

ные связи. В этой связи социальность студенческой молодёжи во многом определяется вузом и его социокультурной средой, в рамках которой складываются у молодых людей определённые социальные связи.

Библиографический список

1. Арон Р. Этапы развития социологической мысли / пер. с фр. – М. : Прогресс, 1993. – 607 с.
2. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. – М. : Медиум, 1995. – 325 с.
3. Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3. – № 5. URL: www.ecscos.msses.ru.
4. Демкив О. Социальный капитал: теоретические основания исследования и операционные параметры // Социология: теория, метод, маркетинг. – 2004. – № 4. – С. 99–111.
5. Bauman, Z. Intimation of Post modernity. – London and New York : Ch., 1992. – P. 190–196.

© Левецкая И. А.

УДК 316.334.23

ПУТИ РАЦИОНАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ МАЛЫМ БИЗНЕСОМ

В. Б. Бокарева

Современная гуманитарная академия, г. Москва, Россия

WAYS OF RATIONALIZATION OF SOCIAL TECHNOLOGIES TO THE CONTROL SYSTEM OF SMALL BUSINESS

V. B. Bokareva

Modern Humanitarian Academy, Moscow, Russia

Summary. In article the basic ways of rationalization of social technologies to a control system of small business are resulted. In their basis social technologies social management of small business activity.

Key words: social management; social technologies; small business.

К основным путям рационализации социальных технологий в системе управления малым бизнесом относятся следующие:

- государственная поддержка в социальном управлении малым бизнесом;
- социальные технологии совершенствования структурно-функциональных механизмов и методов развития малого бизнеса;
- социальная технологизация развития мотивации субъектов малого бизнеса на повышение эффективности деятельности;
- формирование сил и средств социального контроля использования социальных технологий малого бизнеса.

Технологизация государственной поддержки и развития малых предпринимателей имеет такую социальную значимость:

1. Систематизация и совершенствование законодательства в сфере малого бизнеса.
2. Разграничение полномочий относительно малого бизнеса между федеральными, региональными и муниципальными органами власти.
3. Развитие сбалансированной инфраструктуры малого бизнеса.
4. Совершенствование системы налогообложения малого бизнеса.
5. Развитие механизмов финансово-кредитной поддержки и страхования рисков малых предприятий.
6. Укрепление предпринимательской мотивации.

7. Совершенствование профессионализма персонала малого бизнеса.

Социальные технологии развития структурно-функциональных механизмов и методов совершенствования социального управления предприятиями малого бизнеса имеют следующую значимость:

1. Стабилизация социально-экономических условий.
2. Совершенствование механизмов доступного получения первоначального капитала предпринимателями.
3. Создание системы сбора, хранения, обработки и передачи доступной и достоверной информации о состоянии и перспективах развития социальных, экономических, культурных и политических условий, рыночных ниш, отраслей для предпринимателей.
4. Создание единой системы ценностей и традиций российского предпринимательства.
5. Поиск путей оптимизации приобретения ресурсов.
6. Совершенствование антимонопольного законодательства.

Социальные технологии развития мотивации субъектов малого бизнеса на повышение эффективности деятельности малых предпринимателей имеют следующую социальную значимость:

1. Стабилизация социально-экономических условий.
2. Повышение адаптации к реалиям малого бизнеса системы высшего и послевузовского образования.
3. Совершенствование бесплатной информационно-консультационной поддержки.
4. Формирование единой ценностно-нормативной платформы восприятия малого бизнеса в социально-культурной системе общества.
5. Сохранение и усиление позиций на рынке.

Технология социального контроля поддержки и развития малых предпринимателей имеет следующую социальную значимость:

1. Повышение адаптированности к реалиям малого бизнеса системы высшего и послевузовского образования.
2. Налаживание эффективного диалога между малым бизнесом, государственными органами и общественностью.
3. Развитие устойчивой мотивации развивающихся предпринимателей.
4. Совершенствование инфраструктуры поддержки малого бизнеса.
5. Развитие системы обмена опытом между успешными и развивающимися предпринимателями.
6. Содействие предприятиям малого бизнеса в освоении новых ниш рынков.
7. Укрепление позиций малых предпринимателей на рынке.
8. Концептуализация системы представительства малого бизнеса в органах власти.

© Бокарева В. Б.