

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Унтура М. В., Рахматуллина А. М. – магистры
Научный руководитель – Павлов Б. П., к. т. н., профессор кафедры
экономики и управления на предприятии,
Казанский национальный исследовательский технический
университет им. А. Н. Туполева – КАИ,
г. Казань, Республика Татарстан

С каждым годом в Российской Федерации все активнее развивается инфраструктура поддержки предпринимательства в различных направлениях и в различном виде. Так, с 24 июля 2007 года был утвержден Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» № 209-ФЗ, который и на данный момент регулирует отношения, возникающие между юридическими лицами, физическими лицами, органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления в сфере развития малого и среднего предпринимательства, определяет понятия субъектов малого и среднего предпринимательства, инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, виды и формы такой поддержки.

В рамках данного закона работают организации инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. Данные организации реализуют различные программы поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства Российской Федерации, от образовательных программ, предоставления, на безвозмездной основе, услуг для предпринимателей, до выдачи льготных микрофинансовых продуктов для предпринимателей и субсидирования ставки по имеющимся кредитам.

Инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в России многогранна и является многоуровневой. В соответствии с вышеуказанным Федеральным законом инфраструктурой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства является система коммерческих и некоммерческих организаций, которые создаются, осуществляют свою деятельность для обеспечения реализации государственных программ, обеспечивающих условия для создания субъектов малого и среднего предпринимательства, и для оказания им поддержки. Существуют федеральные, региональные и муниципальные организации, и все они в совокупности представляют единую инфраструктуру поддержки.

Также и меры поддержки для субъектов малого и среднего предпринимательства существуют различного уровня – федеральные, региональные, муниципальные, и, более локальные, городские. Все они разрабатываются

также на разных уровнях. На федеральном уровне меры поддержки разрабатывает Министерство экономического развития Российской Федерации, на региональных уровнях – региональные Министерства, в муниципалитетах за это отвечают исполнительные комитеты районов или областей.

Дополнительно, на федеральном и региональном уровнях у государственных структур также существуют подведомственные некоммерческие организации, способствующие развитию предпринимательства в Российской Федерации, что положительно сказывается на работе инфраструктуры поддержки в целом, так как каждая из организаций является профильной в своей области, а, следовательно, более погружены в отдельные аспекты потребностей предпринимательского сообщества.

Наличие профильных направлений влияет и на организационно-правовую структуру каждой организации, а их достаточно большое разнообразие: некоммерческие организации, некоммерческие микрокредитные компании, государственные бюджетные организации, государственные казенные учреждения, торгово-промышленные палаты и многое другое. Многообразие форм организаций инфраструктуры поддержки позволяет, в соответствии с законодательством, предоставлять различные виды услуг предпринимателям Российской Федерации. К примеру, услуги могут предоставлять некоммерческие организации, микрозаймы выдавать некоммерческие микрокредитные компании, возмещать расходы на те или иные траты может заниматься государственное казенное учреждение. Данная система позволяет государству предоставлять поддержку субъектам малого и среднего предпринимательства Российской Федерации.

Но на сколько не были бы хорошо отработаны все процессы, можно найти способ оптимизировать их еще лучше. Одна из задач, которая на данный момент активно решается – уровень информированности населения о существующей инфраструктуре поддержки.

Обороты действительно растут, и этому способствует:

- наличие открытых информационных ресурсов, которые позволяют предпринимателям в понятной форме узнать о существующих мерах поддержки, о том, где и как их получить, а также какой необходим пакет документов;

- физическое присутствие организаций инфраструктуры поддержки в каждом регионе страны позволяет получить консультации от высококвалифицированных специалистов различных областей;

- активное продвижение в средствах массовой информации и социальных сетях, что повышает информированность предпринимательского сообщества;

- широкое освещение положительных кейсов взаимодействия предпринимателей и организаций инфраструктуры поддержки, что помогает формировать положительный образ организаций инфраструктуры.

Дополнительно, для привлечения новых заявителей в организации инфраструктуры поддержки, подойдет рекламный инструмент – кросс-

маркетинг, это относительно новая и эффективная технология продвижения на рынке. Его суть сводится к тому, что клиенты одной компании становятся одновременно потенциальными потребителями товаров и услуг другой. Другими словами – необходим поиск и подбор организаций с положительным имиджем и схожей целевой аудиторией. Данный маркетинговый инструмент имеет следующие положительные стороны:

- его относительная новизна позволяет увеличить конверсию привлеченной аудитории;
- повышение уровня лояльности целевой аудитории;
- сокращение рекламного бюджета, что позволит направить нераспределенные средства на другие виды рекламы.

Данный маркетинговый инструмент имеет следующие негативные стороны:

- сложный процесс поиска подходящей компании-партнера;
- увеличение риска в части формирования положительного имиджа. Если целевая аудитория партнера по рекламе станет менее лояльна к нему, это отразится и на второй стороне;
- сложная система согласования рекламных продуктов.

В данном направлении уже есть успешные кейсы. В каждом субъекте Российской Федерации создан Центр «Мой бизнес» – это доступная и удобная инфраструктура поддержки малого и среднего бизнеса. Она реализует программы поддержки для субъектов малого и среднего предпринимательства своего региона. И у каждого Центра есть свои амбассадоры. Каждый из них – собственник собственного бизнеса с положительным имиджем. Их клиенты доверяют им, а значит начнут обращаться и в инфраструктуру поддержки, которую он представляет.

Данная модель отлично зарекомендовала себя на региональных уровнях, однако можно ее применить, взаимодействуя с более крупными организациями, которые имеют положительный образ по всей Российской Федерации.

Список литературы

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации : Федеральный закон от 24.07.2007 №209 ФЗ // Справочная правовая система «КонсультантПлюс».
2. Поддержка малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] // АО «Корпорация МСП». – Режим доступа: <https://corpmsp.ru/>.