

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»
Институт экономики и управления
Школа государственного управления и предпринимательства
Кафедра интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ ПЕРЕД ГЭК
Зав. кафедрой интегрированных
маркетинговых коммуникаций и
брендинга _____ Г.А. Савчук
« _____ » _____ 2023 г.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)**

**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ С ОРГАНАМИ МЕСТНОГО
САМОУПРАВЛЕНИЯ В ПРАКТИКЕ МАЛОГО БИЗНЕСА: ОЦЕНКА
ВКЛАДА В РАЗВИТИЕ ЕКАТЕРИНБУРГА**

Научный руководитель: Савчук Галина Анатольевна

канд. социол. наук, доц.

Нормоконтролер: Ульянова Елена Владимировна

Студент группы ЭУЗМ-303811 Полякова София Алексеевна

Екатеринбург
2023

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

Институт экономики и управления
Кафедра интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга
Направление 42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Образовательная программа PR и реклама в маркетинге территории

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой интегрированных
маркетинговых коммуникаций и брендинга

Савчук Г.А. Савчук
(подпись) (Ф.И.О.)

«21» декабря 2020 г.

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации)

студента Поляковой Софии Алексеевны группы ЭУЗМ-103811
(фамилия, имя, отчество)

1 Тема ВКР «Связи с общественностью с органами местного самоуправления в практике
малого бизнеса: оценка вклада в развитие Екатеринбурга»

Утверждена распоряжением по институту от «21» декабря 2020 г. №33.14-05/2/189

Руководитель Савчук Галина Анатольевна, канд. социол. наук, доцент
(Ф.И.О., должность, ученое звание, ученая степень)

3 Исходные данные к работе зарубежные и отечественные книги, статьи, нормативно-
правовые акты, материалы СМИ, вторичные данные социологических исследований,
материалы авторского социологического исследования, проведенного методом
структурированного экспертного интервью

4 Содержание пояснительной записки (перечень подлежащих разработке вопросов)

5 Перечень демонстрационных материалов

6 Консультанты по проекту (работе) с указанием относящихся к ним разделов проекта*

Раздел	Консультант	Подпись, дата	
		задание выдал	задание принял

7 Календарный план

Наименование этапов выполнения работы	Срок выполнения этапов работы	Отметка о выполнении
Написание первой главы магистерской диссертации	1 июня 2021 г.	Выполнено
Написание второй главы магистерской диссертации	10 февраля 2023 г.	Выполнено
Написание третьей главы магистерской диссертации	20 мая 2023 г.	Выполнено
Написание чистового варианта диссертации	21 июня 2023 г.	Выполнено

Руководитель Савчук Г.А. Савчук
(подпись) Ф.И.О.

Задание принял к исполнению Полякова
(подпись)

8 Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация) закончена
« 21 » июня 2023 г.

Пояснительная записка и все материалы просмотрены

Оценка консультантов:* а) _____ б) _____
в) _____ г) _____

Считаю возможным допустить Полякову Софию Алексеевну
к защите его выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации) в
экзаменационной комиссии.

Руководитель Г.А. Савчук

9 Допустить Полякову Софию Алексеевну к
защите выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации) в
экзаменационной комиссии (протокол заседания кафедры № 13 от «21» июня 2023 г.)

Зав. кафедрой Савчук Г.А. Савчук
(подпись) Ф.И.О.

* - при наличии разделов, требующих привлечение консультантов

РЕФЕРАТ

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ С ОРГАНАМИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В ПРАКТИКЕ МАЛОГО БИЗНЕСА: ОЦЕНКА ВКЛАДА В РАЗВИТИЕ ЕКАТЕРИНБУРГА

ВКР (магистерская диссертация) состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего 70 наименований, 5 приложений. Работа включает 9 таблиц и 1 рисунок. Общий объем ВКР (магистерской диссертации) – 119 страниц основного текста.

Ключевые слова: связи с общественностью с органами власти, малый бизнес, органы местного самоуправления, GR-коммуникации, развитие территорий, проблемы взаимодействия бизнеса и власти, межсекторное партнерство, эффективная модель взаимодействия бизнеса и власти.

Цель – анализ вклада связей с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления в развитие территории, и разработка на этой основе программы по совершенствованию практики связей с общественностью с органами местного самоуправления малого бизнеса в Екатеринбурге.

Научная новизна магистерской диссертации заключается в исследовании малоизученного аспекта связей с общественностью бизнеса с органами власти. А именно, рассматривается локальный уровень: малый бизнес и органы местного самоуправления. Новизной работы также является рассмотрение коммуникационного взаимодействия двух вышеуказанных субъектов в контексте развития территории.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования рекомендаций по совершенствованию коммуникационного взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления Екатеринбурга в аспекте развития и продвижения территории города.

СОДЕРЖАНИЕ

1 Теоретические аспекты анализа связей с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления	9
1.1 Понятие и содержание связей с общественностью с органами местного самоуправления	9
1.2 Основные технологии и инструменты связей с общественностью с органами местного самоуправления	17
1.3 Связи с общественностью с органами местного самоуправления в контексте построения моделей взаимодействия с малым бизнесом	21
2 Связи с общественностью в модели эффективного взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления в аспекте развития территории города.....	28
2.1 Анализ зарубежного опыта связей с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления	28
2.2 Основные направления использования связей с общественностью в построении эффективной модели взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления в аспекте развития территории города	35
2.3 Описание эффективной модели взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления в аспекте развития территории	63
3 Связи с общественностью с органами местного самоуправления в построении эффективной модели взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления на территории города Екатеринбурга	77
3.1 Общая характеристика малого бизнеса и органов местного самоуправления на территории города Екатеринбурга	77
3.2 Анализ связей с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления в аспекте развития Екатеринбурга	84

3.3 Возможность реализации эффективной модели взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления в аспекте развития территории города Екатеринбурга	101
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	106
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	110
ПРИЛОЖЕНИЕ А	120
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	123
ПРИЛОЖЕНИЕ В	125
ПРИЛОЖЕНИЕ Г.....	126
ПРИЛОЖЕНИЕ Д	131

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы диссертационного исследования обосновывается современным подходом к развитию территорий, который заключается в эффективном построении взаимодействия между тремя основными секторами общества. В частности, развитие и продвижение территории во многом зависит от эффективности построения взаимодействия между коммерческим и государственным секторами. Основой такого взаимодействия сегодня является выстраивание коммуникаций, организация и управление связями с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления.

Несмотря на то, что вектор развития территории в целом определяют потребности и интересы общественности, в том числе малого бизнеса, практика реализации вырабатываемой государством политики не всегда соответствует ожиданиям общества. Этим определяется неоднозначность современной системы взаимодействия государственного и коммерческого секторов.

В связи с чем, в настоящее время цели деятельности, функции и задачи всех секторов общества переосмысляются и преобразуются, а также осуществляется поиск новых инструментов и механизмов коммуникации между секторами. Органы власти стремятся сотрудничать с бизнесом, делегируя ему некоторые свои функции, а бизнес, в свою очередь, стремится выстраивать отношения и организовывать работу с властью на территории присутствия.

Взаимная заинтересованность органов власти и малого бизнеса в установлении стабильной и эффективной системы взаимодействия привела к развитию механизмов и инструментов коммуникационного менеджмента в обоих секторах. Связи с общественностью малого бизнеса с органами государственной власти являются фактором успешного развития малых предприятий и предпринимателей, обязательным условием совершенствования системы государственного управления в условиях демократического государства с рыночной экономикой. Правильно выстроенные коммуникации ложатся в основу эффективной системы взаимодействия бизнеса и власти,

реализация которой оказывает синергетическое действие на развитие территорий: повышается инвестиционная привлекательность, появляется возможность заниматься продвижением и брендингом территории, развивать туризм, выравнивать диспропорции локальных отраслей экономики, вывести население территории на новый уровень качества жизни.

Связи с общественностью в моделировании эффективного взаимодействия бизнеса и власти являются одной из функций менеджмента, неотъемлемой частью территориального маркетинга, специализированной управленческой деятельностью, процессом сознательной организации двусторонних коммуникаций. Роль связей с общественностью в построении эффективной модели взаимодействия бизнеса и власти заключается в достижении взаимопонимания, устранении коммуникативных барьеров, консолидации усилий и установлении результативных взаимоотношений во внешней среде. Со стороны органов государственного сектора, наличие в своей структуре подразделений по связям с общественностью является необходимым условием демократического, прогрессивного государства. Существование таких подразделений необходимо для обеспечения информационной открытости деятельности органов власти, создания и поддержания информационного взаимодействия, возможности открытого диалога с бизнесом, некоммерческими организациями, СМИ, обществом. Со стороны частного сектора, связи с общественностью с органами власти – это возможность продуктивного диалога с властью, формирования положительного имиджа своей компании, продвижения своих интересов и участия в принимаемых государством решениях в отношении социально-экономического развития территории присутствия. Грамотное построение и управление коммуникациями также позволяет отслеживать и корректировать общее направление и конкретные цели деятельности, внутренние связи и процессы на всех этапах деятельности во всех подразделениях в организациях обоих секторов.

Продуктивная модель взаимодействия бизнеса и власти приносит очевидную выгоду как самим субъектам взаимодействия, так территории присутствия в целом. Успешная деятельность бизнеса способствует росту благосостояния населения, наполнению местного бюджета, происходит ускоренное развитие таких сфер, как создание инноваций и разработка высоких технологий, привлечение инвестиций и иностранного капитала, образование локальных научно-технологических кластеров, модернизация территориальной инфраструктуры, создание и оказание социально-значимых проектов и услуг населению.

Механизмы организации, реализации и управления коммуникационными технологиями, а также влияние такой деятельности на развитие и продвижение территории – актуальная для российских реалий тема, представляющая интерес, как для исследования, так и для практического применения специалистами, непосредственно задействованными в этих процессах. Выстроенная система коммуникаций, совместная работа и открытый диалог бизнеса и власти могут способствовать стабильному и эффективному развитию общества в целом. В связи с этим представляется необходимым изучить и проанализировать связи с общественностью малого бизнеса с органами МСУ в аспекте развития территории, в частности города Екатеринбурга.

Цель магистерской диссертации – анализ вклада связей с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления в развитие территории, и последующая разработка рекомендаций по совершенствованию практики связей с общественностью с органами местного самоуправления малого бизнеса в Екатеринбурге.

В соответствии с целью, поставлены следующие *задачи диссертационного исследования*:

- раскрыть и описать теоретические аспекты связей с общественностью с органами местного самоуправления: понятие, содержание, функции, технологии, инструменты;

- проанализировать и охарактеризовать роль связей с общественностью в построении моделей взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления;

- проанализировать зарубежный опыт связей с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления в аспекте развития территории города;

- разработать и провести прикладное социологическое исследование «Эффективная модель взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления в аспекте развития территории», проанализировать результаты исследования;

- описать наиболее универсальную эффективную модель взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления в аспекте развития территории;

- провести сравнительный анализ эффективной и реально существующей на данный момент модели взаимодействия малого бизнеса и органов МСУ в Екатеринбурге в коммуникационном аспекте в контексте развития территории;

- разработать рекомендации по совершенствованию коммуникативной составляющей модели взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления на территории города Екатеринбурга.

Объектом магистерской диссертации являются связи с общественностью с органами местного самоуправления.

Предмет исследования – связи с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления города Екатеринбурга в контексте развития территории.

Методы исследования. В процессе исследования использовались такие методы, как анализ вторичных данных, социологический опрос методом экспертного интервью, метод контент-анализа материалов и публикаций СМИ, интернет-сайтов, и размещенных на них официальных документов, сравнительно-аналитический метод.

Степень разработанности проблемы. Теоретические аспекты связей с общественностью, связей с органами государственной власти отражены в работах таких авторов, как: В. А. Ачкасова, И. Е. Минтусов, О. Г. Филатова, Е. А. Осипова, Конецкая В. П., Л. В. Сморгунов, Л. Н. Тимофеева, М. М. Васильева.

Исследованию и описанию теорий, моделей и технологий взаимодействия бизнеса и органов государственной власти посвящены работы следующих зарубежных и отечественных авторов: Т. А. Черкащенко, А. А. Шетов, Р. Ф. Туровский, В. Н. Якимец, А. Е. Чирикова, Н. Ю. Лапина, И. Б. Орлов, Ю. С. Сизова, М. И. Малиновская.

Исследование и оценка влияния эффективного взаимодействия на развитие и продвижение территорий содержится в работах Ф. Котлера, Д. В. Визгалова, А. Н. Шохина, М. Б. Янгбулаева, О. А. Ломовцевой, О. А. Масловой.

Научная новизна магистерской диссертации заключается в исследовании малоизученного аспекта связей с общественностью бизнеса с органами власти. А именно, рассматривается локальный уровень: малый бизнес и органы местного самоуправления. Новизной работы также является рассмотрение коммуникационного взаимодействия двух вышеуказанных субъектов в контексте развития территории.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования рекомендаций по совершенствованию коммуникационного взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления Екатеринбурга в аспекте развития и продвижения территории города.

Информационно-эмпирическая база исследования состоит из статистических данных, ресурсов информационной сети «Интернет», данных опросов представителей малого бизнеса, аналитических выводов и оценок исследователей, результатов экспертиз контрольно-счетного органа Екатеринбурга.

Структура работы. Магистерская диссертация имеет классическую структуру: введение, три главы, включающие в себя девять параграфов,

заключение, библиографический список, пять приложений. В первой главе рассматриваются теоретико-методологические аспекты изучаемой темы: определения основных понятий, сущность связей с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления, теории, модели и инструменты. Вторая глава – исследовательская, посвящена анализу места связей с общественностью в модели эффективного взаимодействия малого бизнеса и органов МСУ в аспекте развития территории города. Третья глава – проектная, предполагает апробацию результатов исследования, а именно разработку рекомендаций по совершенствованию связей с общественностью в реализации эффективной модели взаимодействия двух секторов в аспекте развития территории города Екатеринбурга.

Апробация работы. Основные положения магистерской диссертации апробированы на двух конференциях, были защищены и опубликованы две статьи. Первая конференция – это XVIII Международная научно-практическая конференция молодых ученых «Развитие территориальных социально-экономических систем: вопросы теории и практики», где была представлена и затем опубликована статья «Взаимодействие социально-ориентированных некоммерческих организаций с органами государственной власти в контексте социально-экономического развития Свердловской области»¹.

Вторая конференция – VIII Международная научно-практическая конференция «Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий». В рамках данной конференции была представлена и опубликована статья «Анализ зарубежного и отечественного опыта связей с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления в контексте развития территории города»².

¹ Пайвина С. А. Взаимодействие социально-ориентированных некоммерческих организаций с органами государственной власти в контексте социально-экономического развития Свердловской области / С. А. Пайвина. – Текст: непосредственный // Развитие территориальных социально-экономических систем: вопросы теории и практики: материалы XVIII Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых, 9-10 марта 2021 г. – Екатеринбург, 2021. – С. 181-184.

² Полякова С. А. Анализ зарубежного и отечественного опыта связей с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления в контексте развития территории города / С. А. Полякова. – Текст: непосредственный // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф., 18-19 апреля 2022 г. – Екатеринбург, 2022. – Том 2. – С. 31-34.

1 Теоретические аспекты анализа связей с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления

1.1 Понятие и содержание связей с общественностью с органами местного самоуправления

Сегодня понятию «связи с общественностью» («Public Relations», далее – PR) даются достаточно объемные и разнообразные по своему содержанию определения, так как оно по-разному трактуется в зависимости от контекста исследования. В России этому термину часто придают отрицательную коннотацию, путают или отождествляют с такими понятиями, как: «связи с органами государственной власти» (Government Relations, далее – GR), «лоббизм». В контексте исследуемой нами темы необходимо разграничить данные понятия, а также дать развернутое, наиболее подходящее в контексте исследования, определение понятию «связи с общественностью с органами государственной власти».

Становление связей с общественностью как специфической деятельности по организации и управлению коммуникациями началось со второй половины XX века: в послевоенное время в США и Западных странах Европы запустились трансформационные процессы в сфере общественных и международных отношений, демократизация в государственном управлении, глобализация экономики, начался интенсивный рост международных компаний. Предпосылкой выделения связей с общественностью в самостоятельную функцию менеджмента стала возникшая необходимость в налаживании постоянных и плодотворных двусторонних коммуникаций. Важность выстраивания диалога между представителями организаций различных секторов общества внутри государства обосновывалась потребностью в установление эффективного взаимодействия и партнерских отношений (в частности бизнеса и власти) по вопросам регулирования

экономики и социальной политики. Кроме того, появилась необходимость в построение и укрепление отношений на межгосударственном и международном уровнях.

Одними из первых открылись собственные офисы и бюро «паблисити» при Гарвардском университете и университете штата Пенсильвания. В 1912 г. появилось первое крупное бюро PR при «Американском телефонно-телеграфном объединении». В США подразделения по связям с общественностью впервые появились в крупных корпорациях, которые учились выстраивать коммуникации с представителями власти, общественности и бизнес-сообщества не только в своей стране, но и на международном уровне¹.

В 1930-1960-х гг. происходило оформление отдельных технологий по связям с общественностью в полноценную профессиональную деятельность, появилась должность советника по PR в американской Демократической партии. В период 1960-1980-х гг. деятельность по связям с общественностью вышла за рамки кабинетов подразделений и должностей, окончательно закрепившись в качестве самостоятельной профессии. В этот период создавались и развивались отдельные службы по связям с общественностью и компании, специализирующиеся на предоставлении PR-услуг, а университеты уже подготавливали и выпускали PR-специалистов².

В 1980-1990-е гг. связи крупного бизнеса с органами власти закрепились нормативно. Особенность формирования коммуникаций с органами государственной власти в те годы заключалась в пристальном внимании правительства к деятельности корпораций. Бизнес начал ориентироваться на построение прочных взаимоотношений с органами власти всех уровней, основанных на гуманистических ценностях и принципах социальной ответственности³.

¹ Конечкая В. П. Социология коммуникации / В. П. Конечкая. – Москва : Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с. – ISBN 5-89313-010-3.

² Там же.

³ Сморгунов Л. В. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством : учеб. пособие / Л. В. Сморгун, Л. Н. Тимофеева. – Москва : РОССПЭН, 2012. – 407 с. – ISBN 978-5-8243-1533-2.

В России появление и распространение такого явления как «связи с общественностью» произошло с переходом на рыночную экономику и капиталистический уклад жизни. В начале 90-х гг. под связями с общественностью и связями с органами государственной власти понималось нечто среднее между агитационно-пропагандистской деятельностью советского периода и функцией управления, состоящей из совокупности западных методик и технологий коммуникационного менеджмента¹.

В научной и профессиональной среде GR часто считают разновидностью или частным случаем PR. Так, например, в учебном пособии «GR-связи с государством» под ред. Л. В. Сморгунова указано, что различными являются «...только субъекты этих отношений и объекты, с которыми они соотносятся»². Основывается такой подход на хронологическом порядке событий на Западе. Вначале развивались механизмы взаимодействия и продвижения интересов с широкой общественностью и лидерами мнений, а затем начался процесс выстраивания социальных коммуникаций с участием государства.

По мнению Д. В. Новикова, лучшее из существующих определений «связей с общественностью» содержится в Мексиканском заявлении ассоциаций PR 1978 г.:

«PR — это искусство и наука анализа тенденций, предсказания их последствий, выдачи рекомендаций руководству организаций и осуществления программ действий в интересах и организаций, и общественности»³.

Наиболее лаконичное и общепринятое на международном уровне определение понятия PR было сформулировано в 2012 г. Американским обществом по связям с общественностью (PRSA) при участии Международной Ассоциации бизнес-коммуникаторов (IABC):

¹ Новиков, Д. В. Теория и практика связей с общественностью: учеб. пособие / Д.В. Новиков. — Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. — 91 с.

² Сморгунов Л. В. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством : учеб. пособие / Л. В. Сморгунов, Л. Н. Тимофеева. — Москва : РОССПЭН, 2012. — 407 с. — ISBN 978-5-8243-1533-2.

³ Новиков Д. В. Теория и практика связей с общественностью : учеб. пособие / Д. В. Новиков. — Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. — 91 с.

Связи с общественностью – это стратегический коммуникационный процесс, который строит взаимовыгодные отношения между организациями и их аудиториями¹.

В рамках темы диссертационного исследования ключевым является понятие «связи с общественностью с органами государственной власти», которое содержит в себе смысловую нагрузку понятий PR и GR одновременно. Оба этих понятия являются составными направлениями коммуникационного менеджмента, которые принято разграничивать по объектно-субъектным отношениям, наборам инструментов и регламентацией форм деятельности. При этом среди зарубежных и отечественных специалистов нет единого мнения о необходимости четкого разделения этих понятий. Практика реализации различных механизмов коммуникационного менеджмента доказывает, что сочетание отдельных элементов, входящих в понятия PR и GR положительно влияет на эффективность взаимодействия.

Так, например, генеральный директор и эксперт коммуникационной группы «Орта» А. В. Сафронов в аспекте проблемы построения понятийного поля и многообразия подходов к определению понятия PR утверждает следующее:

«Существует множество определений связей с общественностью. Все перечисленные определения имеют свою ценность и могут быть использованы в равной мере в зависимости от стоящей задачи. Однако PR является быстроразвивающейся сферой деятельности, и сегодня часто единственным критерием того, что есть PR, и где находятся его границы, является практическая деятельность»².

И, если в соотнесении понятий GR и PR сегодня допускается вариативность с целью достижения плодотворных взаимоотношений, то совсем иначе обстоит ситуация с определением, а в российском контексте скорее –

¹ Фадеева Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – Москва : Юрайт, 2023. – 263 с. – ISBN 978-5-534-00227-0.

² Что же такое PR? – Текст: электронный // Стартапы, бизнес, технологии. vc.ru: [сайт] – URL: <https://vc.ru/ortacommunications/97609-cto-zhe-takoe-pr> (дата обращения 21.01.2022).

отделением, термина «лоббизм». Проблема адаптации зарубежного опыта лоббистской деятельности в российских реалиях привела к тому, что среди отечественных практиков зачастую сложилось мнение о данном понятии как о деструктивном проявлении GR-деятельности. На уровне теоретической части явления мнения также разделились: одни авторы отождествляют два этих понятия, другие считают, что лоббистская деятельность – это разновидность GR, а третьи определяют лоббизм в качестве инструмента или технологии GR, применяемой в политическом поле¹.

В контексте нашего исследования, а также учитывая российскую практику применения понятий «GR» и «лоббизм», мы определяем и разграничиваем эти понятия следующим образом:

Government relations – это деятельность по выстраиванию и налаживанию двусторонних коммуникаций организаций общественного и коммерческого секторов с органами государственной власти. Цель такой деятельности – создание системы взаимодействия, которая позволяет согласовывать интересы, информировать о существующих проблемах, содействовать их урегулированию или совместному обсуждению, принимать наиболее результативные взаимовыгодные решения².

Лоббизм – это отстаивание интересов узкой групп лиц (компаний) в государственных органах власти, влияние на принятие правовых и политических решений в государстве³.

Принципиальное отличие GR от лоббизма заключается в том, что целью построения взаимодействия с органами государственной власти является решение ряда проблем, а также налаживание диалога и долгосрочных взаимовыгодных отношений. Такие отношения в результате призваны оказывать положительное влияние не только на отдельно взятую структуру, но и приносить пользу обществу и территории присутствия в целом. Лоббизм же

¹ Ачкасова В. А. GR и лоббизм: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатова. – Москва : Юрайт, 2015. – 313 с. – ISBN 978-5-9916-5100-4.

² Там же.

³ Васильева, М. М. PR и GR, лоббирование: особенности понятий / М. М. Васильева // Современные СМИ и медиарынок : сб. науч. тр. в честь М. Б. Ротановой. – Санкт-Петербург, 2020. – С. 16-22.

направлен на продвижение интересов определенного круга лиц (группы лиц, компаний) с целью принятия конкретных решений в органах государственной власти, удовлетворяющих частные интересы.

Таким образом, GR является более широкой и регулярной деятельностью, использует большее количество коммуникационных технологий и инструментов, может осуществляться организацией любой формы и масштаба (в том числе некоммерческой) на всех уровнях управления: от муниципального до федерального. К функциям GR можно отнести деятельность, направленную на создание положительного имиджа и репутации организации в публичном пространстве, в частности, в среде госорганов, решение возникающих вопросов и проблем с государственными органами, регулирующими органами, публичные обсуждения принятых государством законов и решений, разбор судебных случаев. Лоббизм, соответственно, более узкая деятельность, которая отличается определенным набором коммуникационных технологий, специализированных приемов, а также использованием знаний о процедурах принятия правовых и политических решений¹.

Опираясь на содержания уже обозначенных и охарактеризованных определений PR и GR, представляется необходимым вывести и раскрыть наиболее подходящее для темы исследования определение. В основе взаимодействия различных структур с органами власти в контексте развития и продвижение территории лежит организованная система управления коммуникациями, которая может сочетать в себе элементы и признаки нескольких понятий, относящихся к коммуникационному менеджменту. В том числе это касается и специфической системы коммуникаций малого бизнеса с органами государственной власти, при реализации которой с большей эффективностью и результативностью могут быть использованы одновременно приемы как GR, так и PR-деятельности. Учитывая последнее положение, сформулируем адаптированное под тему исследования определение:

¹ Ачкасова В. А. GR и лоббизм: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатова. – Москва : Юрайт, 2015. – 313 с. – ISBN 978-5-9916-5100-4.

Связи с общественностью с органами государственной власти – это специализированная управленческая деятельность, направленная на сознательное создание коммуникаций, целью которых является достижение взаимопонимания; установление двусторонних взаимовыгодных плодотворных предсказуемых отношений коммерческих и некоммерческих организаций с органами государственной власти; консолидация усилий при решении общественных проблем, успешное развитие самих организаций и территории присутствия в целом.

В рамках данного параграфа необходимо также обозначить функции связей с общественностью с органами власти. А. А. Шетов в статье «Теоретические основы GR-менеджмента как фактора повышения эффективности взаимодействия государства и общества» выделяет следующие функции связей с органами государственной власти:

- информационная;
- аналитическая;
- коммуникационная;
- представление и защита интересов организации в органах власти¹.

Первые две функции заключаются в обеспечении взаимодействия с органами власти, которое предполагает информационно-аналитическую и прогнозную деятельность относительно политики государства в сфере интересов и поле деятельности организации. Реализация этих функций предполагает полную осведомленность обо всех законодательных инициативах и фактической работе органов власти, включая готовящиеся законопроекты, отдельные политические решения, планы работы и проблематику совещаний².

Коммуникационная функция заключается в непосредственной организации всей совокупности коммуникаций с представителями органов

¹ Шетов А. А. Теоретические основы GR-менеджмента как фактора повышения эффективности взаимодействия государства и общества. – Текст: непосредственный // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2014. – №4. – С. 18-24.

² Сморгунов Л. В. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством : учеб. пособие / Л. В. Сморгунов, Л. Н. Тимофеева. – Москва : РОССПЭН, 2012. – 407 с. – ISBN 978-5-8243-1533-2.

власти. Данная функция предполагает постоянное взаимодействие с министерствами, департаментами, ведомствами и т.д., заключение договоров сотрудничества с органами власти, участие в программах и проектах социального партнерства, участие в конгрессной-выставочной деятельности¹. Сюда же относится и выстраивание отношений с представителями организаций некоммерческого сектора, отраслевыми и общественными объединениями, СМИ в определенной сфере.

Представление и защита интересов организации в органах власти подразумевает обозначение и отстаивание позиции не только непосредственно самой организации, но и позиции блока организаций одной отрасли/сектора/сферы, а также широкого круга общественных вопросов и проблем, непосредственно связанных со сферой или местом деятельности организации. Реализация этой функции предполагает участие в деятельности консультативно-совещательных и общественно-государственных органов власти, проведение переговоров с органами власти, выстраивание отношений со СМИ с целью обозначения своей позиции, и воздействия через них на органы власти.

Из содержания предыдущих двух функций следует также еще одна, больше относящаяся к области PR-деятельности, однако имеющая большое значение для субъекта взаимодействия: *формирование и укрепление имиджа и репутации*. Правильное позиционирование во внешней среде является сегодня обязательным этапом управления для любой организации в целом, но особенно необходимо при выстраивании взаимодействия с органами государственной власти. Получение лояльности к деятельности своей организации со стороны властей заключается в нивелировании имеющейся отрицательной информации об организации и предоставлении положительной. Реализуется это путем исправления реальных недочетов в работе организации, получения всех необходимых разрешительных документов (лицензирование), участия в

¹ Шетов А. А. GR-менеджмент как инструмент управления взаимодействием организации с государством / А. А. Шетов // Автореф. дис. ... канд. экон. наук 08.00.05. – Ростов-на-Дону, 2015. – 24 с.

госзаказах и во всех вышеперечисленных в других функциях формах взаимодействия, создании положительного образа в СМИ. Косвенным образом реализация этой функции влияет и на широкую общественность и на формирование положительного образа территории присутствия.

1.2 Основные технологии и инструменты связей с общественностью с органами местного самоуправления

В данном параграфе мы рассмотрим конкретные инструменты, используемые для связей с общественностью с органами власти. Стоит отметить, что существующие теоретические подходы к определению содержания и классификации технологий (методов, инструментов) весьма разнообразные, местами противоречивые и несистемные. В связи с этим накопление, исследование и систематизация методов и инструментов остаются сегодня основной проблемой и задачей теоретиков, и имеют огромное влияние на реализацию практической деятельности.

Особенность деятельности по связям с общественностью с органами власти заключается в том, что она планируется, программируется и реализуется через стратегию. Организация, учитывая свои специфические особенности, выбирает модель взаимодействия с органами государственной власти, в соответствии с которой выстраивает стратегию, разрабатывает программу, состоящую из совокупности подобранных технологий. На практике, выбор технологий, и то, какими конкретно механизмами и инструментами они будут наполнены, также всегда индивидуальная история.

Возвращаясь к первому абзацу данного параграфа, необходимо отметить, что, несмотря на отсутствие системности в подходах к классификации, основная масса технологий и их структурных элементов уже описаны в работах различных авторов. Основное отличие подходов заключается в том, что одно и то же явление определяется как технология у одних авторов, как инструмент у

других, и как задача у третьих. Основные классификации, их авторы, а также непосредственно технологии расположены в таблице А.1 (Приложение А).

К наиболее широко используемым на сегодняшний день технологиям и инструментам связей с общественностью с органами власти относятся упомянутые в таблице А.1 медиарилейшнз, фандрайзинг, краудсорсинг, экспертное сообщество, корпоративная социальная ответственность (далее – КСО). А также некоторые не представленные в таблице инструменты: государственный контракт, концессионные соглашения, аутсорсинг, форсайт.

Медиарилейшнз – это выстраивание взаимовыгодных коммуникаций с представителями СМИ с целью воздействия на органы государственной власти. Данная технология используется и бизнесом и органами государственной власти для того, чтобы обеспечить постоянный двусторонний опосредованный обмен информацией через средства массовой информации. Медиарилейшнз предполагает налаживание взаимовыгодных связей со значимыми СМИ, постоянный контакт с лояльными журналистами, формирование и транслирование положительного имиджа компании (органа власти, конкретного лица). В условиях развития интернет-коммуникаций роль данной технологии с каждым днем только возрастает: сиюминутное отражение информации о деятельности органов власти, практически мгновенная обратная связь ежедневно формируют систему регулярного информирования¹.

Фандрайзинг – это процесс привлечения ресурсов комплексными коммуникативными методами, которые необходимы компании для реализации какого-либо проекта (коммерческие структуры) или для осуществления своей деятельности в целом (некоммерческие организации)². В рамках этой технологии можно быть как организатором фандрайзинга, так и спонсором. В основном, фандрайзинговые проекты организуются в сферах медицины, образования, а также целого спектра проектов по решению социальных

¹ Черкащенко Т.А. Классификация GR-технологий: коммуникативный подход. – Текст: электронный // Медиаскоп. Электронный научный журнал. – 2015. – №4. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/2045> (дата обращения 20.03.2022).

² Фандрайзинг – Текст: электронный // Записки маркетолога. Энциклопедия маркетинга : [сайт] – URL: https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_f/fundraising/ (дата обращения 14.01.2022).

проблем. Сюда же относится и благотворительная деятельность бизнеса, направленная на решение проблем социальной сферы. Используя технологии фандрайзинга, спонсорства или благотворительности компании получают сразу несколько преимуществ: положительный имидж, как в глазах широкой общественности, так и органов власти; площадку и/или повод для общения с органами государственной власти; дополнительное внимание СМИ, инвесторов или тех же органов власти, потенциальные предложения о новом сотрудничестве и совместных проектах.

Краудсорсинг – это привлечение к выполнению работы и решению тех или иных проблем третьих лиц на добровольной основе, передача им некоторых функций и задач, использование их творческих способностей, знаний и опыта¹. Краудсорсинг также как медиарилейшнз и фандрайзинг считаются «электронными» технологиями, реализуемыми частично или полностью через интернет-коммуникации с применением информационных технологий. Данная технология является еще одним примером опосредованных коммуникаций с властью, так как за основу берется, как правило, общественная проблема, волнующая население территории. Для решения этой проблемы инициатором могут призываться волонтеры и добровольцы, общественные и коммерческие организации. Таким образом, все участники получают доступ к эффективному коммуникационному каналу, а вместе с ней и возможность обмениваться информацией, получать обратную связь, влиять на органы власти.

Экспертное сообщество – это технология привлечения авторитетного мнения, например, к оценке производимых товаров или услуг компании, реализуемых ею проектов, а также по широкому кругу общественно-значимых проблем и вопросов. Экспертом является лицо или круг лиц, которое выступает в качестве лидера мнений, обладает большим кредитом доверия, а также компетенциями и заслугами в области деятельности заказчика. Данная

¹ Краудсорсинг – Текст: электронный //Записки маркетолога. Энциклопедия маркетинга : [сайт] – URL: https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_f/fundraising/ (дата обращения 14.01.2022).

технология высокоэффективна в коммуникациях с органами власти, так как в ней есть промежуточное звено в виде экспертного сообщества. На мнение эксперта вероятнее всего будет ссылаться как сама организация, так и общественность, поскольку оно будет являться своего рода доказательной базой и рычагом давления на органы власти, принимающие решения¹.

Корпоративная социальная ответственность – это технология, которая в глобальном понимании доступна скорее крупному бизнесу, нежели малому. Как GR-технология, КСО ставит своей целью создание хорошей репутации в глазах широкой общественности, стейкхолдеров и органов государственной власти. КСО, как правило, включает в себя такие инструменты, как благотворительность, спонсорство, реализация различных социальных проектов, деятельность в области экологии².

Исходя из анализа перечисленных выше технологий, можно сделать вывод о том, что использование большинства технологий предполагает привлечение дополнительных ресурсов, которыми малый бизнес чаще всего не обладает. Поэтому для таких субъектов взаимодействия распространенными технологиями коммуникационного взаимодействия с органами МСУ являются:

- выстраивание диалога с властью через участие в городских общественных советах и рабочих группах, в общественных организациях на уровне города или области;
- донесение информации до органов власти о собственной общественной и деловой публичной активности;
- письменные обращения и взаимодействие с органами МСУ посредством сети Интернет.

¹ Ачкасова В. А. GR и лоббизм: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатова. – Москва : Юрайт, 2015. – 313 с. – ISBN 978-5-9916-5100-4.

² Перекрестов Д. Г., Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики / Д. Г. Перекрестов, И. П. Поварич, В. А. Шабашев. – Москва : Академия Естествознания, 2011. – 437 с. – ISBN 978-5-91327-148-8.

1.3 Связи с общественностью с органами местного самоуправления в контексте построения моделей взаимодействия с малым бизнесом

Выделение организаций малого бизнеса в отдельную группу имеет принципиальное значение в рамках темы нашего исследования. Данные организации имеют значительно меньшее количество ресурсов и возможностей влияния на органы власти, на формирование законодательства и регулирование экономики, однако это не исключает потребности во взаимодействии с местной властью, и не уничижает их значимости в развитии территории присутствия.

Малое предпринимательство – это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики по установленным в законодательстве критериям. Субъекты малого предпринимательства – это коммерческие организации и юридические лица. Критерии – доходность и численности работников, занятых на предприятии¹.

Малый бизнес, формирующийся и развивающийся на уровне муниципальных образований, возлагает на себя следующие функции:

- снижение уровня безработицы;
- увеличение поступлений в местный бюджет;
- формирование среднего класса, среды собственников;
- повышение качества товаров и услуг, поддержание надлежащей конкурентной среды;
- привнесение инноваций, стимулирование научно-технического прогресса;
- оказание населению социально-важных услуг;
- влияние на рост социально-экономического развития региона и продвижение территории присутствия².

¹ О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (последняя редакция). – Текст: электронный // Консультант Плюс: [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/ (дата обращения 05.03.2023).

² Клочкова Е. В. Формы и механизмы поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации. – Текст: непосредственный // Гражданское право. – 2019. – № 4. – С. 15–18.

Малое предпринимательство признается сектором экономики способным обеспечить наиболее быстрый и стабильный социально-экономический рост территории присутствия. Однако в современных реалиях сектор сталкивается с рядом проблем, а также административных и экономических барьеров, таких как:

- доминирование крупного бизнеса (в том числе и в возможностях взаимодействовать с властью);
- недостаточность и/или неэффективность финансовой, имущественной и других форм государственной поддержки малого бизнеса на старте и в кризисные моменты;
- чрезмерный контроль за деятельностью малого предпринимательства, как следствие, коррумпированность контролирующих структур;
- отсутствие баланса частных и публичных интересов;
- непропорциональное развитие отраслей предпринимательской деятельности;
- недостаток знаний и квалификации предпринимательского сообщества в вопросах ведения и управления коммуникациями с органами муниципальной власти;
- недоверие предпринимательского сообщества к органам власти¹.

Без взаимодействия и построения взаимоотношений с органами местного самоуправления этот сектор экономики становится уязвимым. Учитывая значимость, роль и особенности малого бизнеса для развития и продвижения территорий присутствия, актуальным вопросом становится обеспечение эффективного взаимодействия между организациями малого бизнеса и государством.

В России наиболее известной является расширенная классификация моделей взаимодействия, составленная А. Е. Чириковой и Н. Ю. Лапиной. В

¹ Ладыгин В. В. Поддержка малого бизнеса на муниципальном уровне в России: основные этапы и тенденции. – Текст: электронный // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2012. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podderzhka-malogo-biznesa-na-munitsipalnom-urovne-v-rossii-osnovnye-etapy-i-tendentsii> (дата обращения: 17.03.2022).

данной классификации модели выделяются на основании того, какую роль играет бизнес в социальной политике государства (таблица Б.1, Приложение Б).

Р. Ф. Туровский выделяет следующие модели коммуникационного взаимодействия регионального бизнеса и власти в зависимости от степени их «сращивания» и конфликта интересов: функциональная, партнерская, модель государственного патронажа, симбиотическая и конфликтная¹.

Функциональная («политическая») модель определяется взаимным отдалением бизнеса и власти, при котором каждый сам выполняет свои задачи. Поддержание партнерских отношений происходит только для решения общих задач по возникающей необходимости. Данная модель препятствует развитию коррупции и формированию особых предпочтений в отношениях власти и бизнеса.

Партнерская («политическая») модель характеризуется более активной позицией региональной власти при выстраивании отношений с бизнесом. Предпочтение отдается выстраиванию партнерских взаимоотношений, сотрудничеству и формированию общих интересов в вопросах, связанных с развитием территории, совместной работе по привлечению инвестиций. Партнерская модель считается наиболее оптимальной в классификации автора. Туровский отмечает: «Она не способствует развитию коррупции и, в отличие от предыдущей, предполагает инициативную позицию региональной власти, решающей вместе с бизнесом задачи регионального развития»².

Модель государственного патронажа предполагает односторонний контроль деятельности и давление на бизнес и исключает возможность обратного влияния на принимаемые властью решения. Бизнес-сообщество в результате делится на лояльных и нелояльных к власти представителей. Данная модель способствует развитию механизмов коррупции, и ее логическим продолжением является следующая – *Симбиотическая модель*. Для этой модели характерна тесная связь представителей региональной власти с бизнес-

¹ Туровский Р. Ф. Региональные модели взаимодействия между деловыми и властными элитами. – Текст: электронный // Политком.RU. – 2019. – URL: <http://politcom.ru/8474.html> (дата обращения: 21.04.2022).

² Там же.

сообществом, чьи интересы доминируют при выработке региональной политики. В результате реализации данной модели формируется привилегированная бизнес-элита с полным набором предпочтений, происходит монополизация отраслей экономики.

Конфликтная модель – отсутствие устойчивых отношений между властью и бизнесом. В коммерческом секторе происходит борьба за ресурсы, в ходе которой власть ангажируется для создания выгодных условий одним представителям бизнеса и подавления других¹.

Стоит отметить, что коммуникации с органами власти являются подсистемой, составной частью общей системы (модели) взаимодействия. Вышеописанные классификации моделей взаимодействия бизнеса и власти скорее описывают общие «правила», в которых коммуникативный аспект практические не обозначается. В связи этим необходимо отдельно рассмотреть классификацию моделей взаимодействия А. А. Шетова, в которой основанием является построение отношений².

Проактивная модель исходит из того, что бизнес должен анализировать внешнюю среду и прогнозировать возможные изменения рыночных условий, политических решений власти и т.д. Двусторонние коммуникации с органами государственной власти используются постоянно, а не для точечного решения проблем, обязательным элементом коммуникаций является обратная связь. Бизнес в данной модели является инициатором коммуникации, обеспечивает постоянное поддержание связей с органами государственной власти, соотносит свои интересы с потребностями государства через инструменты мероприятий, презентаций и позиционирования.

Реактивная модель наиболее подходит для малого и среднего бизнеса, как организаций «ограниченных» финансовых ресурсов и возможностей для поддержания постоянного взаимодействия. Данная модель предполагает

¹ Туровский Р. Ф. Региональные модели взаимодействия между деловыми и властными элитами. – Текст: электронный // Политком.RU. – 2019. – URL: <http://politcom.ru/8474.html> (дата обращения: 21.04.2022).

² Шетов А. А. GR-менеджмент как инструмент управления взаимодействием организации с государством / А. А. Шетов // Автореф. дис. ... канд. экон. наук 08.00.05. – Ростов-на-Дону, 2015. – 24 с.

ответную реакцию на действия и решения органов власти и на уже произошедшие изменения. Взаимодействия с органами власти не носит регулярный характер, а происходит с целью решения возникших проблем.

Субъективно-ассоциированная модель предполагает выстраивание коммуникаций с властью не напрямую, а через отраслевые объединения и бизнес-ассоциации (Торгово-промышленные палаты, Российский союз промышленников и предпринимателей, «Деловая Россия», «Опора России» и т.д.). Реализация этой модели, по сути, предполагает использование такого PR-инструмента, как активизация заинтересованных лиц. Объединяясь, малый бизнес аккумулирует свои ресурсы, выражает коллективный интерес, решает возникающие проблемы через ассоциацию, используя ее авторитет и возможность выхода на СМИ и переговорные площадки.

В *институциональной модели* коммуникации выстраиваются через специальную службу по связям с органами государственной власти, которая является структурным подразделением организации. В данной модели коммуникации носят регулярный характер и предполагают проведение службой всех коммуникационных мероприятий, по налаживанию взаимных контактов с органами власти, решению проблем организации и взаимному сотрудничеству.

Национальная модель подразделяется на западную и восточную. Западная национальная модель стремится использовать легитимные методы установления отношений с властью, используя аутсорсинг и некоторые PR-инструменты для организации партнерских проектов и переговоров с властью через площадки различных ассоциаций. Восточная модель отличается непубличными коммуникациями с властью, стремится к установлению неформального контакта, что, как правило, предполагает использование механизмов «теневых» лоббизма, способствует возникновению коррупции.

Отдельное внимание уделяется наиболее «идеальной» модели взаимодействия бизнеса и власти, которая считается образцом для демократических государств с рыночной экономикой – модели партнерства.

Так, например, В. Н. Якимец посвятил несколько работ описанию концепции «межсекторного социального партнерства». Сущность данной концепции заключается в налаживании конструктивного взаимодействия между тремя секторами общества: государственным, частным и некоммерческим. Цель выстраивания конструктивных партнерских взаимоотношений – решение проблем социальной сферы, преодоление социальной несправедливости и решение конфликтов в данной сфере¹. В результате такого взаимодействия выгоду получает не только каждая сторона, но и население территории, обеспечивается синергетический эффект от «сложения» разных ресурсов при решении социальных проблем.

Разновидностью и частным случаем межсекторного социального партнерства является частно-государственное партнерство (далее – ЧГП). На Западе данное взаимодействие определяют как отдельную технологию GR-коммуникаций. Однако данная модель включает также и механизмы социального инвестирования, при которой частный сектор разделяет взаимную ответственность за решение проблем в социальной сфере совместно с государством².

Ключевым моментом при описании и анализе различных моделей взаимодействия является их теоретический характер: на практике сегодня не реализуется ни одна из моделей в чистом виде. Основным выводом теоретиков, описывающих различные модели, является заключение, что каждое отдельное государство использует различные механизмы, инструменты и приемы, которые относятся к разным современным моделям.

Подводя итоги теоретической части исследования, стоит еще раз выделить роль малого бизнеса в обществе. Малое предпринимательство является важной составляющей любого демократического государства с рыночной системой экономики: местные бюджеты наполняются налогами, население получает доходы от собственной деятельности и рабочие места,

¹ Якимец В. Н. Межсекторное социальное партнерство в России: определение, механизмы, лучшие практики. – Текст: непосредственный // МОФ СЦПОИ, ИнА-Центра. – Новосибирск, 2011. - С.53.

² Там же.

регион может обеспечить себя без поддержки федеральных властей и развиваться как уникальная территория. Именно этот вид предпринимательства стимулирует рост национальной экономики, способствует ускоренному развитию территории присутствия, отвечает за качество и количество товара на национальных рынках, влияет на формирование бренда территории. Потенциал и очевидные преимущества таких организаций как партнеров по реализации политики с одной стороны, а также некоторые уязвимые и непроработанные стороны с другой, свидетельствуют о необходимости обеспечения эффективного взаимодействия с органами государственной власти.

Связи с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления являются специализированной управленческой деятельностью по созданию системы коммуникаций, целью которых является установление взаимовыгодных отношений, что позволяет обмениваться информацией, обсуждать проблемы и перспективы развития, а также сотрудничать в интересах данной территории. Особенно это актуально для городов, где малый бизнес является основой экономики. Взаимодействие с местной властью делает бизнес-среду более дружественной и консолидированной, создает благоприятные условия для развития малых предприятий и, в конечном итоге, способствует устойчивому социально-экономическому росту, развитию и продвижению территории.

Наиболее доступными для специфики малого бизнеса инструментами коммуникационного взаимодействия с органами МСУ являются: участие в городских советах и рабочих группах, местных и региональных бизнес-ассоциациях, донесение информации до органов власти о собственной общественной и деловой публичной активности, а также письменные обращения и взаимодействие с органами МСУ посредством сети Интернет. При этом наиболее эффективной моделью взаимодействия считается модель межсекторного партнерства.

2 Связи с общественностью в модели эффективного взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления в аспекте развития территории города

2.1 Анализ зарубежного опыта связей с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления

В отношении зарубежного опыта, в первую очередь стоит отметить разработанность законодательной базы и, как следствие, внутренних регламентов частных компаний относительно процесса и механизмов взаимодействия бизнеса и власти за рубежом. В США и Канаде лоббизм законодательно определен и легализован, прописаны конкретные механизмы такой деятельности. С 1995 г. в США действует закон «О разглашении сведений, касающихся лоббирования», целью которого является регулирование лоббистской деятельности¹.

На практике лоббистская деятельность в США и Канаде строго отделяется от общего взаимодействия и заключается, в основном, в предоставлении посреднических (юридических, адвокатских) услуг по защите интересов частных лиц и организаций. Общая система взаимодействия власти и бизнеса выстраивается опосредованно, так как прямые контакты с органами власти, не относящиеся к лоббистской деятельности, часто приравниваются к коррупции и нарушению законодательства. Непосредственное общение с органами власти осуществляется не собственниками или директорами коммерческих организаций, а профессиональными посредниками – специалистами по GR. В связи с этим, организация и координация коммуникаций с властью, а также поддержка деятельности профессиональных коммуникаторов осуществляется через объединения, ассоциации и фонды

¹ Черноскутова М. В., Кудинов В. В., Пестова А. В. Значение опыта зарубежных стран в области GR для России. – Текст: непосредственный // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – №10-1. – С. 34-47.

различного уровня: Американская ассоциация политических консультантов (American Association of Political Consultants — AAPC), Совет по публичным делам (Public Affairs Council — PAC), Ассоциация публичных дел Канады (Public Affairs Association of Canada — PAAC), Институт отношений с государством Канады (Government Relations Institute of Canada — GRIC)¹.

В Германии, Франции и некоторых других европейских странах понятие «лоббизм» имеет только отрицательное значение, и в законодательстве он приравнивается к коррупции. По этой причине, взаимодействие бизнеса и власти в большинстве европейских стран осуществляется также через посреднические структуры. При органах власти национального и всесоюзного уровней существуют специальные комиссии и комитеты, участвующие в подготовке политических решений, которые являются официальными коммуникационными площадками взаимодействия власти и бизнеса. В отличие от лоббистов, представители таких структур, взаимодействуя с государственными комитетами, выражают коллективные интересы социальных групп, а не частные интересы отдельной коммерческой компании. В Британии такой структурой является Конфедерация Британской промышленности (CBI), а во Франции - Французская организация предпринимателей (MEDEF)².

Для удовлетворения потребностей и решения проблем коммерческого сектора, также как и в других странах, в Европе существуют крупные объединения и ассоциации, через участие в которых бизнес любого масштаба, в том числе малый, взаимодействует с органами власти.

Еще одной основополагающей чертой зарубежной западноевропейской модели, является наличие механизма общественной оценки деятельности бизнеса и его роли в развитии общества. То есть, коммуникации бизнеса с властью выстраиваются, во-первых, в рамках разработанной нормативно-

¹ Сморгун Л. В. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством : учеб. пособие / Л. В. Сморгун, Л. Н. Тимофеева. – Москва : РОССПЭН, 2012. – 407 с. – ISBN 978-5-8243-1533-2.

² Черноскутова М. В., Кудинов В. В., Пестова А. В. Значение опыта зарубежных стран в области GR для России. – Текст: непосредственный // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – №10-1. – С. 34-47.

правовой базы, а во-вторых, исходя из результатов общественной экспертизы на «проф. пригодность». Общественное мнение, изучаемое посредством регулярно проводимых исследований, напрямую влияет на возможность того или иного бизнеса участвовать в публичном поле, взаимодействовать и сотрудничать с органами власти¹.

Сюда же относится и разработка кодексов этики и стандартов профессионального поведения, которые обязаны соблюдать специалисты по связям с органами государственной власти в своей деятельности. Основопологающим принципом таких документов также является принцип следования общественному благу².

В целом, коммуникации с органами власти на Западе строго регламентированы и происходят зачастую опосредованно. В западной модели бизнес является инициатором коммуникаций с государством, предлагает совместные социальные проекты, реализация которых предполагает государственное участие и поддержку. Посредниками являются представители крупных отраслевых ассоциаций бизнеса или специалисты в области GR (профессиональные ассоциации, союзы GR).

Опыт некоторых европейских стран также доказывает эффективность функционального объединения отделов по PR и GR в единое целое. Называются они, как правило, GPA или GPR-департаментами и используют в своей деятельности весь комплекс рекламных, PR и GR-инструментов и технологий. Такой подход охватывает все объекты внешней среды организации, для коммуникации с которыми формируется общая масштабная стратегия по связям с общественностью³.

«В США еще в 1980-1990-е гг. правительство стало контролировать корпоративный бизнес, что привело к появлению GR как профессии или

¹ Сморгун Л. В. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством : учеб. пособие / Л. В. Сморгун, Л. Н. Тимофеева. – Москва : РОССПЭН, 2012. – 407 с. – ISBN 978-5-8243-1533-2.

² Ачкасова В. А. GR и лоббизм: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатова. – Москва : Юрайт, 2015. – 313 с. – ISBN 978-5-9916-5100-4.

³ Сморгун Л. В. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством : учеб. пособие / Л. В. Сморгун, Л. Н. Тимофеева. – Москва : РОССПЭН, 2012. – 407 с. – ISBN 978-5-8243-1533-2.

отдельной услуги, которую предоставляют специализированные фирмы. В то же время происходило сокращение финансового участия государства в социальной политике, а бизнес все больше перенимал философию «социальной ответственности», то есть брал на себя обязательства по социальному обеспечению своих сотрудников, клиентов, акционеров и др. на территории своего присутствия»¹.

Так появилась и закрепились такая форма и инструмент взаимодействия с властью как корпоративная социальная ответственность (КСО). Действия бизнеса, в итоге, были поддержаны и стимулировались как самим государством, так и другими социальными институтами: церквями, университетами, школами, общественными организациями. На данный момент реализация бизнесом программ КСО является повсеместным явлением не только с точки зрения социальной ответственности перед своими работниками, но также всеобъемлюще применяется в сфере поддержки образования на территории своего присутствия (школы, университеты). Зарубежный бизнес давно понял, что вкладывая ресурсы в это направление, он получает не только репутационные выгоды, повышает собственную «видимость» в поле межсекторного взаимодействия, но и выгодно инвестирует в будущее собственной компании. Вложенные ресурсы вернутся к нему через определенное время в виде высококвалифицированных и лояльных сотрудников. Кроме того, логическим продолжением реализации таких программ стало появление департаментов по связям с общественностью с органами государственной власти уже внутри самих образовательных учреждений. В итоге, сотрудничество бизнеса и власти работает и в поле устранения личных потребностей организации и в аспекте развития территории присутствия.

¹ Полякова С. А. Анализ зарубежного и отечественного опыта связей с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления в контексте развития территории города / С. А. Полякова. – Текст: непосредственный // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы VIII Международной научно-практической конференции, 18-19 апреля 2022 г. – Екатеринбург, 2022. – Том 2. – С. 31-34.

Отличительным и важным признаком зарубежной системы связей с общественностью бизнеса с органами власти является проработанная, устоявшаяся и постоянно функционирующая система коммуникаций со СМИ. «Зарубежные GR специалисты активно работают над формированием общественного мнения через СМИ, организуют различные PR-кампании, освещая их через СМИ, что непосредственно влияет на дальнейшее принятие политических решений»¹.

Свою эффективность за рубежом также доказала технология государственно-частного партнерства (ГЧП). Данная технология представляет собой скоординированное взаимодействие государства и бизнеса при решении различных социально-экономических проблем. «Так, например, в Китае с 1996 года государством была разработана программа по созданию благоприятного инвестиционного климата в стране. В рамках реализации данной программы была создана Комиссия по привлечению инвестиционных ресурсов в экономику Китая, куда вошли представители власти всех уровней, представители бизнеса и независимые эксперты (в том числе иностранные). Комиссия разработала комплексный план неотложных мер для создания благоприятного инвестиционного климата, особое внимание в котором уделялось поддержке инициатив бизнеса, а также обеспечению государством привлекательных законодательных и институциональных условий хозяйственной деятельности для частных инвесторов»².

«Среди конкретных результатов реализации данной программы стало (и продолжается) строительство системы магистральных скоростных дорог (всего около 70 тыс. км), соединяющих все крупные города страны с населением более 200 тысяч человек. Частным компаниям, занимающимся строительством дорог, обеспечено гибкое налоговое регулирование, предоставление льгот.

¹ Полякова С. А. Анализ зарубежного и отечественного опыта связей с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления в контексте развития территории города / С. А. Полякова. – Текст: непосредственный // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы VIII Международной научно-практической конференции, 18-19 апреля 2022 г. – Екатеринбург, 2022. – Том 2. – С. 31-34.

² Там же.

Совокупным результатом реализации подобных программы является занимаемое Китаем 1-е место в мире по объему прямых иностранных инвестиций привлеченных в экономику страны (более 70 млрд. долл. США)»¹.

Еще одним общеизвестным удачным примером применения ГЧП является европейский опыт взаимодействия с бизнесом в отрасли гражданского авиастроения. Власти выдали кредит на ряд исследовательских разработок французским, немецким, британским и испанским компаниям-авиастроителям, объединившимся в группу компаний Airbus в 1970-х гг. Позже при реализации сбыта органы власти также участвовали, предоставляя экспортные гарантии и субсидируя проценты, а затем снова профинансировали исследовательские программы по гражданской авиации. Сотрудничество также выражалось в политике давления на местные авиакомпании: закупать настоятельно рекомендовалось самолеты гражданской авиации только европейского производства.

В результате компания Airbus на сегодняшний день является одной из крупнейших компаний-производителей самолетов в мире. Сотрудничество бизнеса и власти в данном примере принесло не только очевидную выгоду компании, которая без господдержки бы просто не существовала, но и способствовало развитию высокотехнологичных производств и исследований в этой области, способствовало увеличению занятости населения. В конечном итоге, нельзя не отметить влияние успеха компании на развитие и продвижение территории, имидж и репутацию органов власти, которые, несмотря на возможные экономические риски «прогореть», продолжали принимать активное участие в развитии отрасли².

Опыт Китая, Европы и других зарубежных стран показывает, что для привлечения частного капитала и инвестиций в национальную экономику

¹ Полякова С. А. Анализ зарубежного и отечественного опыта связей с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления в контексте развития территории города / С. А. Полякова. – Текст: непосредственный // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы VIII Международной научно-практической конференции, 18-19 апреля 2022 г. – Екатеринбург, 2022. – Том 2. – С. 31-34.

² Сморгун Л. В. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством : учеб. пособие / Л. В. Сморгун, Л. Н. Тимофеева. – Москва : РОССПЭН, 2012. – 407 с. – ISBN 978-5-8243-1533-2.

государству и бизнесу необходима общая совместно разработанная методика действий. «Кроме того, зарубежный опыт говорит нам о том, что просто необходимо иметь сформированную правовую основу, защищающую интересы всех участников (инвесторы, бизнес) национальных стратегий, программ и проектов, нужна особая политика установления налоговых льгот и прочих преференций, стимулирующих все стороны взаимодействовать и совместными усилиями решать социальные территориальные проблемы»¹.

В заключение необходимо отметить влияние выстроенной системы коммуникаций между бизнесом и властью на эффективность модели взаимодействия в целом, а также стратегическую работу по связям с общественностью, проводимую бизнесом за рубежом. Детально проработанная нормативно-правовая база, регламенты и четко описанные «правила игры» составляют основу взаимодействия бизнеса и власти за рубежом. Эффективность взаимодействия с властью определяется использованием комплексного стратегического подхода к реализации связей с общественностью со всеми внешними целевыми аудиториями, где комбинированно используются как PR, так и GR инструменты. Значительное внимание уделяется опосредованности коммуникаций с властью, которая реализуется не только через бизнес-ассоциации, но и через ассоциации профессиональных специалистов по связям с общественностью. Коллективная работа профессиональных коммуникаторов и медиаторов с частными, государственными и общественными интересами позволяет принимать наиболее оптимальные решения, вести совместную работу в социальной сфере, развивать и продвигать территории присутствия. Также нельзя не отметить широкое использование таких инструментов коммуникаций бизнеса с властью, как экспертное сообщество и СМИ, целью которых является воздействие на власть через общественное мнение.

¹ Полякова С. А. Анализ зарубежного и отечественного опыта связей с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления в контексте развития территории города / С. А. Полякова. – Текст: непосредственный // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы VIII Международной научно-практической конференции, 18-19 апреля 2022 г. – Екатеринбург, 2022. – Том 2. – С. 31-34.

2.2 Основные направления использования связей с общественностью в построении эффективной модели взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления в аспекте развития территории города

Обобщая множество различных теоретических моделей взаимодействия бизнеса и государства, а также зарубежную практику, можно выделить некую «идеальную» модель межсекторного социального партнерства. В рамках такой модели, органы государственной власти и бизнес, а также другие социальные структуры и институты состоят в партнерских взаимоотношениях, находят компромисс в решении общих вопросов, на постоянной основе ведут конструктивный диалог. Данная модель взаимодействия признается наиболее эффективной, так как взаимовыгодные отношения приводят к синергетическому эффекту: совместными усилиями решаются возникающие проблемы, а пользу и выгоду в результате получают все социальные структуры, территории присутствия и общество в целом¹.

Однако, как это часто бывает на практике, прийти к идеальной модели взаимодействия получается далеко не у всех. Особенно в странах, которые сравнительно недавно перешли к рыночной системе экономики и демократии. В том числе и в России сегодня продолжают активно развиваться демократические институты гражданского общества, разрабатываются механизмы регулирования рыночной системы, исследуется и адаптируется зарубежный опыт лучших практик, появляются новые концепции и подходы в управлении. Так, в частности, происходит апробация зарубежных инструментов и технологий коммуникационного менеджмента, осваиваются и реализуются проектно-программные методы управления коммуникациями организаций различных сфер. Вместе с этим приходит и «новое видение» процесса

¹ Полякова С. А. Анализ зарубежного и отечественного опыта связей с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления в контексте развития территории города / С. А. Полякова. – Текст: непосредственный // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы VIII Международной научно-практической конференции, 18-19 апреля 2022 г. – Екатеринбург, 2022. – Том 2. – С. 31-34.

управления социально-экономическим развитием территорий на основании концепции маркетинга. Территория является важной составляющей экономики и может рассматриваться в качестве специфического продукта – объекта для вложения внутренних и внешних инвестиций. В таком случае, привлечение различных субъектов экономических отношений к ее развитию является основной задачей маркетинга территории. Для достижения этой задачи необходимы эффективные коммуникации и выстроенные отношения со всеми заинтересованными сторонами.

Следовательно, концепция маркетинга территорий также основывается на модели межсекторного взаимодействия государства, организаций, населения и иных субъектов гражданского общества, сотрудничающих с конечной общей целью социально-экономического роста, развития и продвижения конкретной территории. В основном, в рамках данной концепции, органы власти в силу своих полномочий выступают заказчиками и, соответственно, инициаторами коммуникаций и партнерских отношений с другими заинтересованными сторонами. Малый бизнес может быть определен и как потребитель конечного продукта наравне с жителями территории, так и выступать в качестве соавтора и соисполнителя стратегии территориального развития.

Связи с общественностью и связи с органами государственной власти играют важную роль в реализации стратегического и тактического маркетинга территорий. Процесс управления коммуникациями в данном случае представляет собой совокупность PR и GR технологий, направленных на увеличение привлекательности территории в глазах населения, туристов и инвесторов с одной стороны, и на установление системы долгосрочных взаимовыгодных партнерских отношений между всеми участвующими в реализации стратегии субъектами с другой.

PR-технологии задействуются исполнителями при непосредственной реализации проектов, программ и стратегий территориального маркетинга и нацелены на внешнюю аудиторию. Их применение необходимо для того, чтобы донести до широкой аудитории реальных и потенциальных потребителей

информацию о территории, её достопримечательностях, культурном наследии, экологии, промышленно-производственном потенциале и других возможностях. Для этого могут применяться, например, публикации в медиа-пространстве, социальных сетях, проведение международных выставок, мероприятий и акций, взаимодействие с общественными организациями и т.д.

GR-технологии используются участниками территориального маркетинга как способ управления коммуникациями во внутренней среде стратегической программы или проекта. Государственные органы, кроме непосредственного инициирования проекта, могут также оказывать поддержку организациям-участникам в форме дополнительных средств на развитие территории, использовать кросс маркетинг для проведения совместных рекламных кампаний, содействовать в получении необходимых документов и лицензий, заключать концессионные соглашения.

Таким образом, применительно к теме исследования, представляется необходимым проанализировать то, как выстраивается и реализуется система взаимодействия бизнеса и власти в России. Исходя из подхода межсекторного социального партнерства, необходимо осуществить сбор эмпирических данных о состоянии имеющейся на сегодняшний день в России модели взаимодействия малого бизнеса и органов власти, определить виды коммуникаций, используемых бизнесом и властью при взаимодействии, а также проанализировать и оценить влияния данной модели в контексте реализации концепции маркетинга территорий.

Кратко рассмотрим особенности формирования взаимоотношений бизнеса и власти в исторической ретроспективе, поскольку это напрямую влияет на современную модель взаимодействия двух этих секторов. А. С. Соколицын и Д. В. Иванов в аспекте взаимоотношений крупного бизнеса и федеральных органов власти определяют динамику смены моделей взаимодействия следующим образом (таблица 1):

Таблица 1 – Изменение взаимоотношений бизнеса и власти в исторической ретроспективе¹

Период, г.	Модель взаимодействия	Характеристика
до 1990	Ангажированная (симбиотическая)	Единство власти и бизнеса, бизнес либо создан властью, либо ангажирован ей
1991-1999	Приватизация власти	Стремление представителей бизнес-структур оказывать прямое влияние на политические процессы в государстве
	Лоббирование point-to-point	Продвижение интересов конкретного предпринимателя или группы предпринимателей в органах государственной власти
2000-2001	Игнорирование	Государство не участвует в развитии бизнеса, не помогает и не мешает бизнес-структурам, в свою очередь представители бизнес-структур не имеют стремлений продвигать свои интересы во власти
с 2001	Государственный патронаж	Органы власти стремятся получить контроль над основными экономическими сферами и препятствуют любому влиянию бизнеса на власть

Описывая же развитие отношений малого и среднего бизнеса с органами власти, авторы выделяют следующие этапы:

- 1990-1992 гг. модель «свободного предпринимательства», характеризовавшаяся дистанцированием бизнеса, минимальным контролем и отсутствием поддержки со стороны государства;

- 1992-2000 гг. «административная» модель взаимодействия основывалась на неформальных рычагах воздействия на бизнес региональными органами власти в слиянии с криминальными структурами. Неуплата налогов «обменивалась» на благотворительную помощь бизнеса (построить храм, поддержать конкретную организацию);

- 2000-2004 гг. модель «принуждения» ознаменовала доминирование власти над бизнесом, основанное на жесткой вертикали власти, а также на

¹ Соколицын А. С., Иванов Д. В. Исследование современных моделей взаимодействия между органами власти и бизнес-структурами в России. – Текст: непосредственный // Дискурс. Экономика и управление народным хозяйством. – 2018. – № 5. – С. 43-49.

давлении с целью финансирования бизнесом социальных программ и проектов развития;

- с 2004 г. происходит выстраивание модели «партнерства», в которой органы государственной власти являются инициатором привлечения бизнеса к решению социальных проблем на взаимовыгодных условиях¹.

С переходом к партнерской модели в первую очередь появились следующие основные элементы системы коммуникаций: нормативно-правовая база, определяющая общий вектор взаимоотношений бизнеса и власти, дискуссионные площадки для установления диалога между субъектами партнерских отношений, технология государственно-частного партнерства².

На сегодняшний день в России отсутствует нормативное закрепление и описание понятия «лоббизм», которое бы позволило законодательно закрепить и отделить легальные механизмы влияния бизнеса на формирование политико-экономической повестки от нелегальных, выраженных в неформальных кулуарных связях органов власти с представителями бизнес-элиты любого уровня. Также не установлено понятие «связи с общественностью». И, как следствие, отсутствуют официальные национальные стандарты и кодексы для специалистов по связям с общественностью, связям с органами власти. С точки зрения правового регулирования, в нашей стране большее внимание уделено проработке антикоррупционного и антимонопольного законодательства, а в вопросе взаимодействия с малым бизнесом используется стратегический подход, прописаны механизмы поддержки, которые реализуются программно-целевым методом управления, включая госзакупки, госзаказы. Непосредственное взаимодействие бизнеса и власти в коммуникационном аспекте скорее регулируется отдельными нормами, относящимися к области информационного права, которое в России также находится в процессе становления.

¹ Соколицын А. С., Иванов Д. В. Исследование современных моделей взаимодействия между органами власти и бизнес-структурами в России. – Текст: непосредственный // Дискурс. Экономика и управление народным хозяйством. – 2018. – № 5. – С. 43-49.

² Там же.

В целом, для России сегодня характерна специфическая *корпоративная асимметричная модель*, при которой инициатором взаимодействия является власть, приходящая к бизнесу с предложениями о сотрудничестве, она же и определяет правила, по которым оно будет реализовываться. Для данной модели существенными проблемами является преобладание интересов одной стороны над другой, низкое качество и однонаправленный характер получаемой обратной связи.

Декларируемые принципы взаимодействия с общественными структурами часто не совпадают с практикой их реализации, в чем и проявляется асимметричность модели: организованная источником двусторонняя коммуникация с получателем осуществляется не всегда ради последующих совместных преобразований. Органы власти иницируют и запускают партнерский диалог с бизнесом, который предполагает обмен точками зрения, получение обратной связи и поиск возможных путей воздействия на обсуждаемую проблему. В асимметричной же модели диалог и обратная связь часто используются для поиска возможных путей воздействия на сам субъект коммуникации (его мнение и отношение) в отношении обсуждаемой проблемы. Процесс получения обратной связи также часто несбалансирован, несмотря на то, что законом закреплены высокие требования к полноте информации, раскрываемой как бизнесом в отношении своей деятельности, так и органами власти в отношении своей. На практике же происходит так, что информация не всегда раскрывается в полном объеме, применяются уловки для сокрытия части информации со стороны бизнеса, а органы власти часто просто не отчитываются так досконально и прозрачно, как этого требуют партнерские отношения. Между тем, система обратной связи действительно необходима для прозрачности взаимодействия и открытости диалога в партнерских отношениях, она является основанием для того, чтобы каждая из сторон имела возможность влиять на изменения во взглядах, мнениях и поведении не только партнера, но и своих собственных.

В отношении сформированных механизмов партнерского взаимодействия необходимо отметить, что органами власти на законодательном уровне прописан и предусмотрен механизм участия представителей различных социальных структур в процессе разработки и обсуждения различных государственных решений. В соответствии с этим, важную роль в текущей модели взаимодействия играет технология опосредованного взаимодействия представителей малого бизнеса с властью через ассоциации и объединения (Союзы предпринимателей, РСПП, «Опора России», «Деловая Россия» и т.д.). Наличие посредника в лице таких организаций в модели взаимодействия обосновывается прописанным принципом равно-удаленности бизнеса от власти. Опосредованное взаимодействие бизнеса и власти является одним из базовых принципов и в большинстве зарубежных моделей. Однако российская специфика выражается в том, что выстраивание коммуникаций с властью не напрямую, а через экспертизу бизнес-сообщества, является выбором и предпочтением самих субъектов бизнеса¹.

Департаменты или отделы по связям с общественностью с органами власти в практике российского коммерческого сектора создаются, в основном, на уровне среднего и крупного бизнеса. На обязательной основе осуществляют деятельность по связям с органами власти крупные компании, работающие в отраслях повышенного государственного внимания и интереса: освоение недр, телекоммуникации, крупная промышленность и производство и т.д. Таким образом, в российской модели взаимодействия пока не приходится говорить и о полноценном функционировании GR-менеджмента как сформированной, а тем более обособленной отрасли коммерческой деятельности. На уровне малого и среднего бизнеса, как правило, это объясняется ограниченностью ресурсов.

Непосредственное взаимодействие отдельных субъектов малого бизнеса с органами местного самоуправления, в основном, также не имеет какой-то четкой системы, программы или плана, так как разработкой

¹ Янгулбаев М. Б. Коммуникационные механизмы взаимодействия бизнеса и власти. – Текст: непосредственный // Коммуникология. – 2017. – Том 5. – №6. С. 146-155.

коммуникационных стратегий по связям с органами власти занимаются на уровне подразделений крупных компаний. Присутствует в том или ином виде систематизированная и структурированная работа по связям с общественностью с органами власти в организациях-исполнителях госзаказа, а также организациях-партнерах по реализации каких-либо совместных с органами власти проектов. Характерная черта взаимоотношений государства с малым бизнесом заключается в том, что зачастую органы власти видят полноценного партнера именно в крупных организациях, а малое предпринимательство воспринимается скорее как маленький помощник, требующий поддержки. В связи с этим, малый бизнес чаще прибегает к общению с органами местного самоуправления и регионального уровня, когда непосредственно нуждается в получении разрешительной документации либо конкретной формы поддерживающих мер. В Приложении В представлены органы и организации, с которыми взаимодействует малое предприятие, а также тип поддержки, которую они могут оказать (таблица В.1).

На этом уровне взаимодействия также присутствуют проблемы. Ю. С. Сизова и М. И. Малиновская указывают на проблему имитации поддерживающих мер: программы поддержки МСП на уровне органов местного самоуправления чаще реализуют только организационную, консультационную или информационную поддержку. Также автор отмечает, что «...защита стратегического документа для получения инвестиций очень часто подвергается коррупционным аспектам при выдаче гранта на развитие бизнеса»¹. Этим обосновывается существующая сегодня проблема недоверия к органам власти, и, следственно, нежелания малого бизнеса взаимодействовать с ними напрямую, а прибегать к помощи экспертного сообщества в составе бизнес-объединений.

Кроме того, общий процесс взаимодействия малого бизнеса с органами власти, начиная с момента появления малого предприятия, наполнен большим

¹ Сизова Ю. С., Малиновская М. И. Проекты государственно-частного партнерства как форма поддержки предпринимательства. – Текст: непосредственный // Современная конкуренция. – 2020. – №2 (78). – С. 30-37.

количеством административных барьеров (регистрация, лицензирование, поиск помещения, контроль и проверки), что также влияет на отношение к власти и тормозит процесс выстраивания партнерского диалога. Ниже, в таблице 2 указаны органы власти, с которыми взаимодействует малый бизнес для того, чтобы легально осуществлять свою деятельность.

Таблица 2 – Органы власти, контролирующие деятельность малого бизнеса¹

Орган власти	Функции
Федеральная налоговая служба	Контроль и надзор за выполнением законодательства страны в области налогов и сборов
	Регистрация открытия, реорганизации и ликвидации юридических лиц; ведение и внесение правок в ЕГРЮЛ, ЕГРИП и ЕГРН
Федеральная служба по труду и занятости	Государственный надзор и контроль над выполнением законодательства о труде и прочих нормативных правовых актов, что содержат нормы трудового права
МЧС РФ	Реализует надзор за выполнением организациями и гражданами установленных требований по гражданской обороне и пожарной безопасности
Федеральная антимонопольная служба	Контроль над реализацией антимонопольного законодательства, законодательства в области рекламы, а также контроль в области размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказание услуг для нужд государства
Арбитражные суды	Разрешение споров в сфере экономической деятельности
Суды общей юрисдикции	Разрешение административных, гражданских и трудовых споров, обжалование действий должностных лиц
Прокуратура РФ	Реализация надзора за соблюдением Конституции РФ и исполнением законов, которые действуют на территории РФ. Проверки, участие в изучении судебных дел
Правительство субъекта РФ	Проведение тендеров, конкурсов, публичных торгов, управление собственностью субъекта РФ
Администрация муниципального образования	Проведение тендеров, конкурсов, публичных торгов, управление муниципальной собственностью

Несмотря на имеющиеся недостатки, примеры лучших практик применения конкретных технологий взаимодействия есть, и бизнес активно ими пользуется. В контексте реализации концепции территориального маркетинга можно обратиться к результатам ежегодного Рейтинга

¹ Маслешова, Я. А. Взаимодействие органов власти с предприятиями малого бизнеса: анализ проблем и путей их решения. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2017. – № 21 (155). – С. 220-223.

инвестиционной привлекательности регионов, проводимого Национальным Рейтинговым Агентством (далее – НРА). По итогам оценки 2022 г. регионами-лидерами по уровню инвестиционной привлекательности являются Москва и Московская область, Санкт-Петербург, Ямало-Ненецкий автономный округ, Республика Татарстан, Сахалинская область¹. Исходя из Аналитического разбора НРА, можно сделать вывод о масштабности, регулярности и эффективности взаимодействия бизнеса и органов власти на уровне этих регионов.

Учитывая реалии последних 3-х лет (экономическую и политическую обстановку, кризисные явления периода пандемии и бесконечную череду санкций), можно говорить об ускоренном развитии партнерских взаимоотношений с органами государственной власти. Под давлением внешних обстоятельств государство и бизнес, а вместе с ними и некоммерческий сектор, чувствуют острую необходимость в консолидации усилий для преодоления возникающих проблем, стремятся к налаживанию механизмов сотрудничества, ищут новые способы управления социально-экономическим развитием территорий в быстроменяющихся условиях. Новым инструментом взаимодействия является ESG-повестка, которую можно сравнить с программами КСО. Бизнес все больше начинает разделять принципы социального партнерства, осознавать необходимость во внесении собственного вклада в развитие территории присутствия, в связи с чем, осуществляет работу над соответствием комплексу критериев ESG (экологическое, социальное и корпоративное управление). Основываясь на этих критериях как новой философии организации бизнеса, компании стремятся не просто соблюдать в своей деятельности нормы существующего трудового, экологического, финансового права, но и обосновывать свое существование и выстраивать свою деятельность исходя из принципа всеобщего блага, ставя целью инвестировать в устойчивое развитие будущего.

¹ X Ежегодная оценка инвестиционной привлекательности регионов России. Аналитический разбор – Текст: электронный //Национальное Рейтинговое Агентство: [сайт] – URL: https://www.ra-national.ru/wp-content/uploads/2022/12/region_invest_2022.pdf (дата обращения 21.01.2023).

На уровне крупного бизнеса довольно быстро осваивается применение программ корпоративной социальной ответственности. Так, например, можно выделить программы газификации регионов от «Газпрома», социальные проекты совместно с региональными властями различных субъектов РФ «Лукойла», а также различные научные и благотворительные программы таких локомотивов КСО, как «РЖД», «Аэрофлот», «ВТБ». Малый и средний бизнес, не обладающий достаточным количеством финансовых ресурсов для реализации столь масштабных программ, тем не менее, принимает участие в благотворительной деятельности, различных социальных проектах, может вносить пожертвования, а также реализует социальную ответственность в следующих аспектах:

- соблюдение прав человека (МСП в своей деятельности стремится противостоять гендерному, расовому, национальному неравенству, эксплуатированию и принуждению к трудовой деятельности);
- построение стандарта трудовых взаимоотношений (ответственное отношение к своим работникам, их безопасности, здоровью, благосостоянию, обучению и профессиональному развитию);
- заботе об окружающей среде (ответственное отношение к влиянию деятельности своей организации на состояние окружающей среды, минимизация влияния вредных производств, процессов переработки сырья и утилизации отходов);
- этике деловых отношений с партнерами и поставщиками;
- добросовестных взаимоотношениях с потребителями (предоставление качественных товаров и услуг, честный маркетинг, не допускающий введения в заблуждение, дезинформирование потребителя);
- участия в социальном развитии территории присутствия (помощь в решении насущных проблем, содействии социально-незащищенному населению, участие в социальных мероприятиях местной власти)¹.

¹ Литовченко С. Е. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания / С. Е. Литовченко, М. И. Корсакова. – Москва: Ассоциация менеджеров, 2003. – 100 с. – ISBN 5-902500-01-X.

КСО малого бизнеса реализуется с учетом его специфики: через вышеупомянутые общественные организации, объединяющие ресурсы и усилия малых предприятий и являющиеся переговорной площадкой с представителями двух других секторов: государственного и общественного. Так, например, общественные организации «Опора России», «Деловая Россия» и «Российский союз промышленников и предпринимателей» принимают участие в развитии социально-ответственного поведения организаций МСП. В частности, с 2011 по 2017 г. этими тремя бизнес-объединениями реализовывался проект, нацеленный на популяризацию идеи социальной и экологической ответственности бизнеса, развитие инициативы благотворительности у предпринимателей и организаций МСП. Проект подразумевал ежегодное проведение всероссийской премии «Благое дело», в рамках которой экспертами оценивались проекты малого бизнеса в продвижении уникального опыта КСО, вовлечение в достижение своих целей других организаций и сообществ, отмечалась их инновационная составляющая и встроенность в корпоративную культуру компании. Претендентами были представлены проекты в области защиты окружающей среды, программы взаимодействия с местными сообществами на территории присутствия, проекты ведения бизнеса на принципах открытости и постоянного диалога с потребителями, программы развития человеческого потенциала¹.

Следующим, наиболее распространенным направлением связей с общественностью с органами власти, активно развивающимся в России, является применение инструментов государственно-частного партнерства. Коммуникационная составляющая ГЧП заключается в создании и расширении системы долгосрочных отношений с организациями коммерческого и некоммерческого сектора. Государственно-частное партнерство также реализуется программно-проектным методом, что подразумевает установление

¹ Проекты российских компаний награждены премией «Благое дело». – Текст: электронный // ТАСС: [сайт] – URL: <https://tass.ru/plus-one/4286382> (дата обращения 12.05.2023).

общих правил и способов взаимодействия, определение каналов и площадок коммуникации, управление системой коммуникаций¹.

Система ГЧП в России используется как одно из направлений государственной поддерживающей политики бизнеса, предполагающее объединение ресурсов государства и бизнеса в различных формах с конечной целью получить какую-либо общую выгоду, принеся при этом социальную пользу. С этой целью заключаются государственные контракты на выполнение бизнесом какого-либо вида деятельности, лизинг государственного имущества и концессионные соглашения. В аспекте социально-полезной деятельности, оказывающей влияние на развитие территории, большим успехом отмечается именно применение концессий, которое предполагает создание или реконструкцию инвестором социально-значимых объектов (в основном, объекты недвижимости и инфраструктуры) с дальнейшим правом на использование и получение прибыли с него. Сегодня концессионные соглашения составляются относительно объектов и проектов, которые не могут быть приватизированы:

- программы ГЧП с УК «Аэропорты Регионов» по развитию аэропортов в Екатеринбурге, Самаре, Нижнем Новгороде, Саратове, Ростове-на-Дону, Новом Уренгое, Петропавловске-Камчатском, Благовещенске, Оренбурге и Тобольске;
- программы ГЧП развития железных дорог с ОАО «РЖД»;
- программы модернизации и развития городской инфраструктуры, например концессия на развитие водоканала в г. Нижний Новгород;
- программы развития общественного транспорта;
- строительство дорог;
- восстановление объектов культурного наследия;

¹ О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в РФ и внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ. Федеральный закон от 13.07.2015 № 224-ФЗ (последняя редакция). – Текст: электронный // Консультант Плюс: [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_182660/ (дата обращения: 23.04.2023).

- развитие и строительство объектов систем здравоохранения и образования и т.д.

В крупных регионах сформирована и коммуникационная среда реализации данной технологии на региональном и муниципальном уровнях посредством специализированных государственных сайтов и порталов. Так, например, с информацией по реализации городских ГЧП-проектов можно ознакомиться на инвестиционном портале г. Москва. Там же представители бизнеса могут ознакомиться с условиями ГЧП, задать вопросы, начать сотрудничество. Портал работает в режиме «единого окна»¹.

Необходимо отметить, что практическая реализация технологии ГЧП в чистом виде в масштабах страны на сегодняшний день является эффективным инструментом и перспективным направлением партнерского взаимодействия по большей части для представителей крупного и среднего бизнеса. Это можно заметить из представленного выше списка инфраструктурных отраслей, в которых реализуются проекты ГЧП. Задействование в данной технологии предприятий малого и среднего бизнеса имеет место быть, но это всегда индивидуальная история, которая зависит от специфики региона или муниципалитета, наличия подходящих проектных предложений, требующих посильного количества необходимых вложений.

В то же время, практика внедрения концепции территориального маркетинга в стратегическое управление социально-экономическим развитием территории в отдельных регионах страны уже показала достаточно кейсов «лучших практик» участия малого бизнеса в партнерском взаимодействии с органами власти. Остановимся более подробно на нескольких из них.

Первый пример реализации эффективной модели взаимодействия бизнеса и власти в аспекте развития территории был реализован еще в 2005 г. в городе Янтарный Калининградской области. Действующий на тот момент состав органов МСУ пришел к власти после банкротства градообразующего

¹ Государственно-частное партнерство. – Текст: электронный // Инвестиционный портал города Москвы: [сайт] – URL: <https://investmoscow.ru/about-moscow/moscow-in-numbers> (дата обращения 21.01.2023).

предприятия и разработал стратегию развития территории, в которой было предложено рассматривать город как специфический товар, а целевой аудиторией определены туристы (экскурсии, оздоровление и спорт). Муниципалитет привлек к реализации стратегии субъекты малого бизнеса, которые при поддержке муниципального бюджета сформировали туристическую инфраструктуру, начали производить сувенирную продукцию из янтаря. В результате реализации стратегии и развитии сферы туризма поступления в местный бюджет были увеличены более чем в 12 раз, была решена проблема занятости местного населения, созданы условия для более широкого применения технологии ГЧП, реформирована сфера ЖКХ, появились условия для развития делового климата и привлечения иностранных инвесторов¹.

Вторым примером реализации эффективной модели взаимодействия малого бизнеса и власти является Белгородская область, которая также эффективно внедряет в стратегию социально-экономического развития региона концепцию территориального маркетинга. Белгородская стратегия социально-экономического развития основывается на идее максимального привлечения инвестиций в ведущие отрасли экономики региона, за счет чего и будет происходить последовательное развитие всех стратегических направлений социальной сферы. Так, губернатор Белгородской области В. В. Гладков в своем послании депутатам областной Думы в 2021 г. обозначил ключевое направление развития экономики региона:

«Мы должны потихонечку подойти к тому, чтобы сырьё за пределы региона не вывозить. Мы должны сформировать экономику таким образом, чтобы вывозили конечный продукт. Именно с таким подходом мы получим ту базу, которая позволит решить большое количество задач в технологическом, социальном и других направлениях»².

¹ Ломовцева О. А. Маркетинг территорий: концептуальный и прикладной аспекты / О. А. Ломовцева, В. О. Маслова // Научные ведомости БелГУ. – Белгород, 2013. – №15(158). – С. 15-24.

² Инвестиционное послание Губернатора-2021. – Текст: электронный // Инвестиционный портал Белгородской области: [сайт] – URL: <https://belgorodinvest.ru/docs/investitsionnye-obekty-i-obekty-infrastruktury/> (дата обращения 10.04.2023).

Сегодня в Белгородской области реализуется программа регионального маркетинга, в соответствии с которой проводится совместная работа власти и бизнеса по брендингу региона как территории информационных технологий¹.

В программу, в том числе, включена и работа по продвижению информации о регионе для привлечения инвесторов, под которыми в Белгородской области понимаются и субъекты малого и среднего бизнеса, приносящие существенную пользу в виде нематериальных инвестиций. В этом направлении региональные власти наиболее системно и качественно осуществили разработку инфраструктуры коммуникаций с малым бизнесом. Для преодоления коммуникативных барьеров и ускорения процесса привлечения к взаимодействию всех заинтересованных сторон, была разработана платформа взаимодействия с бизнесом «Инвестиционный портал Белгородской области».

Платформа работает в режиме «единого окна» и содержит в себе всю информацию для больших и малых инвесторов, обеспечивает возможность приступить к сотрудничеству (создание кабинета инвестора) или оставить заявку в форме обратной связи. Также на портале размещена интерактивная инвестиционная карта, на которой в актуальном состоянии отображаются все имеющиеся в области объекты инвестирования, инвестиционные площадки (земельные участки), инженерная инфраструктура (электроснабжение, водоснабжение, газ, вышки связи), транспортная инфраструктура, ресурсы (месторождения сырья различного происхождения), инфраструктура для бизнеса (бизнес-инкубаторы, технопарки, промплощадки). На портале размещена информация о планируемых и реализуемых проектах, а успешно реализованные проекты отобраны в «каталог лучших практик». Также портал ежегодно публикует реестр всех актуальных форм и видов поддержки МСП на федеральном, региональном и муниципальном уровнях².

¹ Об утв. Стратегии соц.-эконом. развития Белгородской обл. до 2025 г. Пост. Правительства Белгородской обл. от 25.01.2010 г. № 27-пп. – Текст: электронный // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов: [сайт]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/428596289> (дата обращения 10.04.2023).

² Инвестиционный портал Белгородской области: [сайт]. – URL: <https://belgorodinvest.ru/> (дата обращения 01.05.2023). – Текст: электронный.

В рамках национального проекта «Жильё и городская среда» и национальной программы «Цифровая экономика» на территории г. Белгород и г. Старый Оскол успешно реализуется проект «Умный город». Министерство строительства и ЖКХ РФ отслеживает результаты реализации таких проектов посредством ежегодного индекса «IQ городов», который ранжирует города по уровню цифровизации городского хозяйства по 47 различным критериям, разделенным на 10 основных показателей. Так, в данном индексе в 2020 г. Белгород занял 1 место в группе «крупные города»¹, а в 2022 г., несмотря на значительное снижение показателей, город остался в десятке крупных городов, опустившись на 7 позицию с итоговой оценкой в 75,9 балла из 120 возможных².

Результаты активной деятельности региональных властей и представителей бизнеса Белгородской области приводят к уверенному росту социально-экономических показателей. Оценить положительную динамику можно обратившись к результатам нескольких рейтингов, оценивающих социально-экономическое развитие регионов по различным параметрам.

Так, например, в РИА Рейтинг регионов по качеству жизни Белгородская область стабильно занимала 5 место с 2018 по 2021 гг. и лишь в 2022 г. уступила 1 позицию Краснодарскому краю, заняв 6 место³. В аналогичном рейтинге «Лучшие регионы для жизни» от РБК Белгородская область в 2020-2021 гг. занимает 3 место, следуя сразу после Москвы и Санкт-Петербурга⁴. Динамика наблюдается и в Рейтинге положения субъектов РФ по социально-экономическому уровню развития, где Белгородская область доросла с 19 места в 2018 г. до 12 места в 2022 г.⁵

¹ Белгородская область – территория комфортной жизни. – Текст: электронный // Инвестиционный портал Белгородской области: [сайт] – URL: <https://belgorodinvest.ru/region/#region-111> (дата обращения 01.05.2023).

² Минстрой России опубликовал индекс IQ городов. – Текст: электронный // COMNEWS. Цифровая экономика: [сайт] – URL: <https://www.comnews.ru/digital-economy/content/221305/2022-07-21/2022-w29/minstroy-rossii-opublikoval-indeks-iq-gorodov> (дата обращения 01.05.2023).

³ Рейтинг регионов по качеству жизни – 2022. – Текст: электронный // РИА Рейтинг: [сайт] – URL: <https://riarating.ru/infografika/20230213/630236602.html> (дата обращения 01.05.2023).

⁴ Лучшие регионы для жизни. Рейтинг РБК. – Текст: электронный // РБК: [сайт] – URL: <https://www.rbc.ru/economics/26/04/2021/6078136e9a7947d0e9e1b1fb> (дата обращения 01.05.2023).

⁵ Рейтинг социально-экономического положения регионов по итогам 2021 г. – Текст: электронный // РИА Рейтинг: [сайт] – URL: <https://riarating.ru/infografika/20220516/630222174.html> (дата обращения 01.05.2023).

В рейтингах инвестиционной привлекательности Белгородская область также показывает хорошие результаты. Рейтинговое агентство НРА ежегодно оценивает инвестиционную привлекательность региона как высокую. С 2018 г. область входит в топ-10 рейтинга, занимая в нем сейчас 5 место¹. В аналогичном рейтинге от «РАЭКС-Аналитика» Белгородская область в 2018-2020 гг. стабильно занимала 16 место². А по оценке состояния инвестиционного климата Агентства Стратегических Инициатив (далее – АСИ), область поднялась с 11 места в 2018 г. на 7 место в 2022 г.³

Таким образом, анализ вторичных данных о реализуемой современной российской модели взаимодействия малого бизнеса и органов власти в аспекте развития территории, применяемых в ней инструментов и технологий, показал, что сегодня существуют отдельные положительные примеры эффективного взаимодействия. Вместе с тем, модель взаимодействия малого бизнеса и власти имеет и ряд недостатков, которые в целом снижают ее эффективность.

Для составления наиболее полного представления о существующей сегодня модели, выявления ее проблематики и возможных направлений совершенствования, автором было проведено собственное социологическое исследование. Методом исследования было выбрано структурированное экспертное интервью. Выборка респондентов осуществлялась на основании таких характеристик, как возраст респондента (от 25 лет), статус респондента (владелец или руководитель организации малого и среднего бизнеса), стаж в бизнесе (от 5 лет), опыт взаимодействия с органами власти на местном или региональном уровне.

Объем квотной выборочной совокупности составил 15 респондентов, среди которых владельцы (11 чел.) и руководители (4 чел.) организаций МСП различных отраслей деятельности. А именно: туризм, недвижимость, ремонт и

¹ IX Ежегодная оценка инвестиционной привлекательности регионов России 2021 г. – Текст: электронный // Национальное рейтинговое агентство: [сайт] – URL: https://www.ra-national.ru/sites/default/files/analytic_article/IPR_2021_fin.pdf (дата обращения 01.05.2023).

² Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России. – Текст: электронный // RAEX Аналитика: <https://belgorodinvest.ru/region/#region-123> (дата обращения 01.05.2023).

³ Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ. – Текст: электронный // АСИ team: <https://belgorodinvest.ru/region/#region-123> (дата обращения 01.05.2023).

обслуживание бытовой техники и электроники, продажа металлоконструкций и промышленного оборудования, продажа медицинской техники, создание и продажа рекламных и медиа-продуктов, организация праздников и мероприятий, онлайн-образование, производство и продажа ювелирных изделий, продажа автомобильных запчастей, ресторанный и гостиничный бизнес, производство и продажа одежды.

Выбор метода исследования обусловлен не только необходимостью выявить проблематику в коммуникативной составляющей взаимодействия малого бизнеса и местных органов власти. Задачей исследования также являлась типизация представителей малого бизнеса по критерию «позиция по отношению к органам власти». По типичным и дублирующимся ответам респондентов на один и тот же вопрос выборочная совокупность была определена как достаточная, а отбор респондентов был прекращен. В результате типизации были выявлены три основные модели поведения предпринимателей:

- активные участники коммуникационного взаимодействия с местной властью;
- предприниматели, занимаемые пассивную позицию, идущие на контакт вынужденно или по необходимости;
- предприниматели, избегающие коммуникаций и любого взаимодействия, нелояльные к местной власти.

Результаты исследования в обобщенном виде представлены в таблице Г.1 (Приложение Г).

В первую очередь, экспертам были заданы вопросы о том, коммуникации с какими именно органами власти они поддерживают. Большинство из опрошенных экспертов на муниципальном уровне выделили районную Администрацию, городскую Администрацию в лице различных отраслевых департаментов и комитетов, Налоговую. Указанны также были органы регионального уровня: Правительство области, Таможенное управление области, отраслевые министерства.

Затем экспертам необходимо было выделить основные формы взаимодействия с вышеназванными органами, а также перечислить используемые каналы коммуникации. Абсолютное большинство первоначально предпочитает электронную форму коммуникаций с органами власти. Эксперты используют такую форму для решения задач текущей деятельности организации, упрощает процесс взаимодействия, экономит ресурсы, которые у малого бизнеса и так ограничены, повышает оперативность коммуникации. Каналом коммуникации в рамках этой формы взаимодействия определяются интернет-коммуникации. Эксперты указывают на широкое использование в своей деятельности электронных государственных платформ и порталов, используется также связь по электронной почте.

Форма личного общения и посещения органов местного самоуправления используется экспертами для обсуждения и решения возникающих у организации проблем. Эксперты выделяют в качестве каналов коммуникации личное общение и прямые переговоры, личное посещение органа с целью общения с представителем органа власти используется в решении наиболее острых проблем, для разрешения повседневных вопросов экспертами используются также телефонные переговоры со служащими, непосредственными работниками (Налоговая служба, ПФР, таможенное управление и т.д.).

Участие в различных мероприятиях, форумах, семинарах, конференциях, открытых дискуссиях с представителями муниципальной власти используется экспертами значительно реже, но определяется как эффективная форма взаимодействия, когда возникает необходимость в представлении интересов своей организации, поиске полезных контактов и получении дополнительной актуальной информации об отрасли бизнеса и деятельности органов власти в ней. В данной форме взаимодействия каналом коммуникации является само событийное мероприятие, активное в нем участие. В совокупности эксперты выделили следующие каналы, в которых происходила двусторонняя коммуникация с представителями власти: круглый стол, конференция,

выставка, совет, комиссия, брифинг, пресс-завтрак, благотворительные мероприятия.

Кроме двух вышеперечисленных способов взаимодействия с органами власти, экспертами были выделены также следующие формы:

- получение финансовой, информационной или организационной помощи от органов власти;
- участие в реализации совместных с органами власти социальных проектах.

В качестве задействуемых малым бизнесом каналов коммуникации в двух последних формах взаимодействия экспертами были определены как электронные каналы и непосредственное общение, так и событийная коммуникация. Отдельным каналом эксперты выделили здесь только использование письменных обращений, взаимодействие при подготовке документации.

Далее экспертам предлагалось выделить конкретные преимущества, которые их организация получает в результате взаимодействия с органами местного самоуправления. В первую очередь были названы материальная помощь, возможность участия в тендерах и закупках, пополнение клиентской базы и информация о конкретных потребностях заказчиков, помощь в продвижении своей организации. Второй оформилась группа преимуществ, связанных с получением методической помощи, информационной поддержки и возможности обучения. В третью группу преимуществ вошли гарантии при реализации проектов, приобретение полезных для работы контактов. Последняя группа преимуществ обозначилась предоставленной возможностью решать социальные проблемы города, а также участвовать в отраслевых мероприятиях.

Наравне с преимуществами, эксперты выделили и основные затраты, связанные с поддержанием коммуникаций с органами власти: оплата электронной подписи для сдачи налоговых деклараций, оплата коммерческих платформ для работы по тендерам, затраты на оформление договора и

обслуживание касс ККМ, затраты на благотворительные мероприятия и участие в семинарах и выставках, временной ресурс.

Однако среди экспертов были и те, кто не выделили затраты на коммуникации с властью в отдельную категорию, поясняя что они уже включены в расходы на материально-техническое обеспечение и зарплату штатных сотрудников (бухгалтера, юриста, менеджера проекта).

Также в ходе интервью экспертом был задан вопрос о том, насколько эффективным они оценивают взаимодействие малого бизнеса с органами власти на данный момент. Автора, в данном случае, интересовало также экспертное мнение относительно наличия условий для открытого и конструктивного диалога с властью, возможности обсуждения личных и общих проблем.

Большинством экспертов эффективность взаимодействия была оценена как «хорошая» и «средняя». На вопрос «Есть ли на сегодняшний день условия для открытого и конструктивного диалога с властью?» 9 экспертов из 15 ответили, что возможность вести диалог с властью есть, как и возможность обсуждать общие проблемы, сотрудничать. При этом 7 из них подтвердили, что именно власть стремится к диалогу с бизнесом, и чаще всего обратной инициативы не находится у бизнеса, либо ему на это не хватает времени. Однако 6 из 15 экспертов говорят о наличии лишь формальной инициативы органов власти вести диалог с малым бизнесом. В этой связи обобщенное мнение экспертов сводится к тому, что на практике реальная возможность сотрудничать часто не подтверждается, а проявляется в форме протекционизма власти в отношении определенного круга лиц и компаний.

В отношении повседневного взаимодействия, связанного с решением вопросов текущей деятельности организации 9 из 15 экспертов указали на удобство, скорость и понятность коммуникационного процесса.

Также экспертам был задан вопрос о том, насколько важен для развития их организаций диалог с властью. 14 экспертов из 15 указали на высокую степень важности диалога с властью в связи с тем, что взаимодействие с

властью помогает им находить заказчиков, получать дополнительную прибыль. Приведем наиболее развернутый ответ одного из экспертов:

«Для бизнеса в сфере недвижимости участие органов власти очень велико. Недвижимость зачастую решает вопросы аварийного жилья в регионе, местные органы власти заинтересованы в качественном и новом жилье, чтобы была возможность обновить фонд. Содействие решения вопроса с социальным жильем со стороны бизнеса тоже очень положительно рассматривается органами власти» (муж., 38 лет, владелец компании в сфере недвижимости, стаж в сфере 20 лет).

Экспертное мнение по данному вопросу позволяет сделать вывод о том, что в определенных отраслях участие и заинтересованность органов власти в развитии бизнеса очень велико. Бизнес часто нуждается в помощи на начальном этапе - чтобы открыться и встать на ноги. Также органы власти помогают объединяться, помогают в поиске целевых клиентов. Полное отсутствие взаимодействия малого бизнеса с властью в наши дни приравнивается некоторыми из опрошенных экспертов к разорению организации.

В заключение этого вопроса, эксперты выделили следующие недостатки коммуникации, снижающие ее эффективность или мешающие сотрудничеству:

- необходимость иметь личные контакты в органах власти, чтобы решить проблему или стать партнером;
- раздробленность информации о возможностях взаимодействия (неизвестны источники получения такой информации, непонятно где искать актуальную систематизированную информацию по всем видам коммуникаций с властью);
- незакрытая потребность в единой интернет-платформе, которая бы собирала в себе всю информацию о существующих направлениях взаимодействия, проектах и мероприятиях.

Экспертам также был задан вопрос: «Какие наиболее частые трудности возникают в процессе коммуникаций с органами власти?». Ключевыми были выделены следующие трудности:

- неоперативность реагирования органов на поступающие запросы;
- длительное время ожидания решения от органов;
- сложный/длительный процесс оформления всех документов;
- чрезмерная деятельность органов по техническому надзору;
- дополнительные обязательные финансовые затраты для участия в механизме гос. закупок;
- необходимость иметь личные связи и знакомства в органах власти, чтобы установить контакт;
- сложно выйти на личную встречу;
- незаинтересованность, лень чиновников.

В контексте исследования текущей модели взаимодействия принцип и технология опосредованной коммуникаций с бизнесом через различные объединения является основополагающей. В связи с этим, экспертом был задан вопрос о степени сплоченности представителей малого бизнеса и мнения разделились. Лишь 2 эксперта из 15 указали на сплоченность и оказание взаимопомощи между организациями, 3 эксперта обозначили позицию конкуренции внутри своей отрасли. При этом конкуренция в одном случае полностью исключает сплоченность, а в двух других предполагает присутствие элементов обмена опытом с организациями одной отрасли деятельности. Еще 1 эксперт обозначил сплоченность и взаимозависимость малого бизнеса с крупным в его отрасли. Остальные 7 экспертов оценивают сплоченность организаций как среднюю, скорее слабую.

Логическим продолжением интервью стал вопрос к экспертам о том, какие инициативы органов местного самоуправления были наиболее полезны для их бизнеса. За небольшим исключением, каждый эксперт смог обозначить для себя те или иные направления деятельности, в частности:

- создание бизнес-комьюнити;

- доступные обучения;
- комплексная программа развития социальной инфраструктуры;
- гранты, стартовые деньги, помощь в написании бизнес-планов;
- электронный ресурс для взаимодействия органов власти и бизнеса;
- льготы на аренду;
- софинансирование;
- правовая поддержка;
- обучение в сфере госзакупок;
- организация семинаров по нововведениям.

В заключение исследования экспертам было предложено оставить свои рекомендации для органов местного самоуправления по улучшению взаимодействия с малым бизнесом. Большая часть экспертных рекомендаций посвящена улучшениям электронного взаимодействия, информационной открытости и доступности, повышению оперативности взаимодействия с органами власти за счет применения технологий:

- «изменить систему проверок, довести до ума электронное взаимодействие» (муж, 32 года, владелец сервисов по ремонту техники, стаж 13 лет);

- «открытие офисов или сайтов, куда можно обратиться напрямую с вопросом или предложением» (жен., 39 лет, продажа медтехники, руководитель, стаж в компании 10 лет);

- «нанять отдельных сотрудников для работы в онлайн-мессенджерах, кто мог бы оперативно в чате отвечать на вопросы со стороны бизнеса или консультировать» (жен., 31 год, недвижимость, руководитель компании, стаж 7 лет);

- «отдел, который бы занимался распространением информации по проектам или предложениям для бизнеса» (муж., 34 года, продажа промышленной техники, владелец, стаж 11 лет);

- «представителей бизнеса можно приглашать поучаствовать в социальной деятельности, делая массовую рассылку» (жен., 32 года, онлайн-образование, руководитель, стаж 8 лет);
- «горячая линия для бизнеса, где могли бы проконсультировать с юридической точки зрения, что должен делать руководитель, чтобы открыть свой бизнес, чтобы он был прозрачным» (жен., туризм, 30 лет, владелец фирмы, стаж 12 лет);
- «активное распространение информации об успешных кейсах взаимодействия органов власти и бизнеса» (муж., 37 лет, продажа автозапчастей, владелец компании, стаж 14 лет);
- «наладить информационный обмен между властью и бизнесом» (муж., 49 лет, продажа металлоконструкций, руководитель компании, стаж 13 лет);
- «организовать единый электронный ресурс» (жен., 36 лет, производство и продажа одежды, владелец, стаж 6 лет);
- «провести совместное обучение органов власти и бизнеса по коммуникациям и сотрудничеству, как это делают в корпоративном формате тренингов» (жен., 42 года, производство и продажа ювелирных изделий, владелец компании, стаж 22 года).

Таким образом, проведенное эмпирическое исследование позволило описать и проанализировать текущую модель взаимодействия бизнеса и власти, которая декларируется как партнерская, но на практике реализации представляет собой корпоративную модель двусторонней ассиметричной коммуникации. В настоящей модели присутствует несоответствие декларируемых принципов взаимодействия практике их реализации. Ассиметричность модели выражается в использовании диалога и системы обратной связи с целью изучения мнения объекта коммуникации по ряду проблем и оказания влияния на объект, изменения его отношения к проблеме. Несбалансированная система обратной связи также является признаком реализуемой сегодня модели взаимодействия и выражается в неполноте или недостоверности обратной связи, предоставляемой одним из участников

коммуникации другому. В то же время в современной российской модели прописан механизм участия всех секторов общества в разработке и обсуждении, принимаемых государством решений. Данный механизм, в частности, реализуется во взаимодействии с бизнесом через процедуры экспертизы (оценка регулирующего воздействия, участие в комиссиях и советах).

Принцип равноудаленности бизнеса от власти реализуется через механизм опосредованности коммуникаций с властью, подразумевающий взаимодействие малого бизнеса с органами местного самоуправления через различные бизнес-объединения и ассоциации. На уровне отдельно взятой организации малого бизнеса отсутствует как таковая стратегическая программируемая или планируемая работа по связям с органами местного самоуправления. Деятельности структурных подразделений или отдельных специалистов и служб по стратегическому выстраиванию GR-коммуникаций распространена только среди крупного бизнеса и, часто, имеет добровольно-принудительный характер.

Характерной для российской современной модели взаимодействия чертой является реактивное отношение малого бизнеса к власти, которое проявляется в недоверии, идущем из начала 2000-х гг., невысоким уровнем инициативности по отношению к сотрудничеству с органами власти. Малый бизнес зачастую вступает во взаимодействия с властью, когда ему требуется разрешить какую-либо проблему, получить поддержку или же исполнить законодательные требования, чтобы осуществлять свою деятельность легитимно.

Текущую модель взаимодействия определяет стратегический подход в управлении социально-экономическим развитием территорий, реализуемый программно-целевым методом управления с внедрением концепции территориального маркетинга. Ведущая роль в реализации стратегий социально-экономического развития территории отдается формированию инвестиционного потенциала города (региона).

Стоит также отметить, что в последние несколько лет в модели происходят сдвиги в сторону «партнерской», обусловленные кризисными явлениями, санкционным давлением и политикой импортозамещения. Основными тенденциями на данный момент являются:

- кооперация организаций всех секторов общества с целью решения общих проблем;
- поиск новых методов взаимодействия для решения социально-экономических проблем на территории присутствия;
- ориентация на социальные и экологические ценности, как во взаимоотношениях, так и при выстраивании философии ведения бизнеса/управления государством.

Основными коммуникационными технологиями и инструментами взаимодействия малого бизнеса и власти в рамках существующей на данный момент модели являются:

- участие в бизнес-ассоциациях (комплексная технология, включающая в себя и оценку регулирующего воздействия, и коммуникационную площадку, и воздействие на представителей власти через экспертное сообщество, и возможность совместного участия в социальных проектах и благотворительных мероприятиях);
- КСО (внутренняя, направленная на регламентацию деятельности организации и формирование социально-ответственной культуры, и внешняя участие в программах КСО через бизнес-ассоциации);
- мероприятия, участие в советах, выставки и т.д.

Проанализированное и проведенное социологическое исследование помогло установить проблематику в деятельности малого бизнеса, отражающую, в том числе, и несовершенства деятельности органов местного самоуправления по организации и реализации взаимодействия, оказанию государственной поддержки. Среди основных итогов необходимо обозначить имитацию предоставления некоторых форм поддержки, наличие коррупционной составляющей и протекционизма в органах местного

самоуправления, недоверие бизнеса к власти, наличие административных барьеров, длительный и усложненный процесс коммуникаций с властью, разрозненность информации.

2.3 Описание эффективной модели взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления в аспекте развития территории

Итак, в предыдущих параграфах исследовательской главы диссертации был произведен сбор и анализ вторичных данных, на основании которых проанализирована современная зарубежная модель взаимодействия бизнеса и власти, описана и проанализирована актуальная российская модель, а также проведено собственное социологическое исследование. Опираясь на совокупные результаты проведенной эмпирической работы, представляется необходимым описать наиболее универсальную модель эффективного взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления в аспекте развития территории.

Исходя из сложившихся в отечественной практике взаимоотношений органов государственной власти и бизнеса, можно увидеть, что у нас традиционно организационную и координационную роль во взаимодействии всех трех секторов общества берет на себя власть в лице органов государственной и муниципальной власти. Это положение является принципиальным отличием российской модели от западной, где инициаторами процесса являются коммерческие структуры. В нашей специфике перед органами власти, по крайней мере, номинально стоит масштабная цель – прийти к модели государства всеобщего благосостояния, которое предполагает достижение высоких показателей развитости социальной сферы, построение мощной экономической системы и, что еще более важно, формирование и развитие активного, ответственного и объединенного общей целью гражданского общества. Сформировать гражданское общество, оказывая на

него давление сверху и насаждая определенные идеи, невозможно. Поэтому, следуя своей масштабной цели, государство стремится создавать благоприятные условия для его зарождения и самостоятельного становления, задействуя при этом доступные ему способы, методы и механизмы. В частности, деятельность органов власти в этом направлении заключается в модернизации самой системы государственного управления, улучшении законодательства, развитии экономики, правовом регулировании общественных отношений. К этому направлению относится и привлечение бизнеса к совместной реализации социальной политики, стратегий социально-экономического развития территорий. В связи со всем вышеизложенным, в настоящий момент не представляется возможным формулировать эффективную модель взаимодействия исходя из того, что инициатором взаимодействия будет выступать не власть, а коммерческий сектор. Однако быть инициатором и координатором взаимодействия и совместного участия в реализации стратегии социально-экономического развития территории не означает доминировать или довлеть над другими субъектами.

Эффективная модель взаимодействия бизнеса и власти должна опираться на такую систему коммуникаций, которая подразумевает организацию партнерских взаимоотношений, направленных на удовлетворение общих потребностей, на положительные изменения в сторону развития и увеличения благосостояния территории присутствия и ее жителей. В контексте современного подхода к управлению социально-экономическим развитием территории, а именно, наложения концепции территориального маркетинга на стратегический подход, отношения власти и бизнеса должны быть выстроены в систему *двусторонней симметричной коммуникации*. Такая система характеризуется наличием диалоговой формы общения, разработанной системой обратной связи, сбалансированностью взаимоотношений между всеми взаимодействующими сторонами. Эффективность такой системы коммуникаций выражается во взаимном интересе не просто повлиять на объект своего воздействия, заставив его пересмотреть свою точку зрения, изменить

мнение и предпринять необходимые действия, но и менять собственное поведение, подстроиться под потребности и нужды всех субъектов взаимодействия. Симметричность коммуникации достигается движением к взаимопониманию, установлению на постоянной основе открытого диалога, партнерских отношений и получению взаимной пользы от взаимодействия. Именно выстроенная система коммуникаций должна предопределять то, как будет выглядеть общая модель взаимодействия.

С этой целью процесс законодательного нормативного закрепления правил и механизмов, по которым выстраиваются взаимоотношения бизнеса и власти, должен быть реорганизован. Речь идет не просто о привлечении всех субъектов общественных отношений в качестве совета экспертов к участию в разработке, а чаще оценке и обсуждению принимаемых государством решений. Необходимо совместное и равноправное участие всех трех секторов, в частности, региональной и местной власти, бизнеса и общественных организаций в принятии решений и определении задач стратегии социально-экономического развития территории. На практике это должно означать разработку стратегических документов, программ и проектов территориального развития совместными усилиями.

Таким образом, первоочередным этапом является построение фундаментального открытого и свободного трехстороннего диалога. Для его построения необходимо повышать информационную открытость деятельности региональных и муниципальных органов власти, предоставить бизнесу и общественным организациям наиболее полную информацию о процессе принятия законодательных инициатив и о результатах деятельности исполнительных органов власти. На условиях открытого диалога происходит обмен реалистичной информацией о текущем положении дел, высказываются различные точки зрения и мнениями, обсуждаются и формируются общие интересы. В результате появляется возможность сформулировать общее направление деятельности и общие цели, определить баланс сил и соотношение ролей всех участников взаимодействия, закрепить и откорректировать правила,

нормы и механизмы взаимодействия, обозначить правовое регулирование взаимоотношений. Поэтому, именно этап построения системы коммуникаций определяет целесообразность, корректность и эффективность разработанной нормативно-правовой базы, законодательно закреплённых правил и механизмов взаимодействия бизнеса и власти, разрабатываемых на законодательной основе стратегий и программ социально-экономического развития территорий.

Практическая реализация построения диалога малого бизнеса и органов местного самоуправления требует наличие такой же открытой диалоговой площадки. Инициатива организатора и координатора взаимодействия остается за органами власти, которые на уровне региона/области/города совместно с бизнес-сообществом, осуществляющим деятельность на той же территории, могут создать и/или развивать специализированную организационную структуру, выполняющую функции переговорной площадки и выстроенную по образу консультативного органа. На законодательном уровне должно закрепляться существование такой структуры, как и необходимость привлечения представителей малого и среднего бизнеса к решению вопросов, касающихся развития ключевых отраслей экономики территории, в которых эти организации и осуществляют свою деятельность. На базе такой площадки также будет осуществляться обсуждение и непосредственная выработка совместных решений в социальной сфере, создаваться и обсуждаться проекты стратегических документов социально-экономического развития территории. Еще одним направлением деятельности в рамках данной структуры является совместная выработка системы процедур и механизмов взаимодействия, предполагающих, в том числе, обязательные консультации с представителями малого бизнеса, и соответственно процедуру обоснования принимаемых органами власти решений в тех направлениях, где принципиально учитывать позицию малого и среднего бизнеса.

При этом представляется эффективным сохранить в данной модели принцип опосредованного взаимодействия малого бизнеса с органами власти

через ассоциации и объединения в целях предотвращения развития коррупционных взаимоотношений, привилегированности и протекционизма. Кроме того, специфической чертой сектора малого и среднего бизнеса является отсутствие как таковой сплоченности и консолидации усилий при формулировании и решении общих проблем. Развитие такого механизма взаимодействия как некоммерческие объединения и ассоциации положительно влияет на возможность координации усилий и ресурсов малого бизнеса с целью выражения своей позиции органам власти, информирования широкой общественности об особенностях и преимуществах своего сектора, совместному решению общих проблем. Ассоциации выполняют, в первую очередь, функцию «внутренней» коммуникационной площадки для самих представителей малого бизнеса, предоставляя им возможность обсудить общие проблемы и, возможно, частично закрыть их во внутреннем диалоге, до взаимодействия с органами власти. Вторая функция ассоциаций – представление интересов и выражение общего мнения частного сектора во взаимодействии с органами местного самоуправления на «внешней» коммуникационной площадке, где уже появляется возможность участия в регулировании и контроле деятельности органов местного самоуправления относительно принимаемых ими решений в сфере малого бизнеса. Третья важная в условиях ограниченности ресурсов функция ассоциаций – экспертное сообщество, своеобразный «профессиональный» посредник, который на более высоком уровне обозначивает проблемы и защищает интересы малого бизнеса, в том числе определенных отраслей. Именно благодаря экспертам получается обратить внимание органов власти и представителей НКО на необходимость учитывать особенности и потребности малого бизнеса, принимать участие в разработке и обсуждении нормативно-правовых актов и оценке регулирующего воздействия.

В рамках эффективной модели взаимодействия также представляется необходимым установить более широкую и прочную связь экспертного сообщества бизнес-объединений с экспертами других институтов

общественного сектора: Общественная палата, экспертное сообщество высших учебных заведений, НКО и т.д. Общим направлением деятельности для перечисленных субъектов, помимо экспертизы нормотворческой деятельности органов государственной власти, может стать развитие института обязательной общественной экспертизы. В данном случае предполагается реализовать механизм общественной оценки результатов совместной работы органов государственной власти и бизнеса. Внедрение механизма позволит не только осуществлять оценку регулирующего воздействия органов власти, но и проводить экспертизу совместной деятельности, конкретных предпринятых властью и бизнесом действий по улучшению социально-экономического положения, оценивать вклад проводимых мероприятий в развитие территории.

Результаты таких исследований и заключения экспертизы помогут не только осуществлять мониторинг текущей деятельности, но и сформулировать и в дальнейшем закрепить на законодательном уровне:

- стандарт по связям с общественностью в контексте взаимодействия бизнеса и власти;
- общий нормативный регламент межсекторного социального партнерства;
- кодекс этики социально-ответственного бизнеса.

Формирование и законодательное закрепление этих документов является необходимостью, а также послужит методическим пособием для специалистов, непосредственно осуществляющих работу по взаимодействию с представителями других секторов. А создание и закрепление кодекса этики для социально-ответственного бизнеса (сводное собрание правил и критериев по социальной и экологической политике, по образу ESG-повестки) является логическим продолжением качественного развития гражданского общества. Такой документ способен повлиять на самоопределение представителей бизнеса на этапе организации собственной деятельности, а на этапе планирования взаимоотношений с внешней средой поможет определиться с ожиданиями общественности относительно деятельности компании. Ожидается

также, что механизм общественной оценки деятельности бизнеса и наличие сводных нормативных правил ведения коммерческой деятельности, частично закроют запрос бизнеса на оказание «меркантильного» влияния на органы власти в личных целях обогащения и достижения собственной выгоды.

Непосредственное взаимодействие малого бизнеса и органов местного самоуправления на конкретной территории реализуется по двум ключевым направлениям: поддержка сектора малого и среднего бизнеса, как наиболее уязвимых участников рынка, и управление территориальным развитием. Роль власти как инициатора и координатора заключается в грамотном сочетании этих направлений, установлении связи между поддержкой малых предприятий, необходимостью антимонопольного регулирования в экономической сфере и осуществлением стратегической работы по социально-экономическому развитию территории. В этой связи наиболее эффективной технологией продолжает оставаться программно-целевое управление. В России также Федеральным законом «О стратегическом планировании в Российской Федерации»¹ закреплено использование программно-целевого метода управления. Обусловлено это, прежде всего, самой системой государственного устройства. Ориентируясь на опыт стран с развитой рыночной экономикой, Российская Федерация, начав с реформирования бюджетной политики, также повсеместно внедряет программно-целевые технологии.

Применение технологии программирования в отношении поддержки и развития малого предпринимательства имеет ряд преимуществ, таких как: поэтапное решение проблем, оптимальное использование и распределение необходимых ресурсов, гибкость, иерархия и координация всех задействованных субъектов процесса. Наибольший положительный эффект от реализации данной технологии можно получить, если все процессы системы разработки и реализации муниципальной программы поддержки малых специалистов будут взаимоувязаны, а элементы – согласованы.

¹ О стратегическом планировании в РФ. Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ (последняя редакция). – Текст: электронный // КонсультантПлюс: [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/ (дата обращения 01.05.2023).

В эффективной модели взаимодействия власти и бизнеса в контексте развития территории целесообразным представляется использование наиболее универсальной технологии разработки и реализации программ поддержки и развития малого предпринимательства (рисунок 1).

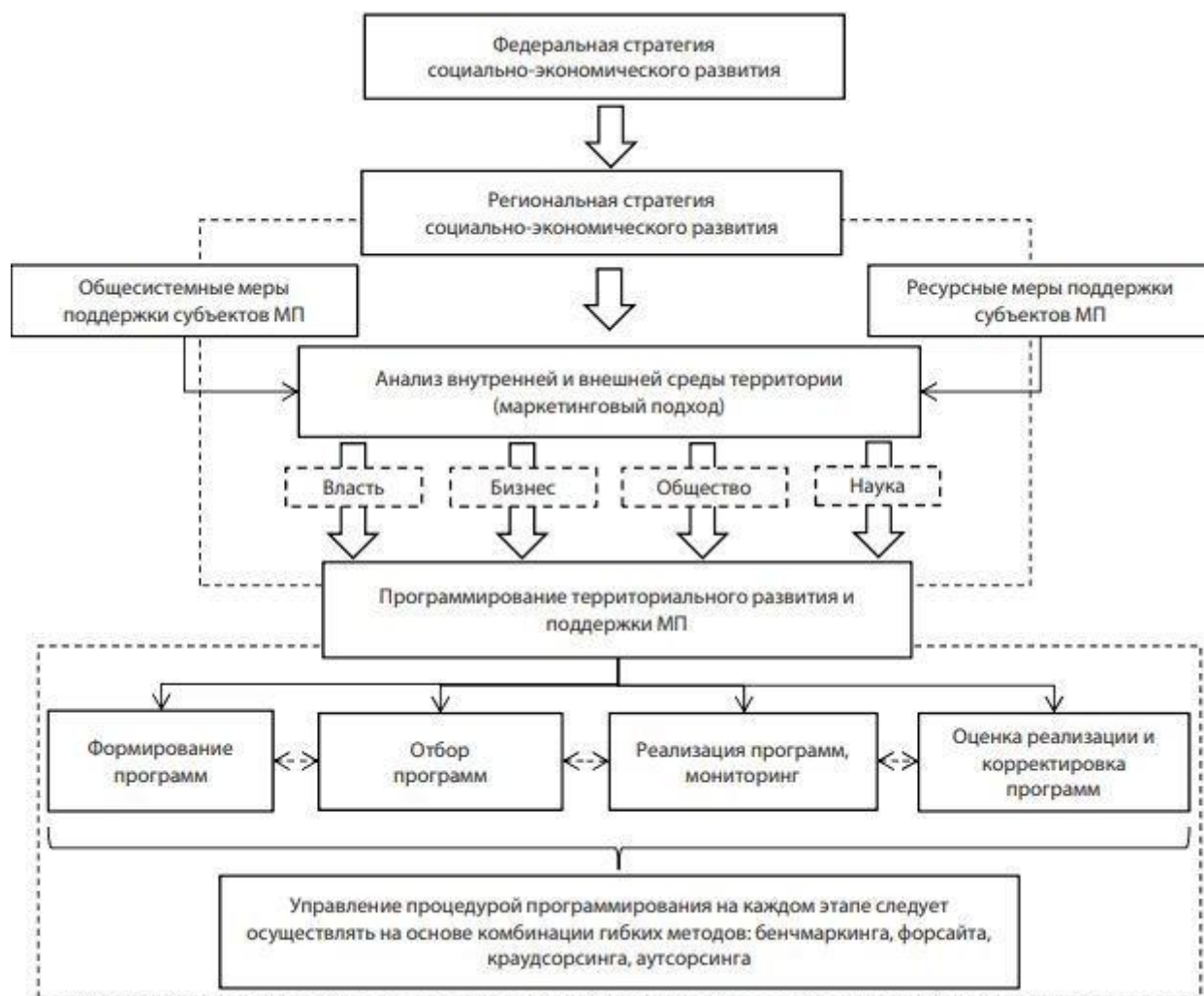


Рисунок 1 – Модель территориального развития малого предпринимательства (по Н. А. Кныш и Е. В. Верлуп)¹

Данная функциональная модель предложена Н. А. Кныш и Е. В. Верлуп и является конкретизацией маркетингового подхода к программированию поддержки и развития малого предпринимательства. Основополагающий принцип данной модели – системное соответствие целей и задач реализуемых программ *национальным (территориальным)* и общегосударственным приоритетам развития.

¹ Кныш Н. А., Верлуп Е. В. Программно-целевой подход к территориальному развитию малого предпринимательства. – Текст: непосредственный // Экономика региона. – 2016. – Т. 12, вып. 2. – С. 427-437.

Модель предполагает использование следующих стандартных методов: прогнозирование, планирование, анализ рисков, проектирование, мониторинг, оценка эффективности и т.д. Однако управление всеми этапами программирования поддержки и развития малого предпринимательства подразумевает применение маркетинговых методов, таких как бенчмаркинг, форсайт, краудсорсинг и аутсорсинг. Обобщенно, применение данных методов подразумевает:

- поиск и применение «лучших практик» разработки и реализации программ, составление рейтинга лучших реализованных программ;
- составление долгосрочного прогноза развития территории на этапе отбора проектов программ;
- отбор на конкурсной основе «творческих решений» проблемы поддержки и развития предпринимательства из общественности;
- передачу органами власти некоторых функций малым предпринимателям¹.

Основными преимуществами данной модели являются универсальность применения данной модели, учет специфики развития территории, заинтересованность субъектов, участвующих в программировании, гибкость применяемых методов.

Главным недостатком реализуемой сегодня на муниципальном уровне модели является отсутствие внешнего воздействия при разработке, утверждении и контроле реализации программ поддержки. В основном, все перечисленные процедуры, за исключением непосредственного исполнения отдельных программных мероприятий, исполняются органами местного самоуправления. Это часто приводит к такой проблеме, как несоответствие целей и задач программы особенностям развития малого предпринимательства и специфике территории. Экспертиза и ежегодный анализ результатов, опять

¹ Кныш Н. А., Верлуп Е. В. Программно-целевой подход к территориальному развитию малого предпринимательства. – Текст: непосредственный // Экономика региона. – 2016. – Т. 12, вып. 2. – С. 427-437.

же, осуществляемые структурными подразделениями Администрации муниципалитета, также теряют свою значимость.

Относительно применяемых в программах конкретных технологий и инструментов взаимодействия с малым бизнесом необходимо также учитывать доступность использования этих инструментов малым бизнесом. Наиболее распространенными и эффективными из доступных инструментов и механизмов взаимоотношений власти с малым бизнесом по-прежнему являются:

- фонды местных сообществ;
- социальный заказ;
- гранты и субсидии;
- налоговые льготы;
- общественные организации;
- публичные слушания;
- общественная экспертиза;
- участие в советах, комиссиях, круглых столах при органах законодательной и исполнительной власти и т.д.;
- благотворительные мероприятия и программы;
- социально-направленные проекты¹.

В то же время, практика реализации взаимоотношений власти с коммерческим сектором указывает на наличие такой острой проблемы, как привилегированность участия в социальном партнерстве крупного бизнеса, у которого существует гораздо больше ресурсных возможностей и более широкий выбор инструментов взаимодействия с органами власти. Такие основные технологии связей с общественностью с органами власти, технологии социального партнерства, влияющие сегодня на развитие и продвижение территорий, как КСО, ГЧП и Медиариелейшнз на практике слабо адаптированы под малые и средние предприятия. В основном, малым бизнесом используется

¹ Якимец В. Н. Межсекторное социальное партнерство в России: определение, механизмы, лучшие практики. – Текст: непосредственный // МОФ СЦПОИ, Ина-Центра. – Новосибирск, 2011. - С.53.

комплексная технология построения взаимодействия с органами власти через бизнес-объединения, на площадке которых уже происходит реализация различных социальных проектов и программ, работа с органами власти через СМИ и другие медиа-структуры.

В связи с этим, представляется необходимым осуществлять адаптацию технологий взаимодействия бизнеса с органами власти, подразумевающих использование большого объема финансовых ресурсов. Важным моментом в этом аспекте является понимание того, что осуществление модели социального партнерства в контексте развития территории невозможно без участия каждой из заинтересованных сторон. Только организованное и увязанное по целям взаимодействие всех элементов системы отношений приводит к синергетическому эффекту. Это положение должно быть применимо и к реализации технологий финансового инвестирования в социально-значимые отрасли и объекты. Там, где крупный бизнес является источником финансирования, малый бизнес должен привлекаться для реализации собственного потенциала и вложения имеющихся у него нефинансовых ресурсов. В цепочке взаимодействия между органами власти и крупным бизнесом на пути к достижению общественной выгоды, малый бизнес должен занять место полноценного участника совершенствования инфраструктуры территории, создателя, исполнителя и подрядчика инновационного производства и одновременно являться каналом реализации уникальной местной продукции и услуг.

В заключительной части описания эффективной модели взаимодействия бизнеса и власти необходимо также уделить внимание снижению коммуникационных и административных барьеров с привлечением коммуникационных технологий и тех возможностей, что сегодня дает нам интернет. Актуальным направлением деятельности является разработка и продвижение на уровне муниципалитета и/или региона единой интерактивной информационно-коммуникационной площадки.

Необходимость в такой площадке озвучена экспертами в проводимом автором интервью. Эксперты указали на такие проблемы, как разрозненность информации, длительный поиск доступного и открытого коммуникационного канала взаимодействия с органами власти по вопросам поддержки и сотрудничества. Также эксперты отметили, что сбор и оформление необходимой документации и решение организационных вопросов ведения бизнеса занимают длительное время. Приходится ждать ответа от органов власти, дополнительно оплачивать услуги по сбору документов, оплачивать подключение к тендерной площадке и т.д. Все это в совокупности рождает запрос представителей бизнеса на повышение оперативности взаимодействия с органами власти, сокращение издержек на различные процедуры доступа на рынок, доступа к механизмам взаимодействия. Кроме того, эффективность применения такой площадки в целях упрощения доступа субъектов МСП ко всей необходимой информации, в целях привлечения к сотрудничеству подтверждается опытом г. Москва и Белгородской области.

На данный момент такие площадки формируются на уровне регионов, также разрабатывает единая Цифровая платформа МСП, представляющая из себя механизм адресного подбора и возможность дистанционного получения мер поддержки, а также набор специальных сервисов для деятельности МСП¹.

С учетом того, что деятельность по созданию таких площадок сегодня уже имеет место быть, актуальными задачами являются доработка данных площадок с ориентацией на потребности и интересы непосредственных пользователей, а также повсеместное их продвижение.

Подводя итоги, выделим основные черты описанной выше наиболее универсальной эффективной модели взаимодействия малого бизнеса и органов местного самоуправления в аспекте развития территории и с учетом российской специфики.

¹ Цифровая платформа МСП. Государственная платформа поддержки предпринимателей, самозанятых и тех, кто планирует начать свой бизнес: [сайт] – URL: <https://mcp.rf> (дата обращения 01.05.2023). – Текст: электронный.

В рамках эффективной модели взаимодействия органы власти являются инициатором и координатором партнерского взаимодействия с представителями как коммерческого, так и некоммерческого сектора. Роль органов власти обосновывается способностью согласовывать и координировать действия двух других участников взаимодействия. Иницилируя взаимодействие и координируя усилия всех заинтересованных сторон, органы власти вместе тем самым повышают уровень доверия, систематизируют все направления деятельности стратегического развития.

Система коммуникаций в эффективной модели взаимодействия малого бизнеса и органов местного самоуправления исключает позицию доминирования или давления одной стороны взаимодействия над другой. Учитывая внедрение концепции территориального маркетинга в стратегический подход управления социально-экономическим развитием, отношения малого бизнеса и органов МСУ должны представлять собой двустороннюю симметричную модель коммуникаций.

Построение открытого и равноправного диалога предполагает создание или развитие диалоговой площадки – специализированной организационной структуры, на базе которой будет осуществляться обсуждение и непосредственная выработка совместных решений в социальной сфере, совместно разрабатываться и обсуждаться проекты стратегических документов социально-экономического развития территории.

Эффективная модель предполагает дальнейшее развитие практики опосредованного взаимодействия малого бизнеса с органами МСУ через общественные объединения предпринимателей и бизнес-ассоциации. Данный принцип одновременно является и доступной комплексной технологией коммуникационного взаимодействия субъектов МСП.

Следующим обязательным элементом эффективной модели взаимодействия малого бизнеса и органов МСУ в контексте совместной деятельности, направленной на развитие территорий, является институт общественной экспертиз и оценки. В задачи такого института входит не только

проведение экспертизы деятельности органов власти (ОРВ), но и оценка деятельности коммерческих структур, оценка совместной деятельности малого бизнеса и МСУ в рамках конкретных мероприятий, программ, проектов. Результатами деятельности института общественной экспертизы и оценки должна стать разработка прикладных регламентов по связям с общественностью в контексте взаимодействия бизнеса и власти, межсекторного социального партнерства, этики социально-ответственного бизнеса.

Непосредственная реализация взаимодействия малого бизнеса и органов МСУ в контексте совместной разработки стратегических документов развития территории и поддержки и развития субъектов МСП предполагает использование маркетингового подхода.

Эффективная модель взаимодействия предполагает минимальное количество коммуникативных и административных барьеров, информационную открытость и оптимизированные процессы коммуникаций, доступа на рынок и подключения к совместной деятельности. В условиях повсеместного применения интернет-коммуникаций необходимо организовывать и оптимизировать процессы взаимодействия с заинтересованными сторонами посредством единого портала или платформы. Большинство осуществляемых сегодня процедур должно быть доступно в режиме он-лайн.

Коммуникативная составляющая в эффективной модели взаимодействия с органами власти основывается на таких инструментах, как:

- участие в коллегиальных консультативных структурах при органах власти (советы, комиссии, рабочие группы);
- донесение необходимой информации и отстаивание своих интересов опосредованно через бизнес-ассоциации, местные СМИ;
- прямое (личное и он-лайн) взаимодействие с органами власти при устранении конкретных проблем организации, получении поддерживающих мер и решении организационных вопросов.

3 Связи с общественностью с органами местного самоуправления в построении эффективной модели взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления на территории города Екатеринбурга

3.1 Общая характеристика малого бизнеса и органов местного самоуправления на территории города Екатеринбурга

Ежегодно Екатеринбург занимает высокие позиции в различных рейтингах. По итогам 2021 г. Екатеринбург занял 2-е место в рейтинге городов России по возможности устроиться на высокооплачиваемую работу (согласно исследованиям компании SuperJob), 7-е место по индексу качества городской среды, вошел в топ новых центров туризма в России по версии Forbes, а также в топ самых привлекательных городов России для переезда¹.

Динамика объема инвестиций в основной капитал крупных и средних предприятий Екатеринбурга по итогам 2021 г. демонстрирует привлекательность города для инвесторов. Екатеринбург стал лидером среди городов-миллионников Российской Федерации с итоговым показателем объема инвестиций 170,5 миллиардов рублей².

Малое предпринимательство в городе Екатеринбурге, являющемся административным центром Свердловской области, играет большую роль в развитии экономики, обеспечении занятости населения, стабильности заработка местного населения, как для муниципального образования, так и для региона в целом. О состоянии сферы малого бизнеса в городе Екатеринбурге можно судить уже исходя из благосостояния данной сферы на уровне региона. Свердловская область признана территорией с высоким уровнем социально-экономического развития, а также развития сектора малого и среднего

¹ Итоги социально-экономического развития муниципального образования «город Екатеринбург» в 2021 г. Доклад Департамента экономики. – Текст: электронный // Администрация города Екатеринбурга: [сайт]. – URL: <https://xn--80acgfbsl1azdqr.xn--p1ai/file/9dff2247df047a9988ab5b9621dffcf0> (дата обращения 20.05.2023)

² Там же.

предпринимательства (далее – МСП). В РИА Рейтинге регионов по вовлеченности населения в малый бизнес в 2021 г. Свердловская область занимает 6 место. Согласно данным рейтинга в Свердловской области 20 % от общей численности занятого населения являются работниками предприятий малого и среднего бизнеса, что составляет 402, 8 тыс. чел¹.

О положительной динамике развития сектора МСП в Екатеринбурге свидетельствует ежегодный рост малых предприятий. По данным Единого реестра субъектов МСП в январе 2023 г. число зарегистрированных субъектов малого и среднего предпринимательства в Екатеринбурге составило 120,1 тыс. ед., что на 2,8 % больше относительно показателей 2021 г.².

Также в 2022 г. значительно выросло количество самозанятых граждан (160,2 % относительно 2021 г.), которых на январь 2023 г. насчитывается в Екатеринбурге 85,8 тыс. чел. Таким образом, общая численность занятых в секторе МСП с учетом самозанятых превысила 480 тыс. чел.³.

Основными отраслями малого и среднего предпринимательства в Екатеринбурге являются оптовая и розничная торговля (36 %), профессиональная, научная и техническая деятельность (11%), строительство (10 %), обрабатывающие производства (8 %), операции с недвижимостью (8 %), транспортировка и хранение (8 %) ⁴. Кроме того, являясь центром экономической системы области и округа, Екатеринбург сосредотачивает в себе основные мощности социально-ориентированных отраслей. Это деятельность в таких отраслях, как легкая и пищевая промышленность, наукоемкое производство (машиностроительные и оборонные предприятия), кредитно-финансовые учреждения и т.д. Засчет этого, город может рассчитывать на устойчивое развитие среды малого и среднего предпринимательства.

Структура органов местного самоуправления города Екатеринбурга:

¹ Рейтинг регионов по вовлеченности населения в малый бизнес – 2021 // РИА Рейтинг: [сайт] – URL: <https://riarating.ru/infografika/20210412/630198880.html> (дата обращения 21.05.2023).

² Малое и среднее предпринимательство // Официальный портал Екатеринбург.рф : [сайт] – URL: <https://екатеринбург.рф/дляработы/промышленность-предпринимательство/предпринимательство> (дата обращения 20.05.2023).

³ Там же.

⁴ Там же.

- Глава Администрации Екатеринбурга;
- Председатель Екатеринбургской городской Думы;
- Екатеринбургская городская Дума (представительный орган);
- Администрация г. Екатеринбурга (исполнительно-распорядительный орган);

Счетная палата г. Екатеринбурга (контрольно-счетный орган)¹.

В отношении деятельности Екатеринбургской городской Думы необходимо отметить следующий важный момент: участие городской Думы в решение вопросов малого предпринимательства проявляется не только в нормотворческой деятельности. В составе городской Думы существует 8 постоянных профильных комиссий, 3 из которых рассматривают отчетность структурных подразделений Администрации Екатеринбурга по выполнению решений представительного органа касающихся прав предпринимателей.

Кроме того, городская Дума вправе запрашивать у структурных подразделений Администрации интересующую их информацию о ходе реализации различных мероприятий, направленных на развитие малого предпринимательства и влияющих на развитие предпринимательского климата в муниципальном образовании². Также городская Дума напрямую занимается рассмотрением обращений от субъектов малого и среднего предпринимательства.

Контрольно-счетный орган местного самоуправления, участвующий в реализации содействия развитию малого и среднего предпринимательства – Счетная палата города Екатеринбурга. В аспекте содействия развитию малого и среднего предпринимательства Счетная палата участвует в заседаниях городской Думы и заседаниях постоянных комиссий городской Думы. Занимается оценкой эффективности предоставления налоговых и иных льгот,

¹ О принятии Устава муниципального образования «город Екатеринбург». Решение Екатеринбургской городской Думы от 30.07.2005 г. № 8/1 (с изменениями на 11.04.2023 г.). – Текст: электронный // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов: [сайт]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/802035533?marker=8QO0M3> (дата обращения 11.05.2023).

² Деева Е. Г., Зверева С. А. Содействие развитию малого и среднего предпринимательства на муниципальном уровне (на примере муниципального образования «город Екатеринбург»). – Текст: электронный // Экономические исследования и разработки. – 2017. – URL: http://edrf.ru/article/12-08-17#_ftn4 (дата обращения 23.04.2023).

бюджетных кредитов, и других преимуществ, предоставляемых за счет средств муниципального бюджета. Оценивает законность предоставления муниципальных гарантий и поручительств, имущества, находящегося в муниципальной собственности, а также исполнения обязательств по сделкам, совершаемых юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями за счет средств муниципального бюджета. Проводит проверки определение полноты и достоверности отчета об исполнении муниципального бюджета по доходам и источникам, подготавливает представление о выявленных нарушениях. Также проводит финансово-экономическую экспертизу проектов муниципальных правовых актов и муниципальных программ на предмет эффективности и целесообразности их реализации, достаточности бюджетного финансирования¹.

В составе городской Администрации существует ряд структурных подразделений, участвующих во взаимодействии с малым и средним предпринимательством. Компетенции и основные их функции подробно представлены в Таблице Д.1(Приложение Д).

Комитет промышленной политики и развития предпринимательства отвечает за организацию взаимодействия с малым и средним бизнесом. В его ведомости находится создание благоприятных условий для осуществления предпринимательской деятельности, а также обеспечение взаимодействия исполнительных органов регионального и муниципального уровня с отраслевыми союзами, ассоциациями, объединениями промышленников и предпринимателей, организациями промышленности и науки, субъектов МСП по решению задач в области социально-экономического развития².

В рамках реализации Муниципальной программы поддержки промышленности, МСП и инновационной деятельности на 2021–2025 гг.

¹ Деева Е. Г., Зверева С. А. Содействие развитию малого и среднего предпринимательства на муниципальном уровне (на примере муниципального образования «город Екатеринбург»). – Текст: электронный // Экономические исследования и разработки. – 2017. – URL: http://edrj.ru/article/12-08-17#_ftn4 (дата обращения 23.04.2023).

² Комитет промышленной политики и предпринимательства. – Текст: электронный. // Официальный портал Екатеринбург.рф: [сайт] – URL: <https://екатеринбург.рф/официально/власть?item=1189> (дата обращения 20.05.2023).

является организатором взаимодействия промышленных предприятий, научных и образовательных организаций по вопросам развития высокотехнологичных производств (всего 14 мероприятий). Также он оказывает субсидиарную поддержку организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов МСП, на выполнение мероприятий программы (обучение в акселераторе, консалтинговое сопровождение, помощь в оформлении пакета документов для получения финансовой помощи и т.д.)¹.

В целях формирования инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства Администрацией города Екатеринбурга в 2010 г. была создана первая городская инфраструктурная некоммерческая организация Фонд «Екатеринбургский центр развития предпринимательства» (далее – ЕЦРП). Фонд находится под кураторством Комитета промышленной политики и развития предпринимательства и осуществляет комплексную поддержку начинающим и действующим предпринимателям. Всего на данный момент ЕЦРП предоставляет 11 видов услуг, среди которых имущественная, консультационная, информационная поддержка, подготовка и переподготовка кадров, развитие действующих проектов, регистрация юридического лица, тендерное сопровождение, помощь с выходом на маркетплейсы².

Согласно раскрываемым данным, за 2018 г. Фонд оплатил коммерциализацию инновационных проектов для 7 субъектов МСП на общую сумму 2,8 млн. руб. Также ЕЦРП оказал консультирование, обучение, бизнес-планирование, провел выставочные туры, форумы, тренинги для 3,5 тыс. субъектов МСП. В реестре получателей имущественной поддержки на 2018 г. состояло 144 субъекта МСП, получивших помещения по договору инкубирования³.

¹ Об утверждении Муниципальной программы «Развитие и поддержка промышленности, малого и среднего предпринимательства и инновационной деятельности в муниципальном образовании «город Екатеринбург» на 2021 – 2025 гг. Пост. Администрации г. Екатеринбурга от 30.10.2020 № 2230. – Текст: электронный // Администрация города Екатеринбурга: [сайт]. – URL:

https://ekaterinburg.rf/официально/документы/постановления/п_2020/299119 (дата обращения 02.04.2023).

² НО Фонд «Екатеринбургский центр развития предпринимательства» // Екатеринбургский центр развития предпринимательства: – [сайт]. – URL: <https://ekbiznes.ru/aboutus> (дата обращения 19.05.2023).

³ Раскрытие информации. – Текст: электронный // Екатеринбургский центр развития предпринимательства: [сайт]. – URL: <https://2020.ekbiznes.ru/raskrytie-informacii/> (дата обращения 23.04.2023).

Департамент по управлению муниципальным имуществом в рамках действующей Муниципальной программы по развитию и поддержке малого предпринимательства осуществляет передачу недвижимого имущества, находящегося в составе муниципальной казны Екатеринбурга, субъектам малого и среднего предпринимательства на разных условиях.

Комитет по организации бытового обслуживания населения в вопросе содействия развитию малого и среднего предпринимательства обеспечивает реализацию мероприятий по развитию рынка бытовых и отдельных видов платных услуг, в связи с чем, осуществляет оказание консультативной и методической помощи субъектам предпринимательской деятельности и взаимодействие их с соответствующими государственными и местными органами.

Комитет по товарному рынку. Создает условия для развития сети предприятий торговли, общественного питания, предприятий, оказывающих услуги по ремонту, техническому обслуживанию и мойке автотранспортных средств, автозаправочных станций (комплексов), консультирует и предоставляет методическую помощь малому бизнесу¹.

Департамент экономики является органом уполномоченным на определение поставщиков (исполнителей, подрядчиков) для заказчиков муниципального заказа, а также на контроль в сфере закупок². В рамках данного направления деятельности Департамент экономики осуществляет планирование, формирование, обеспечение размещения, исполнения муниципального заказа. Выполняет функции органа местного самоуправления, уполномоченного на размещение муниципального заказа на поставку товаров,

¹ Ефременкова Д. А., Слюсаренко Д. В. Компетенции органов местного самоуправления в сфере поддержки и развития малого и среднего предпринимательства. – Текст: электронный // Управленец. – 2016. – № 6(64). – С.62-68. – URL: <http://upravlenets.usue.ru/images/64/9.pdf> (дата обращения 12.04.2023).

² Об определении органа, уполномоченного на определение поставщиков (исполнителей, подрядчиков) для заказчиков, и органа, уполномоченного на контроль в сфере закупок. Решение Екатеринбургской городской Думы от 24.12.2013 №19/8. – Текст: электронный // Официальный портал г. Екатеринбурга: [сайт]. – URL: <https://екатеринбург.рф/официально/документы> (дата обращения 09.04.2023).

выполнение работ, оказание услуг для муниципальных нужд МО «город Екатеринбург»¹.

Кроме того, в полномочия органов местного самоуправления входит создание при Главе Администрации совещательного органа. Таким органом является Совет по малому и среднему предпринимательству. Совет осуществляет постоянный мониторинг малого и среднего предпринимательства, определяет приоритетные направления развития. Также в его ведение находится «координация деятельности общественных союзов и объединений предпринимателей, консолидация их усилий, направленных на реализацию конкретных мероприятий и проектов»².

Еще одно, заключительное направление деятельности органов местного самоуправления в сфере развития и поддержки субъектов МСП – проведение анализа финансовых, экономических, социальных и иных показателей развития, прогнозирования развития и эффективности применяемых мер по развитию малого и среднего предпринимательства. С 2014 г., каждый год Администрация Екатеринбурга проводит оценку эффективности реализации муниципальных программ, где основные критерии – выполнение плановых объемов финансирования и достижение плановых значений целевых показателей программы³.

Таким образом, мы можем наблюдать развитие сектора малого и среднего предпринимательства в городе Екатеринбурге – административном центре Свердловской области, также преуспевающей по этому параметру в сравнении с другими регионами страны. Статус «административного центра» дает Екатеринбургу основное преимущество: субъекты МСП, действующие на территории данного муниципального образования, имеют более благоприятные

¹ О мерах по реализации Федерального закона № 44-ФЗ. Пост. Администрации г. Екатеринбурга от 31.12.2013 № 4429. – Текст: электронный // Официальный портал г. Екатеринбурга: [сайт]. – URL: <https://екатеринбург.рф/официально/документы> (дата обращения 09.04.2023).

² Совет по малому и среднему предпринимательству. – Текст: электронный // Администрация города Екатеринбурга: [сайт]. – URL: <https://екатеринбург.рф/дляработы/промышленность-предпринимательство/предпринимательство/совет> (дата обращения 02.04.2023).

³ Об утверждении Положения о муниципальных программах муниципального образования «город Екатеринбург». Пост. Администрации города Екатеринбурга от 29.07.2013 № 2626. – Текст: электронный // Официальный портал г. Екатеринбурга: [сайт]. – URL: <https://екатеринбург.рф/официально/документы> (дата обращения 10.04.2023).

условия для быстрого развития засчёт разнообразия поддерживающих мер и инфраструктурных организаций, дополняющих друг друга и находящихся в «шаговой» доступности.

В целом, в Екатеринбурге создано и достаточно активно работает большое количество разнообразных органов местного самоуправления и их структурных подразделений, ряд некоммерческих организаций, составляющих инфраструктуру поддержки малого предпринимательства. Их деятельность по стимулированию развития и поддержке малого предпринимательства заключается, в основном, в реализации муниципальных программ и способствует росту числа субъектов МСП на территории муниципального образования, а также увеличению численности экономически активного населения, занятого в сфере малого и среднего предпринимательства.

3.2 Анализ связей с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления в аспекте развития Екатеринбурга

Проведем сравнительный анализ существующей модели взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления в Екатеринбурге с эффективной моделью взаимодействия, описанной в параграфе 2.3.

В текущей модели взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления в г. Екатеринбурге инициатором и координатором также выступают органы власти. Необходимо отметить существенное влияние и проекцию вырабатываемой политики региональных властей на органы МСУ, которое объясняется тем, что Екатеринбург является административным центром региона. Так, например, при взаимодействии с крупными территориальными бизнес-объединениями, выработке региональной социально-экономической стратегии, в конгрессной деятельности, разработке социальных проектов и т.д. чаще всего присутствуют одновременно

представители и региональной власти и органов местного самоуправления г. Екатеринбурга.

В связи с этим, необходимо учитывать, что большая часть взаимодействия субъектов МСП с органами власти в контексте развития территории переносится на уровень Свердловской области или делится между органами МСУ и органами региональной власти. Региональная модель взаимодействия с малым бизнесом напрямую влияет и проецируется на отношения с органами МСУ в контексте развития территории города.

В контексте описания модели взаимодействия с органами власти необходимо отметить, что Свердловская область, а в частности и Екатеринбург, является одним из лидеров среди регионов Российской Федерации по уровню развития гражданского общества. В ежегодном докладе Общественной палаты Свердловской области отмечается, что «в Свердловской области институты гражданского общества исторически являются активными участниками всех процессов, происходящих в социальной и экономической жизни региона. По уровню активности гражданского общества и степени его позитивного влияния на развитие территорий, Средний Урал является одним из признанных лидеров среди других регионов России»¹.

На сложившуюся в Екатеринбурге модель взаимодействия бизнеса и власти напрямую влияет несколько факторов:

- административный статус города – столица Урала, в котором непосредственно находятся весь аппарат региональных органов управления, все региональные отделения крупных российских бизнес-ассоциаций, крупные общественные организации, СО НКО Свердловской области;
- исторический статус Екатеринбурга – промышленной столицы России (Урал – опорный край державы), определяющий взаимоотношения представителей бизнеса с региональной властью (аппаратом губернатора);

¹ О состоянии и развитии гражданского общества в Свердловской области в 2016 г. Доклад Общественной палаты Свердловской области // Общественная палата Свердловской области: [сайт] – URL: <http://www.opso66.ru/documents2/>. (дата обращения 18.05.2023).

- исторически сложившаяся активность институтов гражданского общества, сформированная активная гражданская позиция.

Промышленники и производители играют важную роль в экономическом благосостоянии и развитии региона. В связи с этим, отношения власти и бизнеса выстраивались и продолжают развиваться в направлении от сращивания бизнес-элиты с аппаратом управления к партнерскому взаимодействию и сотрудничеству. На взаимодействие бизнеса и власти в регионе также оказывает большое влияние инициатива снизу: при разработке законодательства властью учитывается и активная позиция, интересы и деятельность институтов гражданского общества, которые стремятся становиться полноправными участниками трехсторонних взаимоотношений, направленных на социально-экономическое развитие территории города.

Большинством исследователей и практиков современные отношения бизнеса и власти в регионе также чаще всего определяются как партнерские. Так, М. Ю. Фролова в исследовании инструментов и методов взаимодействия бизнеса и власти Свердловской области, говорит:

«Для региона характерна модель партнерства и взаимного компромисса, где сформированы эффективные «лоббистские» форматы и инструменты, а всесторонний продуктивный диалог между бизнесом, властью и обществом в рамках действующего законодательства направлен на совместную реализацию задач по развитию экономики и повышению качества жизни населения»¹.

Также, согласно результатам выездного экспедиционного исследования, проведенного М. Ю. Фроловой в 2019 г., на региональном уровне за основу взята система совместного участия всех заинтересованных сторон (представителей коммерческого и общественного сектора) в разработке законодательных актов, стратегических документов социально-экономического развития. Подчеркивается, что для создания благоприятного делового климата в Свердловской области власти учитывают интересы всех стейкхолдеров, а

¹ Фролова М. Ю. Система взаимодействия с государственными органами власти на региональном уровне: опыт Свердловского областного союза промышленников и предпринимателей. – Текст: непосредственный // Бизнес. Общество. Власть. – 2019. – № 33. – С. 32–41.

совместное взаимодействие направлено на поиск и достижение компромисса. Так, на уровне области в нормотворческом процессе и экспертизе законопроектов помимо внешних экспертов, консолидировано принимают участие 4 крупные бизнес-ассоциации: Свердловский областной Союз промышленников и предпринимателей (далее – СОСПП), Уральская Торгово-промышленная палата (далее – УТПП), Свердловское отделение организации «Опора России» и Свердловское областное объединение Общероссийской общественной организации «Деловая Россия»¹.

Также уникальным, по отношению к другим субъектам РФ, является опыт совместной разработки главного стратегического документа Свердловской области «Стратегия социально-экономического развития Свердловской области на 2016-2030 гг.». В разработке приняли участие более 200 экспертов федерального и регионального уровня, в том числе представители бизнеса, представители СМИ, аналитики, некоммерческие организации. Экспертизу документа проводили бизнес-ассоциации, среди которых ведущая роль была отведена СОСПП².

В аспекте реализации нормативно-правового механизма взаимодействия бизнеса и власти в регионе выделяется три ключевых особенности:

- законодательные инициативы согласовываются в профильных комитетах. В составе комитетов находятся представители региональной власти, коммерческого сектора (от малого до крупного), общественных организаций и бизнес-ассоциаций;
- коммерческий сектор выносит на обсуждение инициативы и предложения по созданию условий развития экономики, стимулирования инвестиционной активности;

¹ Фролова М. Ю. Система взаимодействия с государственными органами власти на региональном уровне: опыт Свердловского областного союза промышленников и предпринимателей. – Текст: непосредственный // Бизнес. Общество. Власть. – 2019. – № 33. – С. 32–41.

² Стратегия-2030. – Текст: электронный // Министерство экономики и территориального развития Свердловской области: [сайт]. – URL: <http://economy.midural.ru/content/strategiya-2030> (дата обращения 14.05.2023).

- существует и широко распространена практика подписания трехсторонних соглашений между крупным бизнесом, Правительством Свердловской области и муниципалитетами о программах КСО бизнеса на территории присутствия¹.

Инициатива органов МСУ во взаимодействии с сектором МСП в Екатеринбурге направлена на обеспечение поддержки малых предприятий, способствование развитию сектора. Обязанностью местной власти является создание инфраструктурных организаций поддержки МСП².

Координирующая роль органов МСУ в г. Екатеринбурге направлена на создание единой системы поддержки высокотехнологичных производств, включая деятельность малых и средних производственных и инновационных предприятий, которая на сегодняшний день отсутствует на муниципальном уровне. В качестве координатора органы МСУ осуществляют деятельность, направленную на развитие кооперационных связей и качественно новых форм взаимодействия крупных, средних и малых производственных предприятий с научными, образовательными и инфраструктурными организациями³.

Органами муниципальной власти в Екатеринбурге созданы условия для ведения совместного трехстороннего диалога власти (законодательной и исполнительной), бизнеса и общественных организаций. Основной диалоговой площадкой, выполняющей функции консультативного органа на уровне города, является Совет по малому и среднему предпринимательству при Администрации г. Екатеринбурга. Советом реализуется механизм взаимодействия органов МСУ с представителями сектора МСП при разработке нормативно-правовых актов, проводятся общественные экспертизы

¹ Фролова М. Ю. Система взаимодействия с государственными органами власти на региональном уровне: опыт Свердловского областного союза промышленников и предпринимателей. – Текст: непосредственный // Бизнес. Общество. Власть. – 2019. – № 33. – С. 32–41.

² Об утв. Муниципальной программы «Развитие и поддержка промышленности, малого и среднего предпринимательства и инновационной деятельности в муниципальном образовании «город Екатеринбург» на 2021 – 2025 гг. Пост. Администрации г. Екатеринбурга от 30.10.2020 № 2230. – Текст: электронный // Администрация города Екатеринбурга: [сайт]. – URL: https://екатеринбург.рф/официально/документы/постановления/п_2020/299119 (дата обращения 02.04.2023).

³ Там же.

законопроектов, касающихся развития и поддержки малого и среднего предпринимательства¹.

На официальном портале Екатеринбург.рф в целях повышения информационной открытости деятельности органов МСУ регулярно выкладывается информация по результатам проведенных Советом заседаний: программа заседания, участники, ключевые темы обсуждения, сопутствующие информационные материалы (презентации, тексты докладов)². Обзорный анализ представленной на портале информации показал, что среди участников заседаний присутствуют Глава Екатеринбурга, представители ответственных за МСП комитетов и департаментов Администрации города, председатель Городской Думы, представители региональных отделений бизнес-ассоциаций, представители крупного, среднего и малого бизнеса, индивидуальные предприниматели.

В отношении раскрытия информации, необходимо отметить отсутствие описательной части результатов заседаний. Отчетность сформулирована таким образом, что не присутствовавшим на заседаниях получится узнать лишь о предмете и темах обсуждения, и не всегда – о сути результатов заседаний. В качестве положительного момента можно отметить присутствие на заседаниях бизнес-ассоциаций, представляющих интересы сектора МСП, а также непосредственное участие самих малых предпринимателей с целью решения вопросов деятельности их организаций.

Так, например, в 2023 г. на заседании Совета присутствовал индивидуальный предприниматель Лодкин А. С., занимающийся выпуском упаковочных материалов для пищевой продукции под брендом FoodFace. Членами Совета обсуждалась идея развития индустриального парка на территории бывшего хлебзавода «Всеслав», которую предприниматель планирует частично арендовать для расширения собственного производства.

¹ Совет по малому и среднему предпринимательству. – Текст: электронный // Администрация города Екатеринбурга: [сайт]. – URL: <https://екатеринбург.рф/дляработы/промышленность-предпринимательство/предпринимательство/совет> (дата обращения 02.04.2023).

² Там же.

Предпринимателю необходимо было решить вопрос о подключении площади бывшего хлебозавода к газу, водоснабжению и водоотведению: решение вопроса было передано Департаменту по управлению муниципальным имуществом Администрации города. Представителей ОМСУ города также заинтересовала идея в будущем сделать на этой территории индустриальный парк, предоставив возможность и другим предпринимателям арендовать часть производственной площади бывшего хлебозавода для реализации безвредного производства¹.

В текущей модели отношений малого бизнеса с органами власти (муниципальными и региональными) также соблюдается опосредованность взаимодействия. В Екатеринбурге свою эффективность доказала деятельность 4 крупных региональных бизнес-объединений, уже упомянутых выше: СОСПП, УТПП, Свердловское отделение «Опора России», Свердловское объединение «Деловая Россия». Деятельность этих организаций, помимо участия в нормотворческом процессе в качестве экспертов-представителей интересов бизнеса, заключается также в объединении представителей крупного и малого бизнеса, консолидации интересов бизнес-сообщества, определении путей решения проблем на уровне «бизнес-бизнес» там, где это возможно. Включение малого бизнеса в цепочку совместной деятельности органов власти и крупного бизнеса является одним из критериев эффективности реализующейся модели взаимодействия, имеет прямое влияние на развитие территории присутствия.

Наибольший авторитет и политическое влияние на формирование отношений малого бизнеса и власти имеет СОСПП, которая также является инициатором диалога и консолидации усилий крупных региональных бизнес-объединений. Инициатива от СОСПП в сторону остальных 3 ассоциаций поступила не случайно: каждая из этих организаций занимается определенным направлением деятельности. УТПП имеет конгрессно-выставочный профиль деятельности, рассчитанный на внешнюю экономику, «Деловая Россия»

¹ Все-таки индустриальный парк. Власти опять решают судьбу хлебозавода на 8 Марта. – Текст: электронный // Деловой квартал: [сайт] – URL: <https://www.dk.ru/news/237174246> (дата обращения 05.05.2023).

существует в формате делового клуба, деятельность «Опоры России» не охватывает все отрасли малого бизнеса. А СОСПП выражает консолидированную позицию коммерческого сектора, занимаясь представлением интересов бизнеса во взаимодействии с региональными и муниципальными властями (по сути – играет роль общего GR-департамента)¹.

Исходя из роли СОСПП, именно это бизнес-объединение представляет собой комплексную коммуникационную технологию в модели взаимодействия малого бизнеса и власти в г. Екатеринбурге. В аспекте конкретных технологий и инструментов, применяемых СОСПП при взаимодействии с региональной и муниципальной властью, можно выделить следующее:

- воздействие через экспертное сообщество. Представительство и защита интересов бизнес-сообщества осуществляется СОСПП через комиссии, комитеты, советы и палаты органов власти в регионе и муниципалитете. По вопросам: определения получателей поддержки, режима налоговых льгот, формирования областного бюджета, контроля за содержанием и исполнением госпрограмм, приоритетам инвестиционных проектов, снижения административных барьеров, выделения грантов;
- прямые рабочие контакты с представителями региональной (в т.ч. с Губернатором) и муниципальной власти;
- нормотворческая деятельность и экспертиза регионального законодательства, в том числе стратегических документов, ОРВ;
- представление интересов работодателей, реализация трехсторонних соглашений (программы КСО);
- содействие в расширении практики применения ГЧП и МЧП;
- проведение благотворительных мероприятий, социальных проектов и премий;

¹ Фролова М. Ю. Система взаимодействия с государственными органами власти на региональном уровне: опыт Свердловского областного союза промышленников и предпринимателей. – Текст: непосредственный // Бизнес. Общество. Власть. – 2019. – № 33. – С. 32–41.

- участие в конгрессно-выставочной деятельности, направленной на развитие и продвижение территории города и области, содействие ее развитию и продвижению¹.

Основным механизмом реализации взаимодействия малого бизнеса и органов МСУ является предоставление имущественной и неимущественной поддержки через муниципальные программы. Программно-целевой метод используется местными властями с начала 2000-х: первые программы утверждались решением городской Думы. С 2010 г. такие программы определяются как долгосрочные и утверждаются Администрацией города Екатеринбурга. С этого момента в Екатеринбурге уже были реализованы три Муниципальные программы развития и поддержка малого и среднего предпринимательства с аналогичными названиями: первая с 2011 по 2013 гг., вторая с 2014 по 2016 гг., третья с 2017 по 2020 г., а также четвертая, реализуемая в настоящий момент.

Наиболее масштабными результатами реализации третьей программы стала сформированная инфраструктура организаций поддержки МСП. Основной стала некоммерческая организация Фонд «Екатеринбургский центр развития предпринимательства» (далее – ЕЦРП), которой направляются средства из бюджета на реализации поддержки субъектов МСП (8329 тыс. руб. за 2020 г.). Основными коммуникационными интернет-площадками, обеспечивающими информационную поддержку субъектам МСП стали портал малого и среднего бизнеса Свердловской области (www.66msp.ru) и ранее развивавшийся портал ЕЦРП (<https://ekbiznes.ru>).

В рамках Стратегического проекта «Развитие малого и среднего производственного бизнеса» запущен и реализован масштабный проект поддержки производственных инициатив «ПРО'66», в рамках которого проведено мероприятие «Бизнес-акселератор для производственных компаний «Прорыв», направленное на восстановление производственного сектора,

¹ Цели и задачи Свердловского областного Союза промышленников и предпринимателей» (СОСПП). – Текст: электронный // СОСПП: [сайт] – URL: <https://sospp.ru/devatelnost-sospp/godovoe-sobranie/> (дата обращения 05.05.2023).

сохранение рабочих мест, привлечение инвестиций в производственную сферу¹.

Подробнее остановимся на результатах реализации текущей программы поддержки. В 2022 г. Некоммерческой организации Фонду «Екатеринбургский центр развития предпринимательства» предоставлена субсидия на реализацию мероприятий «Развитие и поддержка промышленности, малого среднего предпринимательства инновационной деятельности в муниципальном образовании «город Екатеринбург» на 2021 - 2025 гг. в размере 8129 тыс. руб.

В соответствии с этим, Фондом организовано обучение субъектов МСП в рамках производственного акселератора «Прорыв», основными задачами которого являются внедрение изменений в производственные и бизнес-процессы, разработка «дорожной карты» для участников, направленной на внедрение изменений для кратного роста бизнеса. Участниками производственного акселератора «Прорыв» стали 104 субъекта МСП (в 2021 г. 58 субъектов).

Специалистами Фонда на консалтинговое сопровождение взято 53 производственных проекта в рамках проекта «ПРО'66», проведены 173 консультации по различным вопросам ведения бизнеса для субъектов малого и среднего предпринимательства, самозанятых граждан и физических лиц, желающих начать свое дело. Наиболее популярными темами консультирования стали: формирование бизнес-плана, размещение в бизнес-инкубаторе, участие в государственных и коммерческих закупках.

Фондом проведена проверка 57 бизнес-планов начинающих предпринимателей. При поддержке Фонда создано 26 новых малых предприятий и 53 новых рабочих места. На базе Фонда функционирует бизнес-инкубатор, предусматривающий льготное размещение на его территории

¹ О достигнутых значениях показателей эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов за 2020 г. и их планируемых значениях на 3-х летний период. Доклад главы Администрации Екатеринбурга. – Текст: электронный // Официальный портал г. Екатеринбурга: [сайт]. – URL: <https://екатеринбург.рф/официально/документы> (дата обращения 09.04.2023).

начинающих предприятий и действующих малых предприятий, а также самозанятых граждан.

Субъектам МСП предоставляется преимущественное право выкупа арендуемого недвижимого имущества. Общее количество объектов, включенных в перечни муниципального имущества, предназначенного для предоставления в аренду субъектам МСП, в 2022 г. увеличилось на 55 единиц и составило 297 единиц (в 2021 г. – 242 единицы). В аренду субъектам МСП за 2022 г. передано 157 объектов недвижимого имущества общей площадью 29 тыс. м², из них самозанятым гражданам передано три объекта общей площадью 240,8 м², а также 12 объектов общей площадью 2,5 тыс. м².

В целях стимулирования развития института самозанятых граждан организована работа чат-бота (https://t.me/lamBusy_bot). Чат-бот содержит ответы на вопросы о регистрации физического лица в качестве самозанятого, налогообложении, рекламных возможностях для самозанятых, доступе к финансовым ресурсам¹.

Динамический анализ всех муниципальных программ поддержки малого бизнеса, произведенный автором, позволяет сделать вывод о том, что к существенным результатам реализуемых программ относится:

- развитие инфраструктурных организаций поддержки;
- реализуемые инфраструктурными организациями в рамках поддержки и развития проекты (ежегодный рост количества участников таких программ);
- большое количество и регулярность проводимых нефинансовых поддерживающих мероприятий (круглые столы, вебинары, тренинги, обучающие программы) для субъектов МСП;
- имущественная поддержка, помощь с поиском помещения и предоставлением помещений на льготных условиях, в аренду;

¹ О достигнутых показателях эффективности деятельности органов МСУ городских округов и муниципальных районов за 2022 г. и их планируемых значениях на 3-х летний период. Доклад главы Администрации Екатеринбурга. – Текст: электронный // Официальный портал г. Екатеринбурга: [сайт]. – URL: <https://екатеринбург.рф/официально/документы> (дата обращения 09.04.2023).

- развивающееся коммуникационное взаимодействие с органами МСУ через интернет-платформы: информирование субъектов МСП и консультационное взаимодействие через инфраструктурные организации.

Несмотря на это, существует и ряд недостатков. При разработке всех муниципальных программ использовался типовой нормативно-правовой подход с применением следующих основных методов: прогнозирование, планирование, экспертиза, мониторинг. Показатели эффективности программ предусматривают скорее экономический результат от их реализации, нежели социальный. Муниципальные власти являются по факту единственными разработчиками программ поддержки, а внешнюю экспертизу осуществляет Счетная палата г. Екатеринбурга на предмет эффективности расходования бюджетных средств. Счетной палатой в ходе экспертно-аналитической деятельности регулярно выявляются недостатки в планировании результатов программы, финансовом прогнозировании, несоответствие оценок эффективности реализуемых программ.

В частности, в 2016 г. при реализации второй муниципальной программы по результатам проверки, были выявлены следующие нарушения: отсутствие документального подтверждения произведенных расходов, их несоответствие пунктам программы, неэффективное использование средств, завышение стоимости строительных работ. Ответственность за недостаточный контроль расходования бюджетных средств понес Комитет промышленной политики и развития предпринимательства. В 2017 г. экспертизой Счетной палаты был установлен ряд замечаний к проекту третьей программы: некорректные показатели эффективности, которые могут привести к снижению результата предыдущей программы, цель программы не соответствует критерию измеряемости, расхождение в соотношении бюджетные ассигнования-показатели эффективности муниципальной и областной программ¹.

¹ Официальный сайт «Счетная палата Екатеринбурга»: [сайт] – URL: <https://счетнаяпалата.екатеринбург.рф/деятельность/крд>. (дата обращения 13.04.2023). – Текст: электронный.

По результатам проверок за 2019-2021 г., Счетной палатой было установлено несоответствие оценок эффективности реализуемых программ (Комитет производит оценку эффективности сам). Уровень эффективности в 2020 г. был оценен как «высокий», что не соответствовало реально сложившейся экономической ситуации. Также было выявлено, что некоторое количество малых предприятий открываются для отчетности и достижения количественных показателей эффективности в плановом периоде, а затем в течение 6 месяцев закрываются:

«Следует отметить, что юридические лица, которые исключены из ЕГРЮЛ в связи с недостоверностью сведений в отношении места нахождения и адреса юридического лица, были зарегистрированы по адресу: ул. Пушкина, 9. При этом, по данному адресу также зарегистрирован и Фонд ЕЦРП, на базе которого функционирует Екатеринбургский бизнес-инкубатор, основной целью которого является содействие появлению новых...производств, ...увеличение количества вновь зарегистрированных субъектов предпринимательской деятельности»¹.

Более того, большинство указанных в программах проблем развития малого предпринимательства не решаются в результате реализации одной программы, и, зачастую, просто дублируются, что также указывает на «формальность» разрабатываемых и реализуемых органами МСУ программ поддержки. Так, например, согласно паспорту муниципальной программы 2014-2016 гг., основная масса реализованных мероприятий была направлена на консультирование по широкому кругу вопросов, информационную поддержку, обучение и повышение квалификации руководителей и иных работников МСП, физических лиц, желающих начать свое дело. Однако в формулировке проблемы к третьей программе 2017-2020 гг. вновь указаны проблемы недостаточного уровня знаний, умений и навыков у начинающих предпринимателей, руководителей и менеджеров субъектов МСП.

¹ Официальный сайт «Счетная палата Екатеринбурга»: [сайт] – URL: <https://счетнаяпалата.екатеринбург.рф/деятельность/крд>. (дата обращения 13.04.2023). – Текст: электронный.

Предусмотренный Администрацией механизм оценки эффективности реализации муниципальных программ основывается на соответствии выполненных и плановых объемов финансирования и плановых показателей. То есть отсутствует качественная оценка эффективности реализованных мероприятий. Безусловно, растущее количество создаваемых предприятий говорит об активной деятельности местной власти, однако часто это объясняется и иными факторами. Например, как в случае с Екатеринбургом, определенную роль играет близость к административному центру региона, наличие благоприятных условий на данной территории.

Основная причина обозначенных выше недостатков в реализации программ поддержки заключается в шаблонном и формальном характере разрабатываемых и реализуемых программ. Несмотря на наличие в структуре Администрации консультативного органа, активную и эффективную работу инфраструктурных организаций поддержки бизнеса, при разработке программ ни представители предпринимателей, ни представители инфраструктурных организаций из числа экспертов участия не принимают. Разработку программ осуществляет Комитет промышленной политики и развития предпринимательства.

Недостатки во взаимодействии малого бизнеса с органами МСУ в г. Екатеринбурге также были выделены в рамках исследования «Проблемы взаимодействия муниципальной власти и бизнеса в представлениях предпринимателей», проводимого научными сотрудниками Уральского Федерального Университета в 2018 г¹.

Так, среди опрошенных предпринимателей г. Екатеринбурга 57,7 % указали, что относятся к деятельности органов МСУ скорее отрицательно, а скорее положительно относятся лишь 26,9 %.

¹ Новгородцева А. Н. Проблемы взаимодействия муниципальной власти и бизнеса в представлениях предпринимателей / А. Н. Новгородцева, Н. И. Сивкова, Е. Л. Сысолятина // XXI Международная конференция памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования», 22-23 марта 2018 г. – Екатеринбург, 2018. – С. 1787-1800.

Предпринимателям было предложено оценить отдельные аспекты деятельности органов МСУ по 5 балльной шкале. Ни по одному из перечисленных аспектов предприниматели высокие оценки. Наибольшую положительную оценку среди предпринимателей получили такие отдельные стороны деятельности органов МСУ, как сотрудничество и поддержка НКО и делового сообщества и качество решения экономических проблем (таблица 3).

Таблица – 3. Оценка отдельных сторон деятельности муниципальной власти¹

Критерий	Оценка
Доступность для граждан, готовность к сотрудничеству	2.62
Уровень профессионализма при принятии управленческих решений	2.42
Учет интересов города, региона при принятии управленческих решений	2.65
Активность в решении текущих проблем города, региона	2.62
Качество решений социальных проблем	2.46
Качество решений экономических проблем	2.73
Сотрудничество и поддержка некоммерческих, общественных организаций	2.85
Сотрудничество и поддержка делового сообщества	2.77

Затем представителей спросили о недостатках в деятельности органов МСУ. В Екатеринбурге основными недостатками выявили консерватизм, коррупцию и некомпетентность. Распределение ответов в процентном соотношении представлено в таблице 4.

Таблица – 4. Недостатки в деятельности органов МСУ²

Вариант ответа	Ответ, %
Уделяют недостаточно внимания проблемам региона и города	28
Не обращают внимания на мнение и жалобы граждан	48
Не идут на контакт с представителями общественности	20
Отказываются от сотрудничества и поддержки деловому сообществу региона	20
Некомпетентны в решении большинства вопросов	48
Не взаимодействуют с общественными, некоммерческими организациями	4
Препятствуют развитию институтов гражданского общества в регионе	12
Консервативны и забюрократизированы	56
Коррупционированы	48

¹ Новгородцева А. Н. Проблемы взаимодействия муниципальной власти и бизнеса в представлениях предпринимателей / А. Н. Новгородцева, Н. И. Сивкова, Е. Л. Сысолятина // XXI Международная конференция памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования», 22-23 марта 2018 г. – Екатеринбург, 2018. – С. 1787-1800.

² Там же.

В заключение авторами исследования сделано несколько общих выводов:

- большинство предпринимателей в качестве основного недостатка определяют отсутствие реальных дел, результатов от взаимодействия с органами власти;
- основными формами взаимодействия являются нефинансовые виды поддержки: дискуссии, круглые столы и консультации;
- реализация программ поддержки на региональном и муниципальном уровне осуществляется несогласованно, вследствие чего малому бизнесу проще напрямую выстраивать коммуникации с региональными или федеральными властями;
- органы МСУ не консультируются с представителями малого бизнеса при принятии регулятивных решений, в связи с чем, практика реализации принятых правовых и экономических решений не всегда способствует прогрессивному развитию малого бизнеса;
- дефицит бюджета ориентирует местную власть на краткосрочные перспективы и сиюминутные проблемы, что приводит к отсутствию долгосрочной стратегии развития, которая бы послужила основой для развития взаимодействия бизнеса и власти;
- неспособность органов власти и МСУ адекватно и объективно воспринимать критику в свой адрес, которая воспринимается как акт агрессии, а не как способ «достучаться»;
- некомпетентность муниципальных и региональных органов власти в некоторых вопросах, которые они обсуждают;
- бюрократизация процесса взаимодействия с бизнесом, длительность процедур обращения, большое количество бумаг и административных барьеров¹.

¹ Новгородцева А. Н. Проблемы взаимодействия муниципальной власти и бизнеса в представлениях предпринимателей / А. Н. Новгородцева, Н. И. Сивкова, Е. Л. Сысолятина // XXI Международная конференция памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования», 22-23 марта 2018 г. – Екатеринбург, 2018. – С. 1787-1800.

Также в Екатеринбурге существуют и другие проблемы взаимодействия, озвученные екатеринбургскими представителями малого бизнеса в ходе интервью, проводимого автором (Приложение А). Одной из них является нехватка оперативности реагирования в решении вопросов малого бизнеса. На имеющийся недостаток в одном из последних интервью указывает и сам Председатель Комитета промышленной политики и предпринимательства Евгений Копелян:

«Скорость принятия решений здесь очень важна. Но, к сожалению, не всегда удается реагировать на запросы оперативно. Особенность заключается в том, что в инфраструктурные департаменты и комитеты администрации, которые отвечают за строительство, транспорт и благоустройство, ежедневно поступают десятки вопросов и писем, на обработку которых уходит много времени. Поэтому иногда на выполнение просьбы предпринимателя может уйти несколько дней и даже недель»¹.

Также, по результатам исследования, проведенного автором, представители малого бизнеса из Екатеринбурга (8 из 15 экспертов) оценивают эффективность существующей модели взаимодействия малого бизнеса и органов МСУ «хорошо» или «ниже средней».

В заключительной части данного параграфа перечислим основные трудности и проблемы в коммуникационной составляющей взаимодействия с органами МСУ, выделенные представителями малого бизнеса г. Екатеринбурга:

- необходимость иметь личные контакты в органах власти, чтобы решить проблему или стать партнером;
- неоперативность обратной связи от органов и длительное время ожидания ответа в аспекте решения организационных проблем малого бизнеса;
- отсутствие единой *популярной* платформы в интернете, которая содержит всю актуальную информацию о взаимодействии малого бизнеса с органами МСУ;

¹ «Екатеринбург был и останется промышленным городом. По крайней мере, в ближайшие годы». – Текст: электронный // Деловой квартал: [сайт] – URL: <https://www.dk.ru/news/237179084> (дата обращения 14.05.2023).

- отсутствие полноценной консультативной и коммуникационной площадки (на базе структуры органов МСУ) для открытого взаимодействия с властью;
- необходимость в расширении консультационных и операционных возможностей органов МСУ в непосредственном решении вопросов и проблем субъектов МСП.

3.3 Возможность реализации эффективной модели взаимодействия малого бизнеса с органами местного самоуправления в аспекте развития территории города Екатеринбурга

Исходя из анализа современной модели взаимодействия малого бизнеса и органов местного самоуправления на территории г. Екатеринбурга было сделано несколько основных выводов. Во-первых, на модель отношений бизнеса и власти в городе оказывает прямое проекционное влияние региональная модель. Данное положение может являться одновременно как преимуществом, так и недостатком. Для локальных субъектов МСП г. Екатеринбурга это служит своего рода социальным лифтом: имеется больше возможностей получить поддержку, установить большее количество полезных связей и контактов, выйти на региональный и межрегиональные рынки. Для органов МСУ такое положение при лучшем исходе может являться неким «образцом подражания» и базой, на которой выстраиваются партнерские отношения локального уровня. Недостатком является риск пойти по пути сращивания бизнес-элиты с представителями регионального уровня власти, в результате чего муниципальные органы власти будут безынициативны и бессильны решать более локальные проблемы, противостоять необоснованной протекции и преференциям, коррупционным эпизодам и монополизации локального рынка. Представленные в предыдущем параграфе мнения

исследователей и респондентов в отношении определения эффективности и степени «партнерства» существующей модели также расходятся.

При оценке возможности построения эффективной модели в Екатеринбурге, мы будем исходить из того, что существующие на региональном уровне отношения бизнеса (особенно крупного) и власти имеют общей целью пропорциональное социально-экономическое развитие региона с сильной идентичностью и идут по пути построения эффективного сотрудничества, а также дополняются активным участие институтов гражданского общества.

Во-вторых, на эффективность модели взаимодействия малого бизнеса и власти в Екатеринбурге оказывает больше влияние наличие в системе коммуникаций сильного консолидированного медиатора в лице четырех крупных бизнес-ассоциаций. Они представляют и защищают интересы бизнес-сообщества, участвуют в непосредственной разработке основополагающих стратегических документов области и города, а также осуществляют экспертную деятельность при реализации нормативно-правового механизма. Выступая в качестве внутренней переговорной площадки коммерческого сектора, ассоциации осуществляют деятельность по объединению крупного и малого бизнеса. Именно бизнес-ассоциации представляют собой основную комплексную технологию взаимодействия малого бизнеса с органами МСУ направленную на развитие и продвижение территории.

В-третьих, были выделены основные недостатки в реализации модели, на которые должно быть направленно корректирующее воздействие:

- неполнота/некорректность раскрываемой информации как со стороны малого бизнеса, так и со стороны органов МСУ, снижающая эффективность партнерских отношений;
- не используется весь потенциал консультативной диалоговой площадки в лице Совета по малому и среднему предпринимательству;
- неэффективный подход к планированию, прогнозированию, разработке и оценке эффективности муниципальных программ поддержки малого бизнеса;

- низкая оперативность работы структурных подразделений Администрации города, отвечающих за непосредственное решение вопросов и проблем малого бизнеса;

- отсутствие или недостаток продвижения единого электронного канала коммуникаций с органами МСУ в аспекте реализации совместной деятельности.

Таким образом, в существующей на сегодняшний день модели взаимодействия малого бизнеса и органов МСУ г. Екатеринбурга присутствуют основополагающие черты партнерской модели. Охарактеризовать данную модель как партнерскую или стремящуюся к таковой позволяют специфические особенности: исторически сложившаяся практика трехстороннего диалога «власть-бизнес-общество», взаимозависимость бизнеса и региональной власти в практике интенсивно развивающейся промышленной области, наличие реального положительного эффекта от взаимодействия на уровне развития территории, положительный и весомый вклад бизнес-ассоциаций в коммуникационную составляющую взаимодействия малого бизнеса и власти. В целях повышения эффективности существующей в г. Екатеринбурге модели взаимодействия сформулированы рекомендации, описанные ниже.

Единый информационно-коммуникационный электронный сервис. Необходимо обеспечить прозрачность информации о результатах деятельности малых предприятий и органов МСУ. Для наиболее эффективного взаимодействия представляется необходимым дальнейшая работа над оптимизацией процесса коммуникации, а именно улучшение электронного сервиса (объединенная база данных), содержащего информацию о деятельности коммерческих организаций и всю необходимую отчетность. Данные формируются автоматически, предоставляются по запросу органа. Аналогичным способом представляется и возможность искать и запрашивать необходимую информацию о деятельности органов, получение разрешительной документации, заключений, постановление и т.д.

На данный момент развивается цифровая платформа для МСП на федеральном уровне. Возможно, с ее развитием и продвижением она покроет и запросы локального бизнеса. Однако, для наиболее оперативной организации сотрудничества между органами МСУ и бизнесом, своевременным обновлением информации, муниципалитету также представляется актуальным продолжить развивать собственную платформу в режиме «единого окна».

Создание дополнительных коллегиальных консультативных диалоговых площадок. Для расширения возможностей проведения открытого диалога между властью города и субъектами МСП предлагается задействовать площадку инфраструктурной организации поддержки бизнеса, например, существующий Фонд ЕЦРП в качестве коммуникационной площадки. Основной целью является качественное и количественное (увеличение частоты встреч и пропускной способности площадки) преобразование процесса коммуникации. Фонд ЕЦРП может стать площадкой, где инициатива общения исходит от самих организаций малого бизнеса, проходят встречи и заседания, формируются предложения и запросы к органам власти. Органами МСУ результаты встреч на базе ЕЦРП дополнительно обсуждаются с представителями площадки и малого бизнеса на заседаниях Совета по развитию малого предпринимательства.

В то же время, в аспекте развития территории города Главой Администрации уже предприняты действия для создания диалога и организации непосредственной совместной работы всех секторов по развитию города. А именно в 2022 г. создан новый коллегиальный орган Совет директоров предприятий и организаций. В состав органа входят 32 человека: представители органов МСУ, руководители крупных промышленных компаний и девелоперов, торговых предприятий, сельского хозяйства, транспорта, образовательных учреждений и общественные объединения. Совет рассматривает актуальные темы городского развития: деловой климат, создание новой инфраструктуры, благоустройство, привлечение инвестиций в социальную сферу, благотворительность, участие предпринимателей в

динамичном развитии города. Заседания проходят не реже 1 раза в квартал. Участие в данном органе необходимо обеспечивать и представителям малого бизнеса, которые фактически являются исполнителями большинства запланированных мероприятий и проектов.

Маркетинговый подход к программированию поддержки малого бизнеса. При разработке программ поддержки малого бизнеса предлагается исходить из маркетингового подхода и методов (бенчмаркинг, форсайт, краудсорсинг и аутсорсинг): проводить анализ специфических проблем и потребностей субъектов МСП на территории муниципалитета, к разработке программ привлечь экспертов из числа представителей бизнес-сообщества, экспертизу программы осуществлять с использованием качественных показателей эффективности.

Развитие оперативного отклика на «горящие» запросы малого бизнеса, моментальное получение обратной связи. В данном направлении пересмотреть регламенты структурных подразделений Администрации, отвечающих за решение вопрос малого бизнеса, в отношении нагрузки на подразделения, внедрить автоматизацию однотипных процессов. Хорошим практическим направлением в этом направлении стало внедрение практик «горячих линий», форм «обратной связи», чат-ботов для малого бизнеса на уровне областных инфраструктурных организаций.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Малое предпринимательство является важной составляющей любого демократического государства с рыночной системой экономики. Наличие на рынке большого количества объектов предпринимательства определяет эффективность экономики: местные бюджеты наполняются налогами, местное население получает доходы от собственной деятельности, регион может обеспечить себя без поддержки федеральных властей и развиваться как уникальная территория. Именно этот вид предпринимательства стимулирует рост национальной экономики, способствует ускоренному развитию территории присутствия, отвечает за качество и количество товара на национальных рынках, влияет на формирование бренда территории. Потенциал и очевидные преимущества таких организаций как партнеров по реализации политики с одной стороны, а также некоторые уязвимые и непроработанные стороны с другой, свидетельствуют о необходимости обеспечения эффективного взаимодействия с органами государственной власти.

Связи с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления являются специализированной управленческой деятельностью по созданию системы коммуникаций, целью которых является установление взаимовыгодных отношений, что позволяет обмениваться информацией, обсуждать проблемы и перспективы развития при осуществлении предпринимательской деятельности и выработке государственной политики, а также сотрудничать в интересах данной территории. Особенно это актуально для городов, где малый бизнес является основой экономики. Взаимодействие с органами местного самоуправления делает бизнес-среду более дружественной и консолидированной, создает благоприятные условия для развития малых предприятий и, в конечном итоге, способствует устойчивому социально-экономическому росту, развитию и продвижению территории.

На сегодняшний день существует множество теоретических моделей взаимодействия бизнеса и власти, а наиболее идеальной и эффективной

признается модель «межсекторного социального партнерства». На практике ни одна из теоретических моделей не встречается в чистом виде, партнерская модель также считается неким образцом подражания. Сравнительный анализ зарубежных моделей и текущей отечественной модели позволил установить основные сходства и различия. Общими признаками являются:

- опосредованное взаимодействие с органами власти через бизнес-ассоциации;
- наличие нормативно-закрепленных правил и механизмов легитимного и нелегитимного взаимодействия бизнеса и власти;
- широкое распространение таких технологий как корпоративная социальная ответственность, государственно-частное партнерство.

Отличительными чертами зарубежных моделей взаимодействия является развитая практика законодательного закрепления понятий «лоббизм», «GR». Инициатором коммуникаций в большинстве зарубежных моделей является бизнес, а процесс взаимодействия с властью часто отдается на аутсорсинг – специализированным агентствам по связям с общественностью и органами власти.

Во второй главе также был проведен ретроспективный анализ российских моделей взаимодействия с начала 1990-х до нашего времени и социологический опрос методом экспертного интервью. Проанализированное и проведенное социологическое исследование помогло установить проблематику в деятельности малого бизнеса, отражающую, в том числе, и несовершенства деятельности органов местного самоуправления по организации и реализации взаимодействия, оказанию государственной поддержки. Среди основных итогов необходимо обозначить имитацию предоставления некоторых форм поддержки, наличие коррупционной составляющей и протекционизма в органах местного самоуправления, недоверие бизнеса к власти, избыточность проводимых муниципальными и региональными органами контрольно-надзорных мероприятий, наличие административных барьеров, несовершенство электронного взаимодействия с властью, разрозненность информации. Итогом

исследовательской главы стало описание эффективной модели взаимодействия малого бизнеса и органов местного самоуправления в аспекте развития территории. Основными чертами наиболее универсальной эффективной модели взаимодействия с учетом российской специфики являются:

- инициатор и координатор взаимодействия - органы власти;
- система коммуникаций в эффективной модели взаимодействия исключает позицию доминирования или давления одной стороны взаимодействия над другой. Учитывая внедрение концепции территориального маркетинга в стратегический подход управления социально-экономическим развитием территорий, отношения малого бизнеса и органов МСУ должны представлять собой *двустороннюю симметричную модель коммуникаций*;
- этап построения системы коммуникаций предшествует институционализации и корректировке отношений бизнеса и власти, закреплению основных правил, форм и механизмов взаимодействия на законодательном уровне;
- построение открытого и равноправного диалога предполагает создание или развитие диалоговой площадки – специализированной организационной структуры, на базе которой будет осуществляться обсуждение и непосредственная выработка совместных решений в социальной сфере, совместно разрабатываться и обсуждаться проекты стратегических документов социально-экономического развития территории;
- дальнейшее развитие практики опосредованного взаимодействия малого бизнеса с органами МСУ через общественные объединения предпринимателей и бизнес-ассоциации. Данный принцип одновременно является и доступной комплексной технологией взаимодействия субъектов МСП;
- наличие института общественной экспертизы и оценки.
- непосредственная реализация взаимодействия малого бизнеса и органов МСУ в контексте совместной разработки стратегических документов развития территории и поддержки и развития субъектов МСП предполагает использование маркетингового подхода;

- привлечение субъектов МСП в инвестиционную деятельность в качестве непосредственных исполнителей и «инвесторов» нематериальных ресурсов;

- наличие интернет-платформы непосредственного он-лайн взаимодействия малого бизнеса с органами власти.

В третьей главе был проведен анализ развития сектора МСП в Екатеринбурге, а также описана и проанализирована текущая модель взаимодействия с органами МСУ. В существующей на сегодняшний день модели взаимодействия малого бизнеса и органов МСУ г. Екатеринбурга присутствуют основополагающие черты партнерской модели. Охарактеризовать данную модель как партнерскую или стремящуюся к таковой позволяют специфические особенности: исторически сложившаяся практика трехстороннего диалога «власть-бизнес-общество», взаимозависимость бизнеса и региональной власти в практике интенсивно развивающейся промышленной области, наличие реального положительного эффекта от взаимодействия на уровне развития территории. Несмотря на это, были выявлены и специфические проблемы взаимодействия. В целях повышения эффективности существующей в г. Екатеринбурге модели взаимодействия были сформулированы рекомендации по совершенствованию модели взаимодействия малого бизнеса и органов местного самоуправления.

Разработанные рекомендации направлены на совершенствование коммуникационной составляющей взаимодействия и предполагают повышение степени прозрачности взаимодействия посредством дальнейшей работы над единым электронным сервисом о деятельности бизнеса и органов МСУ. Необходимым также является дальнейшее развитие коллективных консультативных органов, которые являются диалоговой и рабочей площадкой для представителей бизнеса и власти. Совершенствования требует подход к разработке муниципальных программ поддержки, процесс работы с обращениями малого бизнеса и электронная площадка онлайн-коммуникаций бизнеса и власти.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ачкасова В. А. GR и лоббизм: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатова. – Москва : Юрайт, 2015. – 313 с. – ISBN 978-5-9916-5100-4.
2. Большакова Ю. М. Социодинамика взаимодействия власти и бизнеса: анализ российских практик. – Текст: непосредственный // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2014. – №3 (35). – С. 11-27.
3. Васильева, М. М. PR и GR, лоббирование: особенности понятий / М. М. Васильева // Современные СМИ и медиарынок : сб. науч. тр. в честь М. Б. Ротановой. – Санкт-Петербург, 2020. – С. 16-22.
4. Все-таки индустриальный парк. Власти опять решают судьбу хлебзавода на 8 Марта. – Текст: электронный // Деловой квартал: [сайт] – URL: <https://www.dk.ru/news/237174246> (дата обращения 05.05.2023).
5. Государственно-частное партнерство. – Текст: электронный // Инвестиционный портал города Москвы: [сайт] – URL: <https://investmoscow.ru/about-moscow/moscow-in-numbers> (дата обращения 21.01.2023).
6. Деева Е. Г., Зверева С. А. Содействие развитию малого и среднего предпринимательства на муниципальном уровне (на примере муниципального образования «город Екатеринбург»). – Текст: электронный // Экономические исследования и разработки. – 2017. – URL: http://edrf.ru/article/12-08-17#_ftn4 (дата обращения 23.04.2023).
7. «Екатеринбург был и останется промышленным городом. По крайней мере, в ближайшие годы». – Текст: электронный // Деловой квартал: [сайт] – URL: <https://www.dk.ru/news/237179084> (дата обращения 14.05.2023).
8. Ефременкова Д. А., Слюсаренко Д. В. Компетенции органов местного самоуправления в сфере поддержки и развития малого и среднего предпринимательства. – Текст: электронный // Управленец. – 2016. – № 6(64). –

С.62-68. – URL: <http://upravlenets.usue.ru/images/64/9.pdf> (дата обращения 12.04.2023).

9. Инвестиционное послание Губернатора-2021. – Текст: электронный // Инвестиционный портал Белгородской области: [сайт] – URL: <https://belgorodinvest.ru/docs/investitsionnye-obekty-i-obekty-infrastruktury/> (дата обращения 10.04.2023).

10. Инвестиционный портал Белгородской области: [сайт]. – URL: <https://belgorodinvest.ru/> (дата обращения 01.05.2023). – Текст: электронный.

11. Итоги социально-экономического развития муниципального образования «город Екатеринбург» в 2021 г. Доклад Департамента экономики. – Текст: электронный // Администрация города Екатеринбурга: [сайт]. – URL: <https://xn--80acgfbsl1azdqr.xn--p1ai/file/9dff2247df047a9988ab5b9621dffcf0> (дата обращения 20.05.2023).

12. Карпова М. К., Дозорова К. Д. Исследование ключевых проблем построения взаимодействия регионального бизнеса с органами власти. – Текст: непосредственный // Наука. Общество. Государство. – 2018. – №2 (22). – С. 16-23.

13. Ключкова Е. В. Формы и механизмы поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации. – Текст: непосредственный // Гражданское право. – 2019. – № 4. – С. 15–18.

14. Кныш Н. А., Верлуп Е. В. Программно-целевой подход к территориальному развитию малого предпринимательства. – Текст: непосредственный // Экономика региона. – 2016. – Т. 12, вып. 2. – С. 427-437.

15. Кодекс РФ об Административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 28.04.2023). – Текст: электронный // Консультант Плюс: [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/ (дата обращения 03.02.2023).

16. Комитет промышленной политики и предпринимательства. – Текст: электронный. // Официальный портал Екатеринбург.рф: [сайт] – URL:

<https://екатеринбург.рф/официально/власть?item=1189> (дата обращения 20.05.2023).

17. Конецкая В. П. Социология коммуникации / В. П. Конецкая. – Москва : Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с. – ISBN 5-89313-010-3.

18. Конституция РФ принята всенародным голосованием 12.12.1993, с изм., одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020. – Текст: электронный // Консультант Плюс: [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_28399 (дата обращения 03.02.2023).

19. Краудсорсинг – Текст: электронный // Записки маркетолога. Энциклопедия маркетинга: [сайт] – URL: https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_f/fundraising/ (дата обращения 14.01.2022).

20. Ладыгин В. В. Поддержка малого бизнеса на муниципальном уровне в России: основные этапы и тенденции. – Текст: электронный // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2012. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podderzhka-malogo-biznesa-na-munitsipalnom-urovne-v-rossii-osnovnye-etapy-i-tendentsii> (дата обращения: 17.03.2022).

21. Литовченко С. Е. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания / С. Е. Литовченко, М. И. Корсакова. – Москва : Ассоциация менеджеров, 2003. – 100 с. – ISBN 5-902500-01-X.

22. Ломовцева О. А. Маркетинг территорий: концептуальный и прикладной аспекты / О. А. Ломовцева, В. О. Маслова // Научные ведомости БелГУ. – Белгород, 2013. – №15(158). – С. 15-24.

23. Лучшие регионы для жизни. Рейтинг РБК. – Текст: электронный // РБК: [сайт] – URL: <https://www.rbc.ru/economics/26/04/2021/6078136e9a7947d0e9e1b1fb> (дата обращения 01.05.2023).

24. Малое и среднее предпринимательство. – Текст: электронный // Официальный портал Екатеринбург.рф: [сайт] – URL: <https://екатеринбург.рф/дляработы/промышленность-предпринимательство/предпринимательство> (дата обращения 20.05.2023).

25. Маслешова, Я. А. Взаимодействие органов власти с предприятиями малого бизнеса: анализ проблем и путей их решения. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2017. – № 21 (155). – С. 220-223.

26. Минстрой России опубликовал индекс IQ городов. – Текст: электронный // COMNEWS. Цифровая экономика: [сайт] – URL: <https://www.comnews.ru/digital-economy/content/221305/2022-07-21/2022-w29/minstroy-rossii-opublikoval-indeks-iq-gorodov> (дата обращения 01.05.2023).

27. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ. – Текст: электронный // АСИ team: [сайт] – URL: <https://belgorodinvest.ru/region/#region-123> (дата обращения 01.05.2023).

28. Новгородцева А. Н. Проблемы взаимодействия муниципальной власти и бизнеса в представлениях предпринимателей / А. Н. Новгородцева, Н. И. Сивкова, Е. Л. Сысолятина // XXI Международная конференция памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования», 22-23 марта 2018 г. – Екатеринбург, 2018. – С. 1787-1800.

29. Новиков Д. В. Теория и практика связей с общественностью : учеб. пособие / Д. В. Новиков. – Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. – 91 с.

30. НО Фонд «Екатеринбургский центр развития предпринимательства». – Текст: электронный // Екатеринбургский центр развития предпринимательства: [сайт] – URL: <https://ekbiznes.ru/aboutus> (дата обращения 19.05.2023).

31. Об утверждении Муниципальной программы «Развитие и поддержка промышленности, малого и среднего предпринимательства и инновационной деятельности в муниципальном образовании «город Екатеринбург» на 2021 –

2025 гг. Пост. Администрации г. Екатеринбурга от 30.10.2020 № 2230. – Текст: электронный // Администрация города Екатеринбурга: [сайт]. – URL: https://екатеринбург.рф/официально/документы/постановления/п_2020/299119 (дата обращения 02.04.2023).

32. Об утверждении Положения о муниципальных программах муниципального образования «город Екатеринбург». Пост. Администрации города Екатеринбурга от 29.07.2013 № 2626. – Текст: электронный // Официальный портал г. Екатеринбурга: [сайт]. – URL: <https://екатеринбург.рф/официально/документы> (дата обращения 10.04.2023).

33. Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 г. Пост. Правительства Белгородской области от 25.01.2010 г. № 27-пп. – Текст: электронный // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов: [сайт]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/428596289> (дата обращения 10.04.2023).

34. Об определении органа, уполномоченного на определение поставщиков (исполнителей, подрядчиков) для заказчиков, и органа, уполномоченного на контроль в сфере закупок. Решение Екатеринбургской городской Думы от 24.12.2013 №19/8. – Текст: электронный // Официальный портал г. Екатеринбурга: [сайт]. – URL: <https://екатеринбург.рф/официально/документы> (дата обращения 09.04.2023).

35. О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в РФ и внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ. Федеральный закон от 13.07.2015 № 224-ФЗ (последняя редакция). – Текст: электронный // Консультант Плюс: [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_182660/ (дата обращения: 23.04.2023).

36. О достигнутых значениях показателей эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов за 2020 г. и их планируемых значениях на 3-х летний период. Доклад главы Администрации Екатеринбурга. – Текст: электронный // Официальный

портал г. Екатеринбурга: [сайт]. – URL: <https://екатеринбург.рф/официально/документы> (дата обращения 09.04.2023).

37. О достигнутых показателях эффективности деятельности органов МСУ городских округов и муниципальных районов за 2022 г. и их планируемых значениях на 3-х летний период. Доклад главы Администрации Екатеринбурга. – Текст: электронный // Официальный портал г. Екатеринбурга: [сайт]. – URL: <https://екатеринбург.рф/официально/документы> (дата обращения 09.04.2023).

38. О мерах по реализации Федерального закона № 44-ФЗ. Пост. Администрации г. Екатеринбурга от 31.12.2013 № 4429. – Текст: электронный // Официальный портал г. Екатеринбурга: [сайт]. – URL: <https://екатеринбург.рф/официально/документы> (дата обращения 09.04.2023).

39. О принятии Устава муниципального образования «город Екатеринбург». Решение Екатеринбургской городской Думы от 30.07.2005 г. № 8/1 (с изменениями на 11.04.2023 г.). – Текст: электронный // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов: [сайт]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/802035533?marker=8QO0M3> (дата обращения 11.05.2023).

40. О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (последняя редакция). – Текст: электронный // Консультант Плюс: [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/ (дата обращения 05.03.2023).

41. О стратегическом планировании в РФ. Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ (последняя редакция). – Текст: электронный // КонсультантПлюс: [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/ (дата обращения 01.05.2023).

42. Официальный сайт «Счетная палата Екатеринбурга»: [сайт] – URL: <https://счетнаяпалата.екатеринбург.рф/деятельность/крд>. (дата обращения 13.04.2023). – Текст: электронный.

43. Пайвина С. А. Взаимодействие социально-ориентированных некоммерческих организаций с органами государственной власти в контексте социально-экономического развития Свердловской области / С. А. Пайвина. – Текст: непосредственный // Развитие территориальных социально-экономических систем: вопросы теории и практики: материалы XVIII Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых, 9-10 марта 2021 г. – Екатеринбург, 2021. – С. 181-184.

44. Перекрестов Д. Г., Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики / Д. Г. Перекрестов, И. П. Поварич, В. А. Шабашев. – Москва : Академия Естествознания, 2011. – 437 с. – ISBN 978-5-91327-148-8.

45. Полякова С. А. Анализ зарубежного и отечественного опыта связей с общественностью малого бизнеса с органами местного самоуправления в контексте развития территории города / С. А. Полякова. – Текст: непосредственный // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф., 18-19 апреля 2022 г. – Екатеринбург, 2022. – Том 2. – С. 31-34.

46. Проекты российских компаний награждены премией «Благое дело». – Текст: электронный // ТАСС: [сайт] – URL: <https://tass.ru/plus-one/4286382> (дата обращения 12.05.2023).

47. Раскрытие информации. – Текст: электронный // Екатеринбургский центр развития предпринимательства: [сайт]. – URL: <https://2020.ekbiznes.ru/raskrytie-informacii/> (дата обращения 23.04.2023).

48. Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России. – Текст: электронный // RAEX Аналитика: [сайт] – URL: <https://belgorodinvest.ru/region/#region-123> (дата обращения 01.05.2023).

49. РИА Рейтинг: [сайт] – URL:
<https://riarating.ru/infografika/20220516/630222174.html> (дата обращения
01.05.2023). – Текст: электронный.

50. Сизова Ю. С., Малиновская М. И. Проекты государственно-частного партнерства как форма поддержки предпринимательства. – Текст: непосредственный // Современная конкуренция. – 2020. – №2 (78). – С. 30-37.

51. Сморгунов Л. В. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством : учеб. пособие / Л. В. Сморгунов, Л. Н. Тимофеева. – Москва: РОССПЭН, 2012. – 407 с. – ISBN 978-5-8243-1533-2.

52. Совет по малому и среднему предпринимательству. – Текст: электронный // Администрация г. Екатеринбурга: [сайт]. – URL: <https://екатеринбург.рф/дляработы/промышленностьпредпринимательство/предпринимательство/совет> (дата обращения 02.04.2023).

53. Соколицын А. С., Иванов Д. В. Исследование современных моделей взаимодействия между органами власти и бизнес-структурами в России. – Текст: непосредственный // Дискурс. Экономика и управление народным хозяйством. – 2018. – № 5. – С. 43-49.

54. Стратегия-2030. – Текст: электронный // Министерство экономики и территориального развития Свердловской области: [сайт]. – URL: <http://economy.midural.ru/content/strategiya-2030> (дата обращения 14.05.2023).

55. Туровский Р. Ф. Региональные модели взаимодействия между деловыми и властными элитами. – Текст: электронный // Политком.RU. – 2019. – URL: <http://politcom.ru/8474.html> (дата обращения: 21.04.2022).

56. Фадеева Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – Москва : Юрайт, 2023. – 263 с. – ISBN 978-5-534-00227-0.

57. Фандрайзинг – Текст: электронный // Записки маркетолога. Энциклопедия маркетинга: [сайт] – URL:

https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_f/fundraising/ (дата обращения 14.01.2022).

58. Фролова М. Ю. Система взаимодействия с государственными органами власти на региональном уровне: опыт Свердловского областного союза промышленников и предпринимателей. – Текст: непосредственный // Бизнес. Общество. Власть. – 2019. – № 33. – С. 32–41.

59. Цели и задачи Свердловского областного Союза промышленников и предпринимателей» (СОСПП). – Текст: электронный // СОСПП: [сайт] – URL: <https://sospp.ru/deyatelnost-sospp/godovoe-sobranie/> (дата обращения 05.05.2023).

60. Цифровая платформа МСП. Государственная платформа поддержки предпринимателей, самозанятых и тех, кто планирует начать свой бизнес: [сайт] – URL: <https://мсп.пф> (дата обращения 01.05.2023). – Текст: электронный.

61. Черкащенко Т. А. Классификация GR-технологий: коммуникативный подход. – Текст: электронный // Медиаскоп. Электронный научный журнал. – 2015. – №4. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/2045> (дата обращения 20.03.2022).

62. Черноскутова М. В., Кудинов В. В., Пестова А. В. Значение опыта зарубежных стран в области GR для России. – Текст: непосредственный // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – №10-1. – С. 34-47.

63. Чижова Г. О., Калиева О. М. Современные подходы к определению понятия PR (public relations). – Текст: электронный // Academy. – 2016. – №11 (14). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-opredeleniyu-ponyatiya-pr-public-relations> (дата обращения: 12.03.2022).

64. Чирикова А. Е., Лапина Н. Ю. Региональные элиты в РФ: модели поведения и политические ориентации / А. Е. Чирикова, Н. Ю. Лапина // РАН. ИНИОН. Федерализм, региональное управление и местное самоуправление. - Москва, 1999. – 192 с.

65. Что же такое PR? – Текст: электронный // Стартапы, бизнес, технологии. vc.ru: [сайт] – URL: <https://vc.ru/ortacommunications/97609-chto-zhe-takoe-pr> (дата обращения 21.01.2022).

66. Шетов А. А. Теоретические основы GR-менеджмента как фактора повышения эффективности взаимодействия государства и общества. – Текст: непосредственный // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки . – 2014. – №4. – С. 18-24.

67. Якимец В. Н. Межсекторное социальное партнерство в России: определение, механизмы, лучшие практики. – Текст: непосредственный // МОФ СЦПОИ, ИнА-Центра. – Новосибирск, 2011. - С.53.

68. Янгулбаев М. Б. Коммуникационные механизмы взаимодействия бизнеса и власти. – Текст: непосредственный // Коммуникология. – 2017. – Том 5. – №6. С. 146-155.

69. IX Ежегодная оценка инвестиционной привлекательности регионов России 2021 г. – Текст: электронный // Национальное рейтинговое агентство: [сайт] – URL: https://www.ra-national.ru/sites/default/files/analitic_article/IPR_2021_fin.pdf (дата обращения 01.05.2023).

70. X Ежегодная оценка инвестиционной привлекательности регионов России. Аналитический разбор – Текст: электронный //Национальное Рейтинговое Агентство: [сайт] – URL: https://www.ra-national.ru/wp-content/uploads/2022/12/region_invest_2022.pdf (дата обращения 21.01.2023).

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 – Технологии и инструменты связей с общественностью с органами власти¹

Автор	Технология	Инструмент
В. А. Ачкасова, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатова	Воздействие на лиц, принимающих решения через экспертное сообщество	- привлечение известных специалистов в качестве экспертов по спорным вопросам; - участие экспертов в работе комиссий, советов в законодательной и исполнительной власти; - статьи, экспертное мнение и аналитика в федеральных и отраслевых СМИ; - участие привлеченных экспертов в общественных организациях (конференции, круглые столы); - обращение к экспертному сообществу (обмен мнениями, подтверждение статуса).
	Корпоративная социальная ответственность	- программы социальной ответственности; - программы стратегической филантропии; - проекты государственно-частного партнерства.
	Поддержка политической деятельности	- техническая, информационная, волонтерская поддержка политиков во время выборов; - подключение экспертов и лидеров мнений; - бесплатный медийный тренинг для кандидатов; - непрямая финансовая поддержка политических партий; - создание комитетов и суперкомитетов политических действий при организациях.
	Неэтичные GR-технологии: astroturfing, greenwashing, sockpuppeting	- интернет-кампании искусственного формирования общественного мнения; - создание положительного имиджа экологически-ориентированной организации; - использование ПО «ботнетов» для создания «эффекта большинства», репутации, наращивания аудитории, распространении дезинформации.

¹ Составлено автором по: [1, 65, 71].

Продолжение таблицы А.1

Автор	Технология	Инструмент
А. А. Шетов	Информационно-аналитическое обеспечение взаимодействия с органами власти	- сбор, обработка и анализ информации о системе органов власти и их действиях; - информирование органов власти о деятельности организации; - исследование нормативно-правовой базы; - анализ политических процессов и социально-экономической динамики; - прогнозирование возможных действий и решений органов власти.
	Организация системы коммуникаций с органами государственной власти	- участие в деятельности консультативных органов при государственных учреждениях (РТТ, ведомственные комиссии и советы); - участие в конгрессно-выставочной деятельности; - создание договорной базы взаимодействия, заключение договоров с сотрудничества с органами власти; - налаживание личных контактов с исполнителями и акторами государственной политики; - реализация методов социального партнерства.
	Представительство интересов организации в органах власти и решение вопросов, возникающих в процессе взаимодействий с ними	- информационно-правовое сопровождение решения вопросов организации; - проведение переговоров с ОГВ; - оказание воздействия на ОГВ через СМИ и общественность, отраслевое ассоциации.
	Прямое взаимодействие с органами власти	- личная встреча, прямые переговоры; - письменное обращение; - Skype, e-mail и др. электронные ср-ва межличностной коммуникации.
Т. А. Черкащенко	Экспертиза	- круглый стол, парламентские слушания, участие в работе советов и комиссий, консультирование; - подготовка НПА, выработка политических предложений и рекомендаций; - онлайн-процедура ОРВ (оценки регулирующего воздействия).
	Вовлечение экспертов	- организация конференций, создание фабрик мыслей; - финансирование исследований, публикация экспертных мнений и аналитика; - личная переписка.

Продолжение таблицы А.1

Автор	Технология	Инструмент
	Медиарилейшнз	- брифинг, пресс-завтрак, пресс-тур, пресс-клуб и пр.; - спичрайтинг, пресс-релиз, рассылка анонса, спин-докторинг; - блоггинг, микроблоггинг и другие системы регулярного информирования СМИ о деятельности базисного субъекта.
	Коммуникативные технологии КСО	- благотворительные акции и мероприятия; - публикации годового отчёта и иные формы социальной отчётности; - формирование корпоративных этических кодексов; - спонсорство, техническая поддержка; - организация и координация комьюнити с использованием социальных сетей, онлайн-фандрайзинг и краудсорсинг.
	Grassroots	- акции по сбору подписей, проведение уличного анкетирования, формирование общественных движений, привлечение волонтеров и иной гуманитарной помощи; - составление петиций; - использование онлайн-платформ по сбору подписей, вирусное распространение петиций в социальных сетях.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б.1 – Модели взаимодействия бизнеса и государства¹

Название модели	Краткая характеристика
Модель «подавления» и «принуждения»	Характеризуются административным давлением государства, которое требует участия бизнеса в реализации социальной политики, госпрограммах и проектах, контролирует деятельность бизнеса;
Модель «патронажа»	Частному сектору предоставляется самостоятельность осуществления деятельности. Государством компенсируются затраты бизнеса на участие в социальных госпрограммах за счет предоставления доступа бизнесу к контролируемым властью ресурсам. Бизнес имеет право согласовывать условия своего участия в социальных программах государства;
Модель «невмешательства»	Власть не занимает активной позиции и не участвует в реализации бизнесом деятельности социальной направленности, но может оказывать поддержку в рамках этой деятельности;
Модель «партнерства»	Компромисс. Государство понимает и разделяет важность и роль бизнеса в социально-экономическом развитии территории. Взаимодействие осуществляется по принципам конструктивного диалога, государство учитывает интересы бизнеса при принятии решений.
Модель «доминирование»	Характерно доминирование одной из сторон (на практике – государства). Модель основана на патернализме во взаимодействии, которая проявляется в предоставлении поддержки бизнесу в обмен на его лояльность и послушание государству;
Модель «игнорирование»	Предполагает отсутствие взаимодействия, государство не замечает бизнес, не мешает, но и не помогает ему. Считается переходной моделью, например, от доминирования к конфронтации или, наоборот, к более эффективным моделям взаимодействия;

¹ Чирикова А. Е., Лапина Н. Ю. Региональные элиты в РФ: модели поведения и политические ориентации / А. Е. Чирикова, Н. Ю. Лапина // РАН. ИНИОН. Федерализм, региональное управление и местное самоуправление. - Москва, 1999. – 192 с.

Продолжение таблицы Б.1

Название модели	Краткая характеристика
Модель «конкуренция»	В худшем варианте предполагает отсутствие диалога и совместной деятельности по решению задач. Желание превосходить усилия противоположной стороны в решении социальных проблем. В лучшем – рационально выстроенная конкуренция, которая предполагает некоторое взаимодействие, но и не отменяет желание каждой из сторон найти лучшее решение социальных задач и стать исполнителем запросов общества;
Модель «конфронтация»	Присутствует активное взаимодействие бизнеса и власти, однако нет конструктивного диалога и компромисса. Государство хочет доминировать, бизнес не лоялен к власти и пытается добиться комфортных условий для существования. Задача государства в этой модели – как можно больше усложнить бизнесу условия деятельности.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Таблица В.1 – Институциональные формы поддержки предпринимательства в России¹

Институт поддержки	Оказываемая поддержка	Тип поддержки
Бизнес-инкубатор	Поддержка «стартапов», помощь в создании коммерчески жизнеспособных продуктов, их коммерциализация, аренда помещения	Государственный
Технопарк	Создание благоприятных условий для ведения бизнеса, становления малых и средних наукоемких предприятий, предоставление в пользование помещений и оборудования, финансовой и кадровой помощи	Государственный, коммерческий
Венчурный фонд	Финансирование высокорисковых предприятий с целью дальнейшего получения прибыли	Коммерческий
Программы поддержки предпринимательства (федеральные, региональные, на муниципальном уровне)	Консультирование, проведение обучающих семинаров, административная помощь с поиском арендных помещений/ муниципального недвижимого имущества (информационно-консультационная помощь и имущественная поддержка предпринимательства)	Государственный, общественный
Коммерческие банки	Микрозаймы, гарантии по кредиту или кредит на льготных условиях, лизинг	Коммерческий
АО «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства»	Оказание финансовой, инфраструктурной, имущественной, юридической, методологической поддержки; сопровождение инвестиционных проектов; привлечение денежных средств; единый центр финансово-кредитной поддержки.	Государственный, коммерческий
Институты развития инновационной деятельности, Гранты на науку (РВК, Сколково и другие)	Поддержка проектов на посевной стадии с использованием грантовых механизмов; финансирование; масштабирование бизнеса	Государственный, общественный
АО «Российский экспортный центр»	Поддержка ориентированных на экспорт проектов хозяйствующего субъекта через сформированный специализированный механизм	Государственный, коммерческий

¹ Сизова Ю. С., Малиновская М. И. Проекты государственно-частного партнерства как форма поддержки предпринимательства. – Текст: непосредственный // Современная конкуренция. – 2020. – №2 (78). – С. 30-37.

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Таблица Г.1 – Результаты экспертного опроса¹

Вопрос	Совокупные показатели ответов
1. С какими органами местного самоуправления/региональной власти вы контактируете в рамках своего бизнеса?	- Администрация города; - Районные городские администрации; - Налоговая; - ПФР; - Таможня; - Министерство здравоохранения; - Правительство области; - Министерство по управлению государственным имуществом
2. Какой формат коммуникаций с органами местного самоуправления?	- электронные обращения в органы через государственные платформы и порталы; - личное общение, посещение органов для обсуждения и решения проблем, возникающих у организации; - получение финансовой/информационной/организационной помощи от органов власти (участие в госзаказах, госконтрактах, субсидии); - участие в мероприятиях, форумах, семинарах, конференциях, дискуссиях с представителями органов власти; - участие в реализации совместных с органами власти социальных проектов/программ; - телефонные обращения в органы власти
3. Какие основные каналы коммуникаций вы используете для взаимодействия с органами местного самоуправления?	- интернет-коммуникации (видеоконференции, электронные обращения через госуслуги и др. государственные платформы и порталы, общение по электронной почте и т.д.); - личная встреча, прямые переговоры, телефонные переговоры; - письменные обращения, подготовка и отправка документации, публикация отчетности, составление петиций; - мероприятия: круглые столы, конференции, выставки, советы, комиссии, брифинг, пресс-завтрак, пресс-тур, пресс-клуб, благотворительные мероприятия;

¹ Составлено автором

Продолжение таблицы Г.1

Вопрос	Совокупные показатели ответов
4. Какие преимущества ваш бизнес получает от коммуникаций с органами местного самоуправления?	- субсидии; - методическая помощь; - тендера; - помощь в регистрации, делопроизводстве, отчетности; - гарантии при реализации проектов; - возможность решать социальные проблемы города; - заказы, сведение с заказчиками; - приобретение полезных в работе контактов; - информацию о потребностях клиентов-заказчиков; - планируемые закупки; - информацию и возможность участия в отраслевых мероприятиях (выставках, конференциях); - помощь в продвижении
5. Перечислите основные затраты связанные с поддержанием коммуникаций с органами местного самоуправления?	- кадровый ресурс; - материально-техническое обеспечение; - временной ресурс; - затраты на электронные подписи для сдачи налоговых деклараций; - оформление договора на обработку ОФД, обслуживания ККМ, контур Экстерн и т.п.; - штатная зарплата сотрудников: менеджера проекта, бухгалтера, юриста; - оборудование; - оплата коммерческих платформ по тендерам; - затраты на благотворительные мероприятия, затраты на участие в семинарах, выставках
6. Как вы оцениваете эффективность текущей модели коммуникаций с органами местного самоуправления?	Большинством экспертов эффективность взаимодействия была оценена как «хорошая» и «средняя». 9 экспертов из 15 отметили возможность вести диалог с властью, обсуждать проблемы, сотрудничать. При этом, эксперты указывают на то, что именно власть стремится к диалогу с бизнесом, а не наоборот. В отношении повседневного взаимодействия, связанного с решением вопросов текущей деятельности организации 12 экспертов указали на удобство, скорость и понятность коммуникационного процесса. 4 эксперта отмечают наличие лишь формальной инициативы органов власти вести диалог, а на практике не создаются реальные условия для сотрудничества, или создаются для ограниченного круга лиц. 7 экспертов считают, что условия для сотрудничества созданы, но бизнес сам не проявляет инициативу, а у кого-то не хватает на это времени.

Продолжение таблицы Г.1

Вопрос	Совокупные показатели ответов
	Эксперты выделили следующие недостатки коммуникации, снижающие ее эффективность или мешающие сотрудничеству: - необходимость иметь личные контакты в органах власти, чтобы решить проблему или стать партнером; - раздробленность информации о возможностях взаимодействия (неизвестны источники получения такой информации, непонятно где искать актуальную систематизированную информацию по всем видам коммуникаций с властью); - незакрытая потребность в наличии единой интернет-платформы, которая бы собирала в себе всю информацию обо всех направлениях взаимодействия, проектах, мероприятиях.
7. Как вы оцениваете открытость и доступность органов местного самоуправления для диалога с малым бизнесом?	14 из 15 экспертов оценили открытость и доступность органов власти «ниже среднего» или «низкая». 1 эксперт указал на «достаточную открытость, но малую доступность», под открытостью имелось ввиду наличие всей необходимой бизнесу информации на госсайтах. 1 эксперт также уточнил, что доступность органа власти повышается, если обращаться будет коллектив организаций с общей проблемой, способный о себе заявить.
8. Как вы считаете, какие проблемы малого бизнеса могут быть решены через взаимодействие с органами местного самоуправления?	13 экспертов из 15 выделили следующие меры воздействия на проблемы малого бизнеса: - антикризисная поддержка: льготы, условия аренды помещений; - помощь в продвижении товаров, произведенных у нас в регионе; - проблема отсутствия бизнес-комьюнити, не имеющих цель заработать на продаже курсов, игр и мероприятий; - проблема нестабильного финансирования: льготные кредиты для МСП; - помощь в обучении, поиске кадров; - инвестиционные вложения. 2 эксперта из 15 не указали ничего, ответив на этот вопрос «Не было положительного опыта взаимодействия с органами власти»

Продолжение таблицы Г.1

Вопрос	Совокупные показатели ответов
9. Какие самые частые трудности возникают при коммуникации с органами местного самоуправления?	- неоперативность реагирования органов и длительное время ожидания ответа; - сложный/длительный процесс оформления всех документов; - чрезмерная деятельность органов по техническому надзору; - дополнительные обязательные финансовые затраты для участия в механизме госзакупок; - необходимость иметь личные связи и знакомства в органах власти; - долгое рассмотрение каждого вопроса, очереди на получение разрешений; - сложность выйти на личную встречу; - незаинтересованность, лень чиновников.
10. Как вы считаете, какова сегодня роль технологий в организации коммуникаций с органами местного самоуправления?	- электронный документооборот облегчает работу, если он работает корректно; - удобство проведения финансовых операций, бухгалтерии и отчетности; - технологии влияют на оперативность коммуникации
11. Как вы считаете, насколько сплочены сегодня организации малого бизнеса между собой?	2 эксперта из 15 указали на сплоченность и оказание взаимопомощи между организациями; 1 эксперт указал на взаимозависимость организаций малого и большого бизнеса в его отрасли; 7 экспертов оценили сплоченность как «среднюю» или «слабую»; 3 эксперта указали на конкуренцию внутри отрасли, которая в одном случае полностью исключает сплоченность, в двух других же при этом присутствует момент обмена опытом
12. Насколько важен диалог и партнерство с органами местного самоуправления для развития вашего бизнеса?	14 экспертов из 15 указали на высокую степень важности диалога с властью. Взаимодействие с властью помогает находить заказчиков, получать дополнительную прибыль. В определенных отраслях участие и заинтересованность органов власти очень велико. Бизнес сильно нуждается на начальном этапе - чтобы открыться и встать на ноги. Органы власти помогают объединяться, помогают в поиске целевых клиентов. Если взаимодействия не будет совсем то бизнес в наше время может не выдержать изменений в экономике и политике и разорится.

Продолжение таблицы Г.1

Вопрос	Совокупные показатели ответов
13. Какие программы и инициативы органов местного самоуправления были наиболее полезны для вашего бизнеса?	- создание бизнес-комьюнити; - доступные обучения; - комплексная программа развития социальной инфраструктуры; - гранты, стартовые деньги, помощь в написании бизнес-планов; - электронный ресурс для взаимодействия органов власти и бизнеса; - льготы на аренду; - софинансирование; - правовая поддержка; - обучение в сфере госзакупок; - организация семинаров по нововведениям;
14. Продвигаете ли вы свои интересы и инициативы во взаимодействии с органами местного самоуправления?	10 экспертов из 15 ответили отрицательно на этот вопрос. Остальные отметили следующие способы продвижения: -обращения в Администрацию; - личная встреча с представителями органов власти; - участие в мероприятиях с проведением презентации проекта
15. Какие предложения вы можете сделать органам местного самоуправления для улучшения связи с малым бизнесом?	- изменить систему проверок, довести до ума электронное взаимодействие; - открытие офисов или сайтов, куда можно обратиться напрямую с вопросом или предложением; - нанять отдельных сотрудников для работы в онлайн мессенджерах, кто мог бы оперативно в чате отвечать на вопросы со стороны бизнеса или консультировать; - отдел, который бы занимался распространением информации по проектам или предложениям для бизнеса; - представителей бизнеса можно приглашать поучаствовать в социальной деятельности, делая массовую рассылку; - горячая линия для бизнеса, где могли бы проконсультировать с юридической точки зрения, что должен делать руководитель, чтобы открыть свой бизнес, чтобы он был прозрачным; - привлечение и активное распространение информации об успешных кейсах взаимодействия органов власти и бизнеса; - наладить информационный обмен между властью и бизнесом; - организовать единый электронный ресурс; - провести совместное обучение органов власти и бизнеса по коммуникациям и сотрудничеству, как это делают в корпоративном формате тренингов.

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Таблица Д.1 – Структурные подразделения Администрации г. Екатеринбурга, взаимодействующие с субъектами МСП¹

Структурное подразделение	Основные функции и задачи
Комитет промышленной политики и развития предпринимательства	- организация и развитие взаимодействия промышленников, организаций науки и их объединений, субъектов МСП с аналогичными объектами в других регионах РФ, странах ближнего и дальнего зарубежья; - содействие осуществлению межотраслевой кооперации и интеграции всех вышеперечисленных организаций на территории г. Екатеринбурга; - разработка и организация выполнения планов и программ социально-экономического развития г. Екатеринбурга; - реализация программ и проектов Стратегического плана развития города Екатеринбурга; - подготовка и реализация городских целевых программ в области промышленности, науки, МСП; - формирование, размещение и выполнение муниципального заказа, заключение контрактов и договоров; - формирование городской инфраструктуры поддержки и развития МСП, содействие созданию перспективных направлений деятельности; - содействие созданию и развитию объектов инновационной инфраструктуры: инновационно-технологических центров, технопарков, центров трансфера технологий; - содействие привлечению инвестиций в сферу промышленного производства, науки, МСП; - участие в подготовке и проведении городских, региональных и международных выставок, ярмарок, конференций, семинаров, и др. выездных мероприятий с участием МСП; - и др.

¹ Составлено автором по: Малое и среднее предпринимательство. – Текст: электронный // Официальный портал Екатеринбурга.рф: [сайт] – URL: <https://екатеринбург.рф/дляработы/промышленность-предпринимательство/предпринимательство> (дата обращения 20.05.2023).

Продолжение таблицы Д.1

Структурное подразделение	Основные функции и задачи
Департамент экономики	- планирование, формирование, обеспечение размещения, исполнения муниципального заказа; - выполнение функций органа МСУ, уполномоченного на размещение муниципального заказа на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг для муниципальных нужд
Департамент по управлению муниципальным имуществом	- передача недвижимого имущества, находящегося в составе муниципальной казны, в аренду субъектам МСП и самозанятым гражданам; - передача недвижимого имущества в безвозмездное пользование организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов МСП; - предоставление субъектам МСП и самозанятым гражданам в аренду незанятых, длительно не используемых нежилых помещений с коэффициентом 0,2/0,5,/0,8 к базовой ставке арендной платы
Комитет по организации бытового обслуживания населения	- проведение выставочных мероприятий в соответствии с международными стандартами, развитие современной выставочной инфраструктуры; - содействие в повышении уровня сервиса в сфере гостиничного бизнеса и в сфере офисной недвижимости; - формирование рекомендаций для организаций и предприятий по развитию рынка бытовых услуг; - рациональное размещение сети организаций и предприятий, оказывающих бытовые услуги населению, в соответствии с их специализацией; - оказание консультативной и методической помощи субъектам гостиничного бизнеса и субъектам рынка офисной недвижимости; - оказание консультативной и методической помощи субъектам предпринимательской деятельности по вопросам бытового обслуживания населения; - взаимодействие с предприятиями бытового обслуживания населения по вопросам благоустройства прилегающей территории, внешнего (рекламного) оформления предприятий

Продолжение таблицы Д.1

Структурное подразделение	Основные функции и задачи
Комитет по товарному рынку	- создание условий развития сети предприятий торговли, общественного питания, предприятий, оказывающих услуги по ремонту, техническому обслуживанию и мойке автотранспортных средств, автозаправочных комплексов; - формирование рыночных отношений на основе развития конкуренции и предпринимательства; - определение приоритетных направлений развития легкой промышленности и сельского хозяйства; - разработка плана организации и проведения ярмарок; - организация разработки и реализации стратегических проектов, направленных на развитие сфер, находящихся в ведомости Комитета; - привлечение хозяйствующих субъектов всех форм собственности к участию в ярмарках, выставках-продажах, смотрах-конкурсах; - оказание консультативной и методической помощи субъектам предпринимательской деятельности; - предоставление субсидий малым предприятиям агропромышленного комплекса
Совет по малому и среднему предпринимательству	- формирование благоприятных условий для развития МСП; - выработка конструктивных предложений по участию субъектов МСП в реализации программ и проектов Стратегического плана развития Екатеринбурга; - организация взаимодействия Администрации города Екатеринбурга и предпринимательского сообщества при реализации программ и проектов; - создание механизма взаимодействия представителей органов МСУ и предпринимателей при разработке нормативных актов и проведении общественной экспертизы законопроектов, касающихся развития и поддержки МСП; - устранение необоснованных административных барьеров на пути развития предпринимательства;

Продолжение таблицы Д.1

Структурное подразделение	Основные функции и задачи
	- проведение мониторинга состояния субъектов МСП, определение приоритетных направлений его развития и оценка эффективности реализации городских программ поддержки; - координация деятельности общественных союзов и объединений предпринимателей и консолидация их усилий, направленных на реализацию конкретных мероприятий и проектов; - сбор предложений предпринимателей и органов местного самоуправления по совершенствованию механизма поддержки малых производственных предприятий и повышению вклада МСП в муниципальную экономику; - обобщение, анализ и распространение информации о передовом опыте и перспективных направлениях развития МСП в Российской Федерации, Уральском федеральном округе и Свердловской области; - обеспечение взаимодействия крупных промышленных предприятий и научных организаций с предприятиями МСП.