

РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Современная мировая экономика характеризуется сочетанием крупных и мелких форм производства во всех сферах хозяйствования. И это вполне естественно, так как её образуют страны, экономическая структура которых не может состоять только из крупных или только из мелких форм и не может сводиться исключительно либо к большому, либо к малому предпринимательству.

В условиях глобализации малое предпринимательство в каждой отдельной стране, в том числе и в Республике Беларусь, реализуется как на основе особенностей развития национальной экономики, так и под воздействием тенденций развития мирового рынка.

Обычно предполагают, что базой развития любой национальной экономики выступает крупное производство. Ведь оно является «носителем» основной части хозяйственных процессов в стране, источником их финансирования. Малое же предпринимательство рассматривается как дополнительная форма производства, являющаяся «сеховым придатком» большого бизнеса. Однако ни статистические данные, ни эволюция предпринимательства в мировой экономике не подтверждают указанные предположения. Статистика свидетельствует, что в экономике большинства стран мира мелкие формы производства занимают больший, чем крупные предприятия, удельный вес в производстве ВВП, численности занятых и общем количестве действующих предприятий.

Что касается эволюции предпринимательства, то её динамика в условиях рыночной экономики содержит движение в двух направлениях:

- от мелкого бизнеса к крупному (со второй половины двадцатого столетия – начало нынешнего века);
- от крупного к мелкому бизнесу (вышнее столетие).

Малый бизнес обеспечивает и поддерживает наличие конкурентной рыночной среды в экономике отдельных стран. А поскольку эти страны являются участниками мирохозяйственных связей, то их малый бизнес обеспечивает необходимую конкурентную среду и не допускает полной, стопроцентной монополизации как в разрезе отдельных отраслей, так и на уровне национальных хозяйств и мировой экономики в целом.

Существование малого предпринимательства соответствует развитию нового конкурентного механизма – так называемой новой конкуренции.

Прежняя конкуренция опиралась в первую очередь на большой бизнес, основой которого являлось стандартизированное, позволявшее использовать эффект масштаба, крупносерийное низкозатратное производство. Главным инструментом конкурентной борьбы было снижение издержек производства.

В условиях новой конкуренции главным инструментом конкурентной борьбы выступает гибкая специализация производства. Массовое крупносерийное производство стандартных товаров оттесняется под давлением дифференциации рыночного спроса. Эта дифференциация вызвана тем, что в условиях высокой насыщенности рынка товарами изменяется потребитель и его потребности. Он уже не довольствуется стандартными товарами, а рассматривает себя как личность, имеющую право на индивидуальность и творческий подход к удовлетворению своих потребностей. Воз-

растает его потребность в продукции для удовлетворения своих, зачастую не похожих на других, индивидуальных потребностей. Нынешний потребитель нуждается в индивидуализации поставляемой на рынок продукции. Крупные компании со своей стратегией стандартизации не могут обеспечить рынок такими товарами.

Под влиянием потребности в индивидуализации продукции изменяется и характер рынка. Расширяется дифференциация рыночного спроса, происходит его все более дробная сегментация, в структуре рынка возникают свободные ниши - небольшие по ёмкости рыночные сегменты. Большой бизнес не заинтересован в их освоении, так как они не выгодны для крупных предприятий. К тому же эти свободные ниши могут быстро изменяться в структуре рынка и крупному предпринимательству трудно успевать за их изменением.

На рыночную арену выходят малые и средние предприятия. Их размеры и производственная система, а также структура управления, лишенная многоступенчатости и бюрократических оков, позволяют наиболее быстро и гибко приспособиться к изменившимся рыночным условиям. И главным оружием конкурентной борьбы для этих предприятий становится быстрая перестройка своего специализированного производства.

Поскольку производители товаров ведут свой бизнес на принципах маркетинга, изучают быстро изменяющиеся потребности потребителей своих товаров, то изменяется и сама товарная масса, поступающая на рынок. И в конкурентной борьбе выигрывает тот, кто постоянно и наиболее оперативно изменяет свою продукцию в соответствии новыми потребностями. Успевает в этой гонке за потребностями «динамичный бизнес», базирующийся на новой производственной системе - на гибкой специализации производства.

Гибкость - не единственное преимущество малого предпринимательства. Оно необычайно «живуче» даже в условиях глобального финансового кризиса. Эту его живучесть обеспечивают:

- высокий уровень личной мотивации к достижению успеха;
- более быстрая адаптация к местным условиям хозяйствования, так как малый бизнес имеет дело с мелкосерийными партиями товара;
- относительно малые затраты на управление фирмой по отношению ко всем другим затратам;

- высокая интенсивность труда;
- более высокая склонность к сбережению и инвестированию.

Вместе с тем малому бизнесу присущи недостатки. К ним относятся:

- более высокий уровень риска и неустойчивости положения на рынке;
- зависимость от крупных компаний;
- трудности в получении заемных средств и кредитов;
- осторожность партнеров при заключении договоров с малым бизнесом;
- в странах с переходной экономикой высокий уровень криминализации;
- высокая разобщенность - между малыми фирмами нет прочных технологических и других коммерческих связей;
- потребность в государственной поддержке малого бизнеса.

Малый бизнес играет важную роль в экономическом развитии каждой страны. Он решает следующие задачи:

- привлечение личных средства граждан для развития национальной экономики;
- создание дополнительных рабочих мест и сокращение безработицы в стране;
- формирование конкурентных цивилизованных рыночных отношений;

- расширение ассортимента предлагаемых товаров и услуг;
- малый бизнес – это фактор дополнительной стабильности в экономике.

На внешнем рынке малый бизнес решает следующие задачи:

- *Создание новых видов товаров и услуг*, которые в последствии начинают производиться в других странах. Ведь научными разработками и их внедрением зачастую занимаются малые фирмы - инновационные и венчурные. В США это составляет около 90 % важнейших разработок новых изделий. Благодаря малому бизнесу появились такие всемирно известные товары, как безопасные бритвы, электронные наручные часы, копировальные аппараты.

- *Удовлетворение нужд крупных корпораций*. Малый бизнес занимается сбытом их продукции, обслуживанием и снабжением. Например, крупные автомобильные фирмы мира не могут обойтись без дилерских компаний по продаже их машин.

- *Удовлетворение особых нужд потребителей на основе узкой специализации*. Это позволяет малым фирмам успешно конкурировать с более крупными корпорациями. Разработкой компьютерных программ для крупных корпораций занимаются в основном малые ИТ-фирмы. К тому же сегодня богатые клиенты часто ищут нестандартные товары, изготовленные по индивидуальному заказу. Этим не станут заниматься крупные корпорации.

В Республике Беларусь роль малого предпринимательства возрастает. Потому что национальная экономика все больше вовлекается в мировой рынок, на котором малый бизнес начинает играть важную и значительную роль. В текущем пятилетии Правительство делает большую ставку на вклад малого и среднего предпринимательства в развитие экономики страны. К концу 2010 года его доля в объеме валовой выручки планируется увеличить до 30 %, численность занятых в данной сфере – до 23-25 % от общей численности экономически активного населения страны.

А вступивший в силу 1 февраля нынешнего года Декрет Президента Республики Беларусь №1 от 16 января 2009 года, вводящий заявительный принцип регистрации субъектов хозяйствования, будет способствовать развитию малого предпринимательства. Настоящий декрет максимально упрощает процедуру регистрации, освобождает весь процесс создания бизнеса от бюрократизма и проволочек. Регистрация осуществляется в день подачи документов, подаваемых в регистрационный орган, перечень которых минимальный. Все это, бесспорно, будет способствовать развитию малого предпринимательства в нашей республике.

Воронцов Е.В., НПО «Интеграл», д.э.н.

ОТ ЗНАНИЙ К ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОМУ ПРОДУКТУ

В основе процессов глобализации мировой экономики лежат достижения в области микроэлектроники и информационных технологий. Они определяют производительность труда и конкурентоспособность всех без исключения отраслей национальной промышленности, место, занимаемое любой страной в системе мирового разделения труда. Уровень промышленного развития современного государства напрямую связан с уровнем производства и потребления изделий электронной техники. Электронная промышленность становится главной движущей силой экономики целого ряда государств.

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
 Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
 Belarus State Economic University. Library.