

УДК 338(476)

МАЛЫЙ БИЗНЕС В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ В ГОЛОВАХ?!

Студ. Трухан О.Д., асс. Камешкова В.К.

Витебский государственный технологический университет

Зададимся вопросом: чем объясняется стремление всех государств мира, в том числе Беларуси, к увеличению доли малого предпринимательства в ВВП и в чем преимущество частного бизнеса над государственным? Ответ лежит на поверхности и кроется в психологии человека. Работать на себя человек всегда будет более эффективно, чем на начальника или государство. Кроме того большое количество малых и средних фирм на рынке порождает здоровую конкуренцию.

В 2013 году доля малого и среднего предпринимательства в ВВП Беларуси составила 24%. К концу 2015 года эта цифра должна вырасти до 30%. А число занятых в этом секторе экономики должно увеличиться с 1,5 до 1,8 млн. чел. Это предусмотрено программой государственной поддержки малого и среднего предпринимательства на 2013-2015 годы. Стоит заметить, что и 30% не самый лучший результат. В развитых странах этот показатель значительно выше: так, например, для стран Евросоюза он составляет 60%, а для экономики США - 44% ВВП. А в Германии и вовсе зарегистрировано сегодня около трех миллионов компаний, 99% из которых — предприятия малого и среднего бизнеса [3].

Согласно данным отчета Всемирного банка «Doing Business-2013», Беларусь находится на 58 месте по условиям ведения бизнеса [1].

Так с какими же проблемами сталкиваются начинающие предприниматели в Беларуси?

Согласно все тому же рейтингу открыть свое дело в Беларуси не составляет большого труда. Но учитывалась ли при составлении этого рейтинга цена всех лицензий и свидетельств, которые необходимо приобрести новоиспеченному предпринимателю? Усугубил ситуацию изданный в июне 2012 года технический регламент Таможенного союза, в соответствии с которыми предприниматели обязаны сертифицировать ввозимую ими и реализуемую продукцию, что является весьма дорогостоящей процедурой. Это важно, учитывая, что на торговлю приходится треть всех представителей малого и среднего бизнеса. Таким образом многие граждане, решившие стать предпринимателями, посчитав все затраты на покупку нужных документов, отказались от этой идеи.

Другой, не менее серьезной проблемой для малого бизнеса, является проблема налогообложения, причем здесь речь идет даже не о высоких ставках налога, а о сложности исчисления налога. Не является большим секретом то, что запутанная система налогообложения в Беларуси напрочь отбивает желание у многих активных граждан заниматься собственным бизнесом. Чего стоит хотя бы следующая статистика: количество бухгалтеров, занимающихся налоговым сопровождением белорусского бизнеса, составляет около 400 тысяч человек, или почти 10% экономически активного населения страны. Для сравнения в Китае при его населении в 1300 млн. человек насчитывается всего 480 тысяч бухгалтеров, т.е. не намного больше, чем у нас.

Отдельное внимание нужно уделить штрафам. Оплошности в ведении бухгалтерии и уплате налогов у нас в стране караются очень строго. Допустив единожды ошибку, можно заплатить столько штрафов, что не будет смысла дальше работать.

Одной из основных проблем на этапе создания бизнеса является сложность в получении капитала. Население нашей страны в большинстве своем не настолько богато, чтобы обходиться без заемных средств. С инвестициями все довольно сложно. Неопределенность и нестабильность в стране пугает инвесторов. Плюс существует большая опасность, что вложенные деньги инвесторам могут просто не вернуться в том случае, если произойдут какие-нибудь изменения в законодательстве.

Раз инвестиции становятся проблемой, предпринимателям приходится обращаться в банк для получения стартового капитала. Стоимость кредитных ресурсов для малого бизнеса и так дороже, чем для крупного, а кризис 2011 года сделал ее еще более неподъемной [3]. Поэтому начинающий бизнес часто умирает еще на этапе поиска стартового капитала.

Но есть и еще одна причина, которую обычно не принимают в расчет, но которая, на взгляд авторов, оказывает решающее воздействие на развитие предпринимательства в нашей стране. Это менталитет белорусов. Ведь, несмотря на то, что открыть свое дело в Беларуси значительно

легче, чем в Литве или Германии, в головах наших бизнесменов и стартаперов закрепилось клише: начать свое дело практически невозможно.

И тут роль играет даже не столько менталитет, сколько финансовая неграмотность.

Во-первых, человеку, не обладающему базовыми экономическими знаниями априори сложно заняться бизнесом. Несмотря на то, что сегодня, пожалуй, редкий человек не слышал слова «кредит», далеко не каждый понимает его настоящее значение.

Было проведено исследование, в ходе которого автор, будучи работником ОАО «Хоум Кредит Банка», выполнял стандартную процедуру: обзванивала клиентов, которые 1-2 дня назад заключили кредитный договор, чтобы уточнить у них некоторые данные. Для идентификации клиент должен был назвать сумму полученного кредита. В исследуемую совокупность вошло 150 человек. В целях отражения результатов эксперимента все клиенты были формально разделены на 3 группы:

- 1) клиенты, которые абсолютно точно назвали сумму приобретенного кредита;
- 2) клиенты, которые назвали сумму с погрешностью до 10% (погрешность может создаваться за счет того, что сумма кредита включает страховку, а также «кредит на страховку», которые часто не принимаются во внимание, однако могут достигать значительных масштабов)
- 3) клиенты, которые назвали суммы, абсолютно не соизмеримые с настоящими.

Результаты исследования представлены графически на рисунке 1.

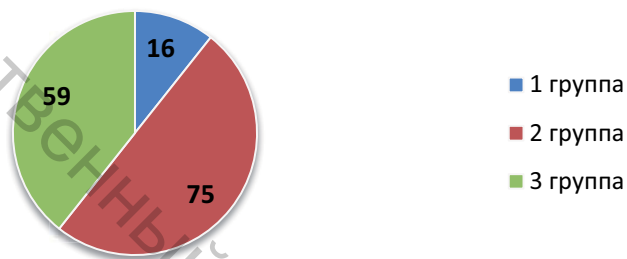


Рисунок – Распределение респондентов по группам

Как видно из рисунка, большинство опрошенных (2 и 3 группа) ошибочно ответили на поставленный вопрос.

Обращаю внимание, что в исследовании были задействованы люди, у которых со дня подписания кредитного договора прошло не больше 3-х дней. До подписания кредитного договора работники центра банковских услуг каждому клиенту в обязательном порядке озвучивали величину кредита, процентную ставку, величину страховых взносов, а также предоставляли график погашения. Каждый клиент имел право задать все интересующие его вопросы по кредитному договору специалисту ЦБУ, по телефону горячей линии или в автоматическом режиме по номеру кредитного договора.

Проведенное исследование доказывает, что люди в нашей стране не осознают ответственности, которая возлагается на них с момента подписания кредитного договора. Из-за этого возникают ситуации, что человек, не разобравшись, может недоплатить, переплатить, или стать жертвой обмана. Надо сказать, что наши банки активно пользуются невнимательностью и финансовой неграмотностью граждан. После этого создается негативный образ банка в глазах у населения.

Раз уж белорусы с такой пренебрежительностью и невнимательностью относятся к собственным финансам, то что можно говорить о более глубоких экономических знаниях?!

В 2013 году институтом социологии НАН было проведено исследование, направленное на изучение финансовой грамотности населения Беларуси.

Опрос проводился среди взрослого населения РБ по национальной репрезентативной выборке объемом 1500 человек. В ходе опроса респондентам было предложено ответить на 60 вопросов, большинство из которых было заимствовано из аналогичных исследований Всемирного банка, проведенных в соседних странах, и адаптировано с учетом особенностей финансового рынка в Беларуси [2].

Согласно результатам проведенного исследования, портрет белорусского пользователя финансовых услуг выглядит примерно следующим образом. Типичный пользователь финансовых услуг плохо ориентируется в финансовых продуктах, пользуется только несколькими основными услугами (оплата коммунальных платежей, обмен валют, платежи через платежные

терминалы, кредиты и текущий банковский счет), предоставляемыми финансовым сектором, и слабо информирован о механизмах защиты своих прав в финансовой сфере [2].

Практически на каждый из тестовых вопросов в области финансов более половины респондентов дали неверные ответы либо затруднились ответить.

Лучше всего респонденты справились с вопросами о скидках и об ответственности поручителя: на них верные ответы дало около 60% опрошенных. Хуже всего белорусы ориентируются в информации, касающейся кредитов с предоплатой, доходов по облигации, страховой франшизы, ценных бумаг, гарантий банковских вкладов и сложного процента по депозиту: правильные ответы на эти вопросы смогло дать менее четверти опрошенных. Особую обеспокоенность вызывает тот факт, что белорусы довольно слабо информированы о различиях между кредитной и дебетовой платежными картами и гарантиях по банковским вкладам (соответственно 31,6% и 23,5% правильных ответов), несмотря на то, что эти виды финансовых услуг достаточно широко распространены среди белорусского населения [2].

Большинство белорусов не считает важным ведение подробного учета своих доходов и расходов, хотя многие из них в целом ориентируются в том, сколько зарабатывают и тратят.

Принимая во внимание всю представленную выше информацию, становится ясно, почему так мало жителей Беларуси занимаются предпринимательством. И если все названные ранее проблемы (налогообложение, дорогие кредиты, лицензирование, штрафы) универсальны и характерны для многих стран, то последняя проблема достаточно специфична и гораздо глубже. Ее невозможно решить какими-то простыми экономическими методами. Это проблема в головах, поэтому борьбу с ней нужно начинать с осознания ее важности. Люди всех возрастов и на всех уровнях должны быть вовлечены в экономические процессы. Для этого предлагается ввести начальный курс экономики в школах, а в ВУЗах и ССУЗах преподавать студентам экономику в том виде, в котором она может пригодиться им в жизни. Нужно развивать в людях стремление становиться предпринимателями и искоренять страх перед такими словами, как бизнес, инвестиции, кредит. Для этого необходимо организовывать встречи и семинары с успешными бизнесменами, чтобы они на своем примере рассказали, как они пришли к успеху, что они для этого делали и что им дал их бизнес. Это повысит интерес людей к экономике и стремление к активным действиям и усиленной работе.

Список использованных источников

1. Всемирный Банк: «[Doing Business-2014](#)». - 315 с.
2. Институт социологии Национальной академии наук Беларуси - Финансовая грамотность населения Республики Беларусь: факты и выводы, Минск, 2013. - 32 с.
3. Исследовательский центр ИПМ - Белорусский бизнес 2013: состояние, тенденции, перспективы, Минск, 2013. - 82 с.

УДК 658.155

ПРИБЫЛЬ КАК ИСТОЧНИК ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ УВЕЛИЧЕНИЯ

Студ. Воробьев П.С., ст. преп. Домбровская Е.Н.

Витебский государственный технологический университет

Важнейшим источником внутренних финансовых ресурсов предприятия является прибыль, которая остаётся после уплаты налогов и прочих платежей в бюджет, т. е. чистая прибыль. Прибыль может расходоваться на реинвестирование, инвестирование в новые проекты, на пополнение оборотных средств, на потребление, социальные цели, служить источником погашения санкций, наложенных на предприятие.

Цель нашего исследования: на основе анализа прибыли предприятия выявить резервы увеличения данного источника финансовых ресурсов. Объектом исследования выступает КУПП «Витебчанка», предметом исследования – прибыль предприятия. Временной период исследования включает 2 года – 2012 – 2013 гг. В процессе исследования были применены методы экономико-статистического анализа экономической информации.

Производственная деятельность КУПП «Витебчанка» включает следующие направления:

1. Производство продукции для реализации на внутреннем рынке;
2. Выполнение работ по производству продукции из давальческого сырья заказчика;
3. Разработка базовых конструкций моделей;