

УДК [658.114+334.722] (73) (476)

Хомик Ю.С.

Научный руководитель: доцент Санюкевич Л.П.

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В США И РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В США малым предприятием считается частное предприятие со штатом работающих менее 500 человек, не занимающее господствующего положения на рынке и осуществляющее локальные операции (хотя может обслуживать и более крупный рынок). Структура малого бизнеса представлена индивидуальными частными предприятиями, деловыми партнерствами и франчайзинговыми предприятиями. По критерию численности выделяют компании со штатом менее 20 человек, фирмы со штатом от 20 до 99 человек и фирмы со штатом от 100 до 499 человек. Половина малых предприятий в стране имеют штат от 10 и менее человек, их годовой оборот не превышает 500 тысяч долларов. Процедура создания малого предприятия носит не разрешительный, а уведомительный характер. Так, уведомление о создании малого предприятия может быть сделано простым телефонным звонком, а вся процедура регистрации с получением соответствующих реквизитов не занимает более 3-х часов.

Доля малого предпринимательства в ВВП США составляет 52%, в нем занято 53% всего населения. Малый бизнес способствует экономическому развитию страны посредством: формирования конкурентной среды и демополизации производства; структурной перестройки промышленности; импортозамещения; использования инноваций; продвижения экспорта отечественных товаров; повышения занятости населения и подготовки кадров; формирования цивилизованных рыночных условий и легитимных форм бизнеса; обеспечения продовольственной безопасности страны путем развития сельскохозяйственных малых предприятий; оздоровления депрессивных районов; обеспечения экологической безопасности страны; создания платформы для крупных производств.

Малые формы производства обладают следующими преимуществами: близость к местным рынкам и быстрая адаптация к запросам потребителей; мелкосерийное производство; быстрое изменение ассортимента выпускаемой продукции и предоставляемых услуг; ликвидация лишних звеньев управления; скорость внедрения организационно-управленческих инноваций; дешевизна создания новых рабочих мест; оптимальное использование местной сырьевой базы. К слабым местам предприятий малого бизнеса относят более высокие по сравнению с крупным бизнесом производственные издержки, более низкий уровень научно-технической оснащенности, организации, квалификации кадров, информационного обеспечения, недостаток средств для проведения маркетинга.

Создание малого предприятия сопряжено со значительным деловым риском. Несмотря на то, что каждый год в США возникает свыше 1 миллиона новых предприятий, от 25% до 33% всех малых предприятий терпят крах в первые 2 года работы, а 8 из 10 предприятий прекращают свою деятельность в течение 10 лет. Начинающие предприниматели чаще всего создают следующие 10 видов бизнеса: 1) розничная торговля мебелью и фурнитурой; 2) компьютеры и электронная обработка данных; 3) предприятия в сфере питания; 4) различные товары предварительного выбора; 5) жилищное строительство; 6) оптовая торговля техникой и оборудованием; 7) различные бизнес-услуги; 8) различные магазины розничной торговли; 9) автомастерские; 10) операторы в сфере недвижимости. По данным рейтингового исследования лучшие показатели выживания у следующих 10 видов бизнеса: 1) ветеринарные услуги; 2) ритуальные услуги; 3) стоматологические кабинеты; 4) коммерческие сберегательные банки; 5) отели и мотели; 6) кемпинги и трейлерные парки; 7) терапевтические кабинеты; 8) парикмахерские; 9) боулинг и бильярдные; 10) выращивание товарных зерновых культур. Как показал опрос

владельцев мелкого бизнеса, наиболее сложными проблемами являются финансовые затруднения, комплексное страхование личной ответственности, поиски квалифицированного мотивированного персонала и контроль издержек.

Сегодня большое количество людей вкладывают личные ресурсы (средства, умения, время и энергию) в предпринимательство. Однако риск коммерческого краха велик, так как функции планирования, организации и управления предприятием часто выполняет один человек. Сдерживающими факторами являются ограниченность ресурсов и малый предел допустимых ошибок. Тем не менее американский бум предпринимательства не снижает оборотов. Эта тенденция обозначила ключевую проблему – как эффективно создавать и управлять малыми предприятиями, уменьшить риск краха и повысить шансы предпринимательского успеха.

Из трех функций, реализуемых предпринимателем в его деятельности, решающую роль в обеспечении эффективности нового бизнеса играет планирование. Особенно велико значение четкого плана действий в первые месяцы деятельности предприятия, когда ограниченность ресурсов ощущается наиболее остро, а ошибки могут иметь фатальные последствия. Тщательное планирование снижает риск крупных ошибок, побуждая предпринимателя изучать внешнюю среду, конкуренцию, потенциальных клиентов, сильные и слабые стороны собственного бизнеса. К сожалению, ряд предпринимателей не уделяют планированию должного внимания, считая, что оно не оставляет им свободы маневра.

Для предпринимательской деятельности характерны два типа планирования: начальное и последующее. Начальное планирование осуществляется до появления на рынке нового предприятия и призвано ответить на 5 вопросов:

1. какие продукты/услуги будет производить новое предприятие;
2. какой рынок оно будет обслуживать;
3. как будет создаваться;
4. как будет управляться;
5. как будет финансироваться.

Последующее планирование обеспечивает дальнейшее стратегическое и операционное управление созданным предприятием.

Какие особые умения и способности необходимы успешному предпринимателю? В США университеты, колледжи и компании предлагают специальные курсы подготовки к рискам, сложностям и требованиям предпринимательства. Хотя эти курсы в основном обучают техническому аспекту управления новым бизнесом (разработка бизнес-плана, составление баланса, управление товарно-материальными запасами), многие из них также уделяют внимание развитию таких нетехнических характеристик, как упорство, вера в собственные силы, межличностные умения.

В Мичиганском университете разработан бизнес-курс для старшекурсников «Инновационное предпринимательство». Однако этот рассчитанный на семестр курс больше известен как «Крах 101», так как знакомит студентов с конкретными ситуациями банкротства и способами его преодоления. Кроме того, студентам предлагаются задания по обучению практическим навыкам (например, за выходные дни создать нечто ценное с помощью палочек для мороженого, определить цену товара и подготовить описание его достоинств). Затем на занятии они представляли свои творения (шкатулка для драгоценностей, шляпа-репеллент), которые группа оценивала в условной продаже. Затем студенты продавали свою продукцию на улице. За малым исключением, им это не удавалось, и позже на занятиях обсуждались причины предпринимательской несостоятельности. В конце курса студенты создавали легитимные действующие предприятия, финансируемые за счет собственных ресурсов.

Анализ американского опыта малого предпринимательства позволяет сделать вывод о возрастании его роли в условиях развитой рыночной экономики. В значительной мере это объясняется усилением государственной поддержки посредством льготного кредитования инвестиционных проектов малого бизнеса. Все большее развитие получают микропредприятия, штат которых не превышает 9 человек.

В Республике Беларусь субъектами малого предпринимательства считаются индивидуальные предприниматели, зарегистрированные в РБ; юридические лица:

а) микропредприятия – зарегистрированные в РБ коммерческие организации со средним штатом работников за календарный год до 15 человек;

б) малые предприятия – зарегистрированные в РБ коммерческие организации со средним штатом работников за календарный год от 16 до 100 человек;

По состоянию на 1 января 2013 г. в РБ состоит на учете 233 тыс. индивидуальных предпринимателей и 101,5 тыс. субъектов малого и среднего предпринимательства-юридических лиц. Вклад малых и средних предприятий в ВВП Беларуси составляет около 20%, в то время как в экономически развитых странах эта цифра превышает 50%. По мнению экспертов Всемирного банка, полноценное формирование и последующее развитие малого и среднего бизнеса в Беларуси может обеспечить дополнительное удвоение ВВП. Мировая практика показывает, что инновационная экономика создается малым и средним бизнесом. Поэтому необходимо стимулировать предпринимательскую инициативу, чтобы обеспечить в последующем переход мелких предприятий и индивидуальных предпринимателей в разряд средних.

Модернизация экономики Республики Беларусь предполагает увеличение доли частной собственности. Развитие предпринимательства позволит оптимизировать избыточную занятость на крупных государственных предприятиях и активизировать частную инициативу. С целью либерализации условий ведения бизнеса принята Программа государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь на 2013-2015 годы, предусматривающая выделение государственных ресурсов из средств республиканского и местного бюджетов, Белорусского фонда финансовой поддержки предпринимателей. В 2013 г. на эти цели будет выделено 113,3 млрд. рублей, в 2015 г. – 169,5 млрд. рублей. Важным компонентом модернизации должно стать государственно-частное партнерство, объединяющее интересы и ресурсы государства и частного бизнеса для реализации инвестиционных проектов.

С 1992 г. в Республике Беларусь функционирует Институт предпринимательской деятельности, который готовит специалистов и руководителей для малого и среднего бизнеса. На базе института создан Центр поддержки предпринимательства, который предоставляет широкий спектр услуг: помощь в разработке бизнес-планов для инвестиционных проектов; обучение предпринимателей современным принципам маркетинга и менеджмента; помощь в подборе видов деятельности; информирование по вопросам лицензирования и налогообложения; помощь в организации тематических выставок, семинаров, курсов, организация и проведение научно-практических семинаров; подготовка специалистов для субъектов предпринимательства; содействие в установлении и укреплении научно-практических и торгово-коммерческих связей субъектов предпринимательства с иностранными партнерами.

В дни работы VII Белорусского инвестиционного форума состоялась ярмарка бизнес-проектов начинающих предпринимателей, на которой были представлены 15 инновационных проектов стоимостью от 20 тыс. долларов до 4,6 млн. долларов. Тематика проектов соответствует стратегическим направлениям привлечения инвестиций в РБ: информационно-коммуникационные технологии (электроника, микроэлектроника, ПО), биотехнологии и фармацевтика, возобновляемые источники энергии и новые материалы, ма-

шиностроение, сельское хозяйство и пищевая промышленность. Именно в этих отраслях создается наибольшая добавленная стоимость. Особый интерес вызвали проект «Турбосфера» по созданию микротурбины для преобразования вторичных энергоресурсов в электроэнергию и проект по выпуску препарата для борнейтронозахватной терапии рака.

Глава Белорусской научно-промышленной ассоциации А. Швец рассматривает интересы белорусского бизнеса в контексте трех групп: микро-бизнеса, малого и среднего бизнеса и крупного бизнеса. К микро-бизнесу, обеспечивающему систему самозанятости, он относит индивидуальных предпринимателей с небольшим числом работников. Для самостоятельного функционирования микро-бизнеса необходимо выравнивание условий хозяйствования в стране. Например, директива №6 о предоставлении льгот сельскому бизнесу является хорошим нормативно-правовым актом, но ее результативность оставляет желать лучшего – пока предприниматели не торопятся работать в селе.

Малый и средний бизнес сталкивается с двумя основными проблемами: ограниченный доступ к ресурсам, сырью и проблема собственности. Бизнесмены хотят быть уверены, что наживаемое ими имущество будет закреплено за ними. После всех реприватизационных мер предприятия опасаются приобретать собственность. Государство не хочет распродавать государственную собственность, но в условиях жесткой конкуренции без переоснащения не обойтись. Многие предприятия нуждаются в модернизации, а проводить ее за счет прямого госдолга – невыгодно.

Что касается крупного бизнеса, то известно, что крупных предпринимателей в стране немного, а основу экономики составляет все же микро-бизнес, малый и средний бизнес. По данным опросов предпринимателей, больше всего нареканий вызывают белорусская система налогообложения, работа судов и контролирующих органов, а также малый доступ к ресурсам (в том числе недвижимым). Две трети предпринимателей готовы инвестировать в государственную собственность, чтобы она перешла к ним. Только одна треть довольна тем, что использует арендные площади.

В последнее время в Республике Беларусь произошла либерализация условий ведения предпринимательской деятельности, что позволило ей занять 58 место среди охваченных исследованием Всемирного банка и Международной финансовой корпорации «Ведение бизнеса-2013» 185 государств. По ряду показателей Беларусь имеет неплохие позиции: «регистрация собственности» – 3 место; «создание компании» – 9 место; «обеспечение исполнения контрактов» – 13 место.

Для достижения указанных в Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011-2015 гг. целевых показателей (удельный вес малого и среднего предпринимательства в ВВП – не менее 30%, численность занятых в данном секторе экономики – не менее 1800 тыс. чел.), следует создать в стране аналог Управления по делам малого бизнеса США. Задачами такой организации должно стать повышение объемов микрокредитования субъектов малого предпринимательства, компенсация части процентных ставок по кредитам коммерческих банков, гарантирование кредитов и обеспечение беззалогового кредитования перспективных инновационных проектов.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Donnelly, James H. Fundamentals of Management / James H. Donnelly, Jr., James L. Gibson, John M. Ivancevich. -8th ed. -IRWIN, 1992. - 840 pp.
2. Румянцева, Е.Е. Новая экономическая энциклопедия / Е.Е.Румянцева. - 4-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2011. - С.360-361.
3. Конте, Кристофер. Очерк экономики США/ Кристофер Конте, Альберт Р. Карр. - Гос. департамент США. Управление международных информационных программ. - 160 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://usinfo.state.gov>.
4. Грибоедова, И.А. Итоги социально-экономического развития РБ за 2012 г. / И.А. Грибоедова, О.С. Семашко // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики РБ, 2013. - №2. - С. 4-10.

5. Daineko, Alexei. Modernization: Priorities and Essence / Alexei Daineko // *Economy of Belarus*, 2013. – № 1. – PP.4-9.
6. Борчук, А.А. Институт предпринимательской деятельности: «Нить Ариадны» в лабиринте бизнеса / А.А. Борчук, С.А. Осинская // *Выш. шк.* 2012. – № 3. – С. 17–22.
7. Навстречу инвестициям // *Экономика Беларуси*. – № 4. – 2012. – С. 6–15.
8. Олейник, Е. Чего ждет бизнес? / Е. Олейник // *Аргументы и факты в Белоруссии*, 2013. – № 14. – С. 12.
9. Попков, М.В. Развитие малого и среднего предпринимательства / М.В. Попков // *Экономический бюллетень НИЗИ Министерства экономики Республики Беларусь*, 2013. – № 2. – С. 13–15.

УДК 330.322.12

Щедрова Н.В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Ракицкая В.Г.

WORLD AUCTIONS: ART AS AN INVESTMENT

An auction is a process of buying and selling goods or services by offering them up for bid, taking bids, and then selling the item to the highest bidder. In economic theory, an auction may refer to any mechanism or set of trading rules for exchange.

Auctions have a long history, having been recorded as early as 500 B.C. when auctions of women as wives were held annually. The buyer could get a return of money if he and his new wife did not get along well, but unlike a horse, women could not be "tried" before auction. During the Roman Empire, following military victory, Roman soldiers offered the spoils of war and even slaves to be auctioned off.

Over the years auctioneering has progressed and changed, and today it is more popular than ever. Most everything thinkable has been sold by the auction method of marketing: antiques, household items, automobiles, land, livestock, homes, designer dresses, business equipment, and more. Nowadays there are a lot of different kinds of auctions, but the most famous art houses are: Bonhams, Phillips de Pury, Villa Grisebach, Swann Auction Galleries, Christies, Sotheby's.

Bonhams is today one of the world's largest auctioneers of fine art and antiques. Today, the amalgamated business handles fine art and antiques in more than 60 specialist collecting areas. Today Bonhams offers more sales than any of its rivals. Phillips de Pury specializes in selling modern American objects of art, jewelry and photos. Generally these auctions are carried out in New York, Geneva and Zurich. Villa Grisebach is the most selling auction house of the modern art in Germany. It was created in 1988 with emphasis on the photo and art of 19th-21st centuries. It remains the leader on the market of the German art of last century. Swann auction was based in 1941, as the auction house specializing on Rare Books. Today Swann has departments devoted to Photos, Posters and Printing editions, drawings, cards and autographs.

The two largest auction houses in the world are the Christies and the Sotheby's. Together they occupy about 90% of the world market of auction sales of antiques and objects of art. They sell works of art, jewelry, photos, rare wines, watches and various collection subjects. In 2011 their common turnover was about 10 billion dollars and the profit amounted 400 million dollars. Sotheby's usually offers more expensive lots while Christies trades in the objects of art at lower prices.

Art is not just beautiful, it's a kind of investment. Wealthy people hold about 9.6% of their total net worth in 'treasure' assets. Those wanting less risk and a guaranteed return on their investment tend to invest in treasure with a defined commodity value – such as gold and jewelry. It is proved that younger people are more likely to see art as an investment while older people will love and cherish it.