

2. Отсутствие у ремесленников достаточных экономических, юридических и прочих знаний для участия в рыночных отношениях.

3. Недостаточное количество рекламы ремесленничества, отсутствие его положительного имиджа у населения.

При этом, создаваемый имидж как *паблицитный капитал* будет иметь эффект влияния на все слои общества, а также власти и законодателей, что и обеспечит поступательное движение ремесленничества по наращиванию законодательной, образовательной и экономической составляющей. Имидж в данном контексте определяется как образ явления, формируемый в социуме в условиях знакомства с данным явлением. Основными стратегиями формирования имиджа будут являться:

1. *Мей-кап (макияж) стратегии формирования имиджа ремесленничества*: создать позитивную рекламу ремесленников и ремесленничества в СМИ, Интернет-реклама (дисплейная, контекстная) изделий ремесленного производства; наружная реклама, изготовленная с помощью муниципальных властей; вызвать положительные эмоции относительно деятельности ремесленников средствами символики.

2. *Коммуникативно-деятельностные стратегии* – которые проявляются в установлении взаимодействий с сетью социальных связей ремесленников через информационно-консалтинговые технологии, система информационного обеспечения о рынках сбыта товаров (в том числе и международных рынках), сырья и материалов.

Формирование имиджа ремесленничества должно быть организовано такими организациями, как Союз промышленников и предпринимателей Свердловской области, Некоммерческое партнерство «Предприниматели малого и среднего бизнеса», Областной Фонд поддержки малого предпринимательства и др.

**Т. Н. Кошелева**  
г. Санкт-Петербург

## **ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЕМЕСЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

По словам заместителя председателя думского Комитета по промышленности Елены Паниной, число малых предприятий, работающих в инвестиционной сфере, в строительстве, в сельском хозяйстве несколько увеличилось. Но пока более 60% предприятий малого предпринимательства по-прежнему

работают в сфере оптово-розничной торговли, услуг и операций с недвижимым имуществом. Тогда как в обрабатывающих отраслях занято лишь 10,3% малых предприятий, а научными исследованиями и разработками занимаются только 0,8%. У субъектов малого предпринимательства объем инвестиций в основной капитал за 2010 г. составил 346 млрд. рублей, из них за счет средств федерального бюджета только 1%. Главным образом эти инвестиции направлялись в сферу недвижимости на аренду или покупку помещений, в то время как в производственную сферу пошло только 12% инвестиций.

Ремесленная деятельность выступает составной частью малого предпринимательства, больше того, именно на основе ремесленной деятельности и осуществляется инновационная деятельность на уровне производственных инноваций, т.е. те инновации, которые в советское время относили к изобретательству и рационализации. Именно ремесленное предпринимательство выступает основой инновационной деятельности, а в совокупности с научно-исследовательскими структурами (в форме научных институтов и образовательных учреждений) объединенных в инновационные кластеры, и должны заложить фундамент формирования инновационной экономики. Основное отличие ремесленного предпринимательства от предпринимательства в торгово-посреднической сфере и в сфере услуг, по мнению автора, заключается в том, что ремесленное предпринимательство осуществляет свою деятельность в сфере бытового обслуживания населения, охватывая и местную промышленность, т.е. работает в сфере непосредственного производства в малых объемах или по индивидуальным заказам населения. Поэтому автор к инновационным субъектам малого предпринимательства предлагает относить субъекты, осуществляющие свою предпринимательскую деятельность именно в сфере ремесленного предпринимательства.

По числу малых предприятий Санкт-Петербург продолжает удерживать первое место в России. Если в целом по стране их количество во время кризиса сократилось примерно на 5%, то в Санкт-Петербурге, увеличилось. Несмотря на это, малое предпринимательство занимает в России лишь около 30% предпринимательского поля, тогда как в Европе – все 70%. Алексей Третяков, председатель Ассоциации малого предпринимательства в сфере потребительского рынка Санкт-Петербурга отмечает, что официально в городе малых предпринимателей 309 тысяч, и в них занято полтора миллиона человек (в то время, как общий трудовой фонд города – 2,2 млн.). При этом малое предпринимательство дает только 25% бюджета. Основными причинами недостаточной эффективности малого предпринимательства в Санкт-

Петербурге выступают низкие темпы развития ремесленного предпринимательства, так как одна торгово-посредническая деятельность с относительно низкой добавочной стоимостью, не стимулирует предпринимателей к расширению своего дела и, тем более, к инновационной деятельности. Ремесленное предпринимательство, требует высококвалифицированных специалистов, подготовка которых требует достаточных финансовых затрат, как и производственные ресурсы. Недостаток начального финансового капитала и проблемы с текущим финансированием предпринимательской деятельности, в том числе с финансированием инновационной предпринимательской деятельности, также выступают одной из причин недостаточной эффективности малого предпринимательства.

На сегодняшний день начинают применяться более доступные для субъектов малого предпринимательства формы финансирования – специальные программы кредитования коммерческими банками, программы гарантийных фондов, программы микрофинансирования и т.д. Но, не все финансовые инструменты одинаково подходят для финансирования стратегического развития малого предпринимательства в торгово-посреднической сфере, в сфере услуг и в сфере малого инновационного предпринимательства (т.е. в ремесленной сфере). Финансовая стратегия с использованием микрозаймов для ремесленного предпринимательства не достаточно подходит, так как небольших по объему кредитов на достаточно короткие сроки для ремесленного предпринимательства может хватить только для текущей деятельности, но для открытия малого ремесленного предприятия, необходимы гораздо более серьезные финансовые вложения, по сравнению с предлагаемыми микрофинансовыми организациями.

Программы грантовой поддержки более интересны для открытия малого ремесленного предприятия, но их действие ограничено по времени, а для текущей предпринимательской деятельности финансовые средства необходимы постоянно, в связи с этим нельзя считать гранты полностью вписывающимися в финансовую стратегию малого инновационного предпринимательства.

К наиболее интересным финансовым инструментам из выше перечисленных, по мнению автора, относятся кредитные программы банков с использованием возможностей Гарантийных фондов, позволяющих субъектам малого ремесленного предпринимательства и начинать свою деятельность, и осуществлять текущую предпринимательскую деятельность, и частично заниматься инновационной деятельностью (хотя для развития инновационной деятельности нужны также и другие финансовые инструменты).