

важности для компании и повысить их ответственность при заполнении анкеты. Письмо оформляется так, чтобы ключевые слова текста сразу бросались в глаза читателю, и он четко осознавал, что от него требуется, и понимал свою выгоду от участия в анкетировании. Также в письме можно указать, что после завершения обработки результатов исследования все отославшие анкеты обратно получают памятные сувениры от фирмы (ручки, блокноты, календари и т.д.).

- во-вторых, активизируются продажи производимой фирмой продукции. Дополнительно информировать каждого пользователя с помощью беседы по телефону очень нерентабельно в плане затрат времени, и вообще выглядит весьма навязчиво. Поэтому в некоторых вопросах умышленно можно упомянуть новые дополнительные сведения о деятельности фирмы, что должно вызвать интерес к ним. Таким образом, с помощью социологического инструментария клиента информируют о продукте, который может быть приобретен им, но делается это ненавязчиво, просто упоминанием в вопросе какой-либо информации.

- в-третьих, заставить клиента думать, что результаты опроса не останутся без внимания со стороны фирмы и что фирма очень заинтересована в его мнении, что фирмой очень ценится его время, состояние здоровья, семейное благополучие и т.д. Все эти позиции постоянно проговариваются и в сопроводительном письме, и красной нитью проходят через весь текст анкеты. Огромную положительную роль в формировании имиджа фирмы и в большом проценте возврата анкет играет обещание подарка, который можно будет получить всем отославшим анкеты обратно пользователям после завершения опроса.

Таким вот образом можно в нужном ключе сформировать мнение клиентов компании. Это яркий пример работы цепочки компонентов сущностной структуры общественного мнения, о которой рассказывалось выше. На самом деле, мы затрагиваем любопытство человека, заставляем его рационально обдумать предмет своего любопытства и далее совершить определенный набор действий.

Таким образом, формирование общественного мнения – это проблема, на которой бьется огромное число специалистов – от рекламных агентов до крупных политиков. Реакция общества на определенные действия является видимым результатом этой деятельности и тщательно отслеживается и изучается заинтересованными лицами с помощью различных методов социологических исследований. Несмотря на свое истинное предназначение – изучение общественного мнения, социология уже преуспела в вопросах не только его изменения, но и формирования.

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССАМИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Т.Б. Савицкая, А.С. Савицкий
**УО «Витебский государственный технологический
университет»**

В современный период перехода от плановой экономики к рыночному хозяйству особое значение приобретает развитие среднего и малого бизнеса. Именно малые предприятия, 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 дестабилизации экономики и ограниченности финансовых ресурсов.

Малое предпринимательство, оперативно реагируя на изменение конъюнктуры рынка, придает экономике необходимую гибкость, вносит существенный вклад в формирование конкурентной среды, что для нашей высокомонополизированной экономики имеет первостепенное значение.

Развитие малого и среднего бизнеса несет в себе множество важных преимуществ:

- 1) увеличение числа собственников, а значит, формирование среднего класса;
- 2) рост доли экономически активного населения;
- 3) создание новых рабочих мест;
- 4) разработка и внедрение технологических, технических и организационных новшеств;
- 5) ликвидация монополии производителей, создание конкурентной среды;
- 6) улучшение взаимосвязи между различными секторами экономики.

Однако, одно лишь осознание необходимости расширения малого и среднего бизнеса в стране не обеспечит его быстрого роста. Малый и средний бизнес может развиваться в современных условиях лишь при наличии поддержки и государственного регулирования роста малого и среднего предпринимательства.

Поддержка малого предпринимательства заключается, с одной стороны, в управлении, а с другой стороны, в обеспечении данного процесса. [2]

Управление, призванное вести развитие малого бизнеса в устойчивое русло эффективности и регулируемости, включает такие аспекты, как формирование правовой среды, решение организационно-административных вопросов и контроль.

Обеспечение же состоит в том, чтобы довести до малых предприятий материальные, денежные, информационные ресурсы, госзаказы и т.д.

Система национальной поддержки предпринимательства должна опираться на экономическую науку и реализовываться органами государственного управления, структурами местных властей, а также неправительственными организациями, выражающими интересы предпринимателей.

Все мероприятия, направленные на осуществление государственной политики развития малого предпринимательства, с учетом их значимости и последовательности можно объединить в следующие три блока:

- создание благоприятной для малого и среднего предпринимательства внешней среды;
- содействие решению основных проблем малых и средних предприятий;
- ориентация малых и средних предприятий на решение приоритетных проблем конкретных территорий.

К первому блоку относятся мероприятия, направленные на создание таких условий в государстве, которые бы способствовали образованию необходимой критической массы малых предприятий на каждой конкретной территории.

Второй блок задач обусловлен тем, что малые предприятия, выполняя важную позитивную роль в экономике государства, сами имеют проблемы, обусловленные ограниченностью финансовых и кадровых ресурсов. Это обстоятельство особенно негативно сказывается на этапе создания в начальный период деятельности. Поэтому помощь государства – одно из необходимых условий повышения устойчивости малых предприятий.

Третий блок мероприятий связан с необходимостью ориентации малых предприятий на решение приоритетных задач в конкретных регионах. Чаще всего перед малым бизнесом ставятся следующие задачи:

- инновационная деятельность;
- выпуск экспортной и импортозамещающей продукции, потребительских товаров, специально значимых услуг;
- организация новых рабочих мест для полной занятости населения.

Задача создания благоприятной для малого предпринимательства внешней среды более актуальна для стран с переходной экономикой. В странах с развитой рыночной экономикой малый бизнес получил наибольшее развитие в условиях [1]:

- роста объема свободных денежных средств и, соответственно, потребности в новых товарах и услугах;
- положительного общественного мнения к предпринимательству как к одному из престижных занятий в обществе, терпимости к предпринимательским неудачам;
- стабильной правовой среды;
- развитой системы антимонопольного регулирования;
- преобладания в экономике частного сектора;
- развитой рыночной инфраструктуры (банки, биржи, страховые компании и т.д.);
- Для непосредственной поддержки малых предприятий страны с переходной экономикой в основном избрали методы, применяемые в западных странах:
- финансовые программы;
- предоставление консультаций;
- информационная помощь;
- обучение;

- создание соответствующей инфраструктуры.

В основном эти задачи сходны с теми, которые стоят перед экономикой Республики Беларусь.

На сегодняшний день в РБ работает 28300 малых предприятий и 158376 индивидуальных предпринимателей. Негосударственный сектор экономики производит около 3% внутреннего валового продукта в республике [4].

В рамках реализации программы государственной поддержки малого и среднего бизнеса за прошедший период 2002 год и предшествующий период 2001 на малых предприятиях создано 54703 новых рабочих места, из них за счет финансовой поддержки в реализации проектов – 1806, за счет косвенных мер – 52897 рабочих мест.

Государственная политика в отношении малого предпринимательства строится на основе прогноза и планирования, результатом которых является разработка ежегодных государственных и региональных программ поддержки малого бизнеса, представляющих собой согласованный комплекс мер по увеличению вклада предпринимательского сектора в валовом внутреннем продукте республики и создании новых рабочих мест.

С 1997 года по настоящее время содействие развитию предпринимательского сектора экономики осуществляется в рамках ежегодного программ государственной поддержки предпринимательства. На реализацию их мероприятий в бюджете республики в 2001 году было предусмотрено 972,5 млн.руб., в том числе на развитие инфраструктуры поддержки предпринимательства – 317,5 млн.руб., информационное обеспечение – 170,73 млн.руб., на оказание финансовой помощи – 539,27 млн. руб. В том числе за счет средств Белорусского фонда финансовой поддержки на микрокредитование или лизинг выделено 205,27 млн.руб.

Предпринимательские структуры сформировались преимущественно в сфере торговли и общественного питания (42,7% к общему количеству предприятий). В промышленности они занимают второе место – 20,8% , в строительстве – 11,5%, на транспорте – 5,6%, в других отраслях их количество невелико – в с/х – 1,1%, в материально-техническом снабжении – 0,8%, в непромышленных видах бытового обслуживания – 0,8%, в связи – 0,4%, в остальных отраслях – 18,3%.

Почти треть объема промышленной продукции, произведенной на малых предприятиях, это продукция промышленности, около четверти – изделия машиностроения и металлообработки, около 13% - продукция лесной и деревообрабатывающей промышленности. В целом субъектами малого предпринимательства произведено 9,5% общего объема промышленного производства по республике.

Однако предпринимательство в регионах республики развивается неравномерно.

Наиболее интенсивно этот процесс происходит в Минске: 53,8% к общему количеству по стране. Столица обладает развитой производственной и социальной инфраструктурой, на ее территории сконцентрированы огромные производственные мощности и квалифицированные кадры. Все это, а также наличие свободной экономической зоны «Минск» делает столицу привлекательной для предпринимателей. Далее следует Минская область – 9,7%, Гомельская область, - 8,1%, Витебская – 7,6%, Брестская – 7,1%, Могилевская – 6,9%, Гродненская – 6,8%. [5]

В Программе социально-экономического развития страны на 2001-2005 годы поставлена задача превратить малый и средний бизнес в активное формирующееся звено интенсивно развивающейся экономики; довести его долю в общем объеме выручки от реализации продукции по народному хозяйству до 25%, т.е. фактически увеличить более чем в два раза. Это предполагает активное проникновение частного капитала в так называемые «производственные» отрасли: промышленность, сельское хозяйство, транспорт, научные разработки и т.д., требующие значительных капитальных инвестиций. Однако анализ статистических данных свидетельствует о тенденции. Однако анализ статистических данных свидетельствует о тенденции сокращения количества малых предприятий, работающих в реальном секторе, и росте числа индивидуальных предпринимателей, связывающих, как правило, свою деятельность со сферой торговли и услуг.

Исследование условий становления и развития малого и среднего бизнеса в Беларуси показало, что основным препятствием для малых предприятий в стране является неэффективность соответствующих законодательных и финансовых институтов, что свидетельствует о недостаточной приверженности и поддержке государством частного предпринимательства [3].

Право на частную собственность гарантируется не в полной мере, нет законов, относящихся к частным предприятиям, или они неэффективны. Кроме того, как правило, отсутствуют финансовые структуры, в которых нуждается частная хозяйственная деятельность.

Действующая система антимонопольного регулирования также несовершенна. Она основана на учете доли выпускаемой предприятием продукции в общем объеме производства, а не доли на рынке. Сегодня «граница открыта», а нашим так называемым «монополистам» приходится конкурировать со всем миром.

Практически не занимаются кредитованием малого бизнеса банки. Одним из условий предоставления банковского кредита является его обеспеченность залогом. Величина же активов начинающих малых предприятий является низколиквидной, что отсекает большую часть потенциальных заемщиков от доступа к банковскому кредиту.

Банковская система в принципе не предназначена для финансирования небольших фирм (от времени подачи заявки до момента кредитования проходит в основном от 1 до 3 месяцев). Для малого бизнеса, где конкурентные преимущества на рынке заключаются в его оперативности, такие сроки явно не приемлемы и вынуждают предпринимателей обращаться к другим источникам.

Причина пассивности банков на этом сегменте рынка – в специфике малого бизнеса как высокорисковой сферы деятельности. Решение этой проблемы – микрокредитование.

Микрокредитование в широком смысле – это не просто предоставление небольших кредитов, но еще и целый комплекс мер по облегчению доступа субъектов малого предпринимательства к финансово-кредитным ресурсам и услугам с целью достижения ими материальной независимости и хозяйственной самостоятельности. В основе нерыночного института лежит принцип: прибыльности либо отсутствует, либо, по меньшей мере, не является приобретенной. Поэтому программы микрокредитования проходят в рамках государственной программы помощи малому предпринимательству.

Еще одна проблема – это проблема регистрации коммерческих структур.

Основными проблемными зонами системы регистрации бизнеса являются:

- ее разрешительный характер, возлагающий ответственность за создаваемое предприятие на регистрирующий орган;
- сложность и запутанность самой процедуры, обусловленная нечеткостью формулировок ряда положений и наличием отсылочных норм, допускающих возможность их вольного толкования на местах;
- значительные суммы расходов на перерегистрацию или создание новой организации, а также запретом регистрации в жилых помещениях многоквартирных жилых домов.
- Множественность органов, осуществляющих регистрацию юридических лиц: обисполкомы, МИД, Национальный банк, комитет по надзору за страховой деятельностью, администрация свободной экономической зоны – в результате чего отсутствует единообразие в самой процедуре регистрации;
- длительность процедур как регистрации, так и ликвидации организации.

В целом от времени подачи документов до начала реальной работы проходит почти полгода.

Основные факторы, сдерживающие развитие малого предпринимательства (особенно в форме фирм и организаций) следующие:

- отсутствие условий для доступа на рынок недвижимости и реальных технологий приватизации;
- отсутствие в системе господдержки эффективных мер стимулирования предпринимательской инициативы;
- нестабильность законодательно-правовой среды;
- чрезмерное регулирование порядка расчетов и высокая стоимость банковских услуг;
- сложность и высокая стоимость процедуры регистрации и ликвидации юридического лица.

Наличие перечисленных выше факторов сдерживает инициативу и предприимчивость, создает антиинвестиционный климат и обстановку, когда субъекты малого бизнеса как юридические лица, так и индивидуальные предприниматели не рискуют и практически не в состоянии расширять действующее производство или осваивать новые виды продукции, создавать дополнительные рабочие места или внедрять инвестиционные проекты с участием иностранных партнеров.

Отсюда стремление в сектор индивидуального предпринимательства – это способ самосохранения, позволяющий заниматься той же деятельностью, но с меньшими затратами, а также обеспе-

чивающий мобильность средств, следовательно, возможность их сохранения в случае изменения рамочных условий работы.

Из вышеизложенного вытекает очевидная необходимость осуществления целого ряда мероприятий по управлению и поддержке малого и среднего бизнеса со стороны государства:

- принятие мер по стабилизации экономической обстановки;
- активизация приватизации государственной собственности;
- совершенствование и стабилизация законодательной системы;
- упрощение процедуры регистрации предприятий и выдачи им лицензий;
- принятие мер по повышению престижа частных предприятий и предпринимательства в обществе.

В Программе государственной поддержки малого предпринимательства в РБ предусмотрены разделы по совершенствованию его нормативно-правовой базы, ресурсного и финансового обеспечения, формирования инфраструктуры, информационного, учебного и методического обеспечения. Но необходимо дополнение данной программы следующими мероприятиями:

- 1) Сбор информации, исследование и анализ экономического и технического состояния малых предприятий в целях определения эффективности их государственной поддержки и возникающих при ее реализации проблем.
- 2) Разработка механизма использования потенциала малого бизнеса с целью выравнивания уровней развития отдельных регионов республики и решения приоритетных проблем конкретных территорий.
- 3) Создание организационного механизма, связывающего крупные и мелкие предприятия с целью взаимовыгодного сотрудничества.
- 4) Осуществление технической помощи предпринимательским структурам на базе вузов.
- 5) Выявление и ликвидация административных барьеров, совершенствование механизма ценообразования, порядка регулирования состава и уровня затрат предприятий.
- 6) Отмена практики введения «целевых» платежей и сборов, а также изменение порядка исчисления отдельных налогов в течение хозяйственного года.
- 7) Поэтапное снижение отчислений в фонды поддержки производителей сельхозпродукции с одновременной переориентацией системы бюджетной поддержки сельского хозяйства на стимулирование роста товарного производства.
- 8) Поэтапное снижение отчислений на содержание ведомственного жилого фонда с одновременным увеличением доли указанных расходов, покрываемых за счет населения.
- 9) Введение регрессивной ставки отчислений в Фонд социальной защиты населения при условии, что средняя заработная плата по предприятию превышает размер, эквивалентный 120 у.е.
- 10) Ограничение максимальной ставки подоходного налога на уровне 12-15%.
- 11) Ограничение практики индивидуальных налоговых и таможенных льгот с полной отменой ее в 2003 году.
- 12) Поэтапное снижение общей суммы бюджетных и внебюджетных изъятий с параллельным созданием системы адресной поддержки населения.
- 13) Разработка и принятие закона о регистрации и ликвидации юридических лиц.
- 14) Изменение действующей в республике системы лицензирования.
- 15) Разработка новых редакций проектов законов: «О предпринимательстве в РБ», «О государственной поддержке малого предпринимательства», «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции», а также принятие Закона о предпринимательских объединениях.
- 16) Установление для предприятий частной формы собственности, осуществляющих производство продукции (работ, услуг), коэффициента снижения минимальной ставки арендной платы 0,4 за арендуемые производственные помещения республики и коммунальной собственности.
- 17) Создание постоянно действующей системы информации, обеспечивающую экономические формы и развитие предпринимательства в РБ.
- 18) Введение упрощенного порядка передачи на безвозмездной основе или продажи на определенных условиях зданий (помещений) и оборудования частным предприятиям, занятым в сфере производства и арендуемым указанные объекты в течение трех и более лет.

Данные мероприятия послужат делу становления малого и среднего бизнеса в стране, что в свою очередь окажет благоприятное воздействие на развитие экономики республики в целом, повышение благосостояния граждан и успешное вхождение Беларуси в мировую экономику.

Список литературы.

- 1) Балашевич М.И. Малый бизнес: отечественный и зарубежный опыт: Учебное пособие. – Мн., 1995.
- 2) Мельников Н.К. Основы экономики предпринимательства. – Мн., 2001.
- 3) Манаев О. Бизнес и общество: от равнодушия – к взаимодействию. НЭГ, №19 от 15.03.2002, с.4.
- 4) Сенько А.Н., Крум Э.В. Экономическая безопасность предпринимательства: опыт и проблемы. // Предпринимательство в Беларуси. №6, 2001, с.12.
- 5) Скорбеж А.А. Процветание Беларуси в предприимчивости ее граждан. // Предпринимательство в Беларуси. №6, 2001, с.5.

ПРОБЛЕМЫ ПОСТАНОВКИ ФУНКЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ МАЛОГО БИЗНЕСА

В.А. Скворцов, П.А. Ткаченко
УО "Витебский государственный технологический
университет"

Система управления предприятием должна быть построена в соответствии с современными требованиями и мировым опытом хозяйствования. Основным критерием ее эффективности является восприимчивость к запросам потребителей и научно-техническому прогрессу.

Постановка функции стратегического планирования и управления включает четыре направления совершенствования управленческой деятельности:

Во-первых, анализ результатов научных исследований по созданию новых изделий и улучшению технологии их изготовления; предполагающий разработку перспективной программы внедрения достижений науки и техники, совершенствования организации и управления предприятием, что позволяет выходить на рынок с новыми изделиями, вызывающими повышенный интерес и спрос у покупателей.

Вторым вектором, на котором должна быть сконцентрирована инициатива предпринимателя, является **маркетинг**, т.е. глубокое изучение рынков товаров и услуг, обоснование реального объема их производства, реализация и получение максимальной прибыли. Важнейшая задача – создание убедительной рекламы новых изделий, формирующей и развивающей покупательский интерес. Следует учитывать, что реализация хорошего товара приносит мультипликационный эффект, так как рекламу ему начинают создавать сами покупатели. В настоящее время в условиях превышения предложения над спросом решающую роль в конкуренции играет не столько низкая, даже демпинговая цена товара, сколько его высокое качество, надежность, новизна и престижность.

Третьим приоритетным направлением развития управленческой деятельности на предприятиях является поддержание **оптимальных пропорций** в ресурсном обеспечении производства, структуре производственных мощностей, использовании современного оборудования, своевременное и комплексное снабжение материалами и комплектующими, формирование оптимальных объемов оборотных средств, подбор квалифицированных кадров, установление системы оплаты труда, стимулирующей его высокую результативность.

Четвертый, не менее важный аспект развития управленческой деятельности на предприятии – **выработка стратегии**, обеспечивающей максимальную отдачу вложенных в производство средств, рост прибыли и эффективное ее использование, расширение сферы бизнеса, наращивание финансового потенциала. Особое значение имеет формирование финансового механизма управления инвестиционным циклом, обеспечивающим оптимальное использование собственных и привлеченных средств на цели технического прогресса и максимальный рост прибыли. Разработка стратегии должна базироваться на обоснованной финансовой политике предприятия, выработанной на перспективу с учетом собственных возможностей, внешних обстоятельств, действующих законодательных актов, взаимоотношений с партнерами по бизнесу и т.д. Огромную роль при этом иг-