

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МАЛОГО БИЗНЕСА БЕЛАРУСИ И ПОЛЬШИ

Целью настоящей работы является исследование состояния развития малого бизнеса в Республике Беларусь по сравнению с другими странами, в частности с Республикой Польша.

Малое предпринимательство, другими словами, малый бизнес — предпринимательство, опирающееся на деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения[1].

Для малого бизнеса характерно:

- юридическая независимость;
- небольшие размеры по основным показателям деятельности субъекта хозяйствования: уставный капитал, величина активов, объем оборота (прибыли, дохода);
- численность персонала.

Малое предпринимательство в странах с развитой рыночной экономикой играет существенную роль. Оно является стимулятором экономического развития, влияет на рост экономики стран. Отличается большой мобильностью в перераспределении финансовых средств по различным отраслям, в состоянии быстрее реагировать на потребности потенциальных клиентов заполнять те ниши, которые не выгодны крупным предпринимателям. Это способствует установлению равновесия в некоторых сегментах рынка. Малый бизнес выполняет функцию социального стабилизатора, то есть обеспечивает самозанятость разных слоев общества, снимая во многом проблему безработицы.

К субъектам малого предпринимательства относятся:

- индивидуальные предприниматели,
- микроорганизации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно;
- малые коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно.

Авторами рассмотрена ситуация развития малого бизнеса по количеству организаций по областям Республики Беларусь. Наибольшее сосредоточение представлено в Минской области, затем идут Брестская, Гомельская, Витебская, Могилевская и Гродненская области.

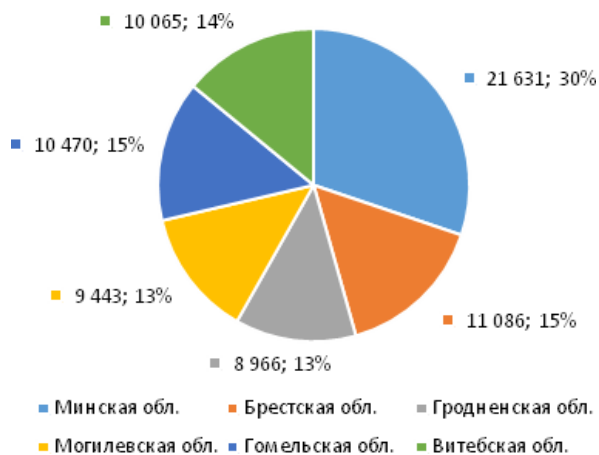


Рисунок 1 – География развития малого бизнес в областях РБ

Ежегодно Всемирный банк составляет рейтинг государств по лёгкости ведения бизнеса. В 2016 году в рейтинг Doing Business вошло 189 государств мира. Согласно этому рейтингу наиболее благоприятные условия для ведения бизнеса в Новой Зеландии. Беларусь в рейтинге Doing Business занимает 37 место, Польша – 24 место, Российская Федерация – 40 место, Латвия – 14 место [3].

Поэтому представим сравнительную характеристику основных экономических показателей деятельности субъектов малого предпринимательства в Республике Беларусь и в Республике Польша за 2014-2015 гг.

Таблица 1 – Динамика основных экономических показателей

	Беларусь		Польша	
	2014	2015	2014	2015
Количество организаций	111 112	114 208	372 012	378 201
Средняя численность работников, занятых в малом бизнесе, тыс. чел	1 237,9	1 200,6	3 237,9	3 380,6
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, трлн руб.	648,8	716,7	980,1	984,7
Объем производства продукции (работ, услуг), трлн руб.	282,9	322,8	510,9	521,5
Доля в объеме ВВП, %	15,1	15,9	70	71,5

Приведенные показатели характеризуются положительной динамикой, т. е. растет общий объем производимой продукции и услуг, создаваемых малыми предприятиями. Однако, исходя из полученных данных, можно однозначно сказать, что наибольшее развитие малый бизнес получил в Польше. Значительная доля малого предпринимательства в экономике Республики Польша обусловлена многими факторами, среди которых стоит назвать сохранение предпринимательства на протяжении всего периода и права на частную собственность.

При всех исторических различиях страны сформировали близкую структуру малого бизнеса в Беларуси и Польше по видам экономической деятельности.

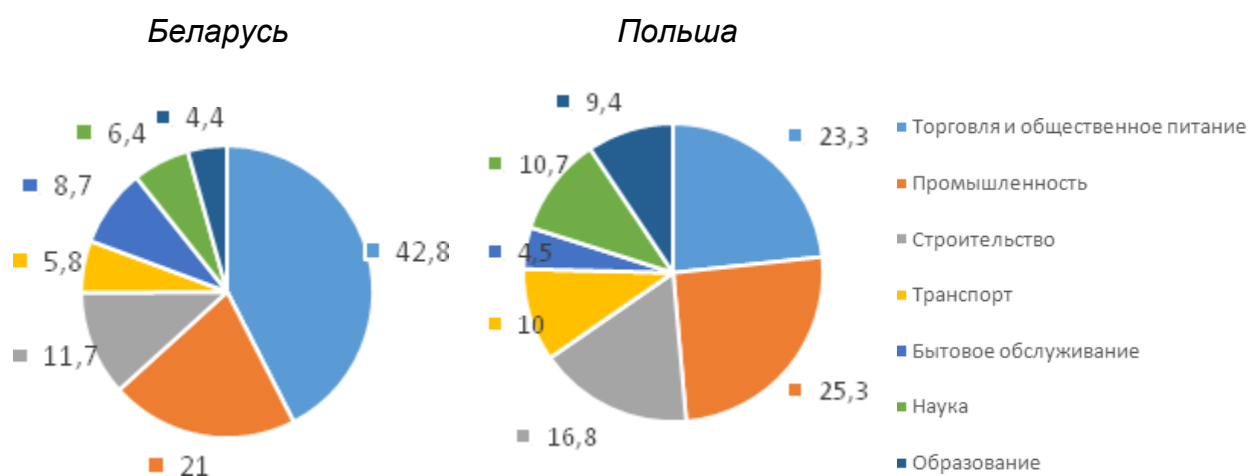


Рисунок 2 – Число малых предприятий по видам экономической деятельности в 2015 г.

Структура малого бизнеса двух стран очень близка. Однако о значимости малого бизнеса в стране говорит показатель плотности бизнеса на 1000 человек населения. В Польше этот показатель равен 35, а в Беларуси всего лишь 2,6 [2].

Сравнительный анализ малого и среднего бизнеса в Беларуси и Польше выделяет ряд недостатков и преимуществ ведения бизнеса.

Таблица 2 – Недостатки и преимущества ведения бизнеса в Беларуси и Польше

	Беларусь	Польша
Недостатки	<ul style="list-style-type: none"> • Недостаточное финансирование; • Система налогообложения 	<ul style="list-style-type: none"> • Отток рабочей силы в более развитые страны; • Достаточно высокие налоги; • Возможность изменения иммиграционной политики
Преимущества	<ul style="list-style-type: none"> • Выгодное географическое положение; • Экономическая стабильность; • Благоприятный инвестиционный климат; • Промышленно развитая экономика 	<ul style="list-style-type: none"> • Простота открытия и регистрации фирмы; • Низкие требования по входу на рынок; • Лояльная политика государственных контролирующих органов; • Минимальное количество разрешений; • Доступность кредитов

Авторы охарактеризовали проблемы ведения малого бизнеса в Республике Беларусь.

1. Недостаточное финансирование. Получение кредита, согласно рейтингу Doing Business, является самой слабой стороной ведения бизнеса в Беларуси (109 место из 189)[3] . К числу наиболее актуальных проблем при кредитовании субъектов малого и среднего бизнеса можно отнести: высокие процентные ставки по кредитам, отсутствие отсрочки по процентным платежам.

2. Система налогообложения. Налогообложение субъектов хозяйствований в Республике Беларусь характеризуется крайне высокой общей налоговой ставкой, увеличением удельного веса косвенных налогов, что приводит к повышению конечной стоимости товара для потребителя.

Главными недостатками ведения бизнеса в Польше являются:

1. Отток рабочей силы в более развитые страны (как правило, молодежи), ввиду экономической интеграции.

2. Достаточно высокие процентные ставки налогообложения.

3. Возможность изменения иммиграционной политики.

Наряду с недостатками малого бизнеса в Беларуси можно выделить и положительные факторы. Так, например:

1. Выгодное географическое положение. Основной торговый маршрут между Европой и СНГ проходит через Беларусь.

2. Благоприятный инвестиционный климат. В Беларуси созданы все необходимые меры для введения инвестиций.

3. Промышленно развитая экономика. Промышленность Беларуси обеспечивает около трети ВВП страны.

Основными преимуществами открытия и ведения бизнеса в Польше являются:

1. Простота открытия и регистрации фирмы. Польское законодательство позволяет открывать фирмы быстро и практично, лично и отдалённо.
2. Низкие требования по входу на рынок. Уставной фонд компании формы ООО составляет всего 5000 злотых, которые не обязательно вносить сразу же после регистрации.
3. Лояльная политика государственных контролирующих органов. Политика польского государства запрещает государственным органам совершать проверки на протяжении становления компании.
4. Минимальное количество разрешений. Лицензионные виды деятельности сведены к минимуму, а их требования просты и не двусмысленны.
5. Доступ к дешевым кредитам и всесторонняя помощь государственных и международных организаций.

Подводя итоги исследования однозначно можно сказать, что внедрение польской структуры ведения бизнеса в белорусскую практику возможно и имеет перспективы в будущем. Как оказалось, белорусская и польская концепция ведения бизнеса имеет ряд положительных и отрицательных факторов, что способствует получению и передачи опыта в этой сфере. Для Беларуси польский опыт устранения недостатков и улучшения достоинств малого бизнеса полезен, актуален и применим в настоящем и будущем.

Список цитированных источников

1. Германович, Г.В. Критерии малого и среднего бизнеса: опыт зарубежных стран и предложения по его оценке в Республике Беларусь // Белорусская экономика: анализ, прогноз, регулирование. – 2003. – № 12. – С. 13-23.
2. Белецкая, М. Состояние и перспективы развития малого бизнеса // Белорусская думка. – 2003. – №11. – С. 15-19.
3. Doing Business. Measuring Business Regulations. Belarus [Электронный ресурс] // World Bank Group, 2016 – Режим доступа: <http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/belarus>–

УДК 338.5:159.9

Купрысь А.Н.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Надеина Н.Г.

ПСИХОЛОГИЯ ВЛИЯНИЯ ЦЕН НА ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ

Целью данной работы является анализ действий потребителей с учетом влияния психологического ценообразования.

Закон спроса предполагает, что цена является основной детерминантой количества проданного товара. Также в нем утверждается, что покупатели будут покупать больше по более низким ценам и меньше по более высоким при условии равенства других переменных. Эти оба утверждения находились бы в равновесии, если бы на принятие решения о совершении покупки не влияли другие переменные, такие как доход покупателя, его вкусы и предпочтения, ожидания в отношении цен и собственного бюджета в будущем, цены конкурентов, сезонность, усилия по рекламе и т. д.

Уже давно существует понятие «психологическое ценообразование», как одна из разновидностей психологического воздействия на покупателя, где каждый из нас – объект воздействия.