

лоббированию вопросы благотворительности среди отечественных бизнесменов и предприятий путем льготного налогообложения инвестируемых средств. Данный механизм может существовать и быть применен как самостоятельный, либо совместно с методикой ваучеров. Возможность вариаций взаимодействия будет зависеть в основном от решения высших органов государственной власти.

СПИСОК ЦИТИРУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Основные показатели хозяйственной деятельности БрГТУ за 2006-2011 гг.
2. Сорокина, Т.В. Финансирование образования в Республике Беларусь: монография / Т.В. Сорокина, М.Е. Карпицкая, Н.А. Кузнецова, С.В. Спирина. – Гродно: ГрГУ, 2010. – 203 с.
3. <http://www.sisp.nkras.ru>
4. Кодекс Республики Беларусь об образовании

УДК 338.51

Малахова Т.С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Осипчук Н.В.

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ КАК ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ИСТОЧНИК ПРИБЫЛИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА

Значение малого бизнеса в рыночной экономике очень велико. Без малого бизнеса рыночная экономика ни функционировать, ни развиваться не в состоянии. Становление и развитие его является одной из основных проблем экономической политики в условиях перехода к рыночной экономике. Малый бизнес в рыночной экономике – ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта.

Малый бизнес частично решает в государстве проблемы с безработицей, а в странах с развитой рыночной экономикой от 50 до 90% граждан заняты именно в этой сфере [1]. Стоит отметить, что роль малого предприятия в рыночной экономической системе трудно переоценить, так как, по сути, именно предпринимательство является конструктивной единицей и гарантией существования развитой рыночной экономики.

Анализ оперативной информации о состоянии развития предпринимательства за 2012 г. свидетельствует о сохранении положительной динамики деловой активности в РБ.

Согласно данным Министерства по налогам и сборам, по состоянию на 1 января 2013 г. на учете в налоговых органах состояло 403 294 субъекта хозяйствования, из которых 334 326 относятся к сектору малого и среднего предпринимательства (индивидуальных предпринимателей – 232 851, микроорганизаций – 88 607, малых организаций – 10 531, субъектов среднего предпринимательства – 2337).

По сравнению с началом 2012 года количество субъектов малого и среднего предпринимательства увеличилось на 20 933 единицы, или 6,7%.

Обратимся к исследованию Исследовательского центра ИПМ, проведенному на тему «Малый и средний бизнес в РБ». Опрошенные директора 407 компаний разных форм собственности отвечали на разнообразные вопросы, касающиеся всех сторон существования и развития предприятий Республики Беларусь. На основе данных опроса на рисунке 1 отражена структура малого бизнеса в Республике Беларусь.

О проблемах малого бизнеса в Беларуси говорят достаточно много. Государственная программа поддержки малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь направлена на решение некоторых проблем. Однако существуют серьезные затруднения, мешающие развитию малого бизнеса в Беларуси:

- валютное регулирование в Республике Беларусь;

- растущий уровень конкуренции на рынке и конкурентная продукция;
- кредитные ставки со стороны банков и других финансовых организаций;
- налогообложение;
- арендные ставки и договорные обязательства;
- уровень защиты имущественных прав и интересов частного предпринимательства.

Большинство обсуждений проблем малого бизнеса сводится к вопросам государственной поддержки и вопросам кредитования, в то время как деятельность предприятий малого бизнеса происходит в условиях жесткой конкуренции.

На многих рынках большие сетевые компании активно увеличивают свои рыночные доли, вытесняя малый бизнес. Небольшим компаниям приходится все труднее, конкуренция растет, издержки тоже постоянно возрастают, в итоге прибыль сокращается. Многие компании малого бизнеса вынуждены закрываться или продаваться более крупным конкурентам.

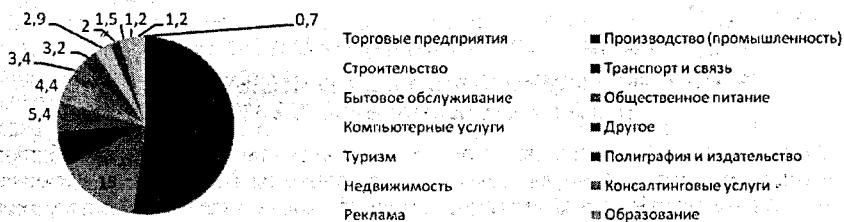


Рисунок 1 – Структура малого бизнеса Республики Беларусь

Источник: составлено на основе [1]

Одним из путей решения данной проблемы является создание интернет-магазина.

Прежде чем открыть свой интернет-магазин, необходимо ознакомиться с рядом законодательных документов, регулирующих открытие и деятельность интернет-магазина (ведение интернет-торговли).

Основные нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность интернет-магазина:

- постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29 апреля 2010 г. №649 «О регистрации интернет-магазинов в Торговом реестре Республики Беларусь, механизме контроля за их функционированием и внесении дополнений и изменений в некоторые постановления Совета Министров Республики Беларусь»;
- указ Президента Республики Беларусь от 1 февраля 2010 г. №60 «О мерах по совершенствованию использования национального сегмента сети Интернет»;
- другие законодательные акты и кодексы.

В соответствии с законодательством о защите прав потребителей и торговле до момента заключения договора на сайте интернет-магазина должна в обязательном порядке содержаться следующая информация [3]:

- информация о владельце интернет-магазина;
- время работы интернет-магазина;
- информация о товаре;
- дополнительная информация (основные потребительские свойства товара).

Открытие интернет-магазина включает в себя следующие этапы:

1. Государственная регистрация юридического лица или индивидуального предпринимателя.

Владельцем интернет-магазина может быть юридическое лицо или индивидуальный предприниматель. Государственная регистрация юридических лиц и индивидуальных

предпринимателей производится в соответствии с Декретом Президента Республики Беларусь от 16 января 2009 г. №1 «О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования».

2. Регистрация интернет-магазина в Торговом реестре.

Осуществляется городскими и районными исполнительными комитетами, администрациями г. Минска по месту регистрации юридического лица или индивидуального предпринимателя по заявительному принципу. Предпринимателям, осуществляющим розничную торговлю через интернет-магазины, для регистрации интернет-магазина необходимо представить заявление на бумажном носителе в двух экземплярах (образцы бланков заявлений можно получить на сайте Министерства торговли Республики Беларусь).

В таблице 1 представлены базовые инвестиции в открытие интернет-магазина и расходы на его содержание.

В данном случае речь идет об открытии относительно небольшого магазина с ассортиментом порядка 300 товарных позиций без собственной курьерской службы. Тогда в структуре затрат можно выделить несколько основных блоков, большинство которых характерны для любого торгового бизнеса и неспецифичны для интернет-магазина.

Таблица 1 – Базовые инвестиции в открытие интернет-магазина и расходы на его содержание

Вид затрат	Сумма, долл. США
1. Единовременные затраты	
а) организационные расходы:	
самостоятельная регистрация	60
открытие лицевого счета и формирование уставного капитала	50
клиент-банк	20
б) покупка минимального набора офисной мебели	250
в) компьютер	400
г) МФУ	200
д) кассовый аппарат	100
е) разработка сайта электронного магазина	350
ж) рекламная кампания в Интернете	200
Итого единовременные затраты	1630
2. Ежемесячные затраты	
а) расходы на бухгалтерское обслуживание	400
б) аренда офиса	100
в) абонентская плата за телефонные линии и доступ в Интернет	30
г) виртуальный выделенный сервер	35
д) зарплата персоналу	2400
е) офисные расходы	20
Итого ежемесячные затраты	2985

Необходимо отметить, что данные затраты уже имеют место в ведении реального бизнеса. Поэтому на открытие интернет-магазина необходимо потратить лишь около 600 долларов США (единовременные затраты) и около 35 долларов США в месяц на оплату индивидуального выделенного сервера. Эти затраты окупаются в самые короткие сроки при успешном функционировании интернет-магазина, а рентабельность и чистая прибыль повышаются в несколько раз.

Эффект от оказания интернет-услуг рассчитывается по формуле:

$$P_{\text{ч}} = N * k * P_1 - P_{\text{пост}}, \quad (1)$$

где $P_{\text{ч}}$ – чистая прибыль; N – общее количество целевых посетителей; k – процент конвертации; P_1 – средняя прибыль с одного клиента; $P_{\text{пост}}$ – постоянные ежемесячные расходы.

Электронная торговля имеет ряд преимуществ.

Во-первых, она обеспечивает глобальное присутствие, позволяя даже самым маленьким фирмам выходить на различные рынки вне зависимости от их местоположения.

Во-вторых, способствует повышению конкурентоспособности, давая возможность компаниям осуществлять гибкую до- и послепродажную поддержку, предоставляя необходимую информацию о товаре и быстро реагируя на запросы покупателей. Поэтому эластичность спроса на электронных рынках выше, чем на традиционных [2].

В-третьих, позволяет получать максимум информации о потребностях покупателей и автоматически предлагать, разрабатывать и производить товары, соответствующие их перспективным требованиям.

В-четвертых, повышает гибкость ведения бизнеса и обеспечивает оперативную реакцию на изменение внешней среды.

В-пятых, предоставляет возможность практически неограниченно расширять ассортимент и наращивать сбыт при наличии налаженных связей с поставщиками (расширение ассортимента не приводит к необходимости увеличивать площадь предприятия).

В-шестых, упрощает получение и обработку заказа и его оплату, взаимодействие с поставщиками и т. п. Сюда же можно отнести относительное снижение издержек меню (расходы продавцов, обусловленные изменением цен).

Благодаря перечисленным преимуществам можно снизить затраты на организацию и функционирование предприятия. Например, затраты на создание традиционного торгового предприятия, включающие расходы на приобретение, ремонт, дизайн и оборудование помещений, значительно выше, чем на создание его сайта. Кроме того, снижаются затраты на получение маркетинговой информации: Интернет представляет собой достаточно дешевый ее источник. При проведении маркетинговых исследований путем опросов и анкетирования нет необходимости лично встречаться с респондентом, можно охватить более широкую аудиторию.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Белорусский бизнес 2012: состояние, тенденции, перспективы: отчет исследовательского центра ИПМ. – Минск, 2012.
2. Дианова, Т. Некоторые особенности электронной торговли: от «мифов» к «эффекту скольжения» / Т. Дианова // Вопросы экономики. – 2012. – №5 – С. 139-146.
3. Как открыть интернет-магазин в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hb.by/docs/law/how-to-open-an-internet-shop-in-belarus.aspx>

УДК: 657.1

Мельничук О.А.

Научный руководитель: доцент Аверина И.Н.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УЧЕТА СПЕЦОДЕЖДЫ

Целью настоящей работы является изучение методики учета спецодежды и оптимизация его организации. Объектом исследования послужила законодательная база РБ.

В ст.230 Трудового кодекса РБ [1] закреплено, что на работах с вредными и (или) опасными условиями труда, а также на работах, связанных с загрязнением или осуществляемых в неблагоприятных температурных условиях, наниматель обязан обеспечить выдачу бесплатно работникам средств индивидуальной защиты (далее – СИЗ) по нормам и в порядке, определяемом Правительством РБ или уполномоченным им органом.

Спецодежда используется в промышленности, строительстве, транспорте, торговле, здравоохранении и др. Если рассматривать распределение численности занятого насе-