

городского транспорта, оптимизировать маршруты движения городского транспорта. Например, заменить несколько коротких маршрутов на один более длинный. Известно, что наибольшее количество выхлопных газов транспорт выделяет в момент торможения и набора скорости, т.е., когда он тормозит на светофорах. Чтобы избежать этого, можно организовать «зеленую волну»: регулировать движение так, чтобы светофор всегда встречал городской транспорт зеленым светом. Для этого нужно построить большее количество подземных переходов. Также, решить экологическую проблему поможет озеленение автомагистралей.

Необходимость формирования стратегии в малом бизнесе

*Сураучюс Л. А., студ. V к. ГРГУ им. Янки Купалы,
науч. рук. проф. Рабцевич В. В., д-р ист. наук*

Нынешнее развитие бизнеса в нашей стране характеризуется тем, что каждая успешно развивающаяся компания рано или поздно сталкивается с ситуацией, когда основные базовые продажи отлажены, дела приобретают спокойный и размеренный ход, бизнес развивается стабильно и приносит постоянный доход. В данной ситуации имеется возможность усовершенствовать работу внутренних систем компании, чтобы в будущем предотвратить возможные сбои.

Современный бизнес работает по единым стандартам, выработанным на основе более чем столетнего опыта в разных странах мира. Быстро развивающийся деловой мир предусматривает наличие интеграции деловой активности, стандартных процедур и принципов управления, и это является естественной характеристикой малого бизнеса.

Важнейшими конкурентными преимуществами становятся такие факторы, как:

- профессиональный менеджмент и эффективное организационное развитие компании;
- инновационный климат и уникальные продукты, способные привлечь и удержать клиента;
- эффективные бизнес-процессы (управление проектами, управление качеством, маркетинг и сбыт, планирование, мотивация персонала);
- инициативный и высокопроизводительный персонал, способный адекватно реагировать на меняющиеся требования рынка и поддерживающий продуктивную бизнес культуру;
- взаимовыгодные связи с поставщиками и потребителями (агентами, дилерами и дистрибьюторами);
- налаженные взаимоотношения с органами государственного управления;
- способности быстро привлекать финансирование в требуемом объеме и в кратчайшие сроки в результате умения работать с банками и инвесторами.

Главным отличием данных преимуществ является то, что их нельзя просто скопировать, они основываются на нематериальных активах и на их формирование требуются годы.

Таким образом, компетенции в области качественного управления частной компанией, ее финансами, маркетингом и сбытом, человеческими ресурсами повсеместно становятся ключевыми факторами успеха в конкурентной борьбе малого бизнеса. Соответственно, и стратегия компании должна быть направлена на усиление и создание внутренних и внешних компетенций, а также на развитие гибкости взаимодействия бизнеса с партнерами.

Консультантами, давно работающими с предприятиями малого бизнеса, замечено, что чем меньше фирма, тем меньше на нее влияет внешняя среда. Малый бизнес подвержен влиянию внешней среды, но он более гибко приспосабливается к негативному воздействию внешней среды, и процесс восстановления происходит гораздо быстрее.

Существует мнение, что размер компании пропорционален ее успеху. Это не всегда правильное утверждение. Увеличение размеров бизнеса, еще не означает развитие бизнеса. Слишком часто отечественные компании диверсифицируются потому, что не знают, как потратить деньги и потому, что не имеют стратегии развития основного бизнеса вглубь.

Специфическим отличием планирования стратегии для малого бизнеса является то, что при наличии небольшого предприятия возможно объединение анализа внешнего и внутреннего состояния в одну систему, концентрируясь, в основном на внутренних ресурсах и возможностях бизнеса в функциональных направлениях деятельности.

Руководители малого бизнеса часто негативно реагируют на предложение стратегического планирования. Часто руководители малых предприятий воспринимают стратегическое планирование как непрактичную и бесполезную выдумку западных бизнес-консультантов, излишнюю и неприменимую в отечественных условиях. Однако эта тенденция медленно меняется в сторону формирования стратегического мышления владельцев и менеджеров, потому что постоянно ужесточающиеся конкурентные условия ведения бизнеса в Беларуси заставляют руководителей искать новые, более эффективные инструменты управления.

Стратегическое мышление многих руководителей отечественных компаний до сих пор ограничено рамками активов, которыми располагает компания сегодня. При этом компания не учитывает, что ключевыми факторами для успеха в конкурентной борьбе является не загрузка имеющихся мощностей, а реальное увеличение доходности бизнеса на единицу выпускаемой продукции и рост производительности каждого работника. В малом бизнесе до сих пор отсутствует реальная взаимосвязь между достижением стратегических целей и улучшением ключевых финансовых показателей.

Большая часть руководителей, которые используют консультационную помощь при стратегическом планировании, осознают, что невозможно сохранить и укрепить позиции бизнеса, опираясь на привычный устоявшийся стиль управ-

ления. Поэтому необходимо выстраивать качественно новую систему стратегического планирования, способную решать широкий спектр организационных и управленческих проблем.

Литература

1. Норовский, И. О. Стратегическое планирование для малого бизнеса / И. О. Норовский // Конкурентные преимущества малого бизнеса: учеб. пособие / И. О. Норовский. — Минск, 2011. — С. 15–32.
2. Управление инновациями в малом бизнесе [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.dist-cons.ru/modules/innova/section4.html>. — Дата доступа: 06.11.2011.

Перспективные направления развития биржевой торговли в Республике Беларусь

*Толкачёва О. С., студ. V к. Академии управления
при Президенте Республики Беларусь,
науч. рук. ст. преп. Войтович А. И.*

Биржевой товарный рынок в Республике Беларусь хоть и находится в стадии интенсивного развития, как и любое сравнительно новое явление в экономике требует постоянного совершенствования механизма функционирования, что, главным образом, связано с влиянием таких факторов, как освоение новых рынков, внедрение новых инструментов, изменение принципов ведения бизнеса и т. д. Являясь неотъемлемой частью мирового экономического пространства, биржи в Республике Беларусь сталкиваются с необходимостью следовать основным тенденциям и закономерностям современного развития, наиболее общими из которых являются универсализация и укрупнение, смена роли и функции биржи, развитие технологий и рост числа участников, расширение географии и увеличение концентрации биржевых центров и другие. Современная действительность требует от участников экономических процессов своевременной и адекватной реакции на происходящие изменения, что в свою очередь заставляет осуществлять поиск наиболее перспективных направлений развития мировой биржевой торговли, к наиболее актуальным из которых можно отнести следующие:

- *образование единой биржевой сети и новых стратегических альянсов*, что позволит уже существующим биржам завоевывать новые рынки, развивать свою деятельность в перспективных направлениях, более эффективно осуществлять взаимодействие, предоставлять свои, в перспективе — глобальные, услуги, охватывать все большие и большие территории;
- *универсализация деятельности бирж как средство эффективной конкуренции на рынке*. Биржи должны идти по пути предоставления своим