

- составление карточки нового товара для ассортиментного совета (для эффективного принятия решения по целесообразности ввода товарной единицы);
- проведение ассортиментного совета (обсуждение вопроса возможности ввода новой ассортиментной позиции, предвидение спорных моментов, при необходимости корректировка плана первичной поставки и в итоге формирование заключения совета).

При рассмотрении и выявлении недостатков управления ассортиментной политикой, также хотелось бы отметить нередкое игнорирование сезонных колебаний спроса, в том числе на продукцию, на первый взгляд не сильно зависящую от сезонности. Например, некоторые продукты питания: конфеты и печенье, крекер, восточные сладости, зефир и др. (изменения могут обуславливаться сезонным всплеском спроса: конфеты к новогодним праздникам, печенье и зефир к летнему сезону пикников; большим наличием сезонных товаров-заменителей: фруктов и мороженого; а также физиологическими потребностями человека к калорийной пище в холодное время года и др.). Таким образом, убедившись в наличии сезонных колебаний спроса на товар, пренебрежение этим колебанием спроса и не использование сезонных коэффициентов стоимости продукции в качестве метода стимулирования продаж и стабилизации товарного ассортимента, может ухудшить конкурентоспособность на рынке. Использование сезонных коэффициентов стоимости является своеобразной разновидностью скидок, которое заключается в том, что цена на товар на протяжении года остаётся неизменной, но при покупке товара в определённые месяцы либо кварталы применяется повышающий или понижающий коэффициент. Таким образом, в период спада продаж потребители стимулируются более выгодными условиями, а также благодаря различным коэффициентам корректируется общая прибыль организации на протяжении года (спады компенсируются за счет повышающего коэффициента, а понижающие коэффициенты стимулируют увеличение продаж при падении спроса) [1, с. 391]. Предложенное мероприятие по стабилизации ассортимента является эффективным методом предотвращения значительных колебаний продаж в зависимости от сезонности. Рекомендация позволит увеличить количество ассортиментных позиций с устойчивыми, стабильными продажами и, наоборот, уменьшится количество продукции со значительными колебаниями в объемах продаж.

Таким образом, были разработаны и предложен к использованию рекомендации, с одной стороны, по совершенствованию системы управления товарным ассортиментом и изменению организационной структуры, основанные на принципах категорийного менеджмента, с другой – по стабилизации товарного ассортимента посредством использования сезонных коэффициентов стоимости продукции, а также разработан регламент по вводу новых ассортиментных позиций в товарный портфель.

Библиографические ссылки

1. Основы менеджмента: учебное пособие по специальности «Менеджмент организации» / Л. Л. Алехина [и др.]; под ред. Л. Л. Алехиной. – М.: КноРус, 2013. – 485 с.

УДК 334.021; 346

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ И РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Р. А. Казакевич¹⁾, О. Е. Крупейченко²⁾

¹⁾ Студент экономического факультета Белорусского государственного университета, г. Минск

²⁾ Старший преподаватель кафедры инноватики и предпринимательской деятельности Белорусского государственного университета, г. Минск

В статье анализируется процесс становления и развития предпринимательства в Республике Беларусь, его место в формировании независимой белорусской экономики. Прослежена эволюция государственной политики в сфере регулирования и поддержки предпринимательской деятельности, отмечены достижения и выявлены недостатки.

Ключевые слова: предприниматель; предпринимательство; предпринимательская активность; регулирование предпринимательской деятельности.

ENTREPRENEURSHIP IN THE REPUBLIC OF BELARUS: STAGES OF DEVELOPMENT AND THE ROLE OF STATE REGULATION

R. A. Kazakevich¹⁾, O. E. Krypeichenko²⁾

¹⁾ Student of the Faculty of Economics, Belarusian State University, Minsk

²⁾ Senior Lecturer of the Department of Innovatics and Entrepreneurship
Belarusian State University, Minsk

The article analyzes the process of formation and development of entrepreneurship in the Republic of Belarus, its place in the formation of an independent Belarusian economy. The evolution of the state policy in the sphere of regulation and support of entrepreneurial activity is traced, achievements are noted and shortcomings are revealed.

Key words: entrepreneur; entrepreneurship; entrepreneurial activity; business regulation; small business.

В конце 1980-х гг. в БССР впервые со времен НЭПа наряду с государственным сектором возник реальный частный сектор, началось возрождение предпринимательства. В 1988 г. был принят закон «О кооперации», который декларировал хозяйственную свободу, и легализовал предпринимательскую активность. Основными субъектами предпринимательства, имеющими статус полноценных предприятий и рыночных агентов, выступили кооперативы, в основе которых лежал принцип коллективного самоуправления. В 1991 г. был принят Закон БССР «О предпринимательстве», – предприниматели, в том числе фермеры, получили право «получать любой, не ограниченный в размерах доход».

Когда Беларусь в 1991 г. обрела статус независимого государства, перед ней стал вопрос о формировании экономики, которая позволит улучшить состояние страны и повысить благосостояние народа. Но в условиях распада СССР это было сложно сделать, так как не было своей валюты, безработица росла, некоторые вещи и продукты питания было невозможно достать. Люди, увидев возможность зарабатывать, начали массово регистрироваться в качестве индивидуальных предпринимателей, что помогло решить вопрос с безработицей, но при этом госпредприятия ощутили нехватку трудовых ресурсов [1, с. 133]. Отрицательные тенденции в экономике начала 1990-х гг. при относительной либеральности таможенных законов и легкости выезда за границу создали условия для развития «челночного» бизнеса в Беларуси. «Челноки» регулярно выезжали в Турцию и Польшу по туристическим визам, и ввозили оттуда в Беларусь бытовые товары мелким оптом, для последующей реализации на рынке со значительной наценкой (50–500 %). Именно они составили основу нового предпринимательского класса на постсоветском пространстве, и сформировали в те годы негативный имидж белорусского предпринимателя.

Контроль государственных органов за малым бизнесом не был пристальным, что позволяло предпринимателям скрывать реальные доходы, тем самым незаконно обогащаться. Но времена слабого контроля за частным сектором закончились после проведения первых президентских выборов в 1994 г. Тогда началось активное принятие решений по широкому кругу социальных и политических вопросов, в том числе в сфере предпринимательства. Наблюдалась тенденция к усилению централизованного регулирования предпринимательской деятельности, а также к ее стимулированию, происходило формирование законодательной базы, ориентированной на специфику субъектов малого предпринимательства. Государство стало полностью контролировать процесс открытия и прекращения предпринимательской деятельности. А самому предпринимательству было дано четкое определение, которое используется и сегодня: «Предпринимательская деятельность – это самостоятельная деятельность юридических и физических лиц, осуществляемая ими в гражданском обороте от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность и направленная на систематическое получе-

ние прибыли от пользования имуществом, продажи вещей, произведенных, переработанных или приобретенных указанными лицами для продажи, а также от выполнения работ или оказания услуг, если эти работы или услуги предназначаются для реализации другим лицам и не используются для собственного потребления» [2].

Несмотря на советы международных организаций про поддержку малого и среднего бизнеса, правительство сделало ставку на крупные госпредприятия, которые оно считало фундаментом белорусской экономики. В условиях жесткого государственного регулирования конец 1990-х- начало 2000-х гг. характеризуется «разрастанием» органов государственного управления, призванных к проведению различного рода проверок и санкций в отношении субъектов малого предпринимательства. Происходило разорение значительной части предпринимательских структур, переориентация на преимущественно непроизводственные виды деятельности, – активный рост числа посреднических организаций при одновременном сокращении предприятий в сфере материального производства, малый бизнес интенсивно участвовал в сфере услуг, торговли, общественного питания. При этом с 1 января 1998 года в Беларуси впервые была введена упрощенная система налогообложения.

В Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2001–2005 гг. была поставлена задача уделить внимание малому и среднему бизнесу, с целью улучшения благосостояния граждан и эффективного развития экономики. Было также решено дать возможность малому и среднему бизнесу развиваться и в других областях, таких как промышленность, транспорт, сельское хозяйство и сфера обслуживания. Эти идеи получили отражение и в долгосрочных планах государства на годы вперед вплоть до 2020 г.

Однако, чтобы предотвратить перенасыщение рынка индивидуальными предпринимателями и увеличение количества малых и средних предприятий, в 2003 г. был подписан Указ Президента РБ № 4 «О едином налоге с индивидуальных предпринимателей и других физических лиц и о некоторых мерах регулирования предпринимательской деятельности», что сократило численность работников у индивидуальных предпринимателей до трёх человек. В 2005 г. – решение о запрете принятия на работу сторонних людей, что фактически сделало индивидуальное предпринимательство семейным бизнесом.

Также в 2005 г. был подписан Указ Президента РБ № 225 «О некоторых вопросах осуществления физическими лицами ремесленной деятельности», который позволил физическим лицам вести свою деятельность по изготовлению товаров для удовлетворения бытовых потребностей граждан. Такой вид деятельности позволил физическим лицам самостоятельно регулировать свою деятельность и выбирать направление, которое ему нравится. Похожие цели преследовал и подписанный в 2006 г. Указ Президента РБ № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь».

С момента подписания в 2009 г. Указа Президента РБ № 255 «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства» и принятия в 2010 г. Закона № 148-3 «О поддержке малого и среднего бизнеса» предпринимателям стала оказываться не только финансовая поддержка, но и информационная. Это позволило улучшить положение малого бизнеса и привлечь новых предпринимателей, и в конечном итоге достичь поставленных правительством задач. А Постановление Совмина от 30 декабря 2010 г. № 1911 «О поддержке малого и среднего предпринимательства» положило начало специальным центрам поддержки и инкубаторам, которые предоставляли необходимую информацию начинающим предпринимателям и помочь определиться с направлением их будущей деятельности. Следующими шагами по поддержке предпринимательства стали: Директива Президента РБ от 31 декабря 2010 г. № 4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в РБ» и Декрет Президента РБ от 7 мая 2012 г. № 6 «О стимулировании предпринимательской деятельности на территории средних, малых городских поселений, сельской местности».

В настоящее время либерализация условий ведения бизнеса является одним из приоритетов экономической политики государства в Республике Беларусь, об этом свидетельствует активный процесс позитивных изменений законодательно-правовых условий предпринимательской деятельности, направленных на развитие малого бизнеса, улучшения его отраслевой и территориальной структуры, который наблюдался в 2016–2018 гг. Целью Государственной программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы, является развитие малого и среднего бизнеса как одного, из важных эле-

ментов белорусской экономики. Ключевым программным документом является Стратегия развития малого и среднего предпринимательства «Беларусь - страна успешного предпринимательства» на период до 2030 года, которая направлена на увеличение его вклада в результаты социально-экономического развития страны. Наконец, 23 ноября 2017 г. Президент РБ подписал Декрет № 7 «О развитии предпринимательства», который является ключевым документом по улучшению бизнес-климата в стране, предусматривает кардинальное изменение механизмов взаимодействия государственных органов с бизнесом, сводит к минимуму вмешательство должностных лиц в работу предприятий малого и среднего бизнеса и усиливает механизмы саморегулирования бизнеса, его ответственность за свою работу перед обществом.

Для того, чтобы улучшить условия для ведения бизнеса малым предприятиям, необходимо обеспечить оптимальные и равные условия для всех субъектов хозяйствования. В то же время, предприниматели по-прежнему отмечают наличие барьеров для своей деятельности, в частности – не удовлетворены неравными условиями для ведения бизнеса по сравнению с госпредприятиями, изменчивым законодательством (в том числе налоговым), высокими ставками налогов, обременительными административными процедурами [3].

Малый и средний бизнес, являясь одним из главных элементов любой экономической системы, подстраивается под любые изменения, а также вовлекает в хозяйственный оборот нерентабельные для крупных предприятий ресурсы, поскольку ему присущи динамичность и быстрая адаптация к изменениям внешней и внутренней среды. Тем самым это позволяет удовлетворять запросы потребителей и конкурировать с более крупными предприятиями [4]. Перед каждым решением, которое касается предпринимательской деятельности, нужно принимать во внимание не только интересы государства, но и потребности граждан и самих предпринимателей, которые вправе рассчитывать на равные условия ведения бизнеса и отсутствие препятствий, не позволяющих в полной мере реализовать возможности.

Библиографические ссылки

1. Андрос, И. А. Белорусские предприниматели : 30 лет эволюции поведенческих стратегий / И. А. Андрос // Журн. Белорус. гос. ун-та. Социология. – 2018. – № 2. – С. 129–140.
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь : Кодекс Респ. Беларусь, 7 декабря 1998 г. №218-3 : принят Палатой представителей 28 октября 1998 г. : одобрен Советом Респ. 19 ноября 1998 г. : в редакции от 19.08.2019г. – Минск : Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2019.
3. Исследование состояния малого и среднего частного бизнеса в Беларуси в 2019 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.research.by/publications/sr/1903/>. – Дата доступа 31.01.2020.
4. Зоидов, К. Х. Особенности эволюции малого и среднего инновационного предпринимательства кризисной экономики в постсоветском пространстве / К. Х. Зоидов, Е. В. Моргунов, К. В. Биджанова. – М. : ЦЭМИ РАН, 2009. – 152 с.

УДК 339.138: 658.8.012.12

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Д. С. Ковалева¹⁾, В. Ф. Байнев²⁾

¹⁾ *Магистрант экономического факультета
Белорусского государственного университета, г. Минск*

²⁾ *Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой инноватики и предпринимательской
деятельности Белорусского государственного университета, г. Минск*

В статье анализируются проблемы и перспективы продвижения и сбыта продукции белорусских компаний. На примере отечественного швейного предприятия ОАО «Элема» показано, что совершенствование сбытовой политики белорусских организаций связано с активным поиском и использованием новых возможностей, предоставляемых цифровой трансформацией экономики и социума.