

Таким образом, маркетинг как философия бизнеса выступает в качестве инструмента социализации общественных отношений, в условиях турбулентности экономики Республики Беларусь и в связи с ее социальной ориентацией.

Литература

1. Акулич И. Л. Маркетинг – философия предпринимательства, ориентированного на рынок, Рига, 1995.

ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В. С. Караваева

*Экономический факультет, БПИ,
г. Брест, Республика Беларусь*

Экономическая теория рассматривает эту категорию, выясняя ее социально-экономическое содержание, которое и определяет роль малого бизнеса в рыночной экономике. Высокоразвитая рыночная экономика состоит из большой и малой экономики. Именно свободное предпринимательство должно стать в постсоциалистических странах основой для качественных изменений общественной системы воспроизводства при переходе к рынку.

Способность оперативно реагировать на потребности рынка, поглощать свободные рабочие руки, высокая гибкость и адаптируемость в различных экономических ситуациях, быстрое осуществление инновационных проектов - эти достоинства малых форм предпринимательства давно взяты на вооружение мировым сообществом. Подъем мировой экономики и в настоящее время происходит через становление малого и среднего бизнеса, на долю которого приходится до 90% общего количества предприятий и 2/3 занятости трудоспособного населения. Проблема развития малого бизнеса стала ключевой в системе мер по преодолению кризиса в экономике РБ, унаследовавшей преимущественно крупнотоварное монополизированное государством производство. Интересен и полезен мировой опыт его развития.

Развитие малого бизнеса в разных странах осуществлялось по-разному. Но результат везде был получен одинаковый: массовое воз-

никновение малых предприятий способствовало формированию рыночных отношений, сыграло важную стабилизирующую роль в социально-экономической сфере.

В экономически развитых странах давно осознали, что наемный работник без собственности не имеет глубоких экономических и социальных корней в обществе. Стала активно проводиться политика массового превращения граждан в собственников.

Системе малого бизнеса присущи как достоинства, так и недостатки. Выявить их - задача общей экономической науки. К известным недостаткам в постсоциалистических странах добавились еще такие как возникновение предприятий-однодневок для проведения аферных дел, невыполнение уставных требований и др.

В развитии малого бизнеса можно выделить две основные тенденции. В западных странах потребовалось время для того, чтобы оценить его сильные и слабые стороны и перейти от отрицания к активной государственной поддержке, особенно в сфере АПК, услуг, инновационной деятельности.

Значение малой экономики в рыночной экономике высоко. Это ее существенная структурная часть, ее массовая база. Ее развитие является стратегической проблемой и для переходной экономики, если учесть, что в командно-административной системе для нее не было вообще места.

Совершенно очевидно, что именно малые негосударственные предприятия при условии поддержки их со стороны государства (в текущем году она составит 316 млрд. руб.) должны занять свою нишу в экономике. Это поможет ей совершить (пусть небольшой) технический прорыв к международному рынку научно-технической продукции, выйти на этот рынок равноправным партнером, а не покупателями морально устаревших технологий.

Зарубежный опыт может стать хорошим примером для нашей республики. Крупное производство, как показывает практика, не поддается быстрому реформированию на основе рыночных механизмов (особенно оборонный комплекс). Поэтому ускорение формирования основ малой экономики - важнейшая задача переходного этапа. В РБ в 1991 г. новых субъектов хозяйствования было 2 тыс., теперь - 300 тыс. Это позволило во-первых, разрешить ряд узловых вопросов по наполнению рынка не-

обходимыми товарами и услугами; во-вторых, создать около 200 тысяч рабочих мест, в-третьих, платить налоги в бюджет и в бюджетные фонды целевого использования.

Однако достигнутый уровень развития предпринимательской деятельности в РБ по общепринятым мировым стандартам является явно недостаточным. На одно негосударственное предприятие в РБ приходится 63 жителя, в Польше - 27, а в США - 14. Данное обстоятельство существенно сдерживает продвижение экономики РБ по пути рыночных преобразований. При сложившихся в последние годы темпах проведения экономических реформ полноценная предпринимательская среда может быть сформирована не ранее чем через 15-20 лет.

Высокие темпы инфляции, кризис финансово-денежной системы и платежей, резкое падение курса денежной единицы и др. причины привели к тому, что в настоящее время производством может заниматься лишь весьма ограниченное количество предпринимателей. А получать кредиты по линии ЕБРР могут только немногие из-за слабости бизнес-планов и отсутствия надежных гарантий. Отсутствует развитая рыночная инфраструктура, фондовый рынок, на котором практически нет субъектов малого бизнеса. Половина предпринимателей по разным причинам не прошли перерегистрацию и прекратили свое существование. Можно утверждать, что в этой сфере экономических преобразований, которым вроде бы законодательно открыт путь, есть серьезные проблемы. Наиважнейшая – создание эффективного финансово-кредитного механизма. Всебелорусская акция протеста предпринимателей против существующей налоговой системы подтверждает это.

РОЛЬ КОНВЕРСИИ В СТРУКТУРНЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЯХ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ПЕРЕХОДНЫЙ ПЕРИОД

А. И. Курадовец

*Международный институт трудовых и социальных отношений,
г. Минск Республика Беларусь*

Сложившаяся в настоящее время социально-политическая и экономическая ситуация в Республике Беларусь требует изыскания дополнительных средств и ресурсов для её стабилизации путем структурных