

В тоже время доходы женщин-предпринимателей существенно отстают от доходов мужчин – следствие неравных стартовых возможностей. По большому счету, им, чтобы достичь тех же высот, что и мужчинам, нужно в 2-3 раза больше усилий и времени.

Но есть вид деятельности, где женщины имеют огромное преимущество перед мужчинами. Это рекламный бизнес. Там требуется нестандартное мышление. Более того, рекламное дело — это скрытое управление человеком. Женский пол в процессе эволюции в скрытом управлении преуспел. Вспомните знаменитую поговорку: «Мужчина — глава семьи, женщина — шея».

Поскольку предпринимательство является для женщин одной из форм поиска своего места под “рыночным солнцем”, экономическая стратегия государства должна включать создание необходимых условий для их образования и развития предпринимательской инициативы и творческих возможностей.

К таким условиям относятся: совершенствование системы государственных заказов субъектом малого предпринимательства; предоставление рискнувшим заняться собственным бизнесом государственных субсидий и банковских кредитов; развитие, как государственного сектора услуг, так и других форм собственности в сфере общественного питания, дошкольного и школьного образования и др.

РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В СТРАНАХ ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ НА ПРИМЕРЕ ПОЛЬШИ, ВЕНГРИИ И БЕЛАРУСИ

Фролова Е.Г.

Студентка 3 курса

Бобруйский филиал БГЭУ

Руководитель: Кузьменок З.И.

Малые предприятия стали неотъемлемой частью экономики большинства стран мира. Они выполняют ряд важнейших социально-экономических функций, таких как обеспечение занятости населения, формирование конкурентной среды, поддержание инновационной активности и так далее. Они имеют значительные преимущества перед крупными предприятиями: способность быстро вводить изменения в продукцию и производство в ответ на спрос местного рынка, им требуется более низкая потребность в начальном капитале. Создание и развитие предприятий этого типа служит доказательством динамизма региона и его населения. В мировой практике одним из показателей, по которому оценивается уровень развития предпринимательства, является количество жителей, приходящихся на одно негосударственное предприятие. Так, например, по этому показателю на одно предприятие в Польше приходится 27 человек.

В развитых рыночных странах объем товаров и услуг, реализуемых субъектами малого предпринимательства варьируются от 50 до 75 %, что в 5 - 7 раз выше, чем в Беларуси, а прирост новых рабочих мест практически на 100 % обеспечивает развитие данного сектора. В Беларуси, пожалуй единственной среди более развитых бывших стран социалистического лагеря в Европе, рост

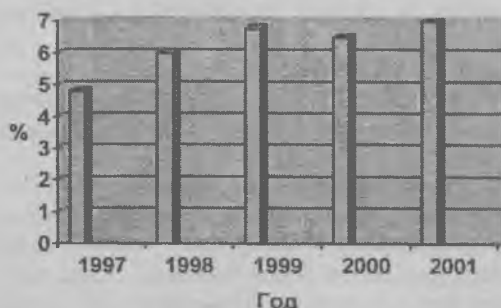
ВВП не сопровождается развитием частного сектора: на субъекты частного сектора сегодня приходится около 10 % занятости (и меньшая доля ВВП). Таким образом, уровень развития малого предпринимательства в Беларуси низок и соответствует начальной стадии формирования экономики.

На 1 июля 2002 года в Республике Беларусь зарегистрировано 26,9 тысяч малых предприятий (на 1 января 2002 года - 27,8 тысяч). В Польше малых предприятий насчитывается 1722616. Лидером по количеству данных субъектов предпринимательской деятельности в Беларуси является сфера торговли и общественного питания - 43,5 % (на 1 января 2002 года - 42,8 %). В промышленности сосредоточено 21,3 % (21,1 %), в строительстве - 11,9 % (11,7 %), на транспорте - 5,7 % (5,8 %).

Малое предпринимательство наиболее развито в городе Минске, где находится 52,9 % общего числа малых предприятий. В Минске на 1000 жителей зарегистрировано 13 малых предприятий, в областных центрах - от 4 до 5. А для остальных городов и районов республики этот показатель не превышает 1.

Динамика удельного веса малого предпринимательства отражена на диаграмме.

Удельный вес малого предпринимательства в ВВП Республики Беларусь



Доля малых предприятий в ВВП Венгрии составляет 50 %, а в Польше - 48,1 %.

В Польше наибольшая часть малых и средних предприятий осуществляет свою деятельность в сфере торговли и ремонтных услуг (40%) и промышленности (13,7 %). Примерно одинаковое количество предприятий функционируют в строительстве, обслуживании недвижимости, на транспорте и в связи, а остальными видами деятельности занимаются 13,1 %. Рентабельность сектора малого предпринимательства в Польше составляет 2,5 %. Доля малого предпринимательства в международной торговле составляет:

- в экспорте - 48,1 %
- в импорте - 63,2 %

Доля в общей численности занятости в Беларуси составляет 7,6 %, Венгрии - 75 %, Польше - 64,3 %.

С самого начала реформ в Венгрии упор был сделан на привлечение иностранных инвестиций. Это позволило оздоровить и адаптировать к условиям рынка значительное число предприятий, сделать существенный шаг в направлении хозяйственного сближения со странами Европейского Союза. В настоящее время доля сектора в экспорте составляет 20 %.

Таким образом, страны, находящиеся примерно в равных условиях в начале реформ, смогли добиться разных результатов. Сектор малых и средних предприятий в Польше и Венгрии - это вполне сформировавшийся сектор, который играет значительную роль в экономике этих стран, чего не скажешь о Республике Беларусь.

ПУТИ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО АПК В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Хибенкова Е.Н.

Белорусский государственный экономический университет

Понять процессы, происходящие в сельском хозяйстве, невозможно без знания закономерностей эволюции живой природы. Игнорирование этих истин в свое время привело к структурному кризису. Выход из сложившегося положения возможен только в рамках действия объективных законов экономики. Попытки предложить одну какую-то универсальную организационно-правовую форму для его выправления лишь усугубляют ситуацию.

Перемены в законодательстве и экономической среде (допуск на рынок продовольственных товаров производителей из-за рубежа) требуют принятия радикальных изменений в организации агробизнеса, призванных помочь вписаться в новые условия хозяйствования.

В качестве одной из форм коллективного агробизнеса в Беларуси можно предложить ароморфоз - изменения, приводящие к повышению уровня развития.

Ароморфоз в наших условиях - создание на базе колхозов крупных агропромышленных кооперативно-интеграционных формирований. Ароморфоз колхозов представляет собой реорганизацию всех или большинства хозяйств района путем их слияния в открытое акционерное общество - холдинг. Управляться же ОАО будет частными унитарными аграрными предприятиями, которые учредят, а также дочерними акционерными обществами, в которых ОАО будет иметь контрольный пакет акций.

При такой реорганизации в районе значительно усложнятся схема и строение органов управления субъектами. Решение важных вопросов будет в компетенции общего собрания акционеров, совета директоров, правления ОАО, ревизионной комиссии. Кроме того, создается орган управления, каковым является руководитель. Отношения между ними приобретут экономический характер и