

обращение к антикризисным консультантам. При отсутствии достаточных денежных средств в роли консультантов могут выступать аспиранты и преподаватели ВУЗов;

тотальное сокращение расходов;

повышение конкурентоспособности продукции и услуг, выделение их конкурентных преимуществ;

развитие различных форм экономического сотрудничества и кооперации с субъектами хозяйствования;

использование передовых программных продуктов;

внедрение активного маркетинга для поиска своей ниши на рынке предлагаемых товаров или услуг и целый ряд других мер.

Необходимо иметь в виду, что любая профилактическая мера, входящая в комплекс антикризисных мероприятий, всегда результативнее, чем отдельные действия.

Таким образом, профилактика банкротств предпринимательской деятельности представляет собой систему специфических мер, позволяющих предупредить кризис либо смягчить его, мобилизовав все имеющиеся ресурсы.

*Н.Ч. Бокун,
Ю.Ю. Гнездовский*
НИИ статистики (Минск)

МАЛЫЙ БИЗНЕС И ИНФЛЯЦИЯ

Малые предприятия (МП) обладают набором специфических признаков: персонализация управления, слабое развитие системы стратегического управления, ограниченность оборотных средств, высокая зависимость от внешней среды, но при этом быстрая оборачиваемость капитала, эффективное использование ресурсов, мобильность, быстрая реакция на изменение конъюнктуры рынка, динамику экономических процессов. Именно поведение МП как наиболее подвижных хозяйственных единиц служит индикатором влияния инфляции на производство.

Авторами осуществлен логический анализ инфляционных процессов в Беларуси и параллельно — анализ динамики числа МП и основных показателей финансово-экономической деятельности МП.

По результатам проведенного анализа выделено четыре этапа инфляции:

1. 1991 г. — I полугодие 1992 г. Скрытая инфляция спроса, переход от ползучей к галопирующей инфляции.
2. II полугодие 1992 г. — 1994 г. Открытая инфляция спроса, со II полугодия 1993 г. преобладает инфляция издержек и "импортируемая" инфляция; галопирующая динамика цен, в 1994 г. — гиперинфляция.
3. 1995–1997 гг. Переплетение открытой инфляции спроса и издержек, наличие элементов скрытой инфляции, динамика цен галопирующая, в отдельные месяцы — ползучая.
4. 1998–2001 гг. Продолжается переплетение инфляции спроса и издержек, открытой и скрытой инфляции, "импортируемая" инфляция; темпы роста цен повышаются до типичных галопирующих.

На первом этапе (1991 г. — I полугодие 1992 г.) в процессе разрушения административно-командной экономики СССР происходит накопление потенциала инфляции, в то же время появляются определенные элементы рыночных отношений, о чем свидетельствует зарождение бизнеса — организуются первые МП, кооперативы, общества с ограниченной ответственностью. В 1992 г. их общее число составило 11055, в том числе в промышленности — 24 %, строительстве — 22 %, розничной торговле — 23 %, науке и научном обслуживании — 8 %.

Второй этап (II полугодие 1992–1994 гг.) характеризуется инфляционным взрывом, резким спадом производства, падением уровня жизни. Так, ВВП в 1994 г. по сравнению с 1990 г. снизился на 27 %, реальная заработная плата — на 41 %. Одним из каналов выживания населения и экономики в целом становится малое предпринимательство. В течение 1992–1994 гг. число негосударственных мелких предприятий увеличилось на 28 %, причем происходил рост сверхмалых предприятий. Почти в два раза увеличилась доля кооперативов, МП и ООО в области торговли и транспорта.

На третьем этапе (1996–1997 гг.) путем проведения жесткой монетарной политики, ограничения безресурсной эмиссии денег, применения положительных процентных ставок, ужесточения системы ответственности хозяйствующих субъектов за использование заемных средств, искусственной стабилизации рубля осуществляется выход из гиперинфляции. Появляется острая необ-

ходимость в государственной поддержке малого бизнеса. С этой целью в 1995 г. издается Закон «О государственной поддержке малого предпринимательства», вводится специальная категория «субъект малого предпринимательства», выделяются основные направления стимулирования деятельности МП: налоговые льготы, стабильность законодательства, финансовая поддержка со стороны бюджета, демонополизация и т.д. В результате на фоне общего оживления экономики число МП в 1997 г. по сравнению с 1994 г. увеличивается более, чем в 1,5 раза, малый бизнес расширяется в основных отраслях материального производства — промышленности, строительстве, торговле, на транспорте.

На четвертом этапе (1998–2001 гг.) происходит постепенное нарастание нового инфляционного всплеска. Сохраняющийся монополизм крупных производителей, дефицит бюджета, сдерживание отпускных цен на товары отечественных производителей, несовершенство системы налогообложения обуславливают неэффективность государственной поддержки предпринимательства; общая тенденция сжатия платежеспособного спроса вследствие снижения уровня жизни населения также отрицательно влияет на рынки сбыта МП. Как следствие, начиная с 2000 г., наблюдается сокращение общего числа негосударственных МП (на 4 %) и численности занятых в сфере малого бизнеса (на 11 %). Занятость на МП в промышленности, строительстве, торговле, науке, культуре, юридической деятельности сократилась соответственно на 5; 22; 16; 42; 32 и 22 %.

Таким образом, сравнительный анализ развития инфляционных процессов и малого предпринимательства показывает:

в условиях инфляции МП работают более эффективно, чем средние или крупные; так, на сектор МП приходится 6,6 % работающих, 10 % балансовой прибыли и 6,5 % инвестиций; рентабельность продукции колеблется в пределах от 15 до 16 %, затраты на рубль выручки — от 0,6 до 0,78, тогда как по экономике в целом аналогичные показатели составляют 13–15 % и 0,7–0,84;

высокие темпы инфляции двояко влияют на развитие малого бизнеса: с одной стороны, увеличивается общее число МП, с другой стороны, сокращается доля МП в основных отраслях материального производства и растет их удельный вес в посреднической деятельности, торговле; при нарастании элементов скрытой инфляции состояние малого бизнеса ухудшается;

в настоящее время отсутствует надежный потенциал для дальнейшего устойчивого роста производства в секторе МП, необходима разработка действенного комплекса мер государственного регулирования как в области инфляционных процессов, так и в области предпринимательской деятельности, которые должны включать систему налогового льготирования малых предприятий, упорядочение процессов кредитования предпринимателей и создания новых МП.

В.С. Бондаренко
Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации (Гомель)

МОТИВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ И ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЕ БЕЛАРУСИ

Предпринимательская среда в Беларуси и других странах с транзитивной экономикой имеет ряд особенностей, что формирует своеобразные мотивы предпринимательского поведения и принятия решений, несколько отличные от современной мировой практики в условиях глобализации.

Преобладающий мотив предпринимательского поведения в условиях транзитивной экономики — выживаемость предприятия и максимизация сиюминутной прибыли. Долгосрочные, стратегические решения сдерживаются отсутствием уверенности в стабильности отношений собственности и организационно-правовых форм предпринимательства, нормативной и налоговой базы. Основная фундаментальная ценность западного (глобального) предпринимательства — «частная собственность неприкосновенна» — воспринимается абстрактно. Поэтому характерна высокая степень готовности в любой момент прекратить свою предпринимательскую деятельность или перенести ее в какой-либо форме в другую страну или сферу с иными условиями предпринимательской среды. Отсюда в свою очередь следуют:

- невысокая социальная ответственность;
- преобладание примитивных форм предпринимательской деятельности;
- низкая заинтересованность в новейших методах западного (глобального) менеджмента и маркетинга;
- невысокая практическая заинтересованность в создании семейного и семейного бизнеса.