

ниальную идею М.В. Ломоносова в его работе «Чем прирастает могущества Родины» 1761 г.: «огромная территория России бессмысленна без обитателей». Этическая основа экономики должна быть основана не на антагонизме между классами – марксистской доктрине, которая 70 лет властвовала в нашей стране, а на идеи П.А. Кропоткина высказанной им в работе «Этика. Происхождение и развитие нравственности». «Первичные данные» или условия, которые должны работать в экономической системе это: 1) инстинкт общительности или взаимопомощи; 2) понятия справедливости и равноправия 3) нравственного чувства, условно обозначаемого как самоотверженность и великодушие. Несомненно конференция, которая проводится в год (и даже месяц) 300-летия рождения М.В. Ломоносова будет носить позитивный характер, так как найдет пути повышения эффективности в ремесленном секторе современной России.

О. М. Ковтунова

г. Богданович, Свердловская область

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА РЕМЕСЛЕННОСТВА В СОВРЕМЕННОМ СОЦИУМЕ

В отечественной науке имеется два основных определения ремесленничества. Во-первых, под ремесленничеством понимается *особый вид предпринимательства*, направленный на производство товаров или услуг по индивидуальным заказам или небольшими партиями, исходя из конкретных запросов населения или организаций. Во-вторых, ремесленничество – это субъекты малого предпринимательства, для которых характерно изготовление продукта труда или предоставление услуг в малом объеме или по индивидуальным заказам с высокой долей ручного труда и с творческим использованием собственных особых знаний, навыков и умений, как правило, без функционального и производственного разделения труда внутри ремесленного предприятия, на основе собственности ремесленника (мастера) на средства производства. Следовательно, ремесленничество может определяться как совокупность следующих понятий: *ремесленные виды деятельности* (непосредственно ремёсла), *продукты работы ремесленника*, а также *ремесленник как субъект деятельности*.

Ремесленными видами деятельности, по сути, являются как традиционные для России ремёсла – художественные и народные промыслы, так и производственное ремесло, представленное большим многообразием ремес-

ленных профессий в строительстве, металлообработке, бытовом обслуживании, пищевом производстве и др.

Ремесленные виды деятельности имеют статус малого предприятия, их отличает: принадлежность к отраслям обрабатывающей промышленности или сфере услуг; высокая доля ручного труда в процессе производства; незначительное разделение труда внутри ремесленного предприятия; непосредственное участие собственника в процессе труда или в процессе производства; мелкотоварный характер производства (малосерийность выпускаемой продукции).

Продукты работы ремесленника – это изделия художественных и народных промыслов, строительства, металлообработки, бытового обслуживания, пищевого производства. При этом, в условиях конкуренции, когда изделия становятся товарами и должны найти своего покупателя, к ним предъявляются особые требования: это должны быть высокохудожественные, выполненные со знанием эстетических вкусов, народных традиций, товары. Они должны выгодно отличаться от массовых промышленных образцов. Следовательно, для успешного ремесленного производства большое значение имеет *личность ремесленника*: уровень его образования и воспитания (эстетического, экономического, трудового, гражданского).

В научных источниках *ремесленник* определяется как представитель малого предпринимательства, занимающегося изготовлением, как правило, ручным способом, каких-либо изделий и (или) услуг при помощи собственных орудий труда. При этом, даже в Толковом словаре Д.Н. Ушакова имеется пренебрежительное толкование этого понятия: это не артист, не писатель, а ремесленник.

Вместе с тем, исходя из современных условий ремесленного производства, необходимо говорить об изменении представления о ремесленнике и его тесной связи с творчеством и высокой квалификацией в определенном виде. Таким образом, складывается противоречие между резко возросшим вниманием к продуктам труда ремесленника и отсутствием достаточного внимания к профессиям ремесленного производства.

Причины недостаточности внимания разнообразны:

1. Неравное экономическое существование на рынке труда. Большой своей частью эти ремесленники в современных условиях не могут рассчитывать на стабильное существование в условиях рынка и на равные конкурентные возможности по сравнению с иными формами предпринимательства.

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