

первых, это обеспечение безостановочной транспортировки грузов и бесшовного прохождения границ, что принесет существенный экономический эффект за счет сокращения времени на их транспортировку и пребывания на таможне. Сокращение времени на прохождение таможни возможно за счет минимизации проверок и упрощения документооборота в результате использования данных из системы электронного пломбирования. Во-вторых, это повышение безопасности перевозки груза за счет отслеживания его местоположения в реальном режиме времени [5].

Таким образом, создание цифровых транспортных коридоров:

- сократит сроки транспортировки грузов;
- привлечет дополнительные транзитные грузопотоки;
- повысит экономическую эффективность транспортных систем и размер налоговых поступлений от их функционирования;
- снизит риски и повысит вероятность устранения возможных отрицательных последствий в функционировании транспортных систем;
- обеспечит условия для развития добросовестной конкуренции;
- способствует организации дополнительных рабочих мест и точек экономического роста в регионах, расположенных вдоль транспортных коридоров;
- повысит «прозрачность» и предсказуемость процесса транспортировки;
- способствует привлечению международных инвестиций в развитие и модернизацию транспортной инфраструктуры.

Литература

1. Гаджинский, А. М. Логистика: учебник / А. М. Гаджинский. – 20-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2012. – 484 с.
2. Беляцкая, Т. Н. Диффузия цифровых технологий / «Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы» под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – С. 10–29.
3. Панельная дискуссия «Цифровые транспортно-таможенные коридоры» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://iba.by/news/f8266a62dc8238b7.html>
4. Цифровые Транспортные Коридоры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/dmi/workgroup/Documents/2.%20Инфопарк%20Пакет%20цифровых%20услуг%20для%20транзитных%20коридоров%20ЕАЭС.pdf>.
5. Беляцкая, Т. Н. Управление электронной экономикой / Т. Н. Беляцкая // Наука и инновации. – 2018. – № 5.

УДК 334.012.64

Кот Н. Г., старший преподаватель,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ВЛИЯНИЕ ПРИНЦИПОВ СКРЫТНОСТИ И ПРОЗРАЧНОСТИ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Малое предпринимательство является важнейшей составляющей рыночной экономики и играет важную роль в социальной стабилизации, создании новых рабочих мест, ускорения экономического роста за счет реструктуризации экономики и перераспределения трудовых ресурсов.

Развитие и становление малого предпринимательства в разных странах происходило по-разному и в разное время. В США годом зарождения малого предпринимательства считается 1953 год, в котором было создано Федеральное агентство – Администрация по делам малого бизнеса США, защищающая интересы малого предпринимательства на уровне государства. В западных странах малое предпринимательство активизировало свою деятельность в 1970 гг. Формирование малого бизнеса, составившего основу экономики Китая, стало результатом рыночных реформ, затеянных китайскими коммунистами в конце 1970-х годов. Становление малого предпринимательства в Республике Беларусь насчитывает чуть больше 25 лет, начиная с принятием в 2010 г. Закона Республики Беларусь «О поддержке малого и среднего предпринимательства» [1].

Теме развития малого предпринимательства уделяется большое внимание со стороны руководства любой страны, в том числе и Республики Беларусь. В стране с целью развития и укрепления позиций малого предпринимательства принят ряд законодательно-нормативных документов, начиная от Законов и заканчивая Стратегиями. Программы и стратегии развития малого предпринимательства большинства стран определяют основные задачи и принципы совершенствования государственного регулирования и поддержки развития малого предпринимательства. Одним из указанных в документах принципов является принцип прозрачности малого предпринимательства, который подразумевает открытость для физических и юридических лиц, объединений юридических лиц, органов государственного управления на всех этапах регуляторной деятельности в сфере малого предпринимательства [2].

Однако если обратиться к взглядам ученых-экономистов на сущность предпринимательства, то можно увидеть, что отличительной особенностью предпринимателя является скрытость в своих действиях.

Принято считать, что Р. Кантильон был первым, кто обратил внимание на предпринимательство как совершенно новое явление. Р. Кантильон в качестве основной черты предпринимателя выделил готовность к риску и высокий уровень амбициозности - «предприниматели пытаются использовать любую возможность в своем деле и выжимают из клиентов все, что можно». Р. Кантильон впервые определил предпринимателя как субъекта рыночных отношений.

Классики политической экономии Ф. Кене, А. Смит, Д. Рикардо характеризовали предпринимателя как владельца капитала.

В концепции В. Рошера предприниматель не только предоставляет капитал, а также сочетает собственный производственный труд с патентной функцией, таким образом, уже в XIX в. внимание уделяется авторству, изобретению в производстве.

А. Тюрго обратил внимание на то, что реализация предпринимательской функции требует не только капиталовложений, но и определенных управленческих решений и способностей.

Впоследствии предпринимателя все реже отождествляют с владельцем капитала, его рассматривают как организатора производства, необязательно обладающего правом собственности на капитал. Такого взгляда придерживались Ж.-Б. Сей и Дж. С. Милль. По мнению Ж.-Б. Сэя, отличительной особенностью предпринимательства является его умение оперировать тремя факторами производства (земля, труд, капитал): извлечение их в том месте, где они давали малый доход, затем перемещение и новая их комбинация в другом месте, где они дают наибольший доход. Стоит обратить внимание на необходимость «новой комбинации», т. е. изменение, усовершенствование и улучшение предлагаемого потребителям товара (продукции, работы, услуги). Дальнейшая работа над объектом предпринимательства осуществля-

ется не столько в целях самого предпринимателя, сколько в интересах конечного потребителя, что свидетельствует о гармонии интересов всех участников общества, к чему, собственно, и сегодня призывает руководство страны и ученые.

Представители немецкой классической школы И. Тюнен и Г. Мангольдт развили идею о наличии риска и неопределенности, как неотъемлемой части предпринимательства, а доход, получаемый предпринимателем, представляет собой плату за принятие на себя рисков от внедрения инноваций в производстве. И. Тюнен называл предпринимателя «изобретателем и исследователем в своей области».

В концепции В. Рошера предприниматель сочетает собственный производственный труд с патентной функцией [3], таким образом, уже в XIX в. внимание уделяется авторству, изобретению в производстве.

Большое внимание в теории предпринимательства заслуживает учение Й. Шумпетера, который связал предпринимательство с нововведениями, и в этом смысле считается основоположником теории инноваторского предпринимательства [4]. К предпринимателям следует относить всех, кто выполняет названную функцию, в том числе работников организации, а также и тех, кто реализует инновационную функцию импульсивно, эпизодически: экономистов, финансистов, юристов, консультантов и пр.

Предпринимательство, по мнению И. Шумпетера, не может рассматриваться как профессия, т. к. в этом статусе невозможно находиться длительное время [4].

Также весьма условным является и идентификация предпринимателей как класса, данная группа не имеет собственной классовой позиции, правда, предпринимателей отличает особый стиль жизни [4].

Особенностью предпринимателей как общественной группы граждан является ее принципиальная немногочисленность. Предприниматели – это особый тип склонных к инновационной деятельности людей, которых всегда меньшинство. Большинство никогда не является способным к инновационной деятельности [4].

Практически все предшественники Йозефа Шумпетера (1883–1950) видели в качестве ведущих мотивов предпринимательской деятельности прибыль. Й. Шумпетер одним из первых представил развернутую трактовку неэкономических мотивов предпринимательства и выделил три основные группы таких мотивов:

- стремление иметь «свою империю»: быть полновластным господином в собственном предприятии, которое предприниматель сам конструирует и сам строит, и которое, в случае успеха, полностью отвечает его запросам, потребностям, ценностям;
- воля к победе: возможность в рамках собственного «дела» доказать собственную состоятельность, проявить мужество, ум, стойкость в борьбе с конкурентами и другими факторами среды, реализовать себя как личность;
- радость творчества: возможность заниматься любимым делом, полностью соответствующим индивидуальным интересам и установкам, возможность видеть конкретные результаты собственных усилий. При этом ключевыми в мотивации предпринимателя являются не факторы результата деятельности (полученный доход, общественное признание, статус и т. п.), а факторы процесса предпринимательской деятельности (поиск нового, возможности для проявления личностных качеств, борьба и преодоление препятствий на пути к успеху и т. д.).

Защита капитала собственником является догмой – все хотят быть богатыми и здоровыми, а капитал представляет ценность для большинства людей, иначе он не был бы капиталом. Собственник капитала может потерять свой капитал различными способами – прямое хищение, вымывание капитала в связи с действиями государства и конкурентов, влияние рынков и т. д. Однако сохранение тайны о реальной норме прибыли

является главным мотивом в защите капитала. Высокая норма прибыли, как магнит, привлекает не только действующий капитал, приводя к его переливу в данную сферу бизнеса, она может «оживить» капитал, находящийся в настоящее время в пассивной форме (форма сокровищ или консервации), стимулировать его переход из формы сокровищ или депозитов в производственную форму. Это неизбежно приведет к росту конкуренции, перепроизводству и потерям капитала у первоначального собственника.

Принцип скрытности – это обязанность и право руководителя предприятия не разглашать приемы и методы получения прибыли перед конкурентами, государством и общественностью.

Принцип скрытности имеет двухстороннюю направленность действий:

1. Скрывать истину (занижать отражаемую стоимость активов предприятия).
2. Приукрашивать действительность (завышать потребительские качества товара или услуги).

В одних условиях деятельности капитала предприниматель должен скрывать прибыль, чтобы не привлекать конкурентов, в других – отражать максимальную прибыль (в ряде случаев – не отражающую действительность, завышенную) и скрывать затраты. В таких случаях капиталу выгодно отразить высокую норму прибыли и «отпугнуть» от участия в этом бизнесе конкурентов и последователей.

Главное, что мы обязаны признать, это то, что рыночные отношения вынуждают предпринимателя проявлять скрытность новых приемов и технологий от конкурентов и общества. Цель поддержания скрытности - получение повышенной нормы прибыли в период до широкого распространения новых технологий. Для потенциального потребителя предназначена рекламная кампания, которая предполагает сообщение о новом продукте, имеющем определенные потребительские или ценовые преимущества по сравнению с продукцией конкурентов.

Успешное продвижение нового товара или торговой марки является наилучшей иллюстрацией этого явления. Более того, есть средства, доступные удачливому предпринимателю, - патенты, «стратегия» и т. п., которые позволяют продлить существование его монополистического или квазимонополистического положения, а также сильно мешают конкурентам «догнать» его» [4].

Частная собственность и бизнес не могут быть полностью открыты для публичного обсуждения в связи с тем, что исчезнет конкуренция. Мы считаем, что предприниматель должен действовать как научный работник, желающий осуществить научное открытие с соблюдением общественных правил, но с нарушением действующей логики [5].

В связи с чем у государства и предпринимателя возникает противоречия: государство в качестве одного из принципов проведения государственной политики в сфере развития малого предпринимательства выдвигает принцип прозрачности, который подразумевает собой открытость для физических и юридических лиц, а предприниматель с целью успешного и долгосрочного своего развития должен придерживаться принципа скрытности.

Стоит отметить, что для повышения защищенности информации предпринимателю необходим «информационный шум», маскирующий ту часть информации, которая ему нужна для целей бизнеса. При этом используются средства массовой информации, «утечка» искаженной информации, соответствующие интервью и др.

Как было отмечено ранее, инновационная теория предпринимательства связана с исследованиями американского экономиста Й. Шумпетера. Он выделил пять типов (случаев) инноваций и выдвинул концепцию «созидательного разрушения» как условия динамического развития экономики.

Что же такое «инновационная теория предпринимательства» или «инновационное развитие», как принято называть данную категорию в настоящее время в Республике Беларусь. Мы считаем, что данная категория – это не программа конкретных мероприятий, утвержденная коллективным органом управления и растиражированная прессой, выполняющая которую, предприятия могут выйти и находиться на передовых позициях в сфере бизнеса и побеждать конкурентов.

Таким образом, ключевое значение в инновационной теории предпринимательства имеет физическое лицо – человек в единственном числе – являющийся носителем инновационных предложений. Причем, от данного человека исходит множество вариантов возможных действий предприятия в краткосрочном периоде. Озвучивание или печать этих вариантов приводит к потере их ценности. Практически в средства массовой информации попадают сведения о методах эффективной деятельности предпринимателя после завершения их использования.

Литература

1. О поддержке малого и среднего предпринимательства: закон Республики Беларусь от 1 июля 2010 года / Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2010 г., N 170, 2/1703.
2. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года, одобренная Президиумом Совета Министров Республики Беларусь (протоколы от 10 февраля 2015 г. N 3 и от 2 мая 2017 г. N 10).
3. Гильдебранд, Б. Национальная экономия настоящего и будущего [«Die Nationalökonomie der Gegenwart und Zukunft»] – 1998.
4. Шумпетер, Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер // Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Эксмо, 2007.
5. Кивачук, В. С. Экономический анализ и контроль при оздоровлении предприятия: монография. – Брест. Издательство БрГТУ, 2007.

УДК 658.716

Кулаков И. А., старш. преподаватель,
Кулакова Л. О., старш. Преподаватель,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОКЬЮРЕМЕНТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Современные экономические реалии связаны с постоянным перемещением значительных потоков материальных ресурсов от товаропроизводителя к потребителю. Удовлетворение потребительского спроса в ситуации рыночной экономики обеспечивается по большей части через закупки.

Мировой опыт проведения конкурсных закупок привёл в конце XX в. к возникновению новой профессиональной, практической и теоретической, сферы деятельности, получившей название «прокьюремент» (от древнеримского – прокуратор («попечитель», «управитель»).