

Когда потенциальный покупатель ознакомился с предложением, которое сделал ему дистрибьютор, наступает вторая стадия взаимоотношений, то есть процесс покупки. В этот момент покупатель оценивает предлагаемый продукт и сравнивает со своим представлением о том, что он ищет и сколько он готов за это заплатить. Задача дистрибьютора на данном этапе – превратить общую заинтересованность клиента в реальную продажу. Дистрибьютор дает конкретные обещания о своих обязательствах перед покупателем в надежде на то, что они будут положительно оценены и приняты. Насколько благоприятное впечатление произведет это непосредственное знакомство покупателя с дистрибьютором, зависит принятие покупателем решения о покупке.

После совершения покупки наступает третья стадия – процесс потребления. Целью дистрибьютора на этой стадии является создание длительных отношений с потребителем. На данной стадии взаимодействия покупатель на практике видит способности дистрибьютора решать его проблемы и предоставлять ему услуги. От того, будет ли покупатель удовлетворен качеством приобретенного продукта и уровнем обслуживания, зависит наступление четвертой стадии взаимодействия.

Если результат оценки покупателем продукта сетевой компании и услуг дистрибьютора был положительным, то это приводит к четвертой стадии взаимоотношений – повторной покупке. На данной стадии дистрибьютор преследует цель закрепления положительного впечатления о сетевой компании и ее продукции и продолжение доверительных отношений с потребителем.

Благодаря сказанному выше, мы выяснили, что при организации бизнеса дистрибьютора сетевой компании высока значимость личности и личных контактов в системе взаимодействия дистрибьютора и клиента.

НЕОБХОДИМОСТЬ И УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ФУНКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Ю. А. Медведева

*УО «Витебский государственный технологический
университет»*

Правительство республики одобрило Национальную программу привлечения инвестиций в экономику Республики Беларусь на период до 2010 года. Специалисты Министерства экономики полагают, что выполнение прогнозных показателей привлечения инвестиций позволит выполнить Комплексную программу социально-экономического развития на 2001-2005 годы.

Данные исследования Всемирного банка свидетельствуют о том, что несмотря на тесную связь объемов инвестиций и роста ВВП, привлечение инвестиций еще не гарантирует ускоренного экономического роста. В переходной экономике либерализация и формирование полноценного предпринимательского сектора являются необходимыми условиями эффективного использования инвестиций. Опыт транзитивных стран свидетельствует о том, что бурный рост числа малых предприятий продолжается до тех пор, пока не закончится процесс перемещения факторов производства из государственного сектора в частный. По мнению экспертов Всемирного банка, доля занятых в малом бизнесе на уровне 40 % к общей численности занятых указывает на то, что в стране осуществилась критическая масса реформ, созданы благоприятные условия для развития бизнеса и подготовлена почва для прихода крупных инвесторов [1]. В Беларуси за 10 лет доля работающих на малых предприятиях в общей численности занятых не смогла подняться выше 12 % (в Польше она увеличилась с 17 до 55%). Как показывают итоги реформ, проводимых в таких странах как Польша, Чехия, Эстония, Венгрия, именно после того, как численность малых предприятий достигла порогового значения, наступает второй этап экономических реформ, характеризующийся увеличением инвестиций и ускоренным ростом ВВП.

Таким образом, из анализа опыта стран с переходной экономикой можно сделать вывод, что инвестиции в экономику Беларуси не принесут ожидаемой отдачи, пока доля малого бизнеса в общей численности занятых в стране не достигнет порогового значения 40%. Следовательно, первоочередное условие обеспечения ускоренного роста ВВП – развитие предпринимательского сектора.

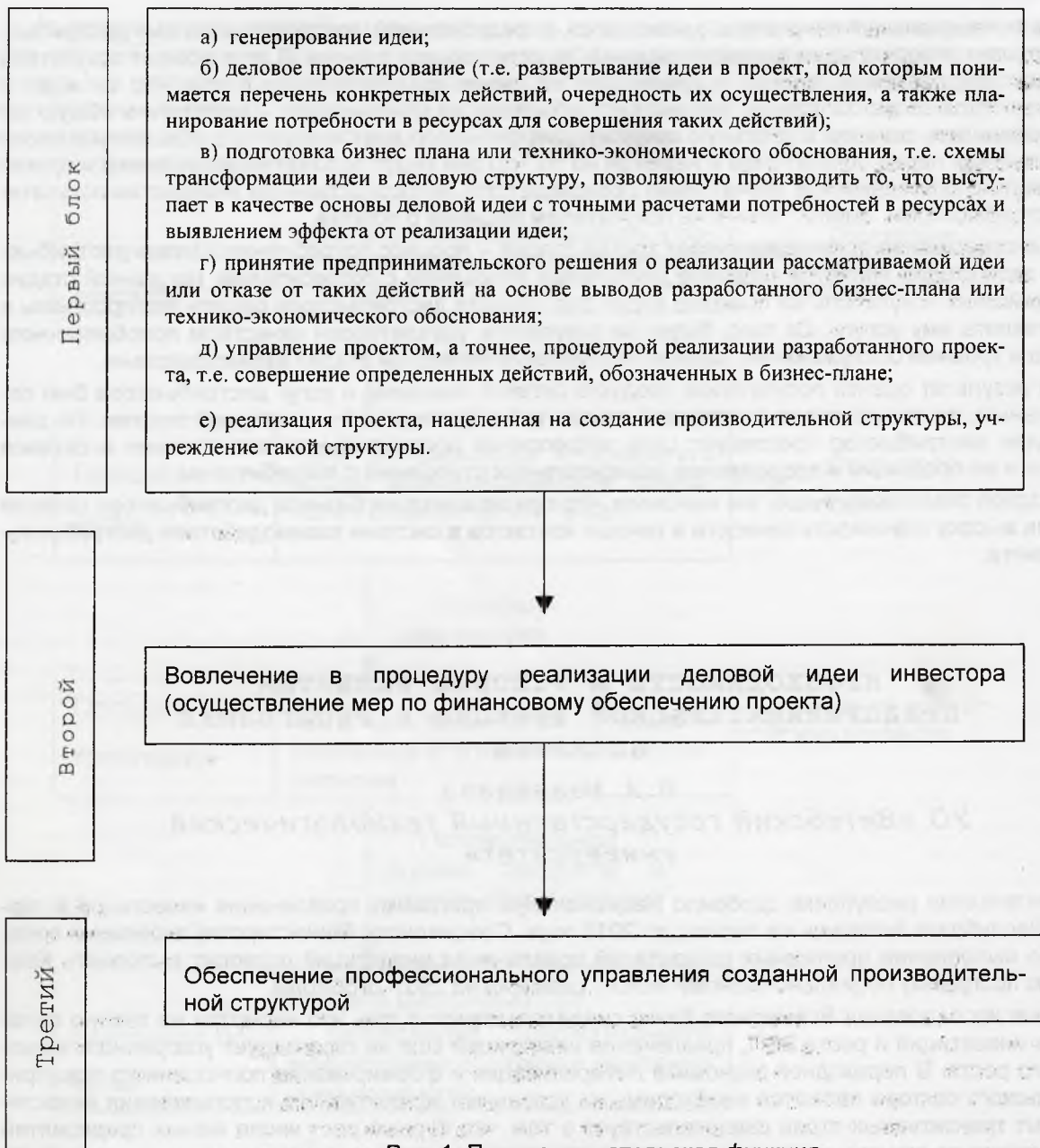


Рис. 1. Предпринимательская функция

Динамика же изменения численности субъектов малого предпринимательства в РБ свидетельствует о тенденции сокращения количества малых предприятий, работающих в реальном секторе экономики. Причины такой ситуации заключаются в негативном влиянии макроэкономических факторов, сдерживающих развитие хозяйственной инициативы субъектов малого бизнеса. Как показал мониторинг законодательства, регламентирующего хозяйственную деятельность в Республике Беларусь, а также данные опроса, проведенного Белорусским союзом предпринимателей, основными факторами, сдерживающими развитие предпринимательства являются:

- сложность и высокая стоимость процедур регистрации и ликвидации юридического лица;
- отсутствие условий для доступа на рынок недвижимости и реальных технологий приватизации;
- отсутствие в системе государственной поддержки предпринимательства эффективных мер стимулирования предпринимательской инициативы;

- чрезмерное регулирование порядка расчетов и высокая стоимость банковских услуг;
- нестабильность законодательно-правовой базы.

Таким образом, нестабильность макроэкономики и отсутствие реальной эффективной государственной поддержки предпринимательства в РБ – основные причины, сдерживающие развитие предпринимательства. В то же время, зарубежный опыт показывает, что предпринимательство, являясь особой формой экономической активности – обеспечения самозанятости населения, а также фактором роста национального богатства и благосостояния, пользуется реальной поддержкой со стороны государства. Как правило, такая поддержка – это разработка и реализация конкретных мероприятий по трем направлениям:

- оказание определенной финансовой поддержки (обычно в сфере налогообложения);
- оказание технической, научно-технической или технологической помощи предпринимательским структурам;
- консультационное сопровождение процесса создания и функционирования вновь созданных фирм на начальном этапе.

Отсутствие подобных программ в нашей республике наряду с вышеперечисленными факторами, безусловно, дестимулирует предпринимательскую инициативу, но есть и другие, не менее весомые причины неразвитости предпринимательского сектора в РБ. Для того, чтобы выявить эти причины, необходимо обратиться к содержанию самой "предпринимательской функции". Обычно под предпринимательской функцией понимают инновацию и умение использовать ее в деловой активности; в расширенном толковании – это три типа блоков действий [2], которые можно представить в виде схемы (рис. 1).

Как показывает практика создания малых предприятий в РБ, первый блок предпринимательской функции в большинстве случаев сводится к генерированию идеи и ее реализации. По этой причине во втором блоке предпринимательской функции (финансовое обеспечение проекта) предприниматель сам выступает инвестором производительной структуры.

Что же касается профессионального управления созданной структурой, то как правило, предприниматель берет на себя выполнение этих функций. В таком случае он начинает выступать в роли менеджера, не подготовленного к профессиональному управлению. Этими причинами во многом объясняется тот факт, что на белорусском рынке появляются и исчезают субъекты малого бизнеса, не успев завоевать своей рыночной ниши.

Список литературы.

1. Прокофьева Н., Злотников Л. Малый бизнес – "локомотив" реформ // Нац. эк. газ.-2002 г.- 17 мая. - С 5.
2. Бусыгин А.В. Эффективный менеджмент: Учебник. – М.: Изд-во "Финпресс".- 2000.-1056 с.

ПРЕИМУЩЕСТВА МАЛОГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ СТРАНЫ И ОПТИМИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ МЕЛКИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

А. Н. Николаев

УО «Витебский государственный технологический университет»

Переходная экономика любой страны характеризуется трудностями в оживлении существующих предприятий. А это поиск новых способов управления, рынков, потребителей, нехватка инвестиций, несовершенство законодательной базы и многое другое. В такой ситуации на первое место выходит малый и средний бизнес. Малый бизнес призван занимать свободные отрасли рынка, усиливать конкуренцию. В экономике развитых стран доля мелких фирм в ВВП составляет 40-60%. На сегодняшний момент специалисты говорят о, так называемом, взрыве экономической активности. Особенно важно учитывать это в условиях переходной экономики. Фирмы данной области легче приспособляются к критическим условиям из-за простоты своей организационной структуры, гибкости управления и способности чутко реагировать на проходящие изменения. Ко всему прочему, из-за отставания предложения промышленных предприятий от возрастающего рыночного спроса мелкие фирмы готовы предложить рынку конкурентоспособную продукцию.