

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Факультет прикладных коммуникаций

На правах рукописи

Кучумова София Дмитриевна

Система специальных мероприятий как инструмент GR-деятельности
(на примере Всемирной недели предпринимательства в Санкт-Петербурге)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по специальности «Реклама и связи с общественностью»
(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель -
Доцент, доктор политических наук
Быков Илья Анатольевич

Кафедра связей с общественностью в политике
и государственном управлении

Очно-заочная форма обучения

Вх. № _____ от _____
Секретарь ГАК _____

Санкт-Петербург
2017

Оглавление

Введение.....	4
Глава I. Особенности использования GR-технологий в современной России.....	8
1. Понятие «government relations».....	8
2. Субъекты и объекты GR.....	14
3. Основные GR-технологии.	14
Глава II. Анализ системы специальных мероприятий Всемирной недели предпринимательства в Санкт-Петербурге	25
1. Состояние малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге.....	25
2. Система специальных мероприятий Всемирной недели предпринимательства как инструмент технологии событийной коммуникации	38
Заключение.....	52
Список литературы.....	54
Приложение №1 Антикризисный мониторинг «ОПОРЫ РОССИИ».....	62
Приложение №2 Деловая программа Всемирной недели предпринимательства в Санкт-Петербурге в 2015 году.....	72
Приложение №3 Целевые группы общественности Всемирной недели предпринимательства в Санкт-Петербурге в 2015 году.....	75
Приложение №4 Деловая программа Всемирной недели предпринимательства в Санкт-Петербурге в 2016 году.....	76
Приложение №5 Опрос владельцев малого и среднего бизнеса, которые также являются членами Санкт-Петербургского отделения ОПОРЫ РОССИИ.....	102
Приложение №6 Расшифровка экспертного интервью исполнительного	

директора Санкт-Петербургского отделения ОПОРЫ РОССИИ Тамары Александровны Барановой.....	107
Приложение №7 Расшифровка экспертного интервью специалиста по продвижению инноваций центра проектного управления и продвижения департамента проектной и инновационной деятельности университета ИТМО Арсения Олеговича Третьякова.....	110
Приложение №8 Расшифровка экспертного интервью директора Санкт-Петербургского государственного бюджетного учреждения «Центр развития и поддержки предпринимательства» Даниила Вячеславовича Старковского.....	113

Введение

Структурное преобразование российской экономики в рамках Концепции долгосрочного социально-экономического развития России до 2020 года ¹ предусматривает занятия конкурентной позиции страны на мировом рынке. Стратегической целью данной концепции стало вхождение Российской Федерации в пятерку стран лидеров по объему валового внутреннего продукта, что подразумевает под собой переход страны на инновационный путь развития². Данный сценарий, бесспорно, предполагает возрастание роли предпринимательства в экономике России и как следствие увеличение внимания государства к данному институту. Государственные структуры должны формировать максимально благоприятные условия «для развития предпринимательской инициативы, повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности российских частных компаний, расширения их способности к работе на открытых глобальных рынках в условиях жесткой конкуренции³». Именно малое и среднее предпринимательство (МСП) становится движущей силой экономического развития страны.

В условиях экономического кризиса, который сопровождается переходом от сырьевой к инновационной экономической модели развития, вопрос совершенствования института МСП приобретает особое значение, поскольку именно бизнес способен увеличить занятость населения и рост

¹Стратегия 2020. Стратегия социально-экономического развития страны до 2020 года [Электронный ресурс] // Стратегия 2020 [Офиц. сайт]. URL: <http://2020strategy.ru/> (дата обращения 13.12. 2016)

² Крылова М.В. Малое и среднее предпринимательство в России и проблемы его развития [Электронный ресурс] // Проблемы современной экономики: электронный научный журнал. - 2010. - № 2. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3115> (дата обращения 13.12. 2016)

³ Там же.

производства, которые в свою очередь могут «смягчить» последствия кризиса.

Предпринимательский климат полностью зависит от сложившихся в обществе социально-экономических и политических условий. Рассматривая современный вектор развития российской политики, нужно отметить ее сосредоточение на решении внешнеполитических вопросов, а также сдвигание на второй план проблем внутренней политики, в том числе и развития МСП. В этом случае общественные организации и профессиональные сообщества становятся той движущей силой, которая способна привлечь внимание органов власти на проблемы отрасли.

Актуальность работы обусловлена тем, что на сегодняшний день в условиях нестабильной ситуации в российской экономике, возрастает потребность к реформированию института малого и среднего предпринимательства. В то же время, ориентированность Правительства на внешнюю политику уменьшает внимание к развитию данного института. В сложившейся ситуации привычные методы установления диалога предпринимательского сообщества с органами государственной власти подвергаются серьезным трансформациям. Общественные организации и профессиональные сообщества вынуждены искать новые способы и инструменты выстраивания взаимоотношений с властными структурами.

Объект исследования - инструменты GR деятельности.

Предмет исследования – система мероприятий как инструмент GR деятельности на примере проекта «Всемирной недели предпринимательства» в Санкт-Петербурге.

Целью исследования является описание системы мероприятий Всемирной недели предпринимательства, как инструмента GR деятельности, а также анализ эффективности применения данного инструмента.

Данная цель подразумевает решение следующих **задач**:

1. Рассмотреть особенности использования GR-технологий и применения инструментов GR в сфере малого и среднего предпринимательства.

2. Рассмотреть событийную коммуникацию как одну из технологий GR-деятельности.
3. Дать характеристику современному состоянию института малого и среднего предпринимательства в современной России.
4. Изучить европейский опыт развития института малого и среднего предпринимательства.
5. Проанализировать и обозначить основные проблемы применения GR-коммуникаций в проекте «Всемирной недели предпринимательства» в Санкт-Петербурге.
6. Разработать на основе проведенного анализа практические рекомендации по улучшению GR-коммуникаций применительно к данному проекту в 2017 году.

Эмпирической базой данного исследования послужили документы и источники, статистические данные, Pr-источники, медиа-источники, а также материалы качественных исследований, проведенные автором работы.

Теоретической базой данного исследования стали труды представителей международного научного сообщества, среди них: исследования, посвященные связям с общественностью А.Д. Кривоносова, А.Н. Чумикова и М.П. Бочарова; научные работы, которые характеризуют феномен «Government Relation», В.А. Ачкасовой, И.А. Быкова, А.Ю. Дорского, И.Е. Минтусова, О.Г.Филатовой, А.Н. Шохина; а также публикации о теории коммуникации В. Вивера, К. Шенонна и Г. Г. Почепцова, Д.П. Гавры и др.

В процессе написания дипломной работы будут использованы такие **методы исследования**, как включенное и не включенное наблюдение, опрос, качественный анализ документов, мониторинг социальных сетей, анализ медийного поля и экспертное интервью.

Структура дипломного исследования определяется целью и задачами работы. Работа состоит из титульного листа, оглавления, введения, двух глав, пяти параграфов, заключения, списка использованной литературы и источников.

Глава I

Особенности использования GR-технологий в сфере малого и среднего предпринимательства в России

1. Понятие «government relations»

В современной России наблюдается повышение интереса к GR и эта сфера деятельности ставится более востребованной. Несмотря на это, русскоязычных теоретических разработок и рекомендаций, касающихся GR-деятельности сравнительно немного. Это неизбежно введет к появлению различных точек зрения, подходов и попыток понимания GR, с которыми может столкнуться исследователь. Кроме этого, недостаток литературы может быть причиной возникновения в разных компаниях собственного «представления о том, чем является GR и как он должен быть организован»⁴.

Приведем некоторые определения, которые мы можем встретить в специальной литературе:

«GR – сознательная организация коммуникации, установление эффективных коммуникаций с органами государственной власти»⁵.

«GR представляет собой деятельность по выстраиванию отношений между различными общественными группами (бизнес-структурами, профессиональными союзами, добровольческими организациями и пр.) и государственной властью, включающую в себя сбор и обработку информации о деятельности правительства, подготовку и распространение информации о

⁴ GR и лоббизм: теория и технологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. А.В. Ачкасовой, И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – с.13.

⁵ Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Актуальные связи с общественностью. М. : Дело, 2009. С. 605.

позициях представляемых групп, влияние на процессы принятия политических и административных решений (лоббизм)»⁶.

«GR – это применение коммуникативных технологий индивидами или социальными институтами для влияния на правительственные решения местного, регионального, национального или интернационального уровней или их комбинаций»⁷.

Обратимся к профессиональному словарю лоббистской деятельности П.А. Толстова. Здесь так же можно найти определение GR отличное от других источников: «Government Relations (GR, дословно: взаимодействие с органами государственной власти) – это деятельность специально уполномоченных сотрудников крупных коммерческих структур (GR-специалистов) по сопровождению деятельности компании в политической среде»⁸.

Кроме этого, в современном научном дискурсе существует подход к определению GR как части менеджмента. Так в издании «Основы организации работы с органами власти» дается следующее определение GR – «разновидность современного менеджмента в сфере взаимодействия с органами государственной власти, целью которого является повышение интегральной прибыльности компании в краткосрочной и долгосрочной перспективе»⁹.

⁶ Самое главное о PR / У. Аги, Г. Кэмерон, Ф. Олт, Д. Уилкоккс. СПб. : Питер, 2004. С. 362-363.

⁷ Mask C.S. Business, Politics, and the Practice of Government Relations. Westport : Greenwood Publishing Group, 1997. P. 4.

⁸ Профессиональный словарь лоббистской деятельности // сост. П. А. Толстых. Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти. Москва, 2009.

⁹ Основы организации работы с органами власти / В.А. Евсеев, С.Ю. Барсукова. Под редакцией А.Е. Дынина. – М., Ассоциация менеджеров, 2006. С. 56

В.А. Ачкасова в статье «Технологический комплекс медиарилейшнз: особенности реализации в GR-деятельности»¹⁰ рассматривает GR один из видов коммуникационного менеджмента, целью которого становится согласование интересов организации с госорганами для дальнейшего устойчивого развития организации и минимизации возможных рисков.

Определения, приведенные выше объединяет единый подход к GR деятельности как взаимодействию бизнеса и властных структур, но в отечественном дискурсе встречается и другая точка зрения понимания данного термина. Эксперт в области PR Ю. М. Михайлова считает, что «субъектом PR-процесса служат органы государственной власти, а указанную разновидность связей с общественностью можно обозначить как стейт-PR или GR»¹¹. Петербургские исследователи GR, в частности авторы учебного пособия «GR и лоббизм: теория и технологии»¹², считают такой подход ошибочным.

Кроме этого петербургская школа GR указывает на существование проблем с понятийным полем GR и обособлением его от других, довольно близких по смыслу и содержанию понятий. Они считают, что важно дистанцироваться от понятия лоббистской деятельности, несмотря на то, что нередко исследователи используют понятия «GR» и «лоббизм» как идентичные, либо включают одно определение в другое.

В свою очередь авторы учебного пособия «GR: теория и практика»¹³ предлагают понимать под понятием GR «отношения социальных субъектов с

¹⁰ Ачкасова В.А. Технологический комплекс медиарилейшнз: особенности реализации в GR-деятельности [Электронный ресурс] // Управленческое консультирование: Издание Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - 2012. - № 4. – Режим доступа: <https://sziu.ranepa.ru/nauka-i-konsalting/nauchnye-zhurnaly> (дата обращения 23.12. 2016)

¹¹ Михайлов Ю. М. Связи с общественностью по-русски. М. : Бератор, 2007. С. 6.

¹² GR и лоббизм: теория и технологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. А.В. Ачкасовой, И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – с.14.

¹³ GR: Теория и практика: учебник / ред. И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой – СПб.: Изд-во С.-Петерб. Ун-та, 2013. – с. 8.

органами государственной власти, а под лоббизмом – решения тех или иных вопросов в интересах заинтересованных групп в государственных органах власти на основе знания процедур». Из этого можно сделать вывод, что понятия «GR» и «лоббизма» являются смежными, но не тождественными.

На основании анализа существующих определений понятия «GR», можно говорить, что Government Relations – «это многоаспектная (прежде всего коммуникативная) деятельность негосударственных структур, направленная на осуществление взаимодействия с органами государственной власти¹⁴».

2. **Субъекты и объекты GR**

Рассмотрев основные определения понятия GR, вполне логично рассмотреть субъекты и объекты GR деятельности.

Петербургская школа GR предлагает следующее определение субъектов GR – «социальные субъекты, целенаправленно устанавливающие отношения с органами государственной власти¹⁵».

Субъектами GR могут быть¹⁶:

- профессиональные агентства и консультанты;
- деловые ассоциации;

¹⁴ GR: Теория и практика: учебник / ред. И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой – СПб.: Изд-во С.-Петерб. Ун-та, 2013. – с. 6.

¹⁵ Там же – С. 12.

¹⁶ GR и лоббизм: теория и технологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. А.В. Ачкасовой, И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – с.19.

- корпорации (GR-департаменты) и некоммерческие организации (НКО).

Петербургские исследователи выделяют два вида субъектов GR: базисные и технологические. Инициаторы GR относятся к первой группе, а исполнители ко второй¹⁷. В свою очередь базисные субъекты делятся на коммерческие и некоммерческие.

К коммерческим можно отнести субъекты экономической деятельности и деловые ассоциации. Данные субъекты защищают коммерческие интересы организации в государственных органах власти. Это могут быть интересы разного уровня, от сугубо корпоративных интересов до интересов всей отрасли.

Некоммерческие субъекты отстаивают интересы, которые не имеют коммерческого характера. К подобным субъектам относятся прежде всего представители третьего сектора: различные некоммерческие организации, профсоюзы, фонды, союзы, общества и т.п.

«На границе бизнеса и третьего сектора обнаруживаются общественные организации, которые объединяют коммерческие компании – деловые ассоциации. Необходимо подчеркнуть, что различные деловые ассоциации обеспечивают значительную поддержку GR-деятельности компаний. Если говорить о поддержке российских компаний на федеральном уровне, то это такие крупнейшие общероссийские предпринимательские организации, как Российский союз промышленников и предпринимателей РСПП, Торгово-промышленная палата, "Деловая Россия", "Опора России". На отраслевом уровне субъекты GR и лоббирования представлены, например, такими профессиональными предпринимательскими организациями, как Ассоциация Российских банков, Российская ассоциация автомобильных

¹⁷ GR: Теория и практика: учебник / ред. И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой – СПб.: Изд-во С.-Петерб. Ун-та, 2013. – с. 14.

дилеров, Национальная ассоциация деловой авиации России, Ассоциация производственных и торговых предприятий рыбного рынка и др.¹⁸».

Как было сказано ранее, технологический субъект GR – социальный субъект, осуществляющий свою деятельность в интересах базисного субъекта GR¹⁹.

Исходя из этого, можно выделить следующие типы технологических субъектов GR²⁰:

- Департаменты по связям с органами государственной власти;
- Профессиональные компании в сфере GR.

«Объекты GR – органы государственной (муниципальной) власти, с которыми устанавливают отношения GR-специалисты²¹».

Объектом GR могут выступать:

- законодательная власть;
- исполнительная власть;
- судебная власть;
- другие органы государственной власти (Центральная избирательная комиссия, Счетная палата и т.д.)²².

Кроме этого, исследователи выделяют еще такое понятие как лицо принимающее решение (ЛПР) – «представитель государственной власти,

¹⁸ GR и лоббизм: теория и технологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. А.В. Ачкасовой, И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – С.20.

¹⁹ Там же – С.22.

²⁰ GR и лоббизм: теория и технологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. А.В. Ачкасовой, И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – С.22.

²¹ GR: Теория и практика: учебник / ред. И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой – СПб.: Изд-во С.-Петербур. Ун-та, 2013. – с. 14.

²² GR и лоббизм: теория и технологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. А.В. Ачкасовой, И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – С.24.

наделенный определенными полномочиями и несущий ответственность за последствия принятого решения²³».

²³ Там же – С.24.

3. Основные GR-технологии

Работа GR-специалиста начинается с мониторинга политики властей в отношении той области, которая касается его деятельности. Детальное отслеживание и аналитика деятельности органов власти, направленные на установление контактов и артикуляцию интересов компании, составляют основную часть работы GR-специалиста.

Нельзя забывать о существовании профессиональных ассоциаций, которые в свою очередь могут выступать посредниками для сбора интересующей информации. Это может быть исследование актуальной проблемы или повестки, мнения основных стейкхолдеров, анализ пробелов в законодательстве и т.д. Кроме этого важные данные можно получить и другими методами, в частности, посредством анализа финансовых отчетов, клиентских записок, опросов, сообщений в СМИ, записей в социальных сетях, статистических данных и инсайдерской информации²⁴. Исследователи указывают на необходимость использования следующих видов аналитики:

- анализ истории взаимоотношений клиента или подведомственной организации с государственными органами и локальными сообществами;
- коммуникативный аудит;
- коммуникативный SWOT-анализ;
- выявление лидеров мнений²⁵.

Следующий шаг – на основе полученной информации сформулировать основные цели и задачи GR-стратегии и разработать тактику действий.

²⁴ GR и лоббизм: теория и технологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. А.В. Ачкасовой, И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – С.77.

²⁵ Там же – С. 78.

Стратегия влияет на видение, ценности и предоставление ориентиров для стратегических проектов и операционной деятельности²⁶. При осуществлении стратегического менеджмента предполагается наличие следующих элементов:

- умение смоделировать ситуацию;
- умение выявить необходимость изменений;
- умение использовать в ходе изменений надежные методы;
- умение воплощать стратегию в жизнь²⁷.

Именно стратегическое планирование дает возможность GR-специалисту своевременно определять потенциальные риски, привлекать необходимые ресурсы, распоряжаться медийными повестками, принимать участие в формировании публичной политики и как итог – оказывать влияние на ЛПР.

Важно подчеркнуть, что при работе с ЛПР в органах власти GR-специалист должен составить его психографический портрет, в котором укажет привычки, предпочтения, отраслевые интересы лица принимающего решения. Кроме этого в данном случае необходимо представлять степень вовлеченности в тот или иной законодательный проект, а также прогнозировать позицию ЛПР по данному вопросу.

Полный процесс GR-деятельности можно представить в виде схемы на рис. 1.1.

²⁶ Фунтов В. Н. Управление проектами развития фирмы: теория и практика. — СПб.: Питер, 2009. — С. 76.

²⁷ Трофимов В. В., Иванов В. Н., Казаков М. К., Евсеев Д. А., Карпова В. С. Управление проектами с Primavera: Учебное пособие. — СПб.: СПбГУЭФ, 2006.

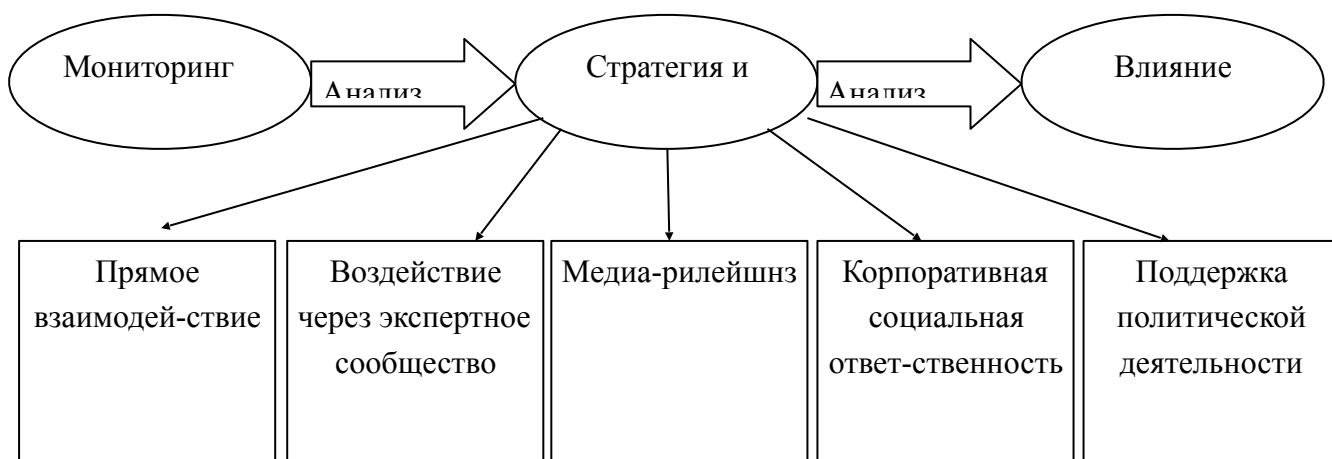


Рис. 1.1. Процесс GR-деятельности

Рассмотрим каждую технологию, представленную на рис. 1.1. в отдельности.

Петербургская школа GR считает, что осуществление прямого взаимодействия с органами государственной власти «предполагает наличие эффективных каналов для межличностной коммуникации²⁸» и включает в себя:

- личные контакты с представителями органов государственной власти;
- участие в комитетах, комиссиях, советах, а также своевременное предоставление информации законодателям по интересующим их вопросам в законодательной сфере;
- участие в форумах, саммитах, конференциях и т.д.;
- кулуарные встречи на светских приемах, культурных и просветительских мероприятиях.

Важно подчеркнуть, что данные приемы могут также быть использованы и в лоббистской деятельности.

Помимо приведенной выше технологии, существуют технологии косвенного воздействия. Среди них – влияние на ЛПР через экспертное

²⁸ GR и лоббизм: теория и технологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. А.В. Ачкасовой, И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – С.78.

сообщество²⁹. Осознание эффективности применения данной технологии в России произошло сравнительно недавно – в начале XXI века, в то время как в США данный инструмент начал активно применяться после Второй мировой войны.

Автор данной работы согласен с мнением А.С. Макарычева³⁰ о том, что для того чтобы понять сущность политического режима в России необходимо проанализировать работу «мозговых центров», т.е. структурные изменения, который происходят внутри экспертного сообщества отражают эволюцию публичной власти в целом. Подобная поставка вопроса основывается на основе пост-позитивистских концепций понимания власти, в частности, важно упомянуть тезис Ж.-Ф. Лиотара: «знание будет важнейшей ставкой в мировом соперничестве за власть³¹». Данный подход помогает определить роль экспертного сообщества в глобальном масштабе. Если говорить о влиянии на внутреннюю политическую обстановку в стране, то здесь важно упомянуть положения социального конструктивизма Александра Вендта: «а) структуры социального взаимодействия определяются преимущественно идеями, а не материальными силами; б) идентичности и интересы субъектов этого взаимодействия конструируются на основе этих идей, а не являются изначально данными³²».

Экспертное сообщество само формирует концептуальное поле в рамках которого оно осуществляет свою деятельность, но в то же время следуя логике социального конструктивизма, фигура эксперта так или иначе является продуктом различных социальных взаимодействий. В идеале «идентичность эксперта может формироваться в поле социальных

²⁹ Там же – С.79.

³⁰ Макарычев А.С. Экспертное сообщество России при президентстве В.Путина: проблемы внутренней и внешней субъектности // Публичная политика – 2005. Сб. ст. / Под редакцией М.Б.Горного и А.Ю.Сунгурова. – СПб: Норма, 2006.

³¹ Жан Франсуа Лиотар. Состояние постмодерна. СПб: издательство «Алатейя», 1998. С.4.

³² Alexander Wendt. Social Theory of International Politics. Cambridge University Press, 2004. P.1.

отношений, предполагающих если не противопоставление, то некую дистанцию между экспертом и политиком³³». Однако в современных реалиях это почти невозможно, потому как осуществление политической деятельности неотделимо от экспертизы, т.е. происходит наложение двух смежных сфер профессиональной деятельности. Данный феномен свойственен не только России, но и ряду других стран.

Так например, согласно Рэмпτονу и Стауберу³⁴, университетские исследования в Америке в 1950-е годы развивались во много благодаря спонсорским программам ВПК. Именно эти программы стали мощным толчком для развития более трети ученых и инженеров в 1960-е годы. Можно сказать, что вторая половина XX века стала примером того, как научные исследования могут быть инициированы, основываясь на требованиях публичной политики. Экспертное мнение ученых неоднократно использовалось как основной аргумент в публичных спорах о внешней политике и расширения ВПК.

СМИ стали эффективной площадкой для продвижения идей экспертного сообщества в массы. Современные медиа используют различных способы донесения мнения экспертов до простого населения, которые в свою очередь, могут повлиять на решения органов государственной власти. Среди подобных видов коммуникаций можно назвать создание рубрики или тематического сюжета на радио и ТВ с участием приглашенного эксперта. Такие формы взаимодействия с аудиторией обходятся компаниям гораздо дешевле, чем традиционная реклама, а также более эффективны с точки зрения продвижения позиций компании.

Параллельно с популяризацией данной технологии, нельзя не отметить рост злоупотребления экспертным мнением со стороны GR-специалистов.

³³ Макарычев А.С. Экспертное сообщество России при президентстве В.Путина: проблемы внутренней и внешней субъектности // Публичная политика – 2005. Сб. ст. / Под редакцией М.Б.Горного и А.Ю.Сунгурова. – СПб: Норма, 2006.

³⁴ Rampton S., Stauber, J. Trust us! We're experts: How industry manipulates science and gambles with your future. Tarcher. 2002.

Так например, в 2002 году стало известно о ряде ученых, которые получали взятки от табачных компаний за публикации критики в адрес американского Агентства по охране окружающей среды.

Кроме выше сказанного, важно подчеркнуть, что воздействие через экспертное сообщество можно отнести как к лоббистским, так и к GR-технологиям. Если специалисты компании используют экспертное мнение при взаимодействии с органами государственной власти, руководствуясь при этом решением коммерческих интересов, то это лоббизм. Создание же позитивного имиджа компании нужно относить в область GR-коммуникаций.

Следующая GR-технология, которой стоит уделить внимание – это корпоративная социальная ответственность (КСО).

Широкое распространение КСО в мире связано с рядом факторов, как социально-экономических, так и политических. Среди них глобализация, развитие общественных организаций, расширение законодательного регулирования, экологические коллапсы, корпоративные скандалы, активное развитие СМИ и Интернета, а также развитие общества устойчивого потребления ресурсов. «Как показывают последние исследования, сегодня в маркетинговых войнах все чаще одерживают победу наиболее чуткие «корпоративные граждане»: они получают реальный спрос и конкурентные преимущества за счет лучшей репутации³⁵».

Петербургские исследователи GR относят КСО к системе community relations, т.е. связям с местным сообществом. Необходимо пояснить, что данный термин подразумевает не только людей объединенных единой географией, но и общими интересами. Так, например, авторы учебного пособия «GR и лоббизм: теория и технологии»³⁶ приводят пример, что сотрудники компаний также являются частью местного сообщества и соответственно тесно взаимодействовать с населением и местными органами

³⁵ GR и лоббизм: теория и технологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. А.В. Ачкасовой, И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – С.82.

³⁶ Там же – С.83.

государственной власти. Подобная причастность способна позитивно отразиться на деятельности компании.

Принято считать, что компании реализуют проекты КСО исключительно в интересах общества, но в действительности КСО является эффективным инструментом коммуникационной стратегии при построении долгосрочных отношений с общественностью и органами государственной власти. Безусловно, государственные органы и сами компании современной России давно осознали значимость данной GR-технологии, которая способна улучшить бизнес-среду внутри страны.

Анастасия Архипова в своей работе «Корпоративная социальная ответственность как инструмент GR-коммуникаций российских компаний³⁷» провела анализ особенностей использования корпоративной социальной ответственности как части GR-коммуникаций в России. Целью анализа стало подтверждение двух гипотез:

- 1) Применение КСО в GR российскими компаниями позволяет им успешно развивать бизнес, повышать капитализацию, а также эффективно взаимодействовать с органами государственной власти;
- 2) Развитие лишь одной КСО, без использования других GR-коммуникаций не так эффективно, как их комплексное применение.

Для проверки данных гипотез был проведен корреляционный анализ по методу Ч. Спичмена. Выборку составили 30 компаний, входящих в ТОП100 российских компаний с наивысшими показателями капитализации и использующих КСО и GR в своей деятельности.

Также автором ВКР была составлена круговая диаграмма частоты использования тех или иных вариаций концепций КСО и GR-коммуникаций

³⁷ Архипова А.М. Корпоративная социальная ответственность как инструмент GR-коммуникаций российских компаний: ВКР; защищена 2016 г. / Архипова А.М.; НИУ ВШЭ. - М., 2016. - 56 с.

ведущими российскими компаниями (см. рисунок 1.2.).

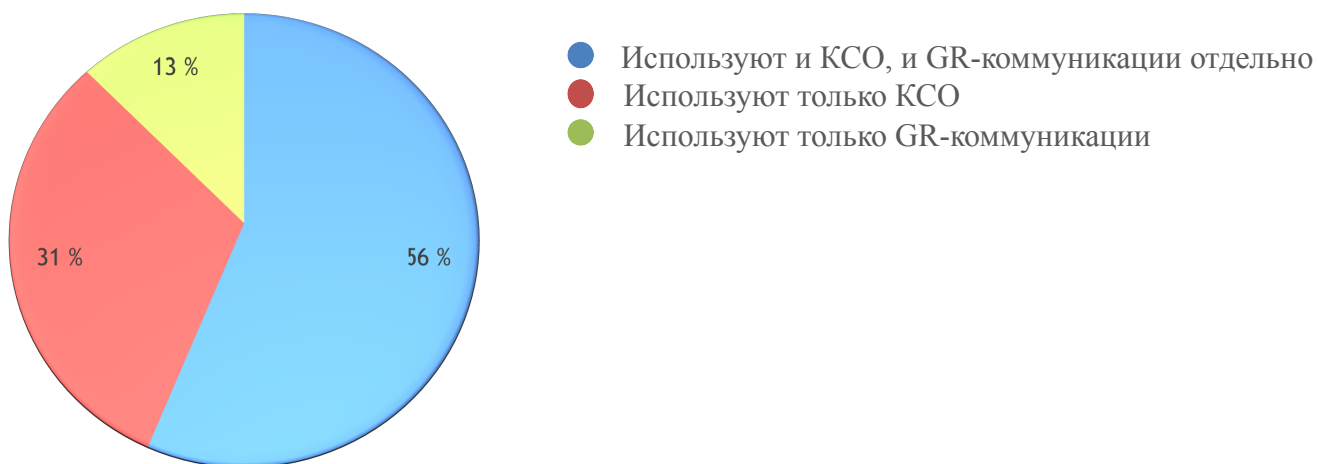


Рис. 1.2. Диаграмма частоты использования концепций КСО и GR-коммуникаций ведущими российскими компаниями

Основываясь на результатах данной выборки можно сделать вывод о том, что больше половины российских компаний используют КСО и другие GR-технологий одновременно. Данный факт говорит о понимании компаниями необходимости внедрения сразу целого комплекса коммуникаций.

Рассматривая различные формы КСО необходимо упомянуть также проекты государственного частного партнерства (ГЧП). ГЧП предполагает под собой «привлечение органами государственного и (или) муниципального управления частного бизнеса для выполнения работ по техническому обслуживанию, эксплуатации, реконструкции, модернизации или новому строительству объектов общественной инфраструктуры и предоставлению публичных услуг с использованием таких объектов на условиях разделения рисков, компетенций и ответственности, определяемых контрактом и совокупностью нормативных актов, действующих на момент его подписания³⁸». ГЧП - это отличный пример сотрудничества бизнеса и

³⁸ Государственно-частное партнерство [Электронный ресурс] // Корпорация развития Камчатского края [Офиц. сайт]. URL: <http://krkk.pro/gchp.html> (дата обращения: 17.04.2017)

властных структур, который предоставляет компаниям доказать свою компетентность и укрепить положительный имидж бренда³⁹.

Рассмотрим еще одну технологию косвенного воздействия – поддержка политической деятельности. Данная технология, как и технология воздействия через экспертное сообщество может быть как лоббистской, так и GR. Поддержка политической деятельности может проявляться в виде предоставления информационной, технической или волонтерской поддержки политических деятелей во время проведения выборов, также она может выражаться в привлечении экспертов, лидеров мнений и проведении бесплатных медийных тренингов для кандидатов⁴⁰.

Не секрет, что во многих странах, включая Россию, существуют законодательные ограничения на поддержку политических партий со стороны коммерческих структур и физических лиц. Поэтому компании часто используют различные способы обхода подобных видов ограничений, которые подразумевают под собой не прямые механизмы финансовой поддержки тех или иных политических движений. К таким способам можно отнести мягкие деньги – «крупные нерегламентированные пожертвования на нужды партий⁴¹» со стороны крупных корпораций и отдельных граждан. Мягкие деньги стали одной из самых противоречивых форм косвенного лоббирования в 1990-е годы.

Событийная коммуникация также является одной из технологий, которую используют GR-специалисты в своей работе. Событийная коммуникация – это технология, которая включает в себя процессы планирования, организации и проведения мероприятий с вовлечением представителей органов государственной власти и других стейкхолдеров с

³⁹Майоров Р. Технологии корпоративного GR. URL: http://www.bkworld.ru/archive/y2008/n06-2008/Tehnologii_korporativnogo_GR.html

⁴⁰ GR и лоббизм: теория и технологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. А.В. Ачкасовой, И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – С.85.

⁴¹ Там же – С.86.

целью привлечения внимания к проблемам бизнеса, а также возможности дальнейшего их решения.

Для того, чтобы событие действительно имело положительный эффект для компании или общественной организации его проводящих, на этапе планирования необходимо разработать цели и задачи, которые данное мероприятие способно решить. Именно детальная проработка этих пунктов позволит избежать ошибок на этапе реализации мероприятия. Кроме этого на первом этапе специалисты должны заложить способы измерения эффективности. Не для кого не секрет, что в современной российской событийном поле существует большое количество мероприятий, которые не несут под собой никакой ценности ни для компании их инициировавших, ни для представителей власти, которые были туда приглашены. Данный подход к организации мероприятий влечет за собой появление мнения о неэффективности применения технологии событийной коммуникации среди GR-специалистов и как следствие отказ от его использования.

Рассмотрим виды специальных мероприятий, которые могут быть использованы в GR-коммуникации. Среди наиболее используемых можно отметить организацию круглых столов, семинаров, конференций, саммитов с участием представителей малого и среднего бизнеса, общественных организаций и органов власти. Также общественные организации, которые занимаются представлением интересов МСП, могут внедрять новые форматы специальных мероприятий, такие как выезды чиновников на локальные производства, их последующее общение с руководителями. Кроме организации точечных событий возможна разработка системы мероприятий. Применение такого инструмента требует объединения профессионального сообщества, в данном случае МСП, а также четкого понимания со стороны организаторов какие проблемы отрасли они планируют решить, используя этот инструмент в своей коммуникации с органами государственной власти. Чаще всего инициативу по организации ряда последовательных мероприятий берут на себя общественные организации, которые внутри себя

аккумулируют профессиональное сообщество и способны путем аналитики определить повестку дня и выгодно ее использовать

В ходе работы над первой главой автором исследования были рассмотрены различные подходы к пониманию GR, в результате проведенного анализа было выделено наиболее полное и раскрывающее смысл определение Government Relations как «многоаспектной (прежде всего коммуникативной) деятельности негосударственных структур, направленную на осуществление взаимодействия с органами государственной власти », предложенное петербургской школой GR. Также были рассмотрены субъекты, объекты GR и основные технологии, используемые GR-специалистами в своей работе. Данные технологии можно разделить на технологии прямого и косвенного воздействия, к последним мы относим: воздействие через экспертное сообщество, технологии КСО, поддержка политической деятельности и событийную коммуникацию.

Глава II

Анализ системы специальных мероприятий Всемирной недели предпринимательства в Санкт-Петербурге

1. Состояние малого и среднего предпринимательства в современной России

В условиях современной экономической системы малое и среднее предпринимательство должно стать опорой государства, но несмотря на это предприниматели продолжают сталкиваться с различными проблемами будь то административные барьеры, несовершенное налоговое законодательство или кредитно-банковская система. Поэтому крайне важно найти адекватные концепции и стратегии взаимодействия МСП с органами государственной власти, которые будут решать проблемы бизнеса в долгосрочной перспективе.

По мнению. А.Н. Шохина, сфера малого и среднего бизнеса достаточно специфична и «нуждается в постоянном и пристальном внимании, учете особенностей функционирования этой структуры с позиций:

- возрастающей политической роли и значения представителей малого и среднего бизнеса в социальной структуре общества;
- роли, значения, динамики доли продукта малого и среднего бизнеса в ВВП страны;
- обеспеченности политико-правовых условий функционирования этого рода отношений⁴²».

⁴² Бизнес и власть в России: теория и практика взаимодействия / под ред. А.Н. Шохина. – М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011. – С.62.

Анализируя политические заявления и декларации правящих элит нельзя сложить четкое представление о том, какую роль власть отводит МСП. Кроме этого здесь необходимо упомянуть о феномене гигантомании, который свойственен ЛПР в российской политике, т.е. убежденность в том, что рост экономики обусловлен развитием крупного бизнеса и производства. На наш взгляд, это весьма не дальновидно и совершенно не учитывает практики развитых стран в данном вопросе. Мировой опыт показывает, что малый и средний бизнес способны обеспечивать рост экономики государства в условиях постоянной внутренней и внешней конкуренции.

Нужно признать, что одно малое предприятие не играет решающей роли в экономике страны, но если такие малые предприятия исчисляются миллионами, то в этом случае можно говорить об их влиянии на экономическое развитие государства. В данном контексте, можно сказать, что развитие малого бизнеса способствует уменьшению безработицы. Кроме этого, при появлении новых малых предприятий происходит изменение уровня конкуренции в различных нишах рынка. Формирование среднего класса также напрямую зависит от развития института МСП.

Обратимся к опыту развитых стран, в Европе 53 % населения работают в малых предприятиях – это 20 млн предприятий и 70 млн рабочих мест⁴³. В странах Скандинавии количество малых и средних предприятий от общего количества предприятий достигает невероятных показателей, так в Швеции 99,8 % предприятий относятся к малому и среднему бизнесу, в Дании 99,5%, в Норвегии 99,6%⁴⁴. В среднем МСП обеспечивает занятость более 65% населения скандинавских стран. Одним из важных документов, в котором была отражена стратегия экономического развития стран Евросоюза, стал «Устав малых предприятий», принятый в 2000 году. Стратегия, заложенная в

⁴³ Бизнес и власть в России: теория и практика взаимодействия / под ред. А.Н. Шохина. – М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011. – С.62.

⁴⁴ Орешко К.С. Факторы роста малого и среднего бизнеса в странах Скандинавии (Дания, Норвегия, Финляндия, Швеция) [Электронный ресурс] // Российский внешнеэкономический вестник. - 2007. - № 7. – Режим доступа: <http://www.rfej.ru/rvv/id/43F2F4> (дата обращения 5.03. 2017)

данном документе, подразумевала, что к 2010 году малый бизнес будет играть ключевую роль в экономическом развитии стран ЕС.

Участники Европейского союза в рамках устава предложили развивать и совершенствовать следующие направления:

1) Образование в сфере предпринимательства⁴⁵

Европейцы прекрасно понимают значение просвещения для развития общества, именно поэтому при разработке «Устава малых предприятий» они заложили такой пункт как бизнес образование. В европейских школах детям дают базовые понятия о предпринимательстве, затем специальные курсы о бизнесе преподаются в средних школах, колледжах и университетах. Так, например, в Швеции реализуют проекты, которые направлены на развитие творческого потенциала и активности среди детей младшей школы, в свою очередь в Великобритании в начальной школе дети получают навыки профессионального образования, при этом сами преподаватели имеют подготовку в сфере преподавания предпринимательских дисциплин. В Финляндии и Швеции курс по введению в предпринимательство включен в программу средней школы. Несмотря на это, попытки внедрения развития предпринимательских навыков на этапе начального образования все еще являются редкостью. Большинство стран более активно развивают свою деятельность в развитии образования в данной сфере на уровне университетов. Так, в университетах Испании, Германии, Австрии и Швейцарии, работают специальные кафедры, которые направлены на получение знаний и навыков в области создания собственного бизнеса и осуществлять эффективный менеджмент. В

Скандинавских странах, а также в Португалии и Ирландии пользуются популярностью университеты, которые предлагают различные курсы по предпринимательству и управлению. В Великобритании

⁴⁵ European Charter for Small Enterprises [Электронный ресурс] // Community Research and Development Information Service [Официальный сайт] – Режим доступа: <http://cordis.europa.eu/documents/documentlibrary/46982271EN6.pdf> (дата обращения 16.03. 2017)

давно поняли необходимость тесного сотрудничества университетов и представителей предпринимательского сотрудничества, именно поэтому там действует программа, которая позволяет поддерживать связи между высшими учебными заведениями и бизнесом. Суть данной программы состоит во внедрении результатов научных исследований в реальную деятельность предприятий. Кроме этого, правительства стран ЕС предпринимают попытки большего вовлечения населения в новые образовательные программы: во Франции весьма популярны дни открытых дверей в ведущих университетах; в Ирландии это организация ежегодного соревнования по разработке лучшего бизнес-плана среди студентов ВУЗов; в Португалии проводятся различные конференции для предпринимателей; в Испании созданы информационные центры по поддержке студенческих бизнес-идей. Помимо школьной системы и университетов, в Европе созданы так называемые системы консультирования, которые предназначены для поддержки будущих предпринимателей при реализации их бизнес-идей. Данные системы действуют в таких странах, как Дания, Бельгия, Ирландия, Греция, Швеция и Финляндия. Задача таких центров – консультирование, обучение, коучинг и другие мероприятия для создания успешного бизнеса. «Существует относительно немного инициатив развития схем обучения для менеджеров и персонала малого и среднего бизнеса. Например, в Финляндии организованы специальные тренинги для женщин-предпринимателей, а в Англии выплачиваются стипендии потенциальным бизнесменам из бедных районов, есть также проекты, объединяющие обучение и практические занятия⁴⁶». Обобщая выше сказанное, можно сказать, что в современной Европе существует достаточно много образовательных инициатив для развития института предпринимательства, начиная с начальных школ и заканчивая программами дополнительного профессионального образования в сфере бизнеса.

2) Регистрация предприятий должна быть быстрой и недорогой

⁴⁶ Бизнес и власть в России: теория и практика взаимодействия / под ред. А.Н. Шохина. – М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011. – С.65.

Следуя «Уставу малых предприятий» стоимость создания компании должна быть самой конкурентной в мире, при этом время для ее регистрации минимальным с максимальным сокращением доли бюрократии и самое главное, данная процедура регистрации должна быть доступна в онлайн. В более чем в 8 странах, таких как Германия, Бельгия, Испания, Греция, Италия, Нидерланды, Австрия и Великобритания процесс создания малого предприятия с 1-2 работниками занимает 1-2 дня и стоимость регистрации довольно небольшая менее 100 Евро. По части открытия частных товариществ ситуация достаточно неоднородна для стран участниц ЕС, но в ряде стран можно наблюдать максимальное снижение стоимости их регистрации, так, например, минимальный капитал необходимый для создания такой компании составляет 1 Евро, в Дании регистрации и вовсе бесплатна. Особенно важно отметить, что все необходимые процедуры можно оформить в онлайн.

3) Совершенствование законодательного регулирования

Данный пункт предполагает пересмотр политики стран Евросоюза к компаниям-банкротам, упрощение законодательных актов, чтобы они были понятны конечному пользователю, а также освобождение малого предпринимательства от ряда обязательств.

4) Доступность решения вопросов в онлайн

Европа одна из первых осознала необходимость введения электронного правительства для ускорения многих процедур, начиная предоставлением консультаций со стороны правительства и заканчивая проведением электронных транзакций между бизнесом и правительства в сфере электронной коммерции.

В Европе шаг за шагом реализуется политика стимулирования и содействия малому и среднему бизнесу. Правительства стремятся создать продуктивную систему консультаций для представителей МСП, именно поэтому происходит возникновение специальных комитетов для малого бизнеса, которые в свою очередь предназначены для консультирования законодательных органов власти. «Некоторые из таких комитетов, например,

Ирландский круглый стол по вопросам малого бизнеса, Шведская группа представителей малого бизнеса и Шотландская министерская группа для консультаций малого бизнеса в Великобритании организуют проведение встреч между представителями правительства и представителями малого бизнеса, агентств развития, а также учеными и преподавателями университетов⁴⁷».

Кроме работы вышеупомянутых комиссий в ЕС есть опыт введения должности федерального государственного представителя по вопросам малого бизнеса, так в Германии в обязанности данного представителя входит учет потребностей и интересов МСП в законодательной деятельности.

В Испании была создана Обсерватория малых и средних предприятий, призванная осуществлять оценку текущего положения, разрабатывать предложения в сфере совершенствования государственной политики в сфере МСП, а также проводить наблюдения за деятельностью вышеупомянутых видов предприятий. «Создание Обсерватории в русле развития общеевропейских инициатив дополняло ранее принятые решениям правительства сформировать межведомственную комиссию для изучения вопросов налогообложения малых и средних компаний, а также рабочую группу по политике в сфере малого и среднего предпринимательства»⁴⁸.

«Интересы малого бизнеса часто представлены, в широком смысле, в виде комитетов или организаций, где участвуют малый и крупный бизнес. В деле представительства интересов мелких компаний на уровне ЕС только Великобритания предприняла прямую акцию, открыв представительство в Брюсселе⁴⁹».

⁴⁷ Бизнес и власть в России: теория и практика взаимодействия / под ред. А.Н. Шохина. – М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011. – С.65.

⁴⁸ Прохоренко И.Л. Опыт развития малого и среднего бизнеса в Испании [Электронный ресурс] // Мировое и национальное хозяйство: Издание МГИМО МИД России. - 2011. - № 3. – Режим доступа: <http://mirec.ru/2011-03/opyt-razvitiya-malogo-i-srednego-biznesa-v-ispanii> (дата обращения 23.04. 2017)

⁴⁹ Бизнес и власть в России: теория и практика взаимодействия / под ред. А.Н. Шохина. – М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011. – С.67.

В странах Европы особое внимание уделено усилению технологической мощности малого бизнеса, а также организации передачи технологий компаниям МСП из исследовательских центров.

Бельгия, Дания, Испания и Норвегия поощряют технически квалифицированный персонал, который задействован в малом и среднем предпринимательстве. Германия разработала несколько программ в рамках которых технологичный бизнес может получить начальный капитал, а также консультации в тех областях, где рынок не в состоянии их предоставить. Кроме этого в Европе также есть практика закупки новейшей техники за счет государственных субсидий для тех предприятий, которые активно внедряют новые технологии в производство⁵⁰. В таких странах как Греция и Франция местные правительства активно создают технопарки и бизнес-инкубаторы. Органы государственной власти выступают за технологическую кооперацию между компаниями разного размера, в особенности среди малых предприятий. Также разрабатываются программы, ориентированные на коммерческое применение знаний и технологий, внедряются системы сертификации и контроля качества для малых предприятий. Правительства стран ЕС активно поощряет сотрудничество между малыми предприятиями на всех уровнях, начиная от местного и заканчивая международным. «В Нидерландах существует опыт кооперации между государственными и частными предприятиями для улучшения условий существования инновационных hi-tech-компаний; поощряется кооперация между малыми и большими фирмами для создания инновационных групп компаний. В Швеции действует программа внедрения информационных технологий для

⁵⁰Абесалашвили М.З. Механизмы государственного регулирования инновационного предпринимательства в странах Западной Европы [Электронный ресурс] / Абесалашвили М.З., Захарова Е.Н., Керашев А.А., Мокрушин А.А., Тхагапсо Р.А. // Вестник Адыгейского государственного университета. - 2016. - № 5. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/mehanizmy-gosudarstvennogo-regulirovaniya-innovatsionnogo-predprinimatelstva-v-stranah-zapadnoy-evropy> (дата обращения 13.02.2016)

малых компаний с количеством занятых до 10 человек⁵¹». Европейский опыт базируется на единой стратегии, которая подразумевает под собой комплекс действия по реализации эффективной политики в сфере малого и среднего предпринимательства. По мнению автора данной работы, данный опыт может быть использован в качестве успешного кейса и частично воплощен в российских реалиях.

А.Н. Шохин⁵² считает, что развитие МСП в России сдерживают следующие проблемы: излишние административные барьеры, неконтролируемая бюрократия, коррупция, мешающая развитию конкуренции. Вышеперечисленные проблемы еще раз указывают на необходимость разработки единой комплексной стратегии, которая будет включать в себя экономическую, административную, судебную и социальную сферы для создания благоприятных условий развития института МСП. «Центр GR-стратегии должен перемещаться к регламентам четкого закрепления прав собственности, либерализации контроля над бизнесом⁵³».

Кроме этого на состояние бизнеса в России повлиял экономический кризис. Нынешний кризис это сочетание внутренних и внешних факторов, которые в своей совокупности крайне негативно влияют на состояние российской экономики. Нельзя отрицать, что проблемы в экономике начались еще до санкций Запада. Сырьевая экономика, медленное развитие качество деловой среды к 2013 году привели к уменьшению темпов роста экономики, а в 2014 году инвестиции в основной капитал «ушли в минус»⁵⁴. Затем внешние факторы усугубили влияние внутренних проблем. К данным факторам относятся: снижение темпов развития мировой экономики, санкции Запада, падение цен на нефть.

⁵¹ Бизнес и власть в России: теория и практика взаимодействия / под ред. А.Н. Шохина. – М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011. – С.68.

⁵² Там же – С.69.

⁵³ Там же – С.70.

⁵⁴ Бизнес и власть в России: взаимодействие в условиях кризиса / под ред. А.Н. Шохина. – М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2016. – С.7.

В связи с этим интересно обратиться к антикризисному мониторингу «ОПОРЫ России» 2017 года, который показывает, как оценивают предприниматели влияние кризиса на их бизнес (см. прил. 1). Более трети опрошенных респондентов оценивают состояние своего бизнеса как плохое, 49 % не могут дать ни положительную ни отрицательную оценку, и лишь 6% предпринимателей считают, что их бизнес развивается хорошо. При этом 35% опрошенных респондентов сократили численность работников для того, чтобы справиться с негативными последствиями кризиса. В прошлом году эта цифра была на 7% ниже. Мониторинг выявил три основные проблемы для малого и среднего бизнеса: дефицит финансовых ресурсов (31%), ослабление рубля и инфляция (30%), спад спроса на продукцию (39%).

На пике экономического кризиса в апреле 2015 года состоялось заседание госсовета по вопросам МСП⁵⁵, по итогам которого были выделены несколько направлений государственной помощи малому и среднему бизнесу.

1. «Налоговые каникулы» для нового бизнеса

Право вводить «налоговые каникулы» для предпринимателей было закреплено в 477 федеральном законе⁵⁶. Согласно данному ФЗ субъекты РФ имеют право предоставлять «налоговые каникулы» бизнесу в сфере услуг, производстве, в социальной и научных сферах.

2. Снижение налоговых ставок для малого бизнеса

Субъекты РФ вправе снижать ставку налога с 15 до 5 %, кроме этого Государственной Думой был принят законопроект который предусматривал право регионов снижать ставку по УСН с объектов обложения с 6 до 1 %.

3. Передача налогов малых предприятий в казну местных властей

Регионам было предложено рассмотреть вопрос об увеличении налоговых отчислений в местные бюджеты. Правительство считает, что

⁵⁵ Федеральный закон от 29.12.2014 г. № 477-ФЗ [Электронный ресурс] // Президент России [Офиц. сайт] – Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/bank/39255> (дата обращения: 24.04.2017)

⁵⁶ Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года [Электронный ресурс] // Правительство России [Офиц. сайт] – Режим доступа: <http://government.ru/docs/23354> (дата обращения: 2.04.2017)

данная инициатива позволит увеличить роль местного самоуправления в развитии малого и среднего предпринимательства в регионах.

4. Временный отказ от повышения льготных ставок аренды помещений для МСП

В 2016 году Правительством Российской Федерации была принята Стратегия развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года. «Цель Стратегии – развитие сферы малого и среднего предпринимательства как одного из факторов инновационного развития страны и улучшения отраслевой структуры экономики. Стратегия направлена на создание конкурентоспособной, гибкой и адаптивной экономики, которая обеспечивает высокий уровень индивидуализации товаров и услуг, высокую скорость технологического обновления и стабильную занятость⁵⁷».

В тексте документа дан подробный анализ состояния МСП в России, а также указаны проблемы, которые мешают развитию данного института.

«Малые и средние предприятия - это 5,6 млн. хозяйствующих субъектов, рабочие места для 18 млн. граждан. Около одной пятой валового внутреннего продукта Российской Федерации, а во многих субъектах Российской Федерации треть и более валового регионального продукта создаются такими организациями⁵⁸».

Малое предпринимательство, как сектор, в основном сосредоточен в сферах услуг и торговли. Средние предприятия чаще всего работают в сферах с более высокой добавленной стоимостью, среди них обрабатывающая промышленность, строительство, сельское хозяйство.

Исходя из доклада вклад МСП в общие экономические показатели страны существенно ниже, чем в большинстве не только развитых стран, но и развивающихся. Так МСП в России это прежде всего микробизнес, т.е. 95,5

⁵⁷ Заседание Государственного совета по вопросам развития малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс] // Президент России [Официальный сайт] – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/49214> (дата обращения: 24.04.2017)

⁵⁸ Распоряжение от 2 июня 2016 года №1083-р [Электронный ресурс] // Правительство России [Официальный сайт] – Режим доступа: <http://government.ru/media/files/jFDd9wbAbApxgEiHNaXHveytq7hfPO96.pdf> (дата обращения: 27.03.2017)

процента от общего числа субъектов малого и среднего предпринимательства. Число средних предприятий остается крайне низким.

«На малые и средние предприятия приходится только 5 - 6 процентов общего объема основных средств и 6 - 7 процентов объема инвестиций в основной капитал в целом по стране. Производительность труда на малых и средних предприятиях в Российской Федерации, по оценке Министерства экономического развития Российской Федерации, отстает от уровня развитых стран (США, Японии, стран Европейского союза) в 2 - 3 раза. В последние годы динамика развития малого и среднего предпринимательства является отрицательной⁵⁹».

Кроме этого, по данным Федеральной службы государственной статистики⁶⁰, доля малых и средних предприятий в обороте предприятий по экономике в целом, поступательно снижается. Падение показателя только в 2014 году по сравнению с 2013 годом составило 1,8 подпунктов - с 34,2 процента в 2013 году до 32,4 процента в 2014 году. В 2014 году доля экспорта малых и средних предприятий в общем объеме экспорта Российской Федерации, по данным Федеральной таможенной службы, составила около 6 процентов.

Также в докладе указывается на низкую инновационную и инвестиционную активность МСП, рост неформальной занятости и неравномерное распределение малого и среднего бизнеса на территории России. Кроме этого внимание уделяется низкому показателю среди начинающих предпринимателей, так только 4,7 процента россиян являются начинающими предпринимателями.

«Остается нерешенным вопрос доступа малых и средних предприятий к финансовым ресурсам для целей развития бизнеса. По данным Центрального банка Российской Федерации, в 2015 году доля малых и

⁵⁹ Там же.

⁶⁰ Малое и среднее предпринимательство в России [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики [Официальный сайт] – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2015/mal-pred15.pdf (дата обращения: 14.04.2017)

средних предприятий в общем кредитном портфеле юридических лиц и индивидуальных предпринимателей составила 16,9 процента (среднемировой уровень - 23 процента). Сильное негативное воздействие на сектор малого и среднего предпринимательства оказали кризисные явления. Рост процентных ставок и кризис ликвидности - эти и другие смежные факторы отрицательно повлияли на себестоимость продукции и рентабельность бизнеса, инвестиционные планы и финансовую устойчивость малых и средних предприятий⁶¹».

В целом состояние института МСП оценивается как негативное. Авторы доклада разработали ряд приоритетных направлений, которые должны быть реализованы в рамках развития института малого и среднего предпринимательства в России: - интеграция функций поддержки малого и среднего предпринимательства;

- 1) «стимулирование спроса на продукцию малых и средних предприятий, в том числе на основе расширения доступа таких предприятий к закупкам товаров, работ, услуг организациями государственного сектора экономики;
- 2) создание условий для повышения производительности труда на малых и средних предприятиях;
- 3) обеспечение доступности финансовых ресурсов для малых и средних предприятий;
- 4) совершенствование политики в области налогообложения и неналоговых платежей;
- 5) повышение качества государственного регулирования в сфере малого и среднего предпринимательства;

⁶¹ Распоряжение от 2 июня 2016 года №1083-р [Электронный ресурс] // Правительство России [Офиц. сайт] – Режим доступа: <http://government.ru/media/files/jFDd9wbAbApxgEiHNaXHveytq7hfPO96.pdf> (дата обращения: 15.04.2017)

б) стимулирование развития предпринимательской деятельности на отдельных территориях⁶²».

Экономист и стратег В.Л. Квинт считает⁶³, что документ, в котором нет ресурсной базы, нет четкого обоснования показателей, которые необходимо достигнуть по итогу, то такой документ нельзя назвать стратегией. Если внимательно рассматривать Стратегию развития малого и среднего предпринимательства до 2030, то мы не найдем обоснования почему доля малого и среднего предпринимательства в ВВП должна увеличиться в два раза с 20 до 40 процентов к 2030 году, тоже самое касается и других цифр обозначенных в документе. Также на страницах Стратегии отсутствует ресурсная база, т.е. какие деньги будут затрачены на реализацию и откуда будет осуществляться финансирование. В плане мероприятий (дорожной карте) указано более 40 мероприятий, которые необходимо осуществить для достижения поставленных целей, но в ожидаемых результатах нет конкретики, только весьма расплывчатые формулировки. Данная поставка задач также ставит реализацию стратегии под вопрос.

Если осознание необходимости разработки единой стратегии есть, то четкого понимания как разработать ее правильно, учитывая современное состояние МСП и его нужды, нет. На наш взгляд именно общественные организации, объединяющие представителей малого и среднего бизнеса должны привлекать внимание государства к проблемам института, а также стать инициаторами разработки упомянутой выше единой стратегии развития. На данный момент к таким организациям можно отнести: Российский союз промышленников и предпринимателей РСПП, Торгово-промышленную палату, "Деловую Россию", "Опору России".

⁶² Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года [Электронный ресурс] // Правительство России [Официальный сайт] – Режим доступа: <http://government.ru/docs/23354> (дата обращения: 2.04.2017)

⁶³ Пик трудностей символично придется на 2017 год [Электронный ресурс] // Российская Федерация сегодня [Официальный сайт] – Режим доступа: http://www.russia-today.ru/2012/2012_11_09.html (дата обращения: 18.04.2017)

В данном параграфе автором работы был рассмотрен опыт европейских стран в осуществлении политики в отношении малого и среднего предпринимательства, проведен анализ современного состояния МСП в России, а также более детально рассмотрен текст «Стратегии развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года». На основании проведенной работы можно сделать выводы, что в России осознают важность малого и среднего бизнеса для экономики и предпринимают попытки решить проблемы института, путем создания единой стратегии развития. Но документ, который есть на данный момент, содержит ряд пробелов, которые ставят реализацию стратегии под вопрос. По мнению автора, именно общественные организации, объединяющие представителей малого и среднего бизнеса должны привлекать внимание государства к проблемам института, а также стать инициаторами разработки упомянутой выше единой стратегии развития.

2. Система специальных мероприятий Всемирной недели предпринимательства как инструмент технологии событийной коммуникации

Всемирная неделя предпринимательства была основана в 2007 году Джонатоном Ортмансом, который до сих пор возглавляет ВВП на глобальном уровне, Карлом Шраммом, бывшим президентом и главным исполнительным директором фонда Кауфмана и Гордоном Брауном, бывшим премьер - министром Соединенного Королевства. В первый год неделю приняли более 35 стран⁶⁴.

Всемирная Неделя предпринимательства (ВВП) – это глобальное мероприятие для представителей бизнес сообщества которые запускают стартап-проекты, разрабатывают бизнес проекты, ведущие к росту экономики и улучшению благосостояния людей. Кроме этого в работе данного проекта нередко принимают органы государственной власти, от которых зависит развитие института МСП на всех уровнях государственной политики.

Мероприятия недели проводятся каждый год в ноябре и призваны объединить различные институты для развития малого и среднего предпринимательства по всему миру. У глобальных организаторов нет четких требований к организации недели в отдельных городах и странах. Для них важно организовать продуктивный диалог внутри сферы, а также выстроить систему взаимопонимания между малым и средним бизнесом и местными органами власти для решения проблем данного института.

Анализируя опыт разных стран, нельзя выделить единого сценария проведения недели. Некоторые страны проводят мероприятия на базе университетов, другие организуют ряд активностей, не объединенных единой площадкой. Организаторы ВВП в Санкт-Петербурге второй год проводили

⁶⁴ Global Entrepreneurship Week [Электронный ресурс] URL: <http://gew.co/> (дата обращения: 18.04.2017)

мероприятия на правительственной площадке – в Центре импортозамещения и локализации.

Всемирная неделя предпринимательства проводится в Санкт-Петербурге с 2015 года. Организатором недели второй год подряд выступало Санкт-Петербургское отделение «ОПОРЫ РОССИИ».

«ОПОРА РОССИИ» - это общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства, которая появилась в 2002 году. На данный момент это единственная организация, которая объединяет исключительно представителей малого и среднего бизнеса. Другие организации, такие как Российский союз промышленников и предпринимателей РСПП, Торгово-промышленная палата, "Деловая Россия", Клуб лидеров объединяют и крупный бизнес тоже.

На официальном сайте организации можно найти информацию, о том, что ОПОРА «является площадкой для эффективного профессионального диалога владельцев и руководителей предприятий малого и среднего бизнеса и представителей федеральных органов исполнительной власти, региональной власти и муниципалитетов, контролирующих органов, инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства, а также представителей экспертного сообщества⁶⁵». Из этого можно сделать вывод, что в данном случае организация выступает как субъект GR.

К числу основных направлений деятельности «ОПОРЫ РОССИИ» относятся: правовая поддержка предпринимателей, оказание помощи в привлечении финансовых средств для малого и среднего бизнеса, ежегодное исследование предпринимательского климата в России, развитие международного сотрудничества.

Организационная структура «ОПОРЫ РОССИИ» представлена на рис. 2.1.. В региональных отделениях высшим руководящим органом

⁶⁵ Об «ОПОРЕ РОССИИ» [Электронный ресурс] // ОПОРА РОССИИ [Официальный сайт] – Режим доступа: <http://www.opora.ru/about/> (дата обращения: 3.05.2017)

Регионального отделения является Конференция Регионального отделения⁶⁶.
Все решения в организации принимаются коллегиально.

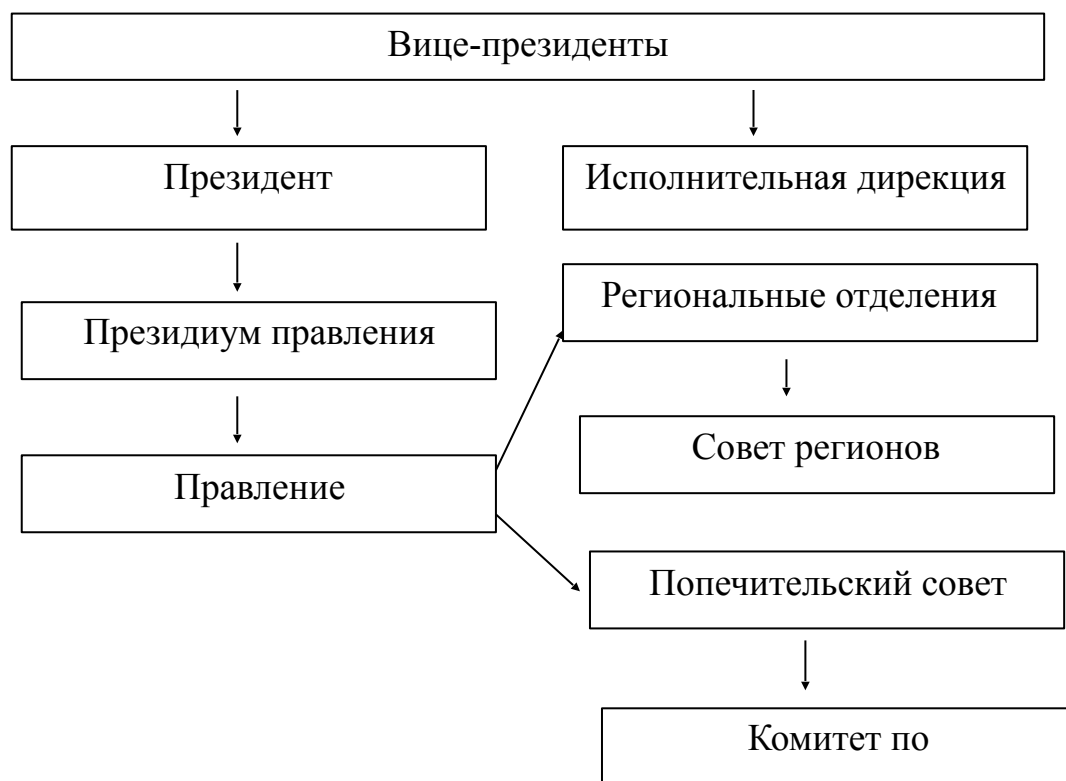


Рис.2.1. Организационная структура «ОПОРЫ РОССИИ»

Впервые ВМП в Петербурге была проведена в 2015 году. Для Санкт-Петербургского отделения «ОПОРЫ РОССИИ» это был первый опыт организации подобный крупных мероприятий в масштабах города. Организаторы решили использовать правительственную площадку Центра импортозамещения и локализации (ЦИЗиЛ) в 4 павильоне ЛенЭкспо.

Центр был открыт в сентябре 2015 года как конгрессно-выставочная площадка. Создание Центра было продиктовано необходимостью перехода производства страны на рельсы импортозамещения. Проект ЦИЗиЛ – это совместный проект комитета по промышленной политике и инновациям и крупнейшей конгрессно-выставочной площадки города Экспофорум-Интернешнл. Центр был заинтересован в проведении ВМП на своей

⁶⁶ Устав Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ» [Электронный ресурс] // ОПОРА РОССИИ [Офиц. сайт] – Режим доступа: <http://www.opora.ru/upload/iblock/350/350ce5743cc0c114678d6d514611f2b0.pdf> (дата обращения: 16.04.2017)

площадке, поэтому двум сторонам удалось договориться о безвозмездном использовании площадей центра для проведения мероприятий недели.

В рамках первой Всемирной недели предпринимательства в Санкт-Петербурге «ОПОРА РОССИИ» провела более 20 мероприятий (см. прил.2) которые посетили более 1500 участников. Организаторы ориентировались на привлечение следующих групп общественности (см. прил.3): малый, средний и крупный бизнес, политики. Среди бизнеса были выделены отдельно владельцы компаний (35%), сотрудники (30%) и топ-менеджеры 25%. Несмотря на то, что ВВП изначально позиционирует себя как проект для малого и среднего бизнеса, в 2015 году организаторы приглашали и крупный бизнес тоже. Это было обусловлено требованиями площадки, Центр импортозамещения был заинтересован в привлечении новых резидентов из сферы крупного бизнеса. Анализируя деловую программу недели, нельзя выделить единой темы, которая бы объединила все мероприятия в рамках ВВП 2015. По словам организаторов, это был пилотный проект и ОПОРЕ было важно понять насколько данный формат может быть эффективен и интересен бизнесу.

По словам исполнительного директора Санкт-Петербургского отделения ОПОРЫ РОССИИ Т.А. Барановой, первая ВВП в Петербурге была нацелена на диалог внутри бизнес-сообщества Петербурга, а также на подведение итогов года. В рамках недели были проведены ряд мероприятий с участием представителей органов власти, в частности, в работе пленарного заседания и круглых столов приняли участие Вице-губернатор Санкт-Петербурга С.Н. Мовчан, председатель Комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка Э.И. Качаев, депутат Законодательного собрания Санкт-Петербурга И.В. Иванова, Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Санкт-Петербурге А.В. Абросимов, директор Центра развития и поддержки предпринимательства Д.В. Старковский и его заместитель Г.М. Гутеньков. Но оценить эффективность присутствия представителей органов власти на данных мероприятиях не удалось. По словам Т.А. Барановой в 2015 году измерение

эффективности участия органов государственной власти не входило в планы организаторов недели.

В 2016 году ОПОРА РОССИИ немного изменила концепцию Всемирной недели предпринимательства, более тщательно проработав тематику мероприятий, а также усилив направление работы с привлечением представителей органов государственной власти на площадку. Последнее было обусловлено запросами малого и среднего бизнеса, которые считали, что присутствие органов власти позволит ускорить процессы решения актуальных проблем института предпринимательства.

Перед организаторами вновь встал вопрос выбора площадки проведения мероприятий недели. ОПОРА РОССИИ решила запросить помещения Центра импортозамещения и локализации комитета по промышленной политике и инновациям. На этапе переговоров выяснилось, что Экспоформ не заинтересован в предоставлении площадки на безвозмездной основе, несмотря на желание комитета провести ВВП в ЦИЗиЛ. Поскольку Всемирная неделя предпринимательства не является коммерческим проектом, организаторы были готовы отказаться от данной площадки, но трем сторонам все-таки удалось достигнуть соглашения в результате которого Центр предоставил помещения второго этажа 4 павильона ЛенЭкспо.

На этапе планирования проекта были сформированы основные цели и задачи проекта Всемирной недели предпринимательства в Санкт-Петербурге.

Цели:

- 1) Популяризация идей предпринимательства и инноваторства, которые являются основой экономического развития города;
- 2) Объединение на единой площадке малого и среднего бизнеса города, представителей общественных организаций, а так же органов власти города для обсуждения и выработки возможных вариантов решения проблем предпринимательства в городе.

Задачи:

- 1) Применение различных видов коммуникаций для:

- обсуждение актуальных тем в сфере предпринимательства
- обучение потенциальных предпринимателей основам ведения бизнеса в Санкт-Петербурге;

- 2) Обеспечение прямого диалога государственных структур с представителями малого и среднего бизнеса города;
- 3) Разработка перспективных предложений и инициатив в сфере малого и среднего предпринимательства, а так же создание единой резолюции по итогам недели.

Исходя из целей и задач проекта была сформирована программа мероприятий (см. прил. 4). Каждый день делился на несколько тематических блоков по отраслевому признаку. В рамках недели было проведено более 70 мероприятий по следующим сферам деятельности бизнеса: строительство и девелопмент, медицина и здоровье, внутренний и внешний туризм, машиностроение и робототехника, легкая промышленность, ИТ, потребительский рынок и HoReCa.

Тематика каждого отдельного мероприятия формировалась исходя из запросов предпринимательского сообщества, т.е. вопросов и проблем, которые по их мнению необходимо рассмотреть и по возможности решить путем обсуждения внутри сферы, а также при участии органов власти в коммуникации. Ниже представлена таблица мероприятий, на которые были приглашены представители органов государственной власти.

Мероприятие	Представитель органов государственной власти
Открытие Всемирной недели предпринимательства, пленарное заседание	Н.Н. Цуканов, полномочный представитель Президента РФ в Северо-Западном федеральном округе
	Полтавченко Г. С., губернатор Санкт-Петербурга

	С. Н. Мовчан, вице-губернатор Санкт-Петербурга
	М.С. Мейксин, председатель комитета по промышленной политике и инновациям
	Э.И. Качаев, председатель комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка
Строительство и девелопмент	
Пленарное заседание «Решение инфраструктурного вопроса Петербургской агломерации»	С. В. Макаров, председатель Комитета по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры
	Е.Г. Осинцева, первый заместитель председателя Комитета по транспорту
	М.И. Москвин, заместитель Председателя Правительства Ленинградской области по строительству
Круглый стол «Новые кварталы. Версия 2.0»	В.А. Григорьев, председатель Комитета по градостроительству и архитектуре
Круглый стол: «Инновационные технологии в строительной отрасли: что будет работать завтра?»	С.Э. Морозов, председатель комитета по строительству Санкт-Петербурга
Машиностроение и робототехника	

Панельная дискуссия: В поисках «генома НТИ»	П.Е. Тищенко, заместитель председателя Комитета по труду и занятости населения Санкт-Петербурга
ИТ	
Формирование коммуникационных площадок как механизм вовлечение субъектов МСП в систему госзаказа	М. С. Баланев, исполнительный директор Санкт-Петербургского Фонда развития бизнеса
Легкая промышленность	
Пленарная дискуссия «Санкт-Петербург — центр моды и легкой промышленности»	Э.И. Качаев, председатель комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка
Женское предпринимательство	
Семинар: Как открыть ИП. Юридические основы. Налогообложение малого бизнеса. Государственная и региональная поддержка	Д. Гайсин, главный специалист отдела экономической и правовой поддержки развития субъектов малого и среднего предпринимательства СПб ГБУ «Центр развития и поддержки предпринимательства»

Визит губернатора Санкт-Петербурга и его интерес к Всемирной неделе предпринимательства положительно отразился на заинтересованности чиновников в участии в мероприятиях недели. До появления точной информации о прибытии Г.С. Полтавченко на площадку коммуникация по приглашению представителей правительства Санкт-Петербурга была замедлена. Площадку Центра импортозамещения посетили более 10

представителей органов власти. Формат вовлечения был разный: участие в пленарных заседаниях с докладами, экспертное участие в круглых столах и дискуссиях.

По итогам Всемирной недели предпринимательства ОПОРОЙ РОССИИ был сформирован отчет о прошедших в рамках проекта мероприятиях. Данный документ содержал подробную информацию о тематике мероприятий, приглашенных спикеров, вопросах, которые были затронуты в рамках обсуждений и т.д. Отчет был отправлен в приемную губернатора Санкт-Петербурга.

Для того чтобы понять является ли Всемирная неделя предпринимательства в Санкт-Петербурге инструментом GR-деятельности еще раз обратимся к определению такой GR-технологии как событийная коммуникация. Событийная коммуникация – это технология, которая включает в себя процессы планирования, организации и проведения мероприятий с вовлечением представителей органов государственной власти и других стейкхолдеров с целью привлечения внимания к проблемам бизнеса, а также возможности дальнейшего их решения.

ОПОРА РОССИИ, как было сказано ранее, выступает субъектом GR-деятельности. Анализируя цели и задачи недели, а также проведенные мероприятия с привлечением органов государственной власти, которые были инициированы ОПОРОЙ РОССИИ, можно сделать вывод, что система мероприятий, проведенные в рамках ВВП, являются инструментом такой GR-технологии как событийная коммуникация.

Привлечение представителей органов власти, как было сказано ранее, было продиктовано желанием бизнеса, поэтому автору работы было интересно узнать, насколько изменилось мнение предпринимателей по данному вопросу после окончания проекта в 2016 году. Автором данной работы был проведен опрос среди 32 владельцев малого и среднего бизнеса, которые также являются членами Санкт-Петербургского отделения ОПОРЫ РОССИИ (см.прил. 5).

81% опрошенных респондентов знают о проекте Всемирной недели предпринимательства, из них 73% принимали участие в мероприятиях недели в 2016 году. Более одной четверти опрошенных предпринимателей, считают данные мероприятия эффективными. 57% респондентов говорят о полезности данного проекта, но считают, что организаторам стоит продумать концепцию мероприятий более тщательно, оставшиеся 14% считают проект не эффективным.

Автором опроса был предусмотрен открытый вопрос, который подразумевал варианты получения рекомендации от предпринимателей о том, как можно улучшить мероприятия недели. Респонденты предложили провести организаторам исследование актуальных проблем МСБ и на его основе формировать деловую программу, также было высказано предложение о подготовке вопросов и просьб к представителям органов государственной власти заранее, чтобы приходя на мероприятия, у чиновников были тщательно подготовленные ответы на вопросы предпринимателей и варианты решения конкретных проблем. Также среди предложений предпринимателей были: смена площадки проведения мероприятий, более активное рекламирование проекта, организация живых дискуссий представителей комитетов и бизнеса.

77% опрошенных респондентов считают систему специальных мероприятий эффективным инструментом GR-деятельности, в свою очередь 23% говорят о неэффективности данного инструмента. Важно отметить, что 84% опрошенных представителей малого и среднего бизнеса выразили желание участвовать в мероприятиях Всемирной недели предпринимательства в Санкт-Петербурге в 2017 году.

Кроме опроса предпринимателей, автор работы провел экспертные интервью со стейкхолдерами проекта, а также с представителем организатора ВВП Санкт-Петербургской ОПОРЫ РОССИИ. Эксперты дали оценку современному состоянию МСП В России и Петербурге, рассказали какие технологии GR, на их взгляд эффективны в современной России.

Исполнительный директор ОПОРЫ РОССИИ Т.А. Баранова считает, что институт МСП до сих пор не сформирован в России в силу ряда причин (см. прил. 6). Говоря о стратегии развития МСП до 2030 года, Тамара Александровна подчеркнула, что этот документ, по ее мнению, носит более рекомендательный характер, нежели реальный призыв к действию. Эксперт также говорила, о необходимости разработки законодательной базы со стороны государства, которая даст толчок к развитию малого и среднего предпринимательства в России. На ее взгляд после тщательной проработки регламентирующих сферу документов, государство не должно сильно вмешиваться в развитие института. Автору работы было интересно мнение Тамары Александровны о наиболее эффективных способах выстраивания диалога между бизнесом и властью, а также ее оценка событийной коммуникации и системы мероприятий как инструмента данной технологии. По мнению эксперта, диалог МСП и государства должен строиться через общественные организации, такие как ОПОРА РОССИИ. «Одному предпринимателю почти невозможно решить проблему института в одиночку», – считает эксперт. Кроме этого, Тамара Александровна дала оценку эффективности событийной коммуникации как технологии GR-деятельности. На ее взгляд, она эффективна и опыт проведения ВВП показал, что у органов государственной власти есть интерес в построении диалога с бизнесом с помощью мероприятий проекта, но в тоже время эксперт подчеркнула, что данную технологию сложно назвать ключевой, она должна применяться в комплексе с другими технологиями GR.

Специалиста по продвижению инноваций центра проектного управления и продвижения департамента проектной и инновационной деятельности университета ИТМО Арсений Олегович Третьяков считает, что в отдельных регионах создана необходимая инфраструктура для развития малого и среднего бизнеса, однако, по его мнению, Петербург нельзя отнести к вышеупомянутым регионам (см. прил. 7). По словам эксперта, в городе слабо представлена инновационная инфраструктура. «В городе из заметных мест для развития проектов можно назвать бизнес-инкубатор Ингрию,

Университет ИТМО, акселератор iDealMachine, бизнес-инкубатор Политеха Петра Великого. Все настоящие инвесторы находятся в Москве и часто сложно получить достаточное финансирование у местных. К счастью, появились такие программы как Петербургский Стартап, когда правительство СПб станет давать финансирование (1-3 млн р) на проект» - отметил Арсений Олегович. Эксперт также подчеркнул, что инновационное малое и среднее предпринимательства весьма эффективно развивается на базе университетов. В качестве примера он привел опыт университета ИТМО, студент с разработкой попадает в отдел маркетинга департамента инновационной деятельности, там ему дают оценку. Затем его направляют в акселерационную программу, где его 4 месяца обучают, помогают подобрать команду, после чего команда дорабатывает готовый продукт. Далее проект может получить гранд, инвестиции и становится инновационным предприятием на базе университета. Арсений Олегович считает, что событийную коммуникацию достаточно эффективной технологией работы с органами государственной власти. Со слов эксперта, многие вопросы решались именно во время проведения мероприятий, на которых присутствовали представители власти.

Директор Центра развития и поддержки предпринимательства (ЦРПП) при комитете по развитию предпринимательства и потребительского рынка Даниил Вячеславович Старковский считает, что государство не может решать все проблемы предпринимателей, поэтому должно сконцентрироваться на решении системных проблем (см. прил. 8). «Большинство вопросов предприниматели должны и могут решить сами. И в этом случае очень подходит фраза «пусть государство не мешает, мы сами все сделаем и решим», - отметил эксперт. По мнению Даниила Вячеславовича, бизнес может продвигать свои интересы в органах государственной власти, но делать это нужно обдуманно. В данном случае роль GR-специалистов неопределима в построении коммуникации МСП с представителями власти. Важно чтобы специалист знал, как правильно взаимодействовать с государством, какие подходы использовать. Он должен четко понимать, кто в органах власти за что отвечает, для того чтобы запрос ушел в правильном направлении получил

отклик. Говоря об эффективности событийной коммуникации и системы мероприятий как инструмента данной технологии, директор ЦРПП подчеркнул, что в современном GR-пространстве существует большое количество неэффективных мероприятий, которые не решают проблемы предпринимателей, а только усложняют коммуникацию между бизнесом и властью. Даниил Вячеславович предложил, на его взгляд, наиболее правильный и продуманный вариант применения событийной коммуникации для продвижения интересов бизнеса.

«Эффективная событийная коммуникация может строиться по следующему принципу: какая-либо организация, объединяющая бизнес, собирает заинтересованных предпринимателей отдельно от государства, общается между собой, на своем языке. В результате подобного внутреннего взаимодействия возникает ряд тем, отраслей, проблемных системных вопросов. Участники мероприятия обсуждают их, разрабатывают варианты решения данных проблем. Далее происходит встреча с органами государственной власти, где на обсуждение выносятся ранее четко сформулированные вопросы», – считает эксперт.

Анализируя результаты опроса представителей бизнеса, а также мнения экспертов, можно сказать, что мероприятия ВВП являются эффективным инструментом такой GR-технологии как событийная коммуникация. Но в тоже время, ряд респондентов отмечают необходимость более детальной проработки концепций мероприятий недели.

По мнению автора работы, организаторам недели в 2017 году следует провести исследование актуальных проблем МСБ и на его основе формировать деловую программу. У ОПОРЫ РОССИИ есть все необходимые инструменты для сбора и обработки данной информации. Кроме этого мероприятия недели стоит разделить на крупные блоки, такие как: инновационное предпринимательство, женское предпринимательства, молодежное предпринимательство, сокращение административных барьеров. Далее внутри данных блоков сформировать более мелкие мероприятия, которые объединят представителей какой-либо одной отрасли. Именно такой

подход позволит представителям бизнес сообщества более детально обсудить наиболее острые вопросы той или иной сферы бизнеса и на основе данных обсуждений составить резолюцию, которая в свою очередь будет отправлена в профильные комитеты. Как показал опыт проведения ВВП, присутствие представителей органов государственной власти на площадке не означает решение проблем отрасли. Организаторам проекта нужно стремиться приглашать именно ЛПР, а не рядовых специалистов отделов. Также учитывая рекомендации директора ЦРПП Д.В. Старковского, для достижения наиболее эффективной коммуникации предпринимателям стоит заранее сформулировать проблемы отрасли и по возможности предложить варианты решения данных проблем и уже потом организовывать встречи с представителями органов государственной власти.

В ходе работы над данным параграфом автором работы был описан проект Всемирной недели предпринимательства, проведен опрос представителей малого и среднего бизнеса на предмет их отношения к мероприятиям ВВП и оценки эффективности событийной коммуникации как технологии GR, организованы экспертные интервью со стейкхолдерами проекта и организатором ВВП – исполнительным директором Санкт-Петербургского отделения ОПОРЫ РОССИИ. На основе полученных данных был произведен анализ и обозначены основные проблемы применения GR-коммуникаций в проекте Всемирной недели предпринимательства, а также разработаны практические рекомендации по улучшению GR-коммуникаций применительно к данному проекту в 2017 году.

Заключение

В первой части работы над исследованием автором были рассмотрены теоретические основы GR-деятельности, а также изучены особенности использования GR-технологий и применения инструментов GR в сфере малого и среднего предпринимательства. В современной России существуют несколько GR-технологий. Данные технологии можно разделить на технологии прямого и косвенного воздействия, к последним мы относим: воздействие через экспертное сообщество, технологии КСО, поддержка политической деятельности и событийную коммуникацию. Как правило, GR-специалисты применяют данные технологии комплексно для построения наиболее эффективной коммуникации с органами государственной власти.

Во второй части работы был рассмотрен европейский опыт развития института малого и среднего предпринимательства. Европейский Союз осознал необходимость присутствия МСП в экономике еще в конце 20-го века. Сейчас доля малого и среднего бизнеса в европейской экономике достигла невероятных показателей – не менее 75 %, а в странах Скандинавии эта цифра колеблется от 80 до 90%. Европейский опыт развития института МСП может быть частично реализован и в современных российских реалиях.

Правительство осознает роль малого и среднего бизнеса в развитии экономики страны. Именно поэтому органы государственной власти предпринимают попытки решить проблемы института, путем создания единой стратегии развития. Однако произведя анализ данного документа, необходимо отметить, что он содержит ряд пробелов, которые ставят реализацию Стратегии под вопрос. Среди них – отсутствие ресурсной базы и недостаток четкого обоснования показателей, которые необходимо достигнуть к 2030 году.

Говоря о создании единой стратегии развития малого и среднего предпринимательство важно понимать, что бизнес сообщество может и

должно подсказывать государству пути решения тех или иных проблем института, а также участвовать в разработке подобных документов. В этом случае система мероприятий может стать отличным инструментом продвижения интересов бизнеса в органах государственной власти.

В процессе работы над второй частью был рассмотрен проект Всемирной недели предпринимательства как пример применения данного инструмента в Санкт-Петербурге. Автором работы были проанализированы и обозначены основные проблемы применения GR-коммуникаций в данном проекте. Недостаточная открытость власти, административные барьеры, а также отсутствие четкого понимания нужд и проблем малого и среднего бизнеса еще раз доказали необходимость применения технологии событийной коммуникации в GR.

Очевидно, что при разработке тематики мероприятий недели организаторам необходимо провести исследование по выявлению основных проблем малого и среднего бизнеса. Кроме этого мероприятия нуждаются в четком распределении по блокам, таким как молодежное, женское, инновационное предпринимательство и сокращение административных барьеров. Проведенный среди предпринимателей опрос показал, что узконаправленные мероприятия более эффективны. С данным выводом согласились и органы государственной власти, указав при этом на необходимость более четкого формулирования вопросов к власти на этапе подготовки мероприятий.

В целом, инструмент системы специальных мероприятий можно назвать эффективным. Это подтверждают и респонденты опроса, проведенного в рамках работы над исследованием. Однако данный инструмент необходимо применять в комплексе с другими существующими инструментами GR-деятельности, для достижения наилучшего результата при взаимодействии с органами государственной власти.

Список использованной литературы и источников

Нормативно-правовые акты

1. Годовой отчет о ходе реализации и оценке эффективности реализации государственной программы Санкт-Петербурга "Развитие предпринимательства и потребительского рынка в Санкт-Петербурге на 2015-2020 годы" за 2016 год [Электронный ресурс] // Администрация Санкт-Петербурга [Официальный сайт] – Режим доступа: <http://gov.spb.ru/static/writable/ckeditor/uploads/2017/03/28/%D0%93%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9%20%D0%BE%D1%82%D1%87%D0%B5%D1%82.pdf> (дата обращения: 27.03.2017)
2. Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года [Электронный ресурс] // Правительство России [Официальный сайт] – Режим доступа: <http://government.ru/docs/23354> (дата обращения: 2.04.2017)
3. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика» [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития Российской Федерации [Официальный сайт] – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/strategicPlanning/economicdev/indexdocs> (дата обращения: 2.04.2017)
4. О поддержке малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] // Правительство России [Официальный сайт] – Режим доступа: <http://government.ru/docs/25989> (дата обращения: 5.04.2017)
5. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 30.06.2014 № 554 «О государственной программе Санкт-Петербурга «Развитие предпринимательства и потребительского рынка в Санкт-Петербурге» на 2015-2020 годы» [Электронный ресурс] // Администрация Санкт-

Петербурга [Офиц. сайт] – Режим доступа: <http://gov.spb.ru/static/writable/ckeditor/uploads/2014/07/25/document.pdf> (дата обращения: 25.04.2017)

6. Распоряжение от 2 июня 2016 года №1083-р [Электронный ресурс] // Правительство России [Офиц. сайт] – Режим доступа: <http://government.ru/media/files/jFDd9wbAbApxgEiHNaXHveytq7hfPO96.pdf> (дата обращения: 7.04.2017)

7. Распоряжение от 2 июня 2016 года №1083-р [Электронный ресурс] // Правительство России [Офиц. сайт] – Режим доступа: <http://government.ru/media/files/jFDd9wbAbApxgEiHNaXHveytq7hfPO96.pdf> (дата обращения: 27.03.2017)

8. Стратегия 2020. Стратегия социально-экономического развития страны до 2020 года [Электронный ресурс] // Стратегия 2020 [Офиц. сайт]. URL: <http://2020strategy.ru/> (дата обращения 13.12. 2016)

9. Федеральный закон от 29.12.2014 г. № 477-ФЗ [Электронный ресурс] // Президент России [Офиц. сайт] – Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/bank/39255> (дата обращения: 24.04.2017)

Порталы органов власти и государственных услуг

10. Администрация Санкт-Петербурга [Электронный ресурс] URL: <http://gov.spb.ru/> (дата обращения: 13.03.2017)

11. Заседание Государственного совета по вопросам развития малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс] // Президент России [Офиц. сайт] – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/49214> (дата обращения: 24.04.2017)

12. Комитет по промышленной политике и инновациям Санкт-Петербурга [Электронный ресурс] URL: <http://cppi.gov.spb.ru/> (дата обращения: 12.03.2017)

13. Комитет по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга [Электронный ресурс] URL: <http://срррг.gov.spb.ru/> (дата обращения: 13.03.2017)
14. Государственно-частное партнерство [Электронный ресурс] // Корпорация развития Камчатского края [Официальный сайт]. URL: <http://krkk.pro/gchp.html> (дата обращения: 17.04.2017)

Научные и учебные издания и статьи

15. Абесалашвили М.З. Механизмы государственного регулирования инновационного предпринимательства в странах Западной Европы [Электронный ресурс] / Абесалашвили М.З., Захарова Е.Н., Керашев А.А., Мокрушин А.А., Тхагапсо Р.А. // Вестник Адыгейского государственного университета. - 2016. - № 5. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/mechanizmy-gosudarstvennogo-regulirovaniya-innovatsionnogo-predprinimatelstva-v-stranah-zapadnoy-evropy> (дата обращения 13.02.2016)
16. Архипова А.М. Корпоративная социальная ответственность как инструмент GR-коммуникаций российских компаний: ВКР; защищена 2016 г. / Архипова А.М.; НИУ ВШЭ. - М., 2016. - 56 с.
17. Ачкасова В.А. Лоббирование и GR: точки профессионального пересечения // Формирование системы цивилизованного лоббизма в России: GR и проблемы эффективности взаимодействия общества и власти / под. ред. В.И. Быкова, Л.Н. Галенской, Л.В. Сморгуновой. СПб., 2006. С. 101-112.
18. Ачкасова В.А. Технологический комплекс медиариелейшнз: особенности реализации в GR-деятельности [Электронный ресурс] // Управленческое консультирование: Издание Российской академии

народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - 2012. - № 4. – Режим доступа: <https://sziu.ranepa.ru/nauka-i-konsalting/nauchnye-zhurnaly> (дата обращения 23.12.2016)

19. Бизнес и власть в России: теория и практика взаимодействия / под ред. А.Н. Шохина. – М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011. – С.62.

20. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации: учеб. пособие: в 2 ч. СПб., 2005.

21. Гамидуллаев Р. Б. Анализ механизмов государственной поддержки малого инновационного предпринимательства [Электронный ресурс] // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского - 2012. - № 28. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-mehanizmov-gosudarstvennoy-podderzhki-malogo-innovatsionnogo-predprinimatelstva> (дата обращения 5.02.2017)

22. Дегтярева Е.А. Лоббизм в процессе принятия решений в ЕС: нормы регулирования, механизмы и модели // Мировая экономика и международные отношения. 2008. №4. С.42-49.

23. Жан Франсуа Лиотар. Состояние постмодерна. СПб: издательство «Алатейя», 1998. С.4.

24. Кривоносов А.Д. Основы теории и практики связей с общественностью / А.Д. Кривоносов, О.Г. Филатова, М.А. Шишкина. – СПб., 2011.

25. Крылова М.В. Малое и среднее предпринимательство в России и проблемы его развития [Электронный ресурс] // Проблемы современной экономики: электронный научный журнал. - 2010. - № 2. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3115> (13.12.2016)

26. Курчевска У. Лоббизм в Европейском союзе // Европа. Журнал польского института международных дел. 2002. Т.2, №3(4). С. 119-150.

27. Майоров Р. Технологии корпоративного GR. URL: http://www.bkworld.ru/archive/y2008/n062008/Tehnologii_korporativnogo_GR.html (дата обращения: 17.03.2017)
28. Макарычев А.С. Экспертное сообщество России при президентстве В.Путина: проблемы внутренней и внешней субъектности // Публичная политика – 2005. Сб. ст. / Под редакцией М.Б.Горного и А.Ю.Сунгурова. – СПб: Норма, 2006.
29. Михайлов Ю. М. Связи с общественностью по-русски. М. : Бератор, 2007. С. 6.
30. Орешко К.С. Факторы роста малого и среднего бизнеса в странах Скандинавии (Дания, Норвегия, Финляндия, Швеция) [Электронный ресурс] // Российский внешнеэкономический вестник. - 2007. - № 7. – Режим доступа: <http://www.rfej.ru/rvv/id/43F2F4> (дата обращения: 4.04.2017)
31. Основы организации работы с органами власти / В.А. Евсеев, С.Ю. Барсукова. Под редакцией А.Е. Дынина. – М., Ассоциация менеджеров, 2006. С. 56
32. Прохоренко И.Л. Опыт развития малого и среднего бизнеса в Испании [Электронный ресурс] // Мировое и национальное хозяйство: Издание МГИМО МИД России. - 2011. - № 3. – Режим доступа: <http://mirec.ru/2011-03/opyt-razvitiya-malogo-i-srednego-biznesa-v-ispanii> (дата обращения: 23.04.2017)
33. Самое главное о PR / У. Аги, Г. Кэмерон, Ф. Олт, Д. Уилкоккс. СПб. : Питер, 2004. С. 362-363.
34. Толмачева И. Лоббизм по-русски. Между бизнесом и властью / И. Толмачева. – М.: Эксмо, 2011.
35. Трофимов В. В., Иванов В. Н., Казаков М. К., Евсеев Д. А., Карпова В. С. Управление проектами с Primavera: Учебное пособие. — СПб.: СПбГУЭФ, 2006.
36. Фадеев В.Ю. Инновационное предпринимательство: мировой опыт развития [Электронный ресурс] // Вестник Финансового

университета - 2011. - № 1. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnoe-predprinimatelstvo-mirovoy-opyt-razvitiya> (дата обращения: 23.04.2017)

37. Фунтов В. Н. Управление проектами развития фирмы: теория и практика. — СПб.: Питер, 2009. — С. 76.

38. Чистякова О.В. Современные аспекты государственной поддержки малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] // Известия Иркутской государственной экономической академии - 2013. - № 4. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-aspekty-gosudarstvennoy-podderzhki-malogo-i-srednego-predprinimatelstva> (дата обращения: 3.04.2017)

39. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Актуальные связи с общественностью. М. : Дело, 2009. С. 605.

40. Шатилов А.Б. GR для эффективного бизнеса / А.Б. Шатилов, А.С. Никитин. – М.: ФОРУМ, 2011.

41. Шохин А.Н. Взаимодействие бизнеса и власти в Европейском Союзе / А.Н. Шохин, Е. А. Королев. – М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2008.

42. GR и лоббизм: теория и технологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. А.В. Ачкасовой, И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – с.13.

43. GR: Теория и практика: учебник / ред. И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой – СПб.: Изд-во С.-Петербур. Ун-та, 2013. – с. 8.

Электронные ресурсы

44. Малое и среднее предпринимательство в России [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики [Официальный сайт] – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2015/mal-pred15.pdf (дата обращения: 15.04.2017)

45. Об «ОПОРЕ РОССИИ» [Электронный ресурс] // ОПОРА РОССИИ [Официальный сайт] – Режим доступа: <http://www.opora.ru/about/> (дата обращения: 3.05.2017)
46. Пик трудностей символично придётся на 2017 год [Электронный ресурс] // Российская Федерация сегодня [Официальный сайт] – Режим доступа: http://www.russia-today.ru/2012/2012_11_09.html (дата обращения: 18.04.2017)
47. Профессиональный словарь лоббистской деятельности // сост. П. А. Толстых. Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти. Москва, 2009.
48. Устав Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ» [Электронный ресурс] // ОПОРА РОССИИ [Официальный сайт] – Режим доступа: <http://www.opora.ru/upload/iblock/350/350ce5743cc0c114678d6d514611f2b0.pdf> (дата обращения: 16.04.2017)

Источники на иностранном языке

49. Alexander Wendt. Social Theory of International Politics. Cambridge University Press, 2004. P.1.
50. Global Entrepreneurship Week [Электронный ресурс] URL: <http://gew.co/> (дата обращения: 18.04.2017)
51. European Charter for Small Enterprises [Электронный ресурс] // Community Research and Development Information Service [Официальный сайт] – Режим доступа: <http://cordis.europa.eu/documents/documentlibrary/46982271EN6.pdf> (дата обращения: 16.03.2017)
52. Mask C.S. Business, Politics, and the Practice of Government Relations. Westport : Greenwood Publishing Group, 1997. P. 4.

53. Rampton S., Stauber, J. Trust us! We're experts: How industry manipulates science and gambles with your future. Tarcher. 2002.

Приложение №1

Антикризисный мониторинг «ОПОРЫ РОССИИ»

ОПОРА РОССИИ представляет итоги антикризисного мониторинга субъектов малого и среднего предпринимательства в России. В опросе приняло участие 387 СМСБ различных видов экономической деятельности, из которых 78% составляют юридические лица и 22% - индивидуальные предприниматели.



У 60% респондентов средняя численность работников составила от 1 до 15 человек, у 30% - от 16 до 100, у 4% - от 101 до 250 и у 6% - более 250. В прошлом году первые два значения по этому показателю равнялись 55% и 34% соответственно.



У большинства юридических лиц (51%) и индивидуальных предпринимателей (49%) средняя численность работников составляет от 1 до 15 человек.



Кризис вызывает изменения во внешнем окружении компаний, связанные с доступностью финансовых средств, персонала и недвижимости, поведением покупателей и поставщиков, административным и криминальным давлением. Изменения во внешнем окружении затрагивают различные аспекты деятельности самих компаний: меняются объемы продаж и рентабельность, компании реагируют изменением численности и зарплат сотрудников, изменяют отпускные цены и объемы задолженностей.

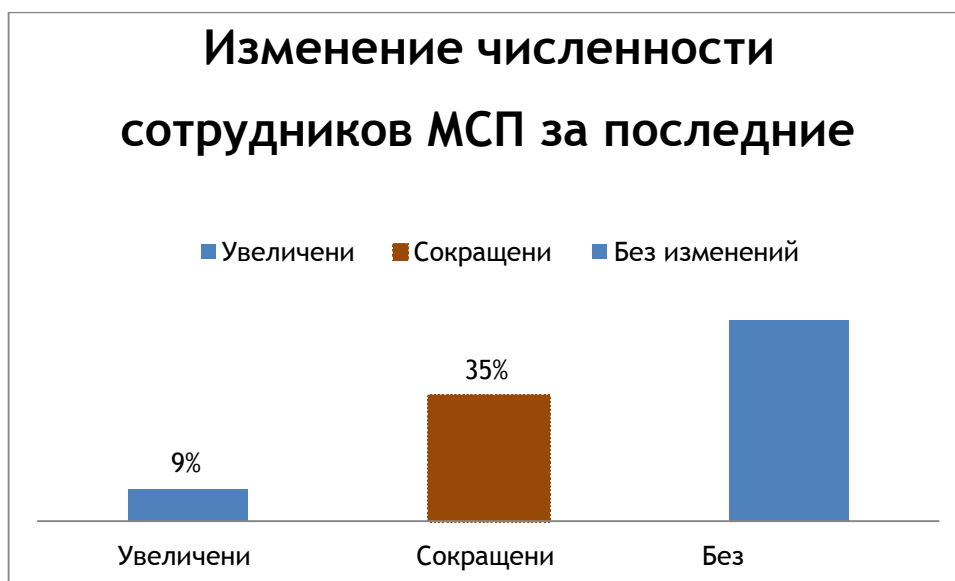
Мониторинг показал, что приоритетом на ближайший месяц для 36% субъектов МСП является изменение ассортимента, для 28% - переориентация бизнеса, для 22% - сокращение персонала. Для сравнения отметим, что по результатам прошлогоднего исследования эти показатели составляли 29%, 24% и 25% соответственно.



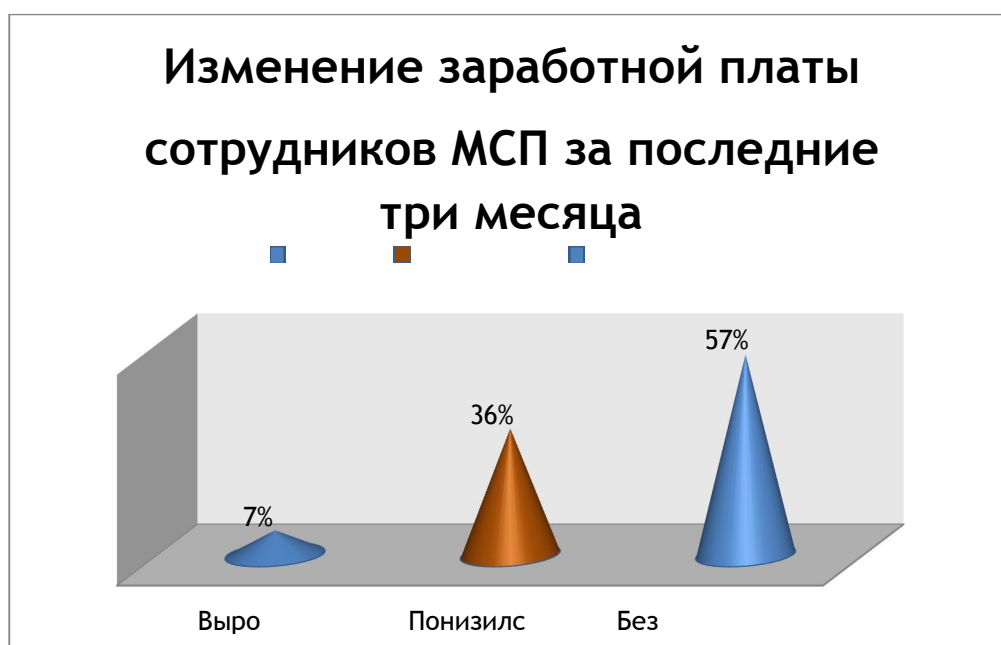
Если судить в целом, больше трети опрошенных субъектов МСП негативно оценивают состояние своего бизнеса, около половины (49%) не могут дать ни положительную, ни отрицательную оценку и только 6% считают, что состояние улучшится.



35% предпринимателей сократили численность своих работников (в прошлом году – 28%), увеличили численность только 9% опрошенных субъектов МСП.



Уровень заработной платы сотрудников понизился у 36% респондентов, что на 7% больше значения этого показателя прошлого года, а вырос уровень зарплаты только у 7%, что на три пункта ниже показателя прошлого года.

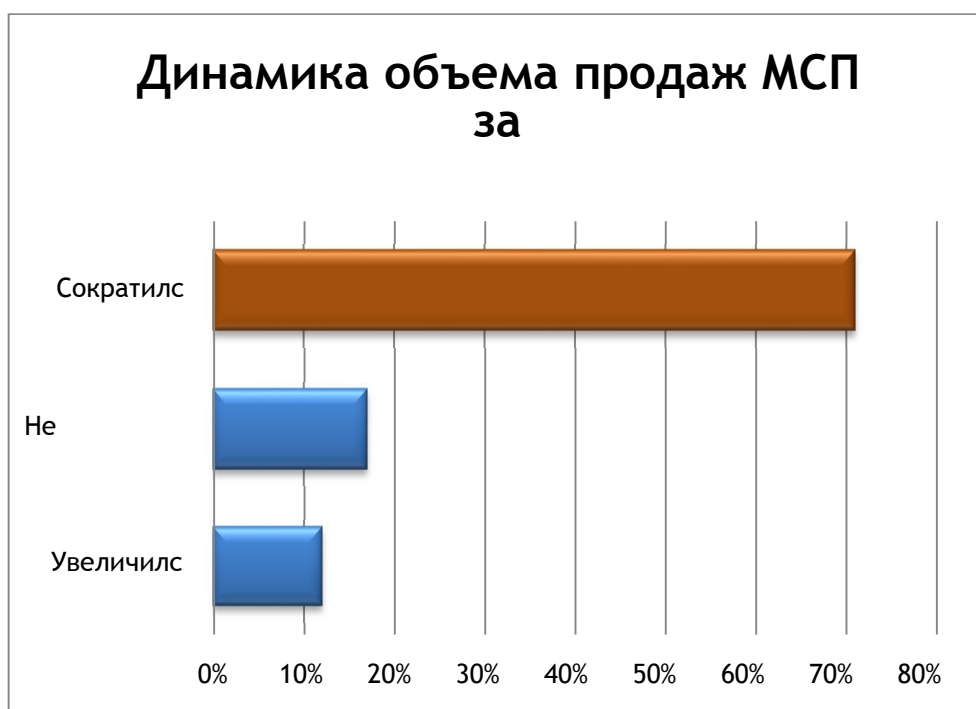


Вместе с тем, о проблеме поиска производственного персонала говорит 59% опрошенных, что говорит о тенденции к снижению, так как в прошлом году этот показатель составлял 66%. При этом

ситуация за последние три месяца не менялась в 64%, что почти равно показателю прошлого года - 60%, а ухудшилась в 23% случаев против 21% в прошлом.

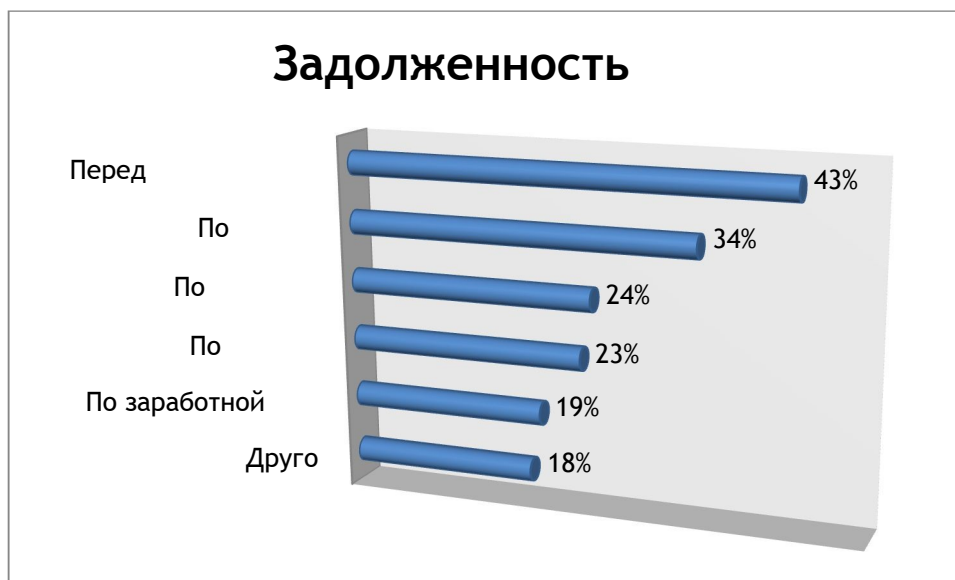
При увеличении отпускных цен на товары и услуги у 34% и снижении объема продаж у 70% (60%) респондентов рентабельность товаров и услуг сократилась у 76% (73%). Эти данные свидетельствуют о тенденции роста этих отрицательных показателей

– снижение объема продаж в прошлом году составляло 60%, а уровень сокращения рентабельности товаров и услуг был на уровне 73%. При этом налоговые отчисления выросли у 20,4% респондентов, а сократились у 21% против 16% за аналогичный период прошлого года.



В сложившейся ситуации около половины (39,3%) субъектов МСП имеют просроченные платежи и задолженности. Из них 43,7% составляют задолженности перед поставщиками, задолженность по аренде и коммунальным платежам – 34,7%, по кредитам и заработной плате – 24,3%, по налогам – 23,9% и по заработной плате – 19,4%. При этом критичными задолженностями респонденты считают задолженности перед поставщиками и задолженности по налогам – 21,7% и 19,6% соответственно. На третьем месте из числа таких

приоритетов расположилась задолженность по заработным платам – 18,8%. В целом за последние три месяца у 33,9% опрошенных субъектов МСП наблюдался рост просроченных платежей; сокращение - только у 7,6%. В общем, эти показатели аналогичны показателям прошлого года.



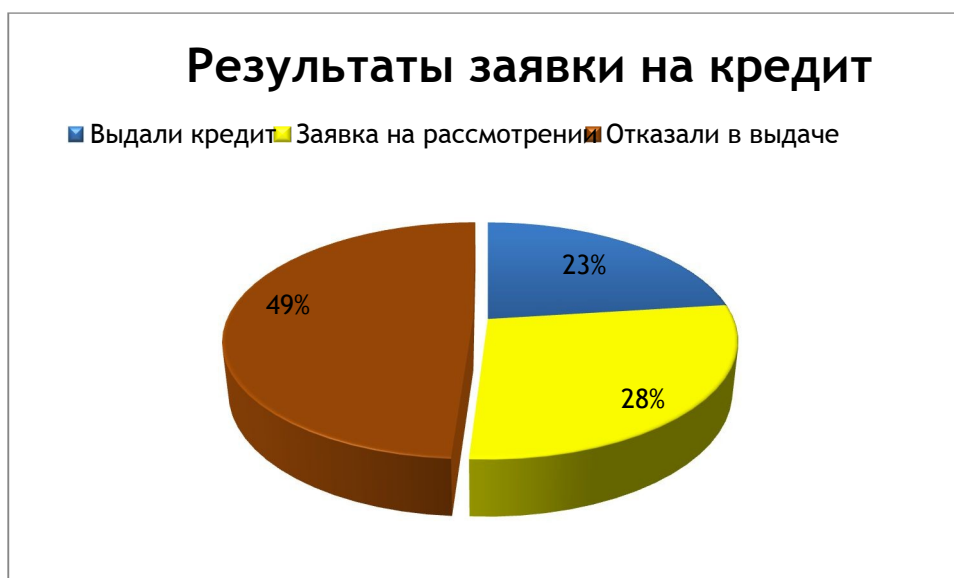
Более половины 65,8% (в прошлом году - 63%) респондентов отмечают наличие задолженности по платежам со стороны покупателей. При этом 23,8% оценивают объем данных задолженностей как значительный и огромный, по 42% как небольшой и умеренный. В прошлом году эти показатели составляли 19% и 44% соответственно – наблюдается тенденция к росту. В целом за последние три месяца у 31,7% предпринимателей произошло увеличение объема задолженностей по платежам со стороны покупателей, сокращение наблюдали только 11,1% респондентов. Прошлогодние значения этих данных 32% и 12% соответственно.

Мониторинг выявил три основные проблемы для предпринимателей в сложившейся экономической ситуации: спад спроса на продукцию, дефицит финансовых ресурсов и ослабление рубля и инфляция.



При этом необходимо отметить, что более половины предпринимателей – 53,4% (53%), оценивают спрос как умеренный, 31,5% (28%) - как достаточно и крайне низкий. Вместе с тем, сокращение спроса на товары и услуги за последние три месяца наблюдался у 60,7% (61%) опрошенного предпринимателя. При сравнении прошлогодних данных по этим показателям (53%, 28% и 61% соответственно) с нынешними, напрашивается вывод о незначительной тенденции к росту по этим пунктам.

38,1% респондентов привлекали заемные средства в последние несколько месяцев, однако около половины из них – 48,7% получили отказ в выдаче кредита.



Несмотря на незначительное увеличение количества получивших кредиты СМСБ по сравнению с прошлым годом (31%), количество получивших отказ в кредитовании выросло существенно – 29% в прошлом году. При этом в 34% случаев банк не указал причину отказа, в 14,7% случаев компания не смогла предоставить необходимый залог или достаточные гарантии возврата кредита. При этом необходимо отметить, что более половины, а именно 70,1% (в прошлом году - 73%) опрошенных предпринимателей, которые привлекали заемные средства, считают, что сейчас это сделать сложно или практически невозможно. Только 6,3% (7% в прошлом году) респондентов говорят, что эта процедура достаточно проста.

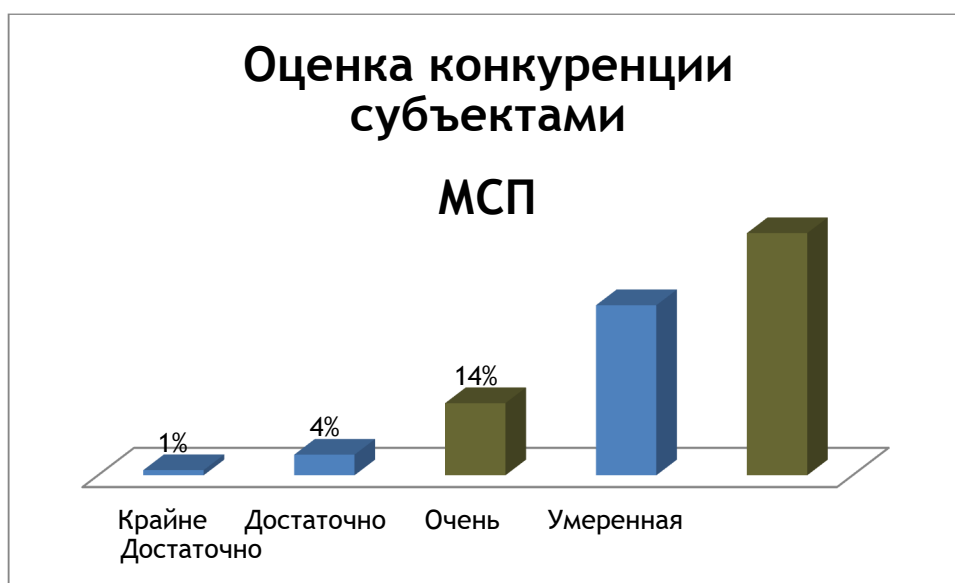


42,4% опрошенных предпринимателей отмечают увеличение ставки по кредитам за последние три месяца и добавляют, что средняя ставка по кредиту составила 15,4%. В прошлом году об увеличении ставки говорили 80% опрошенных – тогда размер такой ставки был равен 23,5%. При этом минимальная ставка составила 9% против 7% в прошлом году, а максимальная – 49% против 45%. Максимальный срок кредитования составил 15 лет (в прошлом году - 10 лет), в то время как минимальный – 1 месяц.

45% опрошенных предпринимателей говорят о высоких ценах на продукцию поставщиков (в прошлом году этот показатель был равен 57%), половина (50,1%) считают эти цены умеренными, 1,9% - очень низкими. Одновременно с этим, 72,4% респондентов наблюдали рост цен на продукцию и услуги поставщиков за последние три месяца и это на 14% ниже по сравнению с прошлым годом – 86%. По мнению 36,3% опрошенных СМСБ условия поставок, предлагаемые поставщиками, оцениваются как достаточно жесткие и крайне жесткие, 46,6% -умеренные, и только 2,7% - как очень гибкие. Вместе с этим, в 33,9% респондентов отметили, что за последние три месяца данные условия ужесточились. В прошлом году этот показатель составлял 55%. При этом, среди опрошенных есть и те, кто говорит о смягчении этого показателя - 8,2% против 5% в прошлом году.

О росте стоимости арендных платежей отметили 35,2% опрошенных, что на 4% ниже показателя прошлого года.

Ситуация с конкуренцией обстоит следующим образом: 61,6% респондентов говорят о сильной конкуренции в своих отраслях, при этом за последние три месяца усиление конкуренции отметили 43,4%. В прошлом году об этом говорили 66% и 34% соответственно. 6,3% говорят об ослаблении конкуренции.



Количество проверок за последние три месяца не изменилось у 75,3% опрошенных субъектов МСП (в прошлом году - 80%), только 16,5% (в прошлом году - 18%) говорят об их увеличении.

Необходимо отметить, что большинство предпринимателей, а именно 63% оценивают эффект от усилий федерального правительства по борьбе с кризисом как нулевой, четверть СМСБ - 25%, как отрицательный и только 12% относятся позитивно.



На вопрос о том, какие антикризисные меры со стороны государства наиболее эффективно могут помочь бизнесу, участники опроса выделили около восьми мероприятий, среди которых основными являются:

Приложение №2

Деловая программа Всемирной недели предпринимательства в Санкт-Петербурге в 2015 году

16 ноября		
16.30-17.30	Фото-выставка “История предпринимательства”	Выставочная зона, 2 этаж
17.30-19.30	Открытие Всемирной недели предпринимательства	Конференц-зал
17 ноября		
10.00-12.00	Круглый стол Партнерство МСП России и Финляндии	Конференц-зал
12.00-13.00	Презентация проекта Мама-Предприниматель	Конференц-зал
13.00-15.00	Государственная поддержка внешнеэкономической деятельности предприятий Санкт-Петербурга	Конференц-зал
16.00-18.00	Мастер класс от Gerd Reinhold Werner Diethelm	Конференц-зал
10.00-18.00	Образовательная программа в бизнес школе «ВВЕРХ»	Медиа-центр
18 ноября		
13.00-15.00	Мастер класс Стратегия завоевания и сохранения. Поиск ответов на самые актуальные вопросы	Конференц-зал
15.00-16.30	Дискуссия Туристы есть. Денег нет. Часть 2	Конференц-зал

16.30-19.00	Дискуссия Гостиничный бизнес как основа создания туристического кластера	Конференц-зал
13.00-15.00	Презентация «Фасоль» - программа франчайзинга для владельцев магазинов продуктов формата самообслуживания	Конференц-зал
	Мастер класс "Help Day"-Быстрая помощь предпринимателю	Медиа-центр
19 ноября		
13.00-15.00	Мероприятие от МТС «Федеральный закон № 44»	Конференц-зал
15.00-18.30	Круглый стол "Финансы"	Конференц-зал
13.00-15.30	Круглый стол Управление ресторанным бизнесом в реальном времени. Теория и практика	Медиа-центр
15.30-17.30	Круглый стол Особенности развития рынка недвижимости в современных условиях	Медиа-центр
20 ноября		
11.00-14.30	Кейс-сессия	Конференц-зал
14.30-17.00	Печа-куча от бизнес- школы «ВВЕРХ»	Конференц-зал
17.30-19.00	Дебаты «Бизнес - Власть»	Конференц-зал
19.00-21.00	Бизнес премия БАБОЧКА	Конференц-зал

10.00-12.00	Презентация Мама-предприниматель «Сделано мамой, сделано в России»	Медиа-центр
12.00-13.00	Презентация «ОПОРА РОССИИ»	Медиа-центр
13.00-15.00	Презентация от компании RegusKora	Медиа-центр
15.00-17.00	Бизнес-трамплин “Соба”	Медиа-центр
17.00-19.00	Биржа стартапов от Делового Петербурга	Медиа-центр

Приложение №3

Целевые группы общественности Всемирной недели предпринимательства в Санкт-Петербурге в 2015 году



Приложение №4

Программа мероприятий Всемирной недели предпринимательства в Санкт-Петербурге 2016 года

Первый день ВВП 2016, Понедельник 14.11.2016 г.
Торжественное открытие «Всемирной недели предпринимательства»

Время	Мероприятие	Описание	Приглашены к участию
<u>11:00-12:00</u>	Сбор гостей «Ленэкспо», 4 павильон, 1 этаж, стенд Правительства Санкт-Петербурга		
<u>12:00-12:30</u>	<p>Торжественное открытие «Всемирной недели предпринимательства» 1 этаж, стенд Правительства Санкт-Петербурга</p> <p>Креативные площадки: 2 этаж</p>	<p>Выступление представителей власти, руководителей общественных объединений и предпринимателей</p> <p>Открытие креативных площадок в рамках Всемирной недели предпринимательства:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выставка «Художники современной России» 2. Открытие дизайн-студии VNUTRI Натальи Шерстневой «Дом внутри» 3. Тематическая выставка «Сделано в Петербурге: 6 купеческих портретов» 4. Открытие площадки международного конкурса «Стиль.Мода.Качество» 5. Дом Фаберже. Яхонт 	<p>Цуканов Н.Н. – полномочный представитель Президента РФ в Северо-Западном федеральном округе</p> <p>Полтавченко Г. С. - губернатор г. Санкт-Петербурга</p> <p>Дрозденко А.Ю. - губернатор Ленинградской области</p> <p>Калинин А.С. - президент общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ»</p> <p>Борисов С.Р. – председатель Попечительского совета «ОПОРЫ РОССИИ»</p> <p>Иванов Д. Н. - вице-президент общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства, председатель Санкт-Петербургского отделения «ОПОРЫ РОССИИ», руководитель Северо-Западного бюро по защите прав предпринимателей, президент Ассоциации «Открытый бизнес»</p>

<p><u>12:30–14:00</u></p>	<p>Пленарное заседание с участием губернатора Санкт-Петербурга</p> <p>2 этаж, конференц-зал</p>	<p>Анонс ВВП 2016 о предстоящих событиях</p> <p>Старт бизнес премии «Бабочка»</p> <p>«Стартапы Петербурга»</p> <p>Международный конкурс «Стиль. Мода. Качество»</p>	<p>Цуканов Н.Н. – полномочный представитель Президента РФ в Северо-Западном федеральном округе</p> <p>Полтавченко Г. С. - губернатор Санкт-Петербурга</p> <p>Дрозденко А.Ю. - губернатор Ленинградской области</p> <p>Мовчан С. Н. - вице-губернатор Санкт-Петербурга</p> <p>Калинин А.С. - президент общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ»</p> <p>Борисов С.Р. – председатель Попечительского совета «ОПОРЫ РОССИИ»</p> <p>Иванов Д. Н. - вице-президент общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства, председатель Санкт-Петербургского отделения «ОПОРА РОССИИ», руководитель Северо-Западного бюро по защите прав предпринимателей, президент Ассоциации «Открытый бизнес»</p>
<p><u>14:00–14:30</u></p>	<p>Пресс-подход</p> <p>2 этаж</p>		

С 14 по 18 ноября на площадке ВВП-2016 (2 этаж, зона нетворкинга) работает приемная Северо-Западного бюро по защите прав предпринимателей

Второй день ВВП 2016, Вторник 15.11.2016 г.

Локация: Конференц-зал

Тематика: Строительство и девелопмент

Время	Мероприятие	Описание	Приглашены к участию
9:00 - 10:00	Бизнес-завтрак «Без отрыва от производства» Выездное мероприятие Пивоваренная компания «Балтика» 6-й Верхний переулок, 3	! Регистрация обязательна Заявки отправлять на weekspb@gmail.com	
10:00 - 12:00	Открытое заседание комиссии по строительству и энергетике Санкт-Петербургского отделения «ОПОРЫ РОССИИ»	Обсуждение актуальных вопросов и проблем МСП в сфере строительства и энергетики. Вопросы к обсуждению: 1. Обеспечение, штрафы, отсрочки по оплате. Почему МСП вынуждены кредитовать госмонополии? 2. Реформа СРО. 3. Помощь государственных органов в деятельности и развитии МСП. 4. Принципы аккредитации оборудования: за и против.	Модератор - Виталий Млынчик, руководитель комиссии по строительству и энергетике Санкт-Петербургского отделения ООО МСП "ОПОРА РОССИИ", член комитета по энергетике и комитета по строительству ООО МСП "ОПОРА РОССИИ", президент группы компаний "Квадро Электрик" Спикеры: Алина Безменова, заместитель по строительству руководителя комиссии по строительству и энергетике Санкт-Петербургского отделения ООО МСП "ОПОРА РОССИИ", заместитель генерального директора ГК Ц Решение" Аркадий Семьянинов, заместитель по работе с госмонополиями руководителя комиссии по строительству и энергетике Санкт-Петербургского отделения ООО МСП "ОПОРА РОССИИ", генеральный директор ООО "Энергооператор" Вячеслав Ходонович, заместитель по энергетике руководителя комиссии по строительству и энергетике Санкт-Петербургского отделения ООО МСП "ОПОРА РОССИИ", генеральный директор ООО "ИК "ТПК Энерго"

11.00 – 13.00 Консультационная сессия по внешнеэкономической деятельности (площадка Центр Экспорта)

Второй день ВВП 2016, Вторник 15.11.2016 г.

Локация: Конференц-зал

Тематика: Строительство и девелопмент

Время	Мероприятие	Описание	Приглашены к участию
<u>12:00-14.30</u>	Пленарное заседание «Решение инфраструктурного вопроса Петербургской агломерации»	Вопрос обеспечения инфраструктурой новых районов давно обсуждается на различных уровнях. Проблема дорог и заездов для многих территорий, таких как: Мурино, Девяткино, Кудрово, до сих пор остается насущной.	Сергей Макаров, Председатель Комитета по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры Елена Осинцева, Первый заместитель председателя Комитета по транспорту Михаил Москвин, Заместитель Председателя Правительства Ленинградской области по строительству Анохин Андрей, Фракция "ЕДИНАЯ РОССИЯ" Георгий Богачев, советник Губернатора Ленинградской области Валентин Енокаев, АНО «Дирекция по развитию транспортной системы Санкт-Петербурга и Ленинградской области» Арсений Васильев, Генеральный директор “Унисто-Петросталь” Николай Гражданкин, Руководитель отдела продаж “Отделстрой” Владимир Федоров, эксперт рынка элитной недвижимости

<p><u>15:00-17:00</u></p>	<p>Круглый стол «Новые кварталы. Версия 2.0»</p>	<p>В настоящее время строительный рынок переживает новый виток развития. Покупателей волнуют не только качественные характеристики жилья, но и внешнее расположение. Нужно ли единое решение застройки территорий? Могут ли девелоперы договориться в частном порядке о совместном создании комфортной среды застраиваемой территории? Новые комплектации жилых комплексов.</p>	<p>Владимир Григорьев - председатель комитета по градостроительству и архитектуре Дмитрий Карпушин, Директор по маркетингу «Ленстройматериалы» Павел Никонов - КГА Алексей Белоусов, генеральный директор СРО «Объединение строителей СПб» Маргарита Смышляева, руководитель Представительства в Санкт-Петербурге Премии Urban Awards Михаил Возиянов, президент Российской гильдии управляющих и девелоперов Екатерина Немченко, директор департамента элитной жилой недвижимости Knight Frank St. Petersburg Петр Буслев, руководитель аналитического центра «Главстрой-СПб» Сергей Чусов, директор Ассоциации «СРО «Проектировщики Северо-Запада»</p>
---------------------------	--	---	--

11.00 – 13.00 Консультационная сессия по внешнеэкономической деятельности (площадка Центр Экспорта)

Второй день ВВП 2016, Вторник 15.11.2016 г.

Локация: Медицентр

Тематики: Медицина, здоровье, красота

Время	Мероприятие	Описание	Приглашены к участию
<u>10:00-12:00</u>	Новые возможности в сфере оказания медицинской помощи пациентам из регионов РФ и зарубежных стран	Вопросы для обсуждения: Возможности медицины Санкт-Петербурга для привлечения пациентов из других регионов Формы взаимодействия с регионами Проблемы и пути решения при развитии медицинского туризма в Санкт-Петербурге	Представитель Комитета по туризму Санкт-Петербурга Представитель Комитета по здравоохранению Санкт-Петербурга Александр Солонин, генеральный директор Ассоциации частных клиник Санкт-Петербурга Анатолий Кондратьев, анестезиолог-реаниматолог, доктор медицинских наук, профессор, Заслуженный врач Российской Федерации Михаил Плисс, компания «Philips» Алексей Власов, заместитель генерального директора клиники «АВА ПЕТЕР» Алексей Горяинов, адвокат, советник юридической компании «Росмедконсалтинг»
<u>12.00 – 15.00</u>	Отраслевая сессия «Стартапы Петербурга»	Презентация проектов предпринимателей в сегменте «Здоровье и красота» с целью привлечения в проект инвестиций и партнеров, а также внимания городских властей к развитию нового бизнеса в Санкт-Петербурге Подготовка протокола резолюции	Модератор: Александр Гаврюшенко, председатель комиссии по развитию инновационного предпринимательства Санкт-Петербургского отделения «ОПОРЫ РОССИИ»
<u>13.00-14.00</u>	Мастер-класс «Оборудование для легкой промышленности» Площадка : подиум		Модераторы: Максим Башарин, Илья Карташов
<u>15.00-16.00</u>	Конкурс.Номинация «Лучший в профессии швея» Площадка: подиум		Модераторы: Максим Башарин, Илья Карташов

<u>15.00 – 17.00</u>	Интеллектуальная собственность как основа современного бизнеса: управление рисками и защита	В рамках мероприятия планируется осветить в доступной форме особенности использования в бизнесе такого инструмента как интеллектуальная собственность, рассказать о классических рисках, потенциальных проблемах, которые могут возникнуть из-за игнорирования этого важнейшего актива, рассказать о видах объектов интеллектуальной собственности, основных формах защиты интересов предпринимателей с использованием интеллектуальной собственности, а также на ярких примерах продемонстрировать, что нестандартный подход к ведению дел в указанной области позволяет значительно экономить средства либо получать дополнительный доход	Виктор Пастернак – член СПб отделения «ОПОРЫ РОССИИ», специалист по интеллектуальной собственности и коммерческому праву
<u>17.00 – 22.00</u>	Премия: Торжественная церемония подведения итогов конкурса «Экспортёр года» Выездное мероприятие Отель «Four seasons», Вознесенский пр. д.1. ! Вход исключительно по приглашениям	«Экспортёр года» - это ключевая региональная инициатива по выявлению "региональных чемпионов" экспортной деятельности и продвижению лучшего опыта и практик интернационализации.	Ответственный - Региональный Интегрированный Центр – Санкт-Петербург

11.00 – 13.00 Консультационная сессия по внешнеэкономической деятельности (площадка Центр Экспорта)

Второй день ВВП 2016, Вторник 15.11.2016 г.

Локация: Зал 3

Тематики: Туризм внутренний/внешний

Время	Мероприятие	Описание	Приглашены к участию
<u>10.00</u> = <u>11.00</u>	Доклад «Автотуризм в России»	Текущее состояние и перспективы развития внутреннего автотуризма. Кто и почему путешествует на колесах – тренды, мифы, противоречия. Культурологический и информационный аспекты автотуризма. Культурная навигация, как механизм развития автотуризма.	Андрей Буштаренко - чемпион России по трофи-рейдам, автопутешественник с 20-летним стажем
<u>11.00</u> = <u>13.00</u>	Тренды продвижения в интернете 2016-2017	Эксперты рынка обсудят на мероприятии основные тренды продвижения в интернете в 2017 году: слияние PR и маркетинга, развитие видео рекламы интернете, интерес к науке в виртуальном пространстве. Чем привлечь пресыщенного пользователя, как использовать знакомые инструменты продвижения максимально эффективно? В рамках мероприятия будут представлены реальные кейсы.	Юрий Строфилов, основатель «Санкт-Петербург.ру» Евгений Колганов, генеральный директор ООО "Индустрия Медиа"
<u>15.00-17.00</u>	Круглый стол: «Инновационные технологии в строительной отрасли: что будет работать завтра?»	О новом технологичном укладе, на который переходит наша страна, говорят давно. Новые технологии не могли обойти стороной и рынок недвижимости: компании используют электронный документооборот, создаются информационные базы недвижимости, общение с дольщиками и потенциальными покупателями также перешло в виртуальную плоскость. Эксперты рынка обсудят, как изменится и каким будет рынок недвижимости в новой технологичной реальности	Сергей Морозов, Председатель комитета по строительству Санкт-Петербурга Светлана Пчёлкина, Начальник управления долевого строительства Комитета по строительству Представитель Госстройнадзора Представитель Госэкспертизы Алексей Белоусов, вице-президент НП «Объединение строителей СПб» Олег Кельник, Генеральный директор Kelnik Эдуард Тиктинский - президент холдинга «RBI» Олег Островский - сопредседатель оргкомитета конкурса «Доверие потребителя» Представитель компании «BONAVA» Представитель компании «Кивеннапа»

11.00 – 13.00 Консультационная сессия по внешнеэкономической деятельности (площадка Центр Экспорта)

Третий день ВВП 2016 - Среда, 16.11.2016 г.

Локация: Конференц-зал

Тематики: Машиностроение и робототехника, НТИ

Время	Мероприятие	Описание	Приглашены к участию
<u>9:00 – 10:00</u>	Бизнес завтрак «Без отрыва от производства» Выездное мероприятие Место проведения: «Точка кипения» АСИ, Культурно-деловой центр Технопарка «ЛЕНПОЛИГРАФМАШ», пр. Медиков, д3	Деловой завтрак на «Ленполиграфмаше» с Кириллом Соловейчиком ! Регистрация обязательна Заявки отправлять на weekspb@gmail.com	Кирилл Соловейчик, генеральный директор ХОЛДИНГа «Ленполиграфмаш», общественный представитель по направлению "Молодые профессионалы" в Санкт-Петербурге в АСИ
<u>11:00-12:00</u>	Панельная дискуссия В поисках «генома НТИ»	Ключевые вопросы для обсуждения: Профстандарт в высокотехнологичных отраслях Кадровое обеспечение промышленного роста ВУЗы и бизнес: как наладить связи	Дмитрий Чернейко, председатель Комитет по труду и занятости населения Екатерина Егошина, начальник отдела центра проектного управления и продвижения Университета ИТМО Надежда Слободянюк, HR-директор, Центра речевых технологий Павел Ситников, Директор по инновационным проектам, ООО "Открытый код". Самара, заведующий базовой магистерской кафедрой прикладного программирования и технологических инноваций Университета ИТМО, к.т.н. Сергей Сафонов, .х.н., основатель Международного турнира естественных наук Модератор панельной сессии – Владислав Доминяк, СПбГЭУ

<p><u>12:00-14:00</u></p>	<p>Панельная дискуссия НТИ: настоящее будущее</p>	<p>Ключевые вопросы для обсуждения: Как НТИ изменит экономику РФ? Региональная модель НТИ Как России добиться глобального технологического лидерства? Профессии будущего: кадры решают все?</p>	<p>Кирилл Соловейчик, генеральный директор ХОЛДИНГа «Ленполиграфмаш», общественный представитель по направлению "Молодые профессионалы" в Санкт-Петербурге в АСИ Арзум Арзуманян, руководитель АСИ в СЗФО Лада Фоменко, директор компании IVAO Евгений Шапиро - директор Фонд развития промышленности Санкт-Петербурга Алексей Семенов, генеральный директор компании «Геоскан»</p> <p>Модератор: Вячеслав Трактовенко, региональный координатор «Клуба лидеров»</p>
<p><u>14:00-15:30</u></p>	<p>Формирование коммуникационных площадок как механизм вовлечение субъектов МСП в систему госзаказа</p>		<p>Станислав Невзоров ,член регионального совета СПб РО «Союза Машиностроителей России», директор «Центра импортозамещения» Максим Никитинский, член комитета по молодежному предпринимательству СПб отделения «ОПОРЫ РОССИИ», руководитель «Деловая Афиша» Кирилл Масленников, первый зам. председателя – Региональное отделение Общероссийской общественной организации "Союз машиностроителей России" Анатолий Кутузов, координатор молодежной политики , руководитель проектов Санкт-Петербургского РО ООО «Союз машиностроителей России» Александра Питкянен, исполнительный директор Фонд содействия кредитованию малого и среднего бизнеса Максим Баланев, исполнительный директор Санкт-Петербургского Фонда развития бизнеса Евгений Шапиро, директор фонда развития промышленности Санкт-Петербурга</p>

<p><u>15:30-16:45</u></p>	<p>Панельная дискуссия Большие данные: цифровая революция</p>	<p>Глобальный рынок больших данных растет. Мир стремительно дигитализируется, а цифровые технологии проникают во все сферы человеческой жизни. Эксперты разделились на два лагеря. Одни утверждают, что Big Data всего лишь маркетинговый ход, а вторые уверяют, что Big Data предвестник новой технологической революции</p> <p>Ключевые вопросы для обсуждения: Big Data vs. Закон Яровой («большие данные» vs. «персональные данные») Big Data и нормы права Big Data и НТИ: как научить машину анализировать?</p>	<p>Алан Салбиев - директор Академии системного анализа, научный руководитель Центра урбанистики Технопарка "Политехнический" СПбПУ ПетраЕкатерина Смирнова - Руководитель практики по интеллектуальной собственности / информационным технологиям, адвокатское бюро "Качкин и партнеры" Николай Валиотти - к.э.н., сооснователь компании Singularity Group Татьяна Логинова - советник Председателя СЗБ ОАО «Сбербанк России» Елена Абрамова - Директор департамента по работе с бизнес-рынком МТС Валентин Шумовский - модератор, Советник генерального директора по коммуникациям в "Технопарке Санкт-Петербурга"</p>
<p><u>16:50-18:00</u></p>	<p>Панельная дискуссия Финансы и технологии: блокчейн</p>	<p>О блокчейн сегодня говорят все вокруг. Что такое блокчейн? Какова структура цепи? В чем опасность блокчейн? Как технология блокчейн изменит жизнь к лучшему и позволит изменить действующие экономические и финансовые стандарты?</p> <p>Ключевые вопросы для обсуждения: Криптовалюты: плюсы и минусы Блокчейн и национальная безопасность Российская блокчейн</p>	<p>Представители банковской сферы Эксперты, представители научного и образовательного сообщества Контролирующие и проверяющие органы Юридические компании Объединения предпринимателей</p>

Третий день ВВП 2016 - Среда, 16.11.2016 г.

Локация: Медиацентр

Тематики: Легкая промышленность

Время	Мероприятие	Описание	Приглашены к участию
<u>10:00</u> = <u>12:30</u>	Круглый стол «Перспективы российско-итальянского делового сотрудничества»	Встреча деловых кругов Санкт-Петербурга с представителями АО «Банк Интеза» для проработки вопроса выхода итальянских компаний на российский рынок и петербургских компаний – на итальянский рынок	
<u>10:00</u> = <u>12:00</u>	Авторская лекция «О стиле и времени» Площадка Подиум		Полина Раудсон, дизайнер Модного Дома Polina Raudson
<u>13:00</u> = <u>15:00</u>	Пленарная дискуссия «Санкт-Петербург - центр моды и легкой промышленности»	Развитие потенциала и продвижения отрасли: - внутриотраслевые связи - образовательные программы - международное и межрегиональное сотрудничество	Модератор: Светлана Мельниченко – член комитета по женскому предпринимательству СПб отделения «ОПОРЫ РОССИИ» Спикеры: Мейксин М.С., Качаев Э.И., Иванова И.В., Церетели Е.О., Яковлев Н., Старковский Д. В., Сурженко Е.Я., Голубев А.В.
<u>15:00-</u> <u>15:15</u>	Пресс-конференция II Международного конкурса «Стиль.Мода.Качество» Площадка - Подиум	Презентация конкурса	Светлана Мельниченко, Евгений Сурженко, Полина Раудсон, Мэган Виртанен, Александр Смирнов, Кирилл Овчинников, Анна Михайлова, Светлана Артемьева, Тамара Баранова
<u>15:30 -</u> <u>16:00</u>	Открытие II Международного конкурса «Стиль.Мода.Качество» Конкурсанты Площадка - Подиум	Цель конкурса: популяризация российского производителя в области индустрии моды, а также выявление, развитие и представление кадрового потенциала для индустрии модных товаров и популяризация производителей легкой промышленности.	Ведущий: Максим Данилин Спикеры: Мовчан С.Н., Качаев Э.И., Мейксин М.С., Иванова И.В., Церетели Е.О
<u>15:30-</u> <u>19:00</u>	Конкурсный показ 1 категории участников международного конкурса “Стиль.Мода.Качество”, работа членов жюри. Пресс-конференция участников с членами жюри Площадка - Подиум	Цель конкурса - популяризация производителей в области индустрии моды, а также выявление, развитие и продвижение кадрового потенциала для индустрии модных товаров, а также формирования цепочки взаимодействия : дизайнер-производство-магазин	Ведущий: Максим Данилин Жюри конкурса: Евгений Сурженко, Полина Раудсон, Мэган Виртанен, Александр Смирнов, Кирилл Овчинников, Анна Михайлова, Светлана Артемьева.

15:00-17:00	Кто и что влияет на успех молодых предпринимателей	<p>Молодежь – наиболее активная часть общества, в которой заложен главный потенциал развития любой страны, региона, города. Молодежная предпринимательская инициатива может стать одним из основных факторов, с помощью которого можно повысить уровень инновационности российской экономики. Однако в современном мире молодым людям не просто определиться с будущей профессиональной деятельностью, еще сложнее решиться заниматься предпринимательской деятельностью и делать это успешно. В чем заключаются основные препятствия на пути молодых предпринимателей? И какие факторы влияют на успешную реализацию молодежных предпринимательских проектов?</p>	<p>Александр Абросимов, Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Санкт-Петербурге Эльгиз Качаев, Председатель Комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга Арзум Арзумян, Руководитель представительства Агентства стратегических инициатив в Северо-Западном федеральном округе Артем Шейкин, Основатель Фонда «Будущие лидеры» Анастасия Бортова, Президент локального отделения Всемирной организации JuniorChamber International (JCI) Олег Мансуров, Руководитель программы «Преактум» Владимир Млынчик, генеральный директор ООО «Квадро Электрик» Игорь Калинин, Учредитель ООО «ЭМПРАНА» Семен Кибало, Генеральный директор компании UniFashion Ярослав Соковнин, Генеральный директор, Член правления Клуба ETALON Мария Шуилова, CEO, CleanTouchLTD Ведущий: Николай Белозеров – руководитель комитета по молодежному предпринимательству Санкт-Петербургского отделения «ОПОРЫ РОССИИ»</p>
-------------	--	--	--

Третий день ВВП 2016 - Среда, 16.11.2016г.

Локация: Зал 3

Тематики: Digital market

Время	Мероприятие	Описание	Приглашены к участию
-------	-------------	----------	----------------------

10:00 – 12:00	«Иноваторы» и «венчурные чиновники»: сотрудничать нельзя ждать	Круглый стол посвящен вопросам взаимодействия между начинающими предпринимателями и организациями инновационной экосистемы: институтами развития, фондами, экспертами и ассоциациями. В рамках дискуссии будут обсуждены причины неудач их сотрудничества, подняты острые темы, касающиеся эффективности процессов отечественной инновационной экосистемы в целом	Нина Яныкина - начальник Департамента проектной и инновационной деятельности Университета ИТМО Константин Карчмарский - руководитель техноброкерской компании CLMI Ventures, Франция Михаил Мاستин, генеральный директор ООО «Инновации и девелопмент» Елена Ушакова - ведущий менеджер отдела фандрайзинга и проектной деятельности Университета ИТМО
12:00-14:00	Дискуссия «Стратегия бизнеса в условиях турбулентности»	Вопросы в рамках дискуссии: Почему попытки внедрить стратегическое управление в российских компаниях так часто терпят крах? Почему компании принимают стратегические решения слишком поздно? Почему компаниям не удается институализировать стратегию?	Ольга Маркова председатель Комитета по информационным технологиям (КИТ) Ленинградского регионального отделения ОПОРА РОССИИ, эксперт по стратегическому менеджменту в Equal Capital House Денис Баталов независимый эксперт в сфере управления маркетингом, приглашенный эксперт по стратегическому маркетингу в Equal Capital House Павел Шило сооснователь Северо-Западного центра корпоративного управления, преподаватель НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге
14:00-16:00	Роль IT-отрасли в экономическом и социальном развитии Северо-Западного региона	Вопросы для обсуждения: Как оценить вклад IT-отрасли в экономическое и социальное развитие региона? Какие существуют приоритетные направления для развития IT-бизнеса в регионе? Поддержка IT-бизнеса госсектором региона: госзаказ, крупные инфраструктурные проекты; создание и продвижение IT-решений и продуктов на региональном IT-рынке; развитие "умных городов"; меры, направленные на поддержку и развитие IT-отрасли. Как импортозамещение сказывается на отечественном корпоративном рынке IT? Новые возможности или шаг назад в технологиях?	Николай Якимов - заместитель председателя комитета по информационно-коммуникационным технологиям Ассоциации «Ленинградская областная торгово-промышленная палата», генеральный директор ООО «ЛАНИТ Северо-Запад»

Четвёртый день ВВП 2016 - Четверг, 17.11.2016г.

Локация: Конференц-зал

Тематики: Бизнес-наставничество, IT, Инноватика

Время	Мероприятие	Описание	Приглашены к участию
<u>11:00 - 11:35</u>	Эффективный старт бизнеса: этапы, риски, практические кейсы, стартовый капитал.		Сергей Алмазов - руководитель Международной Торгово-Транспортной Компании "ДЕЛАЗИЯ", бизнес-наставник Фонда «АГАТ»
<u>11:20-12:00</u>	Программа Поддержки начинающих предпринимателей Фонда "АГАТ": как начинающему предпринимателю получить бесплатную помощь в составлении бизнес-плана, коучинг от опытных предпринимателей, а также беззалоговый льготный кредит на бизнес		Юлия Буторина - бизнес-менеджер Фонда поддержки молодежного предпринимательства «АГАТ»
<u>12:05-13:00</u>	Без каких знаний нельзя сделать бизнес успешным: ключевые вопросы маркетинга и продаж		Антон Демидов - предприниматель, эксперт по продажам и маркетингу, генеральный директор Ассоциации бизнес-экспертов "Феномен", бизнес-тренер, консультант, коуч по бизнесу.
<u>13:05-13:55</u>	Грани делегирования: что, когда, кому, зачем - базис знаний для работы с сотрудниками и партнерами		Волчегорская Татьяна - Управляющий партнер в Управляющей компании ЗАО «Мобильные технологии», член Совета директоров в шести частных коммерческих компаниях. Инвестор, ментор, лектор
<u>14:00-15:00</u>	Индивидуальная экспертиза бизнес-идей	Участникам Недели предоставляется уникальная возможность записаться на экспертизу и получить консультацию от опытного предпринимателя	Сергей Алмазов Ульянов А. - Совладелец туристского оператора «КонТурБалт», собственник компании - логистического брокера. Юлия Буторина Татьяна Волчегорская

<p><u>15.00-17.00</u></p>	<p>Потенциал российского рынка для краудсорсинга</p>	<p>Краудсорсинг уверенно создает предпосылки для формирования нового типа общественных взаимоотношений, основанных на объединении людей вокруг интересного для них проекта. Краудфандинг уже доказал свою жизнеспособность на мировой арене: в течение последних четырех лет общий объем этого рынка рос ежегодно более чем в два раза, что наглядно демонстрирует огромный потенциал краудинвестирования для предпринимателей</p>	<p>Катерина Трубе, соучредитель глобальной краудсорсинг-платформы CONSTART, директор по стратегическому маркетингу</p>
<p><u>18.00-20.00</u></p>	<p>Сессия Экспертного сообщества в формате «Печа-Куча»</p>	<p>«Печа-куча» - серия коротких и емких выступлений на разные темы. Программа включает в себя 8 выступлений экспертов, раскрывающих различные аспекты бизнеса: маркетинг, продажи, работа с командой, коммерческое право, финансы и выход на международные рынки.</p>	<p>Влад Цветков - генеральный директор коммуникационного агентства «Правда» Ален Багабо - генеральный директор агентства «Развитие» Дмитрий Андреев - генеральный директор «Creative call project» Виктор Пастернак - Юрист в сфере коммерческого права и интеллектуальной собственности Андрей Рябых - Интернет-буржуй, серийный предприниматель, основатель Школы Интернет-буржуя Екатерина Зеленская - Управляющий ООО «Бухгалтерский дом ТОБУ» Камиль Ягофаров - генеральный директор "Аналитик тендер"</p> <p>Ведущий: Максим Никитинский – член комитета по молодежному предпринимательству СПб отделения «ОПОРЫ РОССИИ», руководитель «Деловая Афиша»</p>

11.00 – 13.00 - Семинар «Акселерация бизнеса: готовые инструменты по выжиманию из своего бизнеса максимум» (площадка Центр Экспорта)

Четвёртый день ВВП 2016 - Четверг, 17.11.2016г.

Локация: Медиацентр, Подиум

Тематики: Потребительский рынок и HoReCa

Время	Мероприятие	Описание	Приглашены к участию
<u>10:00-11:00</u>	Круглый стол "Актуальные тенденции индустрии детского отдыха в России"	2016 год стал переломным для индустрии детского отдыха в России. Грядущие нововведения – подчинение детских лагерей Министерству образования, создание единого реестра лагерей и лицензирование программ детского отдыха – изменят отрасль навсегда. Как организаторам лагерей подстроиться под эти перемены? Как получить все необходимые документы, но при этом сохранить интересные программы, поддержку клиентов и доходность бизнеса? На эти и многие другие вопросы ответит Круглый стол «Актуальные тенденции индустрии детского отдыха в России».	Модератор: Елена Рыженкова, генеральный директор incamp.ru – крупнейшего в России интернет-каталога детских лагерей Валерий Астанчук, генеральный директор лагеря «Хаглар» Анастасия Сергеевна Слисаренко, ведущий специалист по детскому отдыху МУЗЕНИДИС ТРЭВЕЛ Буланова Нина Викторовна, генеральный директор лагеря Дружба Бей Гарден Ткачева Дарья Юрьевна, руководитель отдела детского отдыха лагеря Дружба Бей Гарден
<u>12:00-14:00</u>	Круглый стол ФЗ «О независимой оценке квалификаций» в индустрии гостеприимства	-Где обучать персонал? -Центры оценки квалификации -Кто будет обучать персонал? -Программы развития отрасли	Ханс Хертнер Swissam Костас Силлигнакис Swissam Дмитрий Мельников Sokos Леонид Гарбар ФРИО Игорь Бухаров ФРИО Евгений Сафронов Kalinka Catering Пьерлуиджи Тротта Marriott International Кирилл Зиминов Karamel Catering Эльдар Кабиров Red Steak Wine Михаил Соколов Italy Group

<p><u>14.30</u> = <u>15.30</u></p>	<p>Авторская лекция о ленинградской моде</p>	<p>Мэган Виртанен расскажет об особенностях ленинградской моды и специфике работы предприятий легкой промышленности. Ленинградские фабрики часто оказывались первыми в стране, запускающими новый товар в производство – будь-то футболки или колготки. Как работало производство? Каким образом производственники взаимодействовали с Ленинградским Домом Моделей Одежды и предприятиями торговли, а также многое другое о моде Ленинграда в советский период.</p>	<p>Мэган Виртанен - историк моды</p>
<p><u>16:00-</u> <u>19:00</u></p>	<p>Конкурсный показ 2-ой категории участников международного конкурса “Стиль.Мода.Качество”, работа членов жюри. Пресс-конференция участников с членами жюри Площадка: подиум</p>	<p>Цель конкурса - популяризация производителей в области индустрии моды, а также выявление, развитие и продвижение кадрового потенциала для индустрии модных товаров, а также формирования цепочки взаимодействия: дизайнер-производство-магазин</p>	<p>Жюри конкурса: Евгений Сурженко , Полина Раудсон , Мэган Виртанен , Александр Смирнов, Кирилл Овчинников, Анна Михайлова, Светлана Артемьева</p>
<p><u>16:00-</u> <u>17:00</u></p>	<p>Показ фильма “Сделано в Петербурге: 6 купеческих портретов”</p>	<p>Развернутое кинополотно о жизни преподобного Серафима Вырицкого, в миру Василия Николаевича Муравьева, известного петербургского купца и благотворителя. Прослеживается весь его путь, от приезда из родного села под Рыбинском, через успешную деятельность в торговле, до пожертвования всего своего состояния, ухода в монашество и молитвенного подвига. Фильм опирается на уникальные архивные материалы, свидетельства очевидцев, многочисленные съемки на исторически достоверных локациях и современные визуальные эффекты</p>	
<p><u>17:00-</u> <u>18:00</u></p>	<p>Мастер-класс «Роль руководителя в управлении имиджем компании».</p>	<p>На мастер-классе будут представлены 16 ключевых факторов, по которым оценивается авторитетный имидж руководителя. Арина Гороховская предложит эффективный инструмент, с помощью которого Вы сможете быстро оценить, насколько выстроен Ваш личный бренд и как он влияет на имидж Вашего проекта. Вы узнаете, что необходимо сделать, чтобы Ваш должностной имидж был более успешным</p>	<p>Бизнес-тренер, коуч, автор проекта по управлению ответственностью RESPONSING, преподаватель Русской Школы Управления</p>

<p>18:00- 20:00</p>	<p>Бизнес-трамплин СОБА</p> <p>Привлечение финансирования в инновационные проекты</p>	<p>Мероприятие для тех, кто:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. хочет открыть новый бизнес в дополнение к существующему; 2. хочет выгодно инвестировать в работающий бизнес; 3. может предложить услуги консультанта или ментора; 4. знает цену хорошим знакомствам и связям; 5. ищет перспективные стартапы; 6. хочет найти новых партнеров. <p>В программе:</p> <p>Выступление 10 проектов, прошедших предварительный отбор и подготовку (5 мин. презентация, 5 мин. вопросы от экспертов); Общение с инвесторами и проектами; Ужин для инвесторов</p>	<p>Модератор: Луиза Александрова, директор по развитию СОБА</p> <p>Яков Марков, ген. директор ИК «ДОХОДЪ» (с 1993 г.), к.т.н., профессор кафедры Банковского бизнеса и инновационных финансовых технологий МБИ, член СОБА.</p> <p>Дмитрий Румянцев, Бизнес-ангел, член СОБА и FiBAN, Партнер компании Корпоративный Советник</p> <p>Анна Гуревич, заместитель директора Инвестиционной дирекции Банк Санкт-Петербург; член СОБА</p> <p>Лернер Марк Борисович, генеральный директор Инвестиционно-строительная компания "Петрополь", член СОБА</p> <p>Михаил Ионин, Генеральный директор ООО "КОРПОРАЦИЯ ГМС", член СОБА</p> <p>Денис Басин, Генеральный директор ОООРоскПромПак, член СОБА</p> <p>Виктор Леонтьев, Ведущий практикующий юрист СПб по вопросам интеллектуальной собственности, член СОБА</p> <p>Владимир Княжицкий, генеральный директор ФастЛейн</p> <p>Андрис Ульянов, Совладелец, туристический оператор «КонТурБалт», Владелец компании - логистического</p>
-------------------------	---	---	---

Четвёртый день ВМП 2016 - Четверг, 17.11.2016г.

Локация: Зал №3

Время	Мероприятие	Описание	Приглашены к участию
10:00-12:00	Отраслевая сессия «Стартапы Петербурга»	Презентация проектов женщин-предпринимателей с целью привлечения в проект инвестиций и партнеров, а также внимания городских властей к развитию женского бизнеса в Санкт-Петербурге	Модератор: Александр Гаврюшенко - председатель комиссии по развитию инновационного предпринимательства Санкт-Петербургского отделения «ОПОРЫ РОССИИ»
<p>Обучающая интенсив-сессия День “МАМА - предприниматель”</p> <p>Однодневная бизнес-сессия от организаторов федерального образовательного проекта «Мама-предприниматель». Выступления экспертов и предпринимательниц помогут сориентироваться на начальном этапе и понять, как превратить свою мечту в бизнес-план.</p> <p>Участницы сессии «День «Мама-предприниматель»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - узнают, как открыть ИП и как вас может поддержать государство - сориентируются в источниках финансирования на старте проекта - познакомятся с инструментами продвижения своего проекта <p>- услышат вдохновляющие истории успешных предпринимательниц, открывших бизнес с нуля</p> <p>- смогут проконсультироваться с экспертами относительно своей бизнес-идеи.</p> <p>Заявки принимаются на сайте www.mama-predprinimatel.ru</p> <p>Организаторы: благотворительный фонд Amway «В ответе за будущее» совместно с комитетом по развитию женского предпринимательства общероссийской общественной организацией малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ»</p>			
12.00 - 12.15	Знакомство. Приветственное слово	Приветственное слово Анны Сошинской, возглавляющей Благотворительный фонд Amway "В ответе за будущее"	Анна Сошинская, Президент благотворительного фонда Amway "В ответе за будущее" Юлия Уракчеева, модератор бизнес-сессии
12.15 - 13.30	Как открыть ИП. Юридические основы. Налогообложение малого бизнеса. Государственная и региональная поддержка	Юридические основы. Налогообложение малого бизнеса. Государственная и региональная поддержка	Денис Гайсин, главный специалист отдела экономической и правовой поддержки развития субъектов малого и среднего предпринимательства СПб ГБУ "Центр развития и поддержки предпринимательства"
13.35 - 15.00	Где взять денег на старт и развитие	Способы финансирования стартапа от кредитования до краудфандинга: плюсы и минусы Личный опыт предпринимательницы Катерины Колмаковой	Катерина Колмакова, основатель и генеральный директор основатель дистанционного речевого центра "OPPI Online", руководитель онлайн-направления Женского бизнес-клуба. "Суровый айтишник", маркетолог, консультант

<u>15.20 - 16.50</u>	Как запустить и продвинуть Woman Start Up через личный бренд	У вас есть свежая идея для бизнеса? Хотите «упаковать» её в бренд и превратить в готовый инструмент для получения дохода? Наш спикер Ольга Быкова поможет и расскажет на примере собственного бизнеса и кейсах своих клиентов, как личный бренд работает в проектах Women StartUp, которые продвигаются, раскручиваются за счет этого инструмента "умного пиара" и становятся узнаваемыми	Ольга Быкова, учредитель консалтингового бизнес-проекта HR&Brand Project "Olga Bykova", создатель и ведущая медиа проекта «Волшебный пендель»(Radio TV), эксперт и организационный консультант в области управления персоналом и брендинга, а также в создании и продвижении старт-апов через персональный бренд владельцев бизнеса
<u>17.10 - 17.50</u>	PR для маленькой компании: три правила		Юлия Уракчеева, модератор бизнес-сессии
<u>18.00 - 18.50</u>	Эффективная полиграфия и презентации	Вы узнаете, как своими руками создать презентацию, которая будет лучше 80% всех остальных презентаций, что стоит включить в коммерческое предложение, а чего лучше не надо, изучите качества эффективной полиграфии (в том числе визиток), которую хочется забрать с собой	Олег Васильев, предприниматель, креативный дизайнер, создатель студии визуализации Wombat Studio
<u>19.00 - 20.00</u>	Мотивация и самоорганизация начинающей предпринимательницы		Лилия Степанищева, директор и основатель проекта Cleanbe!

11.00 – 13.00 - Семинар «Акселерация бизнеса: готовые инструменты по выжиманию из своего бизнеса максимум» (площадка Центр Экспорта)

Пятый день ВВП 2016 - Пятница, 18.11.2016г.

Закрытие недели. Федеральный день

Локации: Конференц-зал

Время	Мероприятие	Описание	Приглашены к участию
<u>10:00-11:00</u>	Бизнес-завтрак Дом Фаберже Большая Морская ул., 24	! Регистрация обязательна Заявки отправлять на weekspb@gmail.com	Инна Викторовна Мантуло, директор фирменного ювелирного магазина Яхонт
<u>10:00-12:00</u>	Приграничный бизнес и бизнес «по-фински»	Государственная поддержка малого и среднего бизнеса в Финляндии, презентация Федерации предпринимателей в Финляндии, сотрудничество с ОПОРОЙ РОССИИ Финские компании - партнеры для российских компаний. Как войти на рынки Финляндии. Сетевое сотрудничество в сфере бизнес-аналитики в ENI- проекте - совместном проекте по развитию приграничного сотрудничества с компаниями Сайменского региона, ОПОРОЙ РОССИИ и Санкт-Петербургской Торгово-Промышленной Палатой Значение приграничного сотрудничества МСП для регионального развития по обе стороны границы	Томас Палмгрен - руководитель международного отдела Федерации Предпринимателей Финляндии Пекка Такала - старший консультант, компания Еврофакты Валерий Жук - специалист проекта Bridgehead, Центр развития бизнеса, Савонлинна, (Business Services Ltd) Яркко Вуоринен - Председатель правления регионального совета Южного Саво Ведущий: Тахир Ришатович Бикбаев – член правления ОПОРЫ РОССИИ, советник вице- президента ОПОРЫ РОССИИ Иванова Д.Н.
<u>12:00</u> = <u>13:00</u>	Итоги работы «ОПОРЫ РОССИИ» в 2015 году, Бюро по защите прав предпринимателей	«ОПОРА РОССИИ» – одно из ведущих бизнес-объединений России, площадка для эффективного и профессионального диалога между малым и средним предпринимательством и властью. Презентация возможностей Бюро, которое помогает отстаивать законные интересы предпринимателей	Калинин А.С. - президент «ОПОРЫ РОССИИ» Борисов С.Р. – председатель Попечительского совета «ОПОРЫ РОССИИ» Иванов Д.Н. - вице-президент, председатель Санкт-Петербургского отделения «ОПОРЫ РОССИИ», руководитель Северо-Западного Бюро по защите прав предпринимателей, президент Ассоциации «Открытый бизнес», Петровичев Д.А. - член Президиума «ОПОРЫ РОССИИ», управляющий Бюро по защите прав предпринимателей при «ОПОРЕ РОССИИ» Мельников А.С. - исполнительный директор Санкт-Петербургского отделения «ОПОРА РОССИИ»

<u>13.00-16.00</u>	Конкурс Start Up Cup	Российский этап одного из крупнейших в мире предпринимательских конкурсов Start Up Cup	<p>Жюри конкурса: Сергей Федоринов - основатель сети "Юлмарт", Денис Котов - основатель сети книжных магазинов "Буквоед", Олег Жеребцоов - основатель сети гипермаркетов «Лента» и «Норма»), Владимир Маринович - предприниматель, основатель сервиса Gettaxi в Петербурге, основатель бизнес-школы "ВВЕРХ" Аркадий Пекаревский - основатель сети Sela, Виктор Козлов - один из создателей таких успешных интернет-проектов в Рунете, как Ozon.ru и Assist, Fishup, а также известных IT-компаний ReKsoft и CleverPumpkin</p>
<u>16:00-16:10</u>	Внеконкурсный показ Анны Михайловой в рамках II международного конкурса «Стиль. Мода. Качество» Площадка: подиум		Ведущий: Максим Данилин
<u>16.10-19:00</u>	Гала-показ «Стиль. Мода. Качество» Площадка: подиум		
	II конференция «Бизнес – Петербург»	Сессия ответов и вопросов к президиуму Практики поддержки предпринимательства	<p>Цуканов Н.Н. – полномочный представитель Президента РФ в Северо-Западном федеральном округе Полтавченко Г. С. - губернатор Санкт-Петербурга Дрозденко А.Ю. - губернатор Ленинградской области Браверман А.А. - генеральный директор АО «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства» Мовчан С. Н. - вице-губернатор Санкт-Петербурга Калинин А.С. - Президент Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ» Борисов С.Р. – председатель Попечительского совета «ОПОРЫ РОССИИ» Иванов Д. Н. - Вице-президент общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства, председатель Санкт-Петербургского отделения «ОПОРА РОССИИ», руководитель Северо-Западного бюро по защите прав предпринимателей, президент Ассоциации «Открытый бизнес»</p>

15.30 – 18.00	Конкурс Start Up Cup	Награждение победителей российского этапа одного из крупнейших в мире предпринимательских конкурсов Start Up Cup	Жюри конкурса; Сергей Федоринов - основатель сети "Юлмарт", Денис Котов - основатель сети книжных магазинов "Буквоед", Олег Жеребцов - основатель сети гипермаркетов «Лента» и «Норма»), Владимир Маринович - предприниматель, основатель сервиса Gettaxi в Петербурге, основатель бизнес-школы "ВВЕРХ" Аркадий Пекаревский - основатель сети Sela, Виктор Козлов - один из создателей таких успешных интернет-проектов в Рунете, как Ozon.ru и Assist, Fishup, а также известных IT-компаний ReKsoft и CleverPumpkin
	Стартап Петербурга	Награждение премии, Презентация каталога «Стартапы Петербурга»	
	Бизнес премия «БАБОЧКА	В рамках пяти номинаций будут представлены 15 компаний, которые презентуют аудитории свой бизнес. Далее пройдет голосование, которое определит победителей.	
	Подписание соглашений Оглашение результатов недели Торжественное закрытие	Краткий обзор основных событий ВВП 2016	Подведение итогов

19.00 – After party для участников Всемирной недели предпринимательства (Бизнес-кластер «Дело», Лиговский проспект, 63.)

Пятый день ВВП 2016 - Пятница, 18.11.2016г. Закрытие недели. Федеральный день

Локация: Медиа-центр

Время	Мероприятие	Описание	Приглашены к участию
--------------	--------------------	-----------------	-----------------------------

<p><u>11:00</u> = <u>12:00</u></p>	<p>Большой бизнес - большой спорт</p>	<p>Какой он идеальный марафон? Международный бренд, привлекающий туристов и приносящий прибыль. Удобный для жителей, масштабный и яркий. Именно такое соревнование хотят видеть "Клуб Лидеров" и Санкт-Петербургское отделение "ОПОРА РОССИИ" в Петербурге. Предприниматели надеются, что им удастся заинтересовать этой идеей бизнес и власть</p>	<p>Полина Качкина, исполнительный директор Качкин и партнеры, Организаотр Legal Run Екатерина Бондарь, руководитель I LOVE RUNNING, Санкт-Петербург Кирилл Александров, идеолог и организатор спортивного чемпионата First Club Cup и образовательного проекта Небойсяспорта, марафонец и будущий Ironman Евгений Хитьков, предприниматель Олег Третьяков, член ОПОРЫ РОССИИ Тамара Баранова, заместитель исполнительного директора Санкт-Петербургского отделения ОПОРА РОССИИ</p> <p>Модератор: Вячеслав Трактовенко, региональный координатор «Клуба лидеров»</p>
<p><u>12.00-</u> <u>14.00</u></p>	<p>Заседание в формате шоу «Прокурорская проверка»</p>	<p>Темой заседания станет соблюдение прав предпринимателей и инвесторов, о доступности к участию в процедурах госзакупок, об упрощении процедур по выдаче разрешений на строительство и подключении к энергосетям</p>	<p>Александр Амбросимов, уполномоченный по защите прав предпринимателей Санкт-Петербурга Эльгиз Качаев, председатель Комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга Андрей Бондарчук, председатель Комитет по энергетике и инженерному обеспечению Александр Семчуков, председатель Комитета имущественных отношений Санкт-Петербурга Владимир Григорьев, председатель Комитета по градостроительству и архитектуре Санкт-Петербурга Дмитрий Петровичев - член Президиума «ОПОРЫ РОССИИ», управляющий Бюро по защите прав предпринимателей при «ОПОРЕ РОССИИ» Андрей Тетьш, председатель совета директоров АРИН, член «Клуба лидеров» Надежда Коротовских, генеральный директор и соучредитель ГК ISGL</p> <p>Модераторы: Вячеслав Трактовенко, региональный координатор «Клуба лидеров», и Павел Червяков, начальник отдела по надзору за соблюдением прав предпринимателей управления по надзору за исполнением федерального законодательства прокуратуры г. Санкт-Петербурга</p>

14:00- 15:00	Исследование предпринимательского климата в мире и в России. Презентация и дискуссия	Где легче делать бизнес? В какой стране у начинающих предпринимателей меньше опасений и больше оптимизма? От чего это зависит? Обсуждаем результаты крупного ежегодного исследования, сравнивающего предпринимательский климат в разных странах мира	Анна Сошинская - президент благотворительного фонда Amway "В ответе за будущее", директор по внешнекорпоративным связям Amway Даниил Старковский, директор «Центр развития и поддержки предпринимательства»
-------------------------	--	--	--

19.00 – After party для участников Всемирной недели предпринимательства (Бизнес-кластер «Дело», Лиговский проспект, 63.)

Пятый день ВВП 2016 - Пятница, 18.11.2016г.

Заккрытие недели. Федеральный день

Локация: Зал 3

Время	Мероприятие	Описание	Приглашены к участию
<u>14.00 - 15.00</u>	Международное развитие женских предпринимательских проектов	Представление женский проектов на международных рынках: конкурс "Лучший женский проект Азиатского-тихоокеанского экономического сотрудничества "АТЕС" Каталог лучших практик женского предпринимательства участниц конкурса "Лучший женский проект АТЕС" Открытая дискуссия - возможности международного развития проектов женского предпринимательства. Меры государственной и негосударственной поддержки	Мария Щербаткина - Исполнительный вице-президент «ОПОРЫ РОССИИ», сопредседатель Комитета по развитию женского предпринимательства Вероника Пешкова – член экспертного совета Комитета по развитию женского предпринимательства, основатель консалтинговой компании IExpert Тамара Баранова - председатель Комитета по развитию женского предпринимательства Санкт-Петербургского отделения "ОПОРЫ РОССИИ" Алексей Ганеев, Директор департамента по работе с партнерами «Юниаструм Банк»
<u>15:00 - 16:00</u>	О перспективах внедрения коммерческих арбитражных судов в РФ	С 1 сентября 2016 года вступил в силу новый закон об Арбитраже (третейском разбирательстве). Данная реформа представляет принципиально новый подход к организации деятельности постоянно действующих арбитражных учреждений. Ключевое изменение в том, что теперь постоянно действующие арбитражные учреждения могут образовываться только при некоммерческих организациях. Преимущество коммерческого арбитража заключается, во-первых, в скорости рассмотрения. Нагрузка на судей меньше, поэтому процесс может рассматриваться более продуктивно.	Модераторы - Юлия Мелейко, Адвокатская палата Санкт-Петербурга, Андрей Горленко, руководитель (ответственный администратор) Арбитражного центра Максим Семеняко, Адвокатская палата Санкт-Петербурга Евгений Семеняко, Адвокатская палата Санкт-Петербурга Руслан Ягудин, Коммерческий Арбитражный суд СПБ и ЛО Андрей Супруненко, юридическая фирма Remedy Андрей Панов, старший юрист, Международная юридическая фирма

19.00 – After party для участников Всемирной недели предпринимательства (Бизнес-кластер «Дело», Лиговский проспект, 63.)

Приложение №5

Опрос владельцев малого и среднего бизнеса, которые также являются членами Санкт-Петербургского отделения ОПОРЫ РОССИИ.

Автору опроса было необходимо выяснить мнение предпринимателей об уровне эффективности системы мероприятий Всемирной недели предпринимательства как инструмента GR, а также возможные варианты совершенствования.

Вопросы:

1. Знаете ли Вы о проекте Всемирной недели предпринимательства в Санкт-Петербурге?

Да

Нет (Переходите к вопросу № 5)

2. Принимали ли Вы участие в Неделе в 2015 или 2016 году?

Да

Нет (Переходите к вопросу №4)

3. Как Вы оцениваете эффективность проведения подобных мероприятий с точки зрения продвижения интересов малого и среднего бизнеса в органах государственной власти

Считаю их эффективными

Данные мероприятия полезны для бизнеса, но организаторам следует их продумать более тщательно, для достижения большей эффективности

Считаю их не эффективными

3.1. Как по Вашему мнению возможно улучшить организацию Недели с точки зрения продвижения интересов малого и среднего бизнеса в гос органах (После ответа на вопрос 3.1. переходите к вопросу №6)

Т р е б у е т с я р а з в е р н у т ы й
ответ _____

4. Со стороны стороннего наблюдателя (не участника) мероприятия Всемирной недели эффективны с точки зрения продвижения интересов малого и среднего бизнеса в органах государственной власти

Да (Переходите к вопросу №6)

Да, но могут быть и более эффективны (Переходите к вопросу №6)

Не эффективны (Переходите к вопросу №6)

5. По вашему мнению, организация ряда мероприятий для малого и среднего бизнеса с участием представителей органов государственной власти, может быть эффективна для продвижения интересов МСП в властных структурах

Да, этот инструмент эффективен (Переходите к вопросу №6)

Нет, не считаю данные мероприятия эффективными (Переходите к вопросу №6)

6. Будете ли Вы принимать участие во Всемирной Неделе Предпринимательства в 2017 году?

Да

Нет

Результаты опроса:

1. Знаете ли Вы о проекте Всемирной недели предпринимательства в Санкт-Петербурге?

Да

26 респондентов (81,3%)

Нет

6 респондентов (18,7%)

2. Принимали ли Вы участие в Неделе в 2015 или 2016 году?

Да

19 респондентов (73,1%)

Нет

7 респондентов (26,9%)

3. Как Вы оцениваете эффективность проведения подобных мероприятий с точки зрения продвижения интересов малого и среднего бизнеса в органах государственной власти

Считаю их эффективными

6 респондентов (28,6%)

Данные мероприятия полезны для бизнеса, но организаторам следует их продумать более тщательно, для достижения большей эффективности

12 респондентов (57,1%)

Считаю их не эффективными

3 респондента (14,3%)

3.1. Как по Вашему мнению возможно улучшить организацию Недели с точки зрения продвижения интересов малого и среднего бизнеса в гос. органах (После ответа на вопрос 3.1. переходите к вопросу №6)

Развернутый ответ дали 8 респондентов

- Обеспечить присутствие представителей ответственных должностных лиц органов государственной власти и власти субъектов на всех мероприятиях Недели, а также формировать единую резолюцию по итогам, которая подлежит направлению во все федеральные профильные ведомства с последующим отчетом о реализации предложений, либо обязательное включение всех положений резолюции в доклад бизнес-омбудсмена

- Поменять площадку

- Более тщательно проработать актуальные вопросы, провести работу с органами власти, что бы обеспечить их присутствие. Более активно проработать вовлечение малого и среднего бизнеса к участию

- Больше информации и острых тем

- Выбрать ряд организаций, которые реально интересны госорганам и довести этот интерес до заключённых контрактов. Отработать эту систему и далее привлекать не традиционные компании для госзаказа

- Лучше не придумать, чем собрать актуальные боли предпринимателей (провести опрос), проанализировать их, сгруппировать и самые часто повторяющиеся вынести на круглый стол с соответствующим органом исполнительной власти

- Заранее собирать вопросы и проблемы предпринимателей для того, чтобы исполнители гос органов могли подготовить ответы и помощь

- Необходима реклама, чтобы мероприятие было посещаемо. В прошлые годы - пустые залы. Никто совершенно не знает о "Неделе". Также необходимо организовывать дискуссии представителей городских комитетов, ведомств с предпринимателями. Чтобы каждый бизнесмен имел возможность найти решение насущных проблем. Причем возможность задавать вопросы должна быть только у действующих предпринимателей, а не у каждого прохожего с улицы.

4. Со стороны стороннего наблюдателя (не участника) мероприятия Всемирной недели эффективны с точки зрения продвижения интересов малого и среднего бизнеса в органах государственной власти

Да

8 респондентов (38,1%)

Да, но могут быть и более эффективны

10 респондентов (47,6%)

Нет

3 респондента (14,3%)

5. По вашему мнению, организация ряда мероприятий для малого и среднего бизнеса с участием представителей органов государственной власти, может быть эффективна для продвижения интересов МСП в властных структурах

Да, этот инструмент эффективен

20 респондентов (76,9%)

Нет, не считаю данные мероприятия эффективными

6 респондентов (23,1%)

6. Будете ли Вы принимать участие во Всемирной Неделе Предпринимательства в 2017 году?

Да

27 респондентов (84,4%)

Нет

5 респондентов (15,6%)

Приложение №6

Расшифровка экспертного интервью исполнительного директора Санкт-Петербургского отделения ОПОРЫ РОССИИ Тамары Александровны Барановой

София: Тамара, добрый день! Хотелось бы узнать Ваше мнение, как Вы оцениваете современное состояние института малого и среднего предпринимательства в России.

Тамара: Добрый день, София! По моему мнению, как бы это странно не звучало, но он только начал зарождаться. Т.е. ни о каком состоявшемся институте в принципе речи быть не может. У нас нет до конца усовершенствованной налоговой базы, и государство до сих пор не осознало, что малый и средний бизнес – это основа экономики.

София: В 2016 году была принята Стратегия МСП до 2030 года. Я проанализировала ее и пришла к мнению, что это лишь набор рекомендаций. В ней совершенно нет целевых показателей, ресурсной базы и обоснований почему МСП в ВВП должно составлять 40% к 2030 году. Что Вы думаете о данной стратегии?

Тамара: На мой взгляд, данный документ носит более рекомендательный характер, чем реальный призыв к действию. Как я говорила ранее, институт толком не создан, а его пытаются встроить в стратегию. В 90е годы начала зарождаться рыночная экономика, которая рано или поздно приводит к развитию малого и среднего бизнеса. Но понятия МСП никто толком не разработал, надеюсь к 30му году все-таки мы придем к единому пониманию, и МСП займет лидирующие позиции в российской экономике.

София: Как Вы оцениваете состояние МСП в Петербурге?

Тамара: В целом по стране ситуация в Петербурге лучше, но конечно есть проблемы. Например, город перегружен сетями, а они очень мешают развиваться малым предприятиям. В разных районах есть переизбыток или

недостаток тех или иных видов бизнеса. На мой взгляд, нам давно пора взять опыт Финляндии и составить карты города, где будут отмечены, какие виды бизнеса существуют в районах. Финны никогда не разрешат строить ресторан в районе, где на душу населения достаточно точек питания. Думаю, такой сценарий может быть применен и в Санкт-Петербурге.

София: Какую роль государство играет в развитии малого и среднего предпринимательства в России?

Тамара: Государство должно не мешать МСП развиваться. Конечно, должны быть тщательно прописаны законы. Мы должны понимать, что бизнесмены умные люди и умеют обходить многие барьеры, например, если им разрешили после открытия компании 3 года не платить налоги, то через 3 года они закрывают эту компанию и регистрируют новую. Такие моменты стоит предусмотреть.

София: Получается государство должно создать работающие регламентирующие документы?

Тамара: Да, именно так. Но и бизнесменам стоит понять, что от уплаты налогов не стоит уклоняться, тогда машина заработает.

София: Какими GR-технологиями и инструментами должен руководствоваться бизнес в продвижении своих интересов с органами власти?

Тамара: Диалог должен строиться через общественные организации, такие как ОПОРА РОССИИ. Одному предпринимателю почти невозможно решить проблему института в одиночку. Подобные организации и сообщества должны стать некими лоббистами.

София: Насколько эффективна событийная коммуникация как GR-технология?

Тамара: Она эффективна и предыдущие недели показали, что у органов государственной власти есть интерес в построении диалога с бизнесом с помощью мероприятий проекта. Но сложно назвать данную технологию ключевой. Она все таки должна применяться в комплексе с другими технологиями.

Приложение №7

Расшифровка экспертного интервью специалиста по продвижению инноваций центра проектного управления и продвижения департамента проектной и инновационной деятельности университета ИТМО Арсения Олеговича Третьякова.

София: Арсений, добрый день! Как Вы оцениваете современное состояние института малого и среднего предпринимательства в России?

Арсений: Не могу брать все Россию, буду говорить о том, о чем знаю. Плюс важно понимать, что мы занимаемся инновационными стартапами, а это далеко не полный список МСП в России. В Москве и Татарстане обстоят дела лучше чем в СПб, поскольку там созданы условия для развития: много ИТ-парков, кластеров, коворкингов существует, фонды и прочее. В Челябинской области существуют приличные налоговые льготы, Томск стал местом инновационного развития, Татарстан смог привлечь иностранных инвесторов сотрудничая с другими ближневосточными странами.

София: Как Вы оцениваете современное состояние института МСП в Санкт-Петербурге

Арсений: В Петербурге есть нехватка системы поддержки МСП, даже если сравнивать с Ленобластью. Также слабо представлена инновационная инфраструктура. В городе из заметных мест для развития проектов можно назвать бизнес-инкубатор Ингрию, Университет ИТМО, акселератор iDealMachine, бизнес-инкубатор Политеха Петра Великого. Все настоящие инвесторы находятся в Москве и часто сложно получить достаточное финансирование у местных. К счастью, появились такие программы как Петербургский Стартап, когда правительство СПб станет давать финансирование (1-3 млн р) на проект. Но пока нет примеров такой помощи.

София: Какую роль государство играет в развитии малого и среднего предпринимательства в России?

Арсений: Я считаю, что государство может дать толчок МСП через университеты, это как вариант. Например, в тех университетах, которые поддерживаются программой 5-100, либо являются опорными ВУЗами, где созданы все условия для зарождения инновационных предприятий и их последующей поддержки. Рассмотрим на примере ИТМО, например, есть студент с разработкой, он попадает в отдел маркетинга департамента инновационной деятельности, там ему дают оценку. Затем его направляют в акселерационную программу, там его 4 месяца обучают, помогают подобрать команду, после чего команда дорабатывает готовый продукт. Далее проект может получить гранд, инвестиции и становится инновационным предприятием на базе университета.

София: Какими GR-технологиями и инструментами должен руководствоваться бизнес в продвижении своих интересов с органами власти?

Арсений: Я также буду отвечать на данный вопрос с позиции университета. Университет дает прямые выходы на органы государственной власти. Мне кажется, что прямое взаимодействие является пока самой действенной технологией и университет в этом помогает новым инновационным предприятиям. Предпринимателям лучше строить диалог с властью через ту инфраструктуру которая уже есть, в нашем случае это университет, в Татарстане это ИТ-парк, в Москве это могут быть венчурные фонды, как ФРИИ.

София: Насколько эффективна событийная коммуникация (в данном случае система мероприятий – инструмент данной технологии) для продвижения интересов МСП на уровне органов власти

Арсений: Анализируя опыт ИТМО, я могу сказать, что это достаточно эффективная технология GR. Многие вопросы решались именно во время проведения мероприятий, на которых присутствовали представители власти.

Приложение №8

Расшифровка экспертного интервью директора Санкт-Петербургского государственного бюджетного учреждения «Центр развития и поддержки предпринимательства» Даниила Вячеславовича Старковского

София: Какую роль играет государство в развитии института МСП?

Даниил: Первая функция это нормотворческая – когда нужно регулировать деятельность бизнеса, взаимоотношения бизнесменов между собой, государством, некоммерческими организациями. Регулировать это все нужно, потому что должен быть равноудаленный орган, структура, к которому в идеальной картине мира все должны прислушиваться и соответственно выполнять все эти регулирующие воздействия. Вторая функция – фискальная. Есть расходные статьи бюджета, есть доходные. Налоги, которые платят предприниматели, относятся к доходным статьям именно из этих доходов и возможны выплаты государства в виде пенсий, пособий и т.д. И предприниматели в этом случае выполняют функцию доноров, пополняющих бюджет. В этом случае роль государства достаточно важна, т.к. в зависимости от решений, которые принимают государственные органы, налоговая нагрузка возрастает или уменьшается. Третья функция – влияние государства на развитие МСП. Для государства важно повысить качество предпринимательства и вместе с этим увеличить доходы бизнеса, часть из которых, в свою очередь, пойдет в казну. Именно это и является главной миссией государства, а остальные вещи уже вытекают из нее.

София: Какими GR- технологиями и инструментами должен руководствоваться бизнес в продвижении своих интересов с органами власти

Даниил: Я бы разбил этот вопрос на несколько блоков, которые необходимо прокомментировать. Во-первых, должен ли бизнес продвигать свои интересы в органах государственной власти? На мой взгляд, должен, есть ряд вопросов, которые бизнес не может решить сам. Но этих вопросов не очень много. Большинство вопросов предприниматели должны и могут решить сами. И в этом случае очень подходит фраза «пусть государство не

мешает, мы сами все сделаем и решим». Бизнес может решать свои проблемы, заказывая услуги у других коммерческих организаций, будь то консалтинговые, финансовые, складские, логистические и др. услуги. Отдельный аспект, когда государство предоставляет платные услуги для бизнеса. Многие эксперты считают, что такие услуги должны быть. А вот вопрос сокращения административных барьеров государство решать должно само. Также что касается нормативной деятельности, то здесь бизнес в хорошем смысле этого слова подсказывает государству как лучше сделать. И вот здесь возникает необходимость продвижения интересов бизнеса, следовательно, возникает необходимость в GR-технологиях и GR-специалистах. На мой взгляд, сами понятия GR-инструменты, методики – это что-то такое неправильное. Если это обозначает какое-то манипулирование бизнеса на государство, то это неправильно, получается, что бизнес принуждает государство что-либо делать.

Что касается GR-специалистов, то их роль неоценима в построении коммуникации МСП с органами власти. Важно чтобы специалист знал, как правильно взаимодействовать с государством, какие подходы использовать и четко понимать, кто за что в органах власти отвечает, чтобы запрос ушел в правильном направлении получил отклик.

София: Насколько эффективна событийная коммуникация (в данном случае система мероприятий – инструмент данной технологии) для продвижения интересов МСП на уровне органов власти?

Даниил: Хочу отметить, что очень правильный вопрос. Очень важно, что это вопрос задан именно в контексте эффективности данной технологии, потому что в системе взаимодействия бизнес - власть и организации между ними достаточно много различных мероприятий, событий, которые как раз пытаются решить проблемы бизнеса. Ранее я говорил, что не всегда интересы бизнеса стоит продвигать в органы власти. Но в зависимости от того, какие цели ставит себе бизнес, в зависимости от того на сколько эти цели совпадают с целями деятельности и функциями государства, если они коррелируются между собой, то возникает вопрос необходимости построения

правильной коммуникации, а именно системы мероприятий. На мой взгляд, существуют следующие виды мероприятий:

- 1) собираются разрозненные предприниматели на форуме и начинают рассказывать о своих мелких несистемных проблемах представителям власти. Такая форма активности совершенно неэффективна.
- 2) Какая-либо организация, объединяющая бизнес, проводит мероприятие с приглашением представителей власти. Как правило, на таких мероприятиях все более продумано, есть повестка дня, систематизируются вопросы и т.д. На мой взгляд, в данном случае вероятность решения каких-либо проблем бизнеса – 50%.

Эффективная событийная коммуникация может строиться по следующему принципу: какая-либо организация, объединяющая бизнес, собирает заинтересованных предпринимателей отдельно от государства, общается между собой, на своем языке. В результате подобного внутреннего взаимодействия возникает ряд тем, отраслей, проблемных системных вопросов. Участники мероприятия обсуждают их, разрабатывают варианты решения данных проблем. Далее происходит встреча с органами государственной власти, где на обсуждение выносятся ранее четко сформулированные вопросы. Подобный вариант продвижения интересов бизнеса наиболее правильный и продуманный.