

лый ряд маркетинговых услуг. Растут и цены за участие на таких площадках (имеется в виду привилегированное членство), несмотря на то, что количество их увеличивается.

Таблица 1 – Взаимоотношения между маркетинговой организацией и планированием на современных белорусских промышленных предприятиях

Организация	Сильная	Слабая
Планирование		
Хорошее	хорошо подготовленные и реализованные маркетинговые планы (1)	хорошо подготовленные планы, которые залеживаются на полках (2)
Плохое	организация обладает высокой способностью устанавливать взаимоотношения с партнерами или имеет высокую способность к действию (3)	<i>проблемная организация</i> (4)

В качестве заключения можно сделать вывод, что онлайн-маркетинг не отличается кардинально от традиционного. Произошли изменения в системе коммуникаций, благодаря интернету, маркетингу стали доступны новые возможности по взаимодействию с потребителем, из-за чего его роль изменилась. Появление Интернета повлекло изменения и в бизнесе, теперь потребитель может заказать товар или услугу на дом, а традиционные способы рекламы утратили свою актуальность и эффективность, т.к. в Интернете пользователь получает и запрашивает только ту информацию, которая ему нужна.

Список цитированных источников

1. Академия рынка: маркетинг / Под ред. Н.Л. Романова. – М.: Экономика, 2007. – 258 с.
2. Акулич, И.Л. Основы маркетинга: учебное пособие / И.Л. Акулич, Е.В. Демченко. – Мн.: Выш. шк., 2008. – 236 с.
3. Джон Ф. Литл. Основы маркетинга. Чего же хотят ваши потребители. Надежный способ это выяснить. – Ростов н/Д: Феникс, 2007. – 400 с.
4. Зайцев, Н.Л. Экономика промышленного предприятия: учебное пособие. – М.: ИНФРА, 2007. – 205 с.
5. О предприятиях в РБ: Закон РБ от 12.01.1993, №131 // Национальная экономическая газета. – 1993. – №3. – С. 12–13.
6. Ильющенко, Е.В. Маркетинг на предприятии. – Мн.: Эксперспектива, 2007. – 354 с.
7. Котлер, Ф. Основы маркетинга; пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой. – Новосибирск: Наука, 2007. – 736 с.
8. Маркетинг / Под ред. А. Н. Романова. – М.: Банки и биржи, 2007. – 118 с.
9. Маслова, Т.Д. Маркетинг. – СПб.: Питер, 2007. – 400 с.

УДК 338.262:334.7

Магистрант: Ажуна

Научный руководитель: к.э.н., профессор Медведева Г.Т.

МАЛЫЙ БИЗНЕС В КИТАЕ

Частные предприниматели создают свои небольшие организации или ведут свою деятельность самостоятельно на основе законодательства. Деятельность малого бизнеса осуществляется в строго отчерченных правовых формах.

Предпринимательство является ведущей тенденцией современного экономического развития. Развитие малого бизнеса связано с тем, что его производства высоко мобильны. Это значит, что предприниматель способен переориентировать свою деятельность с одной отрасли на другую или выпуск продукции с одного вида на другой. Ко всему этому, обладая небольшими размерами основного капитала, организации малого бизнеса и частные предприниматели имеют возможность быстрой модернизации производства. Ма-

лые предприятия имеют возможность создания оптимального социально-психологического климата в коллективах.

Государство заинтересовано в развитии малого бизнеса и поддерживает его различными способами. Такими как: кредитование малого бизнеса; льготные условия налогообложения и прочее. Такая поддержка основана на том, что благодаря существованию малых предприятий, расширяется количество рабочих мест. С учетом того, что уровень безработицы в Китае превышает мировой барьер, частное предпринимательство является хорошим способом борьбы с избытком рабочей силы. Несмотря на то, что заработная плата в частной компании ниже, чем в государственной, для трудоспособного населения, не имеющего возможности найти работу из-за отсутствия вакантных мест, это хорошая перспектива.

Правительство Китая непосредственно контролирует ведение частного предпринимательства. Но не всегда это удается: в сфере малого бизнеса существует мошенничество, необоснованное завышение цен, спекуляция, встречаются подделки товаров под мировые бренды. А так же некоторые частные производители занижают качество своей продукции путем уменьшения себестоимости, используя низкосортное сырье. При этом отпускная цена выпускаемой продукции остается на уровне высококачественной. Китайские производители, крупные заводы и предприятия страдают от подобного ведения бизнеса частными предприятиями, которые в свою очередь продают низкокачественный товар под их торговой маркой.

Стремительный рост цен на сырье и сокращение объема кредитования в Китае ударили по предприятиям малого и среднего бизнеса. Бизнесмены повсеместно жалуются на проблемы с прибылью и высокие рыночные риски.

По количеству субъектов предпринимательской деятельности Китай все увереннее выходит в мировые лидеры. В стране насчитывается, по меньшей мере, десять миллионов компаний малого и среднего бизнеса. Рыночная стоимость их товаров и услуг составляет порядка шестидесяти процентов национального ВВП.

Не секрет, что быстрый рост китайской экономики во многом определил именно частный сектор. Статистика такова – малый бизнес дает ровно половину налоговых поступлений в государственный бюджет. В нем заняты более семидесяти пяти процентов городских жителей, его продукция составляет три четверти китайского экспорта.

К тому же частный сектор получает две трети выдаваемых в стране патентов на изобретения. Именно поэтому экономисты опасаются, что из-за проблем с доступом к капиталу предприятия малого и среднего бизнеса не смогут адаптироваться к изменению условий на рынке. Это в свою очередь может далеко не в лучшую сторону сказаться на развитии экономики страны.

Неоднократные повышения процентных ставок и нормы резервирования для коммерческих банков, на которые пошел главный финансовый регулятор страны для обуздания инфляции, в незначительной степени нормализовали внутреннюю макроэкономическую обстановку. Но какой ценой? Ужесточение правил выделения кредита вместе с сокращением объема ликвидности в банках ударило, прежде всего, по малым предприятиям.

Правительство Китайской Народной Республики заявило о планах по созданию специального фонда для поддержки малого бизнеса страны. Объем фонда составит 15 млрд. юаней (\$2,5 млрд.). Кроме того, для представителей малого бизнеса Китая будет введена более мягкая система налогов и облегчен доступ к банковским кредитам. Государство обещает загрузить малые предприятия госзаказом на некоторую часть производимой продукции и услуг.

Отметим, что малый бизнес Китая в последнее время несет убытки из-за замедления темпов экономики США, а также кризисом в зоне евро. На этом фоне банки предпочитали кредитовать известные и крупные государственные компании, опасаясь излишнего риска.

Тем не менее, именно малый бизнес лидирует по темпу создания рабочих мест в Китае. Поэтому эти небольшие предприятия стали одним из условий нормального существования китайской экономики.

Список цитированных источников

1. Малый бизнес в Китае [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.chem-astu.ru/misc/z61iss/malyj-biznes-v-kitaje.shtml>
2. Китайские власти поддержат малый бизнес на \$2,5 млрд. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.chinapro.ru/rubrics/1/7473/>
3. Малый и средний бизнес в Китае столкнулся с недостатком капитала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://digitalmetro.us/2011/08/15>

УДК 331.105.21.4 9476)

У Силь

Научный руководитель: профессор Радчук А.П.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В КИТАЕ

Актуальность. Экономика Китая в результате становления претерпела сложный путь развития. С конца 1970-х Китай переориентировался от закрытой, централизованно-плановой системы до экономики более ориентированной на рынок, которая является одной из крупнейших в мире. Реформы начались с коллективизированного сельского хозяйства и расширились путем постепенной либерализации цен, финансовой децентрализации, увеличения автономии для государственных предприятий, создания разнообразной банковской системы, развития фондовых рынков, быстрого роста частного сектора и повышения открытости к внешней торговле и инвестициям. Современный Китай – индустриально-аграрная страна, где переплетаются черты современного хозяйства и традиционной экономики. В КНР получили развитие космическая и атомная промышленность, нефтехимия и электроника. Сегодня Китай обладает огромным экономическим потенциалом. По произведенному национальному доходу, выпуску важнейших видов сельскохозяйственной и промышленной продукции он входит в первую десятку стран мира.

Результаты исследований и их обсуждение. Экономика Китая подпитывается за счет больших запасов полезных ископаемых. На севере Китая сосредоточены крупнейшие в стране месторождения каменного угля, нефти (преимущественно мезозойского и мезо-кайнозойского периода). Месторождения цветных и редких металлов, крупнейшим из которых является месторождение вольфрама, занимающее по своим размерам первое место в мире, расположены в пределах Южно-Китайского массива, здесь также добывают сурьму, олово, ртуть, молибден, марганец, свинец, цинк, медь и др. Также в Китае находятся месторождения золота и других драгоценных металлов.

К середине XX века Китай представлял собой аграрную страну. В начале 50-х годов более 50% ВВП приходилось на долю сельского хозяйства. Индустрия Китая ограничивалась в основном горнодобывающими отраслями, а также традиционными для Китая легкой и пищевой промышленностью. В первые годы существования КНР значительную помощь в развитии ее экономики оказал СССР, построивший многочисленные крупные предприятия тяжелой промышленности: металлургические комбинаты, заводы тяжелого машиностроения.