

Иностранный капитал может привести в Республику Беларусь достижения научно-технического прогресса и передовой управленческий опыт. Поэтому включение Беларуси в мировое хозяйство и привлечение иностранного капитала необходимое условие построения в стране современного гражданского общества. Привлечение иностранного капитала в материальное производство выгоднее получения кредитов для покупки необходимых товаров. Поэтому перед нашей республикой стоит сложная и достаточно деликатная задача: привлечь в страну иностранный капитал, не лишая его собственных стимулов и направляя его мерами экономического регулирования на достижение общественных целей. Привлекая иностранный капитал, нельзя допускать дискриминации в отношении национальных инвесторов, предоставляя предприятиям с иностранными инвестициями налоговые льготы, которых не имеют белорусские инвесторы, занятые в той же сфере деятельности. Необходимо создавать благоприятный инвестиционный климат не только для иностранных инвесторов, но и для своих собственных инвесторов.

Привлечение инвестиций в экономику Республики Беларусь позволит создать условия для экономического роста, увеличения налоговых поступлений, что улучшит финансирование социальных программ и бюджетных организаций.

Литература

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь / Беларусь в цифрах // О поступлении иностранных инвестиций в Республику Беларусь в январе-сентябре 2011 г. [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/pressrel/small.php>. — Дата доступа: 27.11.2011.

2. Национальный инвестиционный сайт РБ / Государственная инвестиционная политика в Республике Беларусь — [Электронный ресурс]. — 2009. Режим доступа: <http://www.invest.belarus.by/ru/advantages/investclimate/policy/php>. — Дата доступа: 05.11.2011.

3. Инвестиционный Кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 30 мая 2001 г., одобрен Советом Респ. 8 июня 2001 г.: № 145-З; в Кодекс с 15 июля 2008 г. — Минск: Амалфея, 2009. — 215 с.

Предпринимательство в Республике Беларусь

*Черноокая А. Н., студ. III к. БарГУ,
науч. рук. ст. преп. Бычинская В. Д., магистр эк. наук*

Предпринимательство — это особая форма экономической активности, основанная на инновационном самостоятельном подходе к производству и поставке на рынок товаров, приносящих предпринимателю доход и осознание своей значимости как личности. Основную часть белорусского предпринимательства составляет малый и средний бизнес.

Малое предпринимательство является важным фактором, способствующим успешному решению следующих проблем: созданию дополнительных рабочих мест, насыщению потребительского рынка товарами и услугами, формированию конкурентной среды, стабильных налоговых поступлений, эффективного использования творческих способностей людей;

Численность организации малого бизнеса в Республике Беларусь на 1 января 2011 г. составила 84 164 организации, из них 74 246 осуществляли деятельность в 2010 году. Таким образом, в последние годы в республике наблюдается положительная динамика роста числа субъектов малого предпринимательства. На начало 2011 г. число организаций малого бизнеса увеличилось на 8,7% по сравнению с 2009 годом [1]. Необходимо отметить, что большая часть малых предприятий и индивидуальных предпринимателей сконцентрирована в городе Минске. Это объясняется развитой производственной и социальной инфраструктурой города, на его территории сконцентрированы огромные производственные мощности и квалифицированные кадры.

Основной проблемой областного предпринимательства является неравномерность распределения субъектов хозяйствования по территории региона. Практически везде малый бизнес примерно на 50% сосредоточен в областных центрах. Для Беларуси особенно актуально развивать малый бизнес в регионах. Одним из средств решения подобной проблемы является создание свободных экономических зон. Проблемой является и то, что сегодня 42% предприятий малого и среднего бизнеса заняты в торговле и общественном питании, тогда как в промышленности их 19,9%, строительстве (10,2%), транспорте (8,4) и сельском и лесном хозяйстве (3,4%) [2].

Для того, чтобы доля предприятий малого и среднего бизнеса росла, им необходима государственная поддержка. В Республике Беларусь крупная государственная поддержка оказывается государственным предприятиям. Такие предприятия слабо заинтересованы в улучшении показателей собственной работы и снова получают государственную поддержку. Продолжение существующей ныне практики, когда менее эффективные предприятия получают больше льгот и преференций, не способствует повышению эффективности хозяйственной деятельности. На развитие предпринимательства существенное влияние оказывают менталитет, образование и психологическая готовность населения открывать собственное дело. Для того чтобы этот сектор экономики стал приоритетным, следует готовить население к проявлению бизнес-активности. Этому способствуют центры поддержки предпринимательства, бизнес-инкубаторы, технопарки. На начало февраля 2011 г. в Беларуси действовали 54 центра поддержки предпринимательства и 11 инкубаторов малого предпринимательства [3]. В последнее время появилась тенденция к их ликвидации. Необходимо создавать условия для самостоятельного развития малого бизнеса, а за инкубаторами оставить функции по развитию особо чувствительных

к конъюнктуре рынка инновационных предприятий, ориентированных на научно-технические разработки.

Итак, можно сделать следующие основные выводы:

Во-первых, в Республике Беларусь используется в экономике модель «доминирующего государства», которая предполагает ориентацию предпринимательской деятельности не только и не столько на критерии экономической целесообразности, сколько на другие институциональные установки, вытекающие из политических соображений.

Во-вторых, очевидна необходимость использования стимулирующих возможностей каждой формы собственности, что должно обеспечиваться соответствующими институциональными условиями. Развитие предприятий должно базироваться на результатах их собственной деятельности, а не на финансовой поддержке со стороны государства.

В-третьих, предпринимательский сектор экономики сможет успешно развиваться в случае, если будет обеспечено существенное снижение транзакционных издержек входа на рынок (в том числе снижение расходов на регистрацию предприятия, минимизация потерь от проверок со стороны контролирующих органов).

Литература

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь / Беларусь в цифрах // О финансово-хозяйственной деятельности субъектов малого предпринимательства в Республике Беларусь в 2010 году [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/pressrel/small.php> — Дата доступа: 27.11.2011.
2. Статистический сборник — «Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2011» [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/publications/yearbook/2011/about.php> — Дата доступа: 26.11.2011
3. О поддержке малого и среднего предпринимательства: Закон Республики Беларусь от 01.07.2010 г. № 148-З // ЭТАЛОН- Беларусь [Электрон. ресурс] / Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. — Минск, 2010.

Теоретический аспект маркетинговой деятельности в учреждениях культуры

*Чилик Д. А., студ. V к. ГрГУ,
науч. рук. Карпов В. А., канд. эк. наук, доц.*

Результаты в любой сфере деятельности зависят от наличия и эффективного использования маркетинговой деятельности предприятия.

В настоящее время осуществляется перевод всех субъектов хозяйствования на самоокупаемость и на получение прибыли. Театрально-зрелищные организа-