

Специфика продвижения малого и среднего предпринимательства в России

Научный руководитель – Денильханов Асланбек Хаважович

Пчельникова София Витальевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: sofia.pchelnikova@gmail.com

Актуальность работы обусловлена необходимостью теоретического осмысления специфики мер продвижения малого и среднего предпринимательства проводимых как государством, так и коммерческими структурами в условиях санкционного давления и оживления государственной политики по автономизации и импортозамещению российской экономики. По данным портала МСП вклад малых и средних предприятий в ВВП страны уже превысил 40%, доля занятых в малом и среднем бизнесе от общего числа занятых в экономике — 41%. На государственном уровне закреплена «Стратегия развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года». Цель стратегии — увеличить долю малых и средних предприятий в ВВП в два раза — с 20% до 40%. Несмотря на фокус государственной политики на оказание поддержки данному сегменту бизнеса МСП продолжает испытывать трудности. Существенными причинами являются нехватка опыта ведения бизнеса, отсутствие выстроенного знания о мерах поддержки того или иной отрасли или формы предприятия, а также неправильное стратегическое и тактическое планирование продвижения бизнеса. Обеспечить качественный и количественный рост возможно, применяя в том числе меры по информационному и маркетинговому сопровождению МСП, проводя образовательную политику и повышая уровень компетенции лиц принимающих решение. Таким образом, исследования специфики малого и среднего предпринимательства с точки зрения практики его продвижения является актуальной темой для изучения.

В работе анализируются роль, значение и регулирование малого и среднего предпринимательства в экономике России, на основании данных нормативно-правовых актов и стратегий государственного развития; на основании выделения специфических черт МСП как субъекта экономических отношений даются рекомендации по его продвижению.

Целью исследования является анализ существующих инструментов продвижения МСП в России для трансляции текущего опыта и разработки более эффективных мер..

В соответствии с целью работы сформулированы следующие задачи:

- проанализировать систему мер государственной поддержки МСП, в том числе направленной на продвижение данной формы бизнеса;
- определить характеристики сегмента малого и среднего предпринимательства в структуре экономики России;
- дать оценку текущим инструментам продвижения МСП и перспективам их развития.

В результате проведенного исследования автор пришел к следующим выводам:

- государство осуществляет комплексную политику по поддержке малого и среднего предпринимательства, по отношению к различным аспектам функционирования МСП, разрабатывая систему мер финансовой, инвестиционной, налоговой, информационной поддержки и обеспечивая инфраструктуру функционирования МСП;

· к специфическим чертам МСП относятся: многочисленность субъектов, активная конкуренция, нацеленность на снижение издержек с помощью технологических и организационных инноваций, большой спектр производимых продуктов и услуг, нуждающихся

в продвижении, но при этом не готовность вкладывать большие бюджеты в информационную и маркетинговую поддержку.

· меры продвижения МСП должны носить более комплексный характер, учитывать отраслевую специфику, быть направленными не только на образовательный аспект, но и быть рассчитанными на долгосрочное построение бренда, выстраивания маркетинговых коммуникаций компаний «здесь и сейчас».

Источники и литература

- 1) Официальный портал «Мой бизнес». [Электронный ресурс]. URL: <https://xn-90aifddrld7a.xn-p1ai/> (Дата обращения 20.12.23г.).
- 2) Официальный сайт Национального проекта «Малое и среднее предпринимательство». [Электронный ресурс]. URL: <https://xn-80aarpampemcchfmo7a3c9ehj.xn-p1ai/projects/msp> (Дата обращения: 10.02.23г.).
- 3) Официальный сайт Правительства России «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года». [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/23354/> (Дата обращения: 10.02.23г.).
- 4) Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 12.12.2023) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Статья 14. [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/f37831cb86dea1959749e24d246234941eca66cd/ (Дата обращения: 10.02.24г.).