

серьезные преобразования, однако практикой подтверждено, что они не противоречат общепризнанным принципам многоцелевого, рационального и неистощительного лесопользования.

<http://edoc.bseu.by/>

*Брасс А., Лисовский А.
АУ при Президенте РБ (Минск)*

СИСТЕМА ОБУЧЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Формирование динамично развивающегося предпринимательства в Республике Беларусь предполагает создание стройной системы его поддержки со стороны государства. Среди многих причин, по которым должна осуществляться такая поддержка, можно выделить:

- предпринимательство создает и поддерживает конкуренцию;
- предпринимательство создает рабочие места, не требуя на это больших государственных затрат;
- предпринимательство способствует решению ряда социальных проблем;
- предпринимательство способствует демократизации экономики, предоставляя каждому человеку возможность создания собственного рабочего места.

Направления, формы и методы поддержки и стимулирования малого предпринимательства могут быть самыми разнообразными: от кредитования отдельных проектов до создания позитивного отношения к предпринимательству и предпринимателям. Однако можно утверждать, что ключевым моментом такой поддержки должна являться система обучения предпринимателей.

Построение такой системы, помимо финансовых проблем, требует разрешения ряда организационно-методических вопросов. Среди них можно выделить:

- определение организаций, заинтересованных в системном обучении предпринимателей и способных организовать его;
- определение уровней обучения в зависимости от запросов предпринимателей и имеющихся у них навыков обучения.

Организациями, заинтересованными в системном обучении предпринимателей, по своей сути призванными этим заниматься, являются Центры поддержки предпринимательства, инкубаторы малого предпринимательства и технопарки (далее Центры).

Система обучения предпринимателей включает четыре уровня:

- первичное консультирование;
- первичное обучение;
- сопровождающее консалтинговое обучение;
- продолженное, развивающее обучение.

Целью первичных консультаций является разъяснение человеку, желающему заняться собственным бизнесом, сути предпринимательской деятельности, ее особенностей в Республике Беларусь, определение его склонностей к предпринимательству и возможностей заниматься конкретным

видом бизнеса. Необходимость таких консультаций обусловлена тем, что не каждый человек в силу самых разных причин способен быть предпринимателем. Для большинства людей достаточно очевидно, что не все могут быть успешными художниками, поэтами, музыкантами. Точно так же не все могут быть успешными предпринимателями.

Необходимость первичного обучения исходит из того, что многие люди, желающие стать предпринимателями, не могут открыть свой бизнес или терпят неудачи в самом начале своей деятельности, потому что они:

- не знают существующего законодательства;
- не умеют делать минимально необходимые экономические расчеты;
- не умеют психологически правильно реагировать на поведение государственных чиновников и других людей.

Многие предприниматели самостоятельно решают данную проблему, обращаясь за советами к друзьям и знакомым, которые являются предпринимателями или пытались ими стать в прошлом. К сожалению, такое консультирование далеко не всегда приносит должный эффект. Причиной тому является меняющееся законодательство, да и «раскрывать все карты», касающиеся собственного бизнеса, друзья и знакомые не очень стремятся.

Что касается учебных программ организаций, работающих на рынке бизнес-образования, то они ориентированы на тех, кто уже добился успеха и думает о дальнейшем развитии. Это в большинстве случаев развивающее обучение.

Проблема организации начального обучения предпринимателей является достаточно актуальной. Ее решение невозможно без государственной поддержки и требует объединения усилий администраций районов и городов, названных Центров и учебных заведений.

Финансирование обучения представляется целесообразным проводить в равных долях городской или районной администрацией, центром поддержки предпринимательства и самим будущим предпринимателем.

*Бурак Е.М.
БГУ (Минск)*

ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ

Анализ различных управленческих концепций маркетинга на протяжении всей почти вековой истории их формирования в теории и практике позволяет выделить основные этапы эволюции маркетингового управления:

- «донаучный», интуитивный, этап формирования маркетингового инструментария;
- этап формирования и развития концепций управления маркетингом субъекта;
- этап формирования и развития концепций маркетингового управления субъектом.

1. «Донаучный», интуитивный этап формирования маркетингового инструментария завершился к началу XX века, когда маркетинг уже обрел «статус» прикладной теории и самостоятельной учебной дисциплины. Однако