и необходимости его адаптации и применения в отечественной практике.

Как показывает ретроспективный анализ, с самого начала становления малого предпринимательства в странах Европы стала прослеживаться историческая тенденция к страновой специализации бизнеса: в Голландии это – торговля и посреднические услуги; во Франции и Италии – ростовщичество, банковская сфера, виноделие; в Англии и Германии – промышленность.

Исторически малый бизнес, зародившись в недрах феодального общества, эволюционировал вместе с развитием рынка и занимал все новые и новые рыночные ниши. Современный зарубежный малый бизнес в отличие от своего исторического предшественника является высокоспециализированным и технологичным. В настоящее время имеет место сосуществование различных форм малого бизнеса: высокотехнологичный малый бизнес в производственной сфере; малый бизнес в сфере услуг; малый бизнес, встроенный в систему взаимоотношений с крупным бизнесом; промыслы, ремесла, базирующиеся на ручном труде⁴.

В Германии, к примеру, реализуется специальная программа по стимулированию накопленных для основного финансирования, которая по-

зволяет малым организациям получать льготные субсидии на перспективные проекты. Обучение и консультирование проводят в основном торгово-промышленные палаты. Помимо этого в Германии действует льготное налогообложение малого бизнеса.

Правительство Польши выдвинуло на первый план необходимость стимулирования побудительных мотивов к предпринимательской деятельности и производственным инвестициям. Его основные усилия сосредоточены на создании благоприятных стартовых условий для малого бизнеса: предоставление дотаций и льготных кредитов, информационно-консультационная поддержка. Стратегия польского правительства основана на принципе ограничения регулирующей роли государства в экономической жизни и максимального высвобождения рыночных механизмов.

В Японии система поддержки предпринимательства направлена на обеспечение условий деятельности малых и средних предприятий в качестве полноправных элементов рыночной конкуренции, развитие их взаимодействия и проведение мер по их поддержке. Большое внимание уделяется модернизации и совершенствованию отраслевой структуры. Малым предприятиям предоставлено право для защиты своих интересов объединяться в консорциумы и картели без применения к ним антимонопольных санкций. Сформирована система кредитно-финансовых и страховых институтов, ориентированных на обслуживание сектора малого бизнеса. Японским правительством принят также ряд мер по развитию франчайзинга, предоставлению госзаказов и содействию экспортным возможностям. Вопросы участия субъектов малого предпринимательства в поставках для государственных нужд регулируются Законом «Об обеспечении малых и средних предприятий государственными заказами». Он создан с целью содействия развитию малого бизнеса методом расширения спроса на его продукцию и услуги за счет государственных заказов.

Существенно, что в Японии Кабинет министров ежегодно определяет курс заключения договоров государства и ряда учреждений с малыми и средними предприятиями⁵, устанавливая целевые нормативы по размеру и удельному весу договоров с малыми предприятиями в общем объеме государственных заказов, ориентирует местные органы власти на привлечение малых предприятий к выполнению муниципальных заказов.

В Великобритании значительная роль малого бизнеса принадлежит бюджетно-налоговой и кредитной политике правительства. К мерам общего характера относятся установление для мелких фирм пониженной ставки налога с корпораций, отложенная оплата счетов, эффективная система скидок при уплате просроченных долгов.



Существенно, что основная помощь малому бизнесу реализуется посредством программ: «Схема грантов»; «Схема содействия в создании предприятий», – предусматривающих финансовую помощь безработным, намеренным организовать собственное дело, страхование кредитов для мелких и средних предприятий.

В США законодательно установлено обеспечение малым предприятиям максимальных практических возможностей участия в выполнении контрактов, реализуемых любыми государственными органами и учреждениями. Администрация по делам малого бизнеса оказывает помощь малым предприятиям в получении контрактов и субподрядов⁶.

Как показывает ретроспективный анализ, именно в США широкая и разносторонняя поддержка малому бизнесу начала развиваться раньше, чем в других странах. Федеральные программы, которые только лишь начинают разрабатываться в некоторых странах, в США внедрены еще в 1932 г. Они базируются на разветвленных экономических и организационных механизмах, в них используются разнообразные формы и методы⁷. Ведущей организацией, осуществляющей разработку политики и координацию деятельности по поддержке малого бизнеса, является федеральное ведомство – Администрация по делам малого бизнеса. Помимо этого поддержку оказывают соответствующие комитеты конгресса, специальные подразделения в министерствах и других правительственных ведомствах, а также местные органы власти.

Важным направлением стимулирования малого бизнеса, ориентированного на инновации, со стороны государства, крупного бизнеса, университетов и научно-исследовательских центров является организация технопарков. Технопарки – это научно-промышленные комплексы, созданные для производства новейшей продукции или разработки новейших технологий. Первичным элементом, используемым при строительстве технопарков, является инкубатор⁸. В организации так называемых инкубаторских программ нашла выражение идея полного обеспечения малых фирм всем необходимым. Их главное назначение – поддержка малого бизнеса на этапе планирования деятельности и становления. Существует четыре основных типа инкубаторов: государственные, университетские, корпоративные и частные. Они различаются по целям создания и по преобладающему источнику финансирования.

Так же, как и в Великобритании, в США существует система страхования предпринимательских займов. В США реализуются целевые программы поддержки малого бизнеса. К примеру, программа «7а» предоставляет длительные финансовые гарантии (до 25 лет) малому предпринимателю на займы и фиксированную процентную ставку на возврат; программа «504» направлена на содействие и модерниза-

цию действующих малых предприятий, по ней предоставляется долгосрочный кредит для покупки недвижимого имущества, оборудования, финансирования модернизации технологий с фиксированной процентной ставкой.

В Канаде так же, как и в США, реализуются целевые программы по поддержке предпринимательства и предоставляются информационно-консультационные услуги. Центры занятости активно включены в систему поддержки малого бизнеса – ему предоставляется помощь по подбору и найму персонала, консультирование и бесплатные семинары по кадровой стратегии организации, социальному страхованию.

Несколько иное отношение к поддержке малого бизнеса во Франции. В этой стране получила распространение точка зрения, что малым предприятиям не следует искусственно создавать более выгодные условия, нежели более крупным организациям. В равных условиях конкурентной борьбы должны выживать сильные и эффективные предприятия, это, с позиции правительства, наиболее выгодно для всего общества. Во Франции развита система субсидий малого бизнеса, как правило, их назначение находится в компетенции региональных властей. Наибольшее распространение получила помощь в реализации инноваций, благодаря которой покрывается около половины расходов малого предприятия⁹. Помимо этого малые предприятия имеют возможность получать через единый координационный центр определенные виды кредитных услуг – ссуды на создание предприятий, приобретение оборудования, участие в лизинговых программах. Среди мер поддержки малого бизнеса реализуются следующие: полное освобождение новых предприятий от налогов на прибыль в течение первых двух лет работы, на 75% на третьем году, на 50% на четвертом году, на 25% на пятом. Также предусматривается возможность для малых и средних предприятий отсрочки ряда налогов при временном недостатке средств.

Испания относится к наиболее развитым странам Западной Европы, она вполне привлекательна для иностранных инвестиций. Ведущая государственная организация, которая занимается практической реализацией политики в отношении малого бизнеса, – это Институт малых и средних предприятий. Основным источником его финансирования служит государственный бюджет, помимо этого Институт имеет некоторые финансовые поступления от инвестиционной, издательской деятельности и информационного обслуживания. Основное внимание испанского правительства сосредоточено на предприятиях малого бизнеса, которые создают рабочие места для социально уязвимых слоев населения.

В Италии государственная политика в отношении малого предпринимательства имеет селективный характер, поддерживает только некоторые направления. На уровне государства финансовая



помощь инновационным предприятиям оказывается специализированными фондами, которые управляются государственным кредитным учреждением¹⁰. Малый бизнес помимо традиционных видов финансирования получает содействие в области технических и технологических нововведений.

В Нидерландах национальные программы поддержки малого бизнеса также сконцентрированы в области инновационной деятельности. Программы направлены преимущественно на развитие высоких технологий, энергетики, защиты окружающей среды, борьбу с безработицей и совершенствование профессионального обучения. Малые предприятия получают дотации, компенсирующие более половины расходов на работу, при условии, что исследовательские работы являются новыми для организации, а их результаты ориентированы на рынок Нидерландов. Заслуживает положительной оценки система инвестиционных грантов, которые предоставляются компаниям, организующим свою деятельность в экономически более слабых районах страны.

Учитывая вышеизложенное, можно сделать вывод, что для России актуальны следующие группы мер социального управления малым бизнесом, реализуемые в развитых зарубежных странах:

1. Наличие развитой инфраструктуры поддержки малого предпринимательства, включающей систему специализированных институтов, содействующих разработке и реализации государственной политики в сфере малых предприятий. Она создается и действует при государственном участии либо по инициативе самих предпринимателей (фонды, ассоциации, гарантийные, кредитные и страховые учреждения, бизнес-инкубаторы, информационно-консультационные центры). Для малого бизнеса созданы благоприятные условия посредством обеспечения комплексной и адресной поддержки малого бизнеса в различных направлениях: информационно-консультационном, прогнозно-аналитическом, обучении, технологическом, техническом, финансовом. Немаловажно, что подобная инфраструктура адекватна уровню развития малых предприятий, соответствует их реальным потребностям, сконцентрирована на более насущных проблемах, во многом обеспечивается за счет государства.

2. Систематическая государственная политика поддержки малого бизнеса. Характерной чертой является участие различных организаций и ведомств, множественность каналов получения поддержки, отсутствие монополизма какого-либо одного ведомства. Эффективна государственная политика в сфере стимулирования и поддержки малого предпринимательства: создание благоприятного налогового климата, системы информационно-консультационной поддержки малого бизнеса, деятельность государственных и региональных фондов. За каждым ответственным

государственным и местным органом власти закреплены конкретные функции, определены цели и задачи.

3. Осуществление политики государства в отношении малого бизнеса базируется на четком законодательстве, регулирующем весь комплекс вопросов поддержки этого сегмента. Оно включает в себя реализацию системы государственных программ финансового, технологического, внешнеэкономического, консультативного и кадрового содействия малому бизнесу. Практикуется два направления деятельности: законодательное установление долгосрочных программ развития малого бизнеса и включение малого бизнеса в качестве самостоятельного элемента в государственные социальные и экономические программы.

4. Наличие эффективных мер борьбы с административными барьерами: упрощение и классификация законодательных норм; сбор информации и проведение исследований о наличии административных барьеров и их влиянии на развитие предприятий и состояние конкуренции; предпринимателям предоставляется информация об обязательных требованиях, предусмотренных законодательством; упрощение состава и уменьшение объема запрашиваемой информации; упрощение административных процедур и порядка предоставления информации; организация обмена информацией между различными государственными организациями; создание общих доступных баз данных.

5. Развитая консультационно-информационная поддержка малого бизнеса, которая включает создание на национальном, региональном и местном уровнях соответствующей специальной государственной и частной инфраструктуры, предоставляющей предпринимателям подобные услуги. Существенно, что они предоставляются безвозмездно либо за невысокую плату.

6. Основными условиями развития малого бизнеса являются насыщенный спрос, обусловленный достаточно высоким уровнем жизни, заставляющий потребителя обращаться к инновационной, индивидуализированной и эксклюзивной продукции и услугам, и высокотехнологичная инфраструктура, нивелирующая затраты. Открытие новых рынков и ниш стимулирует динамику равновесия спроса и предложения, которую стабилизирует сегмент малых фирм.

7. Развитая система источников финансирования малого бизнеса: практика льготного бюджетного кредитования малого бизнеса, субсидирования ставок и процентов, антимонопольная политика.

На основе ретроспективного, структурно-функционального, статистического анализа и эмпирического исследования практики социального управления малым бизнесом в России и за рубежом разработаны рекомендации в области социального управления малым бизнесом.



Практические рекомендации

Малое предпринимательство сегодня – это значимый социальный слой и важный сектор экономики. Обобщение факторов и условий успешной реализации социально-экономической роли малого бизнеса в развитых странах позволяет более четко ставить задачи перед отечественными управляющими органами, принимающими решения о поддержке малого бизнеса.

С целью реализации системы эффективного социального управления малым бизнесом административным, законодательным, контролирующим органам, ассоциациям и общественным организациям следует разработать и реализовать комплексную систему поддержки и развития малого бизнеса, включающую в себя следующие группы механизмов:

1) социально-административные: организационное воздействие; создание и поддержка инфраструктуры, позволяющей малому бизнесу оперативно и по максимально выгодной цене получать услуги и ресурсы (подготовка кадров, аудиторские, юридические, рекламные услуги и т. п.); создание механизмов реализации программ развития малого бизнеса; государственные заказы; проведение выставок, ярмарок и т. д.; стимулирование взаимодействия между крупным и малым бизнесом, а также государственными организациями и малым бизнесом;

2) социально-правовые: систематизация законодательства в области малого бизнеса; законодательные акты; программы социально-экономического развития; стандартизация; системы контроля качества;

3) социальные: систематический федеральный и региональный мониторинг эффективности социального управления малым бизнесом; прогнозирование развития малого бизнеса, отраслей, регионов; составление бизнес-карт; создание информационных фондов; выявление лидеров и обеспечение их поддержки; связь мотивации предпринимателей с конечными результатами производства; обеспечение эффективной коммуникации и разрешение конфликтов на федеральном и региональном уровне, а также

конфликтов частного характера; формирование единого коммуникативного пространства, обеспечивающего беспрепятственное развитие сферы малого бизнеса; стимулирование и поддержка ассоциаций малого бизнеса; создание и реализация механизма социального контроля управления малым бизнесом;

4) социально-экономические: налоговые льготы; создание фондов поддержки, гарантийных, венчурных и иных; дотации, бюджетные ассигнования; льготное кредитование; материальная мотивация; бесплатное или льготное страхование от банкротства.

Примечания

- 1 См.: Кирсанова Е. В. Обзор деятельности малых и средних предприятий в условиях кризисной внешней среды // Менеджмент в России и за рубежом. 2010. № 2. С. 141–142.
- 2 О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации : федер. закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
- 3 См.: Юданов А. Ю. Опыт конкуренции в России : причины успехов и неудач. М. : КНОРУС, 2007.
- 4 См.: Рубе В. А. Малый бизнес : история, теория, практика. М. : ТЕИС, 2000.
- 5 См.: Еремин В. Н. Политическая система современного японского общества. М. : Наука, 1992.
- 6 См.: Савкин В. И. Нужен ли экологический менеджмент для малого предпринимательства России? // Менеджмент в России и за рубежом. 2008. № 5. С. 136–139.
- 7 См.: Крылова Е. Б. Управление занятостью населения на основе развития малого предпринимательства в России и США : сравнительный анализ // Менеджмент в России и за рубежом. 2008. № 2. С. 124–130.
- 8 См.: Тэпман Л. Н. Малый бизнес : опыт зарубежных стран. М. : Юнити-Дана, 2009.
- 9 См.: Якунин С. М. Этапы развития малого бизнеса за рубежом // Экономика и право. 2010. № 4. С. 103–107.
- 10 См.: Бобошко В. И. Экологический менеджмент в деятельности малых предприятий // Менеджмент в России и за рубежом. 2008. № 5. С. 131–135.