

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Важной тенденцией мировой экономики во второй половине XX века стало развитие и создание большого числа субъектов малого и среднего предпринимательства. Благодаря действиям государств, которые создали доступные условия для включения населения в хозяйственную деятельность, малый и средний бизнес стал доминирующим сектором во многих развитых экономиках, что способствовало достижению устойчивого экономического развития, высокому социальному уровню и политической стабильности. В ряде стран сформировался особый тип экономики, в котором доминирует малый и средний бизнес. Эти процессы были названы сетевой революцией, большое количество ученых по всему миру проводили исследования и публиковались непосредственно на данную тематику.

Именно малые организации, не требующие крупных стартовых инвестиций и гарантирующие высокую скорость оборота ресурсов, способны наиболее быстро и экономно решать проблемы реструктуризации экономики, формирования и насыщения рынка потребительских товаров в условиях постоянно меняющейся макросреды и ограниченности финансовых ресурсов. А при стратегическом направлении социально-экономического развития нашей страны именно малый и средний бизнес может дать те стабильные источники и факторы экономического роста, которые позволят достигать тех темпов роста макроэкономических показателей, которые ставит целью государство.

В соответствие с Гражданским кодексом Республики Беларусь: *предпринимательская деятельность* – это самостоятельная деятельность юридических и физических лиц, осуществляемая ими в гражданском обороте от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность и направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, от продажи вещей, произведенных, переработанных или приобретенных указанными лицами для продажи, а также от выполнения работ и оказания услуг, если эти работы и услуги предназначаются для реализации другим лицам и не используются для собственного потребления (п. 1 ст. 1 Гражданского кодекса Республики Беларусь) [1]. Однако единого определения для малого и среднего бизнеса (МиСБ) на сегодняшний момент не выработано, причиной этому стали различия в критериях к отнесению предприятий к данному виду бизнеса.

В Республике Беларусь существует только один критерий отнесения организаций к МиСБ – количественный, а именно среднесписочная численность работников за отчетный период: микроорганизации – до 15 человек включительно, малые предприятия – от 16 до 100 включительно, субъекты среднего предпринимательства – от 101 до 250 включительно [2].

Одним из главных показателей, характеризующих состояние и развитие МиСБ в любой стране, является его удельный вес в ВВП. По данному показателю Республика Беларусь существенно отстает от промышленно развитых стран. Так, в ЕС на долю МиСБ приходится порядка 60 % ВВП, в США – 62 %. К тому же в последние годы в

стране наблюдается не рост показателя, а его падение (в 2014 г. 25,3 % против 26,1 % в 2013 г. и 27,1 % в 2012 г.). Рассматривая систему регулирования и поддержки субъектов МиСБ в Республике Беларусь, стоит отметить основополагающий документ – государственную программу «Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь» на 2016-2020 годы. Программа предусматривает установление нового целевого показателя в 32 % удельного веса субъектов МиСБ к концу 2020 года уже в валовой добавленной стоимости Республики Беларусь, что означает снижение целевой установки, заданной в прошлые периоды (доля в ВВП до 30 % к концу 2015 года).

Развитие малого и среднего бизнеса в современный период в экономике Республики Беларусь приобретает особое значение. Он способствует развитию рыночных отношений, активизации экономической деятельности в стране. Аспекты деятельности малого и среднего бизнеса (его особенности) отражаются в следующих моментах:

1) его основное преимущество при текущем состоянии макросреды функционирования – относительно невысокий капитал, необходимый для создания организации. Это является весьма значительным фактором в условиях достаточно дорогих финансовых ресурсов, однако с другой стороны это приводит также к тому, что при дополнительной необходимости в финансовых ресурсах малому и среднему бизнесу кредит получить гораздо сложнее, чем крупным организациям. Минимальные начальные инвестиции требуются в сфере торговли, что также объясняет существенную долю этих организаций в общем количестве субъектов МиСБ;

2) МиСБ является динамичным и гибким, он способен быстро изменять стратегию и тактику ведения хозяйственной деятельности, более эффективно использовать имеющиеся ресурсы, способен к самообновлению, быстрому переливу капитала в наиболее рентабельные отрасли, что способствует их быстрому развитию. Однако он и менее устойчив к колебаниям внешней среды, значительно больше подвержен рискам, имеет меньший жизненный цикл по сравнению с более крупными организациями;

3) МиСБ создает большое количество рабочих мест, при этом отличительной чертой является именно быстрое их создание. МиСБ предоставляет сотрудникам возможность реализовать себя, что в рамках крупного предприятия сделать сложнее. Одним из важнейших аспектов является именно мотивационная функция, так как собственник бизнеса максимально заинтересован в его эффективности и результатах. В МиСБ наблюдается хороший социально-психологический климат, низкий уровень конфликтности, отсутствие бюрократизации в управлении. Зачастую МиСБ также занимается обучением сотрудников на практике, которые имеют ограниченное образование. Однако это с другой стороны также становится проблемой недостаток знаний и управленческого опыта, что сказывается на результатах хозяйственной деятельности. Кроме того, в переходной экономике есть тенденция высвобождения трудовых ресурсов из государственных предприятий в МиСБ;

4) формируется конкурентная среда, снижается уровень монополизированности, при этом МиСБ занимает те ниши, которые крупные компании предпочитают не занимать в силу недостаточной емкости. Например, розничная торговля имеет конкурентное преимущество в плане индивидуального обслуживания потребителей;

5) МиСБ активно занимается новыми технологиями, разрабатывает и внедряет большое количество инноваций;

6) насыщение потребительского рынка товарами, удовлетворение спроса потребителей в условиях насыщенности рынка за счёт ориентации на потребителя. Как правило, МиСБ в торговой отрасли избирает стратегию специализации и узкого ас-

сортимента, что более крупные организации не могут себе позволить в силу определенных причин;

7) МиСБ также стимулирует к более эффективной работе крупные предприятия, в частности, не только в области конкуренции, но и также благодаря взаимодействию в качестве контрагентов. МиСБ также помогает налаживать связи крупного бизнеса с потребителями;

8) МиСБ, как правило, испытывает недостаток информации, что снижает его конкурентоспособность;

9) МиСБ аккумулирует денежные средства собственников бизнеса в экономике, привлекает инвестиции в экономику страны. Так в Республике Беларусь проводились программы финансирования МФК, ЕБРР, ЕС ТАСИС, ПРООН;

10) МиСБ характеризуется и тем, что имеют сложности в ведении ВЭД, рекламной деятельности, весьма чувствительны к экономической среде, часто испытывают сложности при поиске партнеров и инвесторов.

Выделяют также социальное значение малого и среднего бизнеса, которое проявляется прежде всего в отношении экологических факторов: МиСБ значительно меньше влияет на окружающую среду. Кроме того, он повышает уровень благосостояния населения (увеличение числа собственников формирует средний класс), развивает регионы республики за счёт размещения его вблизи факторов производства, сохраняет культуру и традиции страны.

Список использованных источников

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь: с изменениями и дополнениями, внесенными Законом Республики Беларусь от 8 янв. 2014 г. – Минск : Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2014. – 656 с.

2. О поддержке малого и среднего предпринимательства: Закон Республики Беларусь №148-3 от 1 июля 2010г. с измен. и доп./ Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 2/1978.

Ли Чжунхуа, аспирант

УО «Белорусский государственный экономический университет»

Минск (Беларусь)

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Согласно данным Национального статистического комитета Республике Беларусь количество абонентов (юридических и физических лиц) Интернета составляло 9,7 млн. (начало 2015 года). Пропускная способность внешних каналов интернет-доступа выросла в 1,6 раза за год и составила 783 Гбит/сек (01.01.2015 года).

По данным Alexa.com на март 2016 года наиболее популярными в белорусском сегменте Интернета ресурсами являются следующие:

1. Vk.com – социальная сеть;
2. Google.by – поисковая система;
3. Youtube.com – социальная сеть (видеосервис);
4. Yandex.by – поисковая система;
5. Google.com – поисковая система;
6. Onliner.by – новости, электронная торговая площадка и др.;