И.Т. Ахметганеева, магистрант БГЭУ
БГЭУ (Минск)

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Как известно, субъекты малого предпринимательства обладают рядом преимуществ, которые в целом и определяют значимость данного сектора для экономики Республики Беларусь. Так, малые предпринимательские структуры в своей деятельности являются менее ресурсоемкими, более мобильными и обладающими большей инновационной восприимчивостью. Именно малое предпринимательство является одним из решающих факторов, обеспечивающих стабильное социально-экономическое развитие регионов Республики Беларусь. В настоящее время прослеживается тенденция устойчивого роста численности субъектов малого предпринимательства. Это характерно как для малых предприятий, так и для индивидуальных предпринимателей.

Так, в 2009 г. в Республике Беларусь функционировало 77402 малых предприятия и 215584 индивидуальных предпринимателя, что соответственно на 11,4 и на 1,4 % больше по сравнению с уровнем предшествующего года. Однако в настоящее время в Республике Беларусь доля малого бизнеса в ВВП остается недостаточно высокой. Так, в 2009 г. она была зафиксирована на уровне 11,4 %, при этом доля малого бизнеса в общем объеме выпуска товаров и услуг в 2009 г. – 12,0 %. О низком вкладе малого бизнеса в экономику Республики Беларусь свидетельствует коэффициент участия: в 2009 г. – 18,5 %, в то время как оптимальным является значение данного показателя на уровне 48,0 %.

Негативной тенденцией также является снижение рентабельности и рост числа убыточных малых предприятий. Так, в 2009 г. рентабельность реализованной продукции малых предприятий снизилась на 3,2 % по сравнению с 2008 г. В то время как доля убыточных предприятий возросла с 21,8 % в 2008 г. до 23,4 % в 2009 г. Развитие малого инновационного предпринимательства в Республике Беларусь характеризуется достаточно низким уровнем. Так, в 2009 г. в Республике Беларусь функционировало только 301 малое инновационное предприятие (0,4 % от общего числа малых предприятий). При этом отмечается снижение уровня рентабельности реализованной продукции на данных субъектах хозяйствования. В 2009 г. значение данного показателя снизилось на 2,3 % и на 1,2% по сравнению соответственно с уровнем 2007 г. и 2008 г.

Таким образом, следует, что малое предпринимательство для экономики Республики Беларусь могло бы стать значимым фактором экономического роста, однако в настоящее время функционирование данного сектора характеризуется рядом негативных тенденций. В виду данного обстоятельства необходима разработка конкретных мероприятий, способствующих активизации данного сектора экономки. К числу таковых мероприятий следовало бы отнести: разви-

тие в Республике Беларусь механизма государственно-частного партнерства, что позволило бы увеличить вклад малого бизнеса в экономику страны; обеспечение условий для интенсивного развития малого бизнеса в регионах за счет проведения тренингов в формате «старт-ап»; активизация деятельности инновационного малого предпринимательства благодаря созданию соответствующего стимулирующего организационно-экономического механизма.

Т.В. Малинина, аспирант БГЭУ
Филиал БГЭУ (Бобруйск)

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ БИЗНЕС-СИСТЕМ

С точки зрения современных исследователей отличительной чертой рыночной экономики в настоящее время является не общепринятая конкуренция, а кооперация (сотрудничество) между поставщиками и потребителями. В основе сетевого подхода лежит рассмотрение фирмы не как атомизированного хозяйственного звена, а как субъекта хозяйственных связей, партнера в сети (системе) взаимодействующих на рынке организаций (Третьяк, О.А. Маркетинг: новые ориентиры модели управления: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2009 – С. 403.).

Установление и развитие системы взаимоотношений между субъектами сети требует совместной ориентации. При образовании сети идет процесс согласования целевых установок различных субъектов сети. Выпячивание интересов отдельного субъекта сети взаимодействия может привести к гибели партнера. Поиски нового партнера, выполняющего те же функции, и построение новой сети зачастую оборачивается значительными издержками. Поэтому принципы социальной ответственности перед партнерами становятся одним из базисов взаимодействия всей сетевой структуры.

При таком восприятии новой рыночной организации меняется роль и содержание маркетинга. Он выполняет функции согласования деятельности различных организаций в системе их взаимодействия. Это отношения (взаимодействия) между партнерами в сети должны носить интерактивный характер, чему способствуют современные информационные технологии и непосредственно корпоративные веб-сайты. Необходимо обратить внимание, что за последние несколько лет сфера веб-разработок прошла путь эволюции от статичных веб-страничек до многофункциональных интегрированных с другими приложениями веб-систем, в среду которых вынесены многие бизнес-процессы. Таким образом, приоритеты, обязательства и выполнение их в сфере социальной ответственности могут быть отражены на корпоративных веб-сайтах.

Принципы социальной ответственности перед клиентами и партнерами реализовываются посредством корпоративного сайта при решении задач формирования канала обратной связи с клиентами и партнерами. Здесь важными моментами являются:

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
Belarus State Economic University. Library.
http://www.bseu.by