

Швец Марина Александровна, Левицкая Виктория Владимировна.
**Бизнес-карта как способ содействия развитию малого бизнеса в
Республике Беларусь.**
(*Белорусский государственный экономический университет*)

Основу рыночной экономики любой страны составляет предпринимательство, осуществляемое малыми и средними предприятиями. Предприниматель способен не только быстро заполнять ниши, образующиеся в потребительской сфере, но и сравнительно быстро окупаться. Он создает атмосферу конкуренции, а также среду и дух предпринимательства, без которых рыночная экономика невозможна [1, с.8].

Малый бизнес, в отличие от крупных предприятий, намного быстрее реагирует на любые изменения на рынке и стремится внедрять новые технологии. Здесь практически отсутствует бюрократический аппарат, намного эффективнее работа каждого сотрудника, так как он видит, как его труд оказывает влияние на общий успех [2, с.40].

Несмотря на все достижения, предпринимательство Республики Беларусь в своем развитии сталкивается с некоторыми проблемами, такими как сложное налоговое законодательство и значительная налоговая нагрузка, трудности с арендой, недостаточный опыт или его отсутствие, инфляция. В связи с наличием данных сложностей исследуемая тема является актуальной и требующей внимания для ее рассмотрения.

Для решения этих проблем функционирует Совет по развитию предпринимательства в Республике Беларусь, при Совете Министров – Межведомственная комиссия по поддержке и развитию малого предпринимательства, при Министерстве экономики – рабочая группа, в состав которой включены представители некоммерческих организаций, предпринимателей, на областном уровне – советы по развитию предпринимательства [4, с.5]. Большое развитие получили инкубаторы малого бизнеса [3].

Также одним из препятствий, которое встает сегодня на пути белорусского предпринимателя является дефицит информации, который заключается в поиске оптимального размещения фирмы в пределах района или города.

Таким образом, целью работы является определение проблем развития малого бизнеса в районах, городах, регионах, областях, всей страны в целом и разработка путей активизации предпринимательства путем использования бизнес-карты.

Для достижения поставленной цели было проведено исследование по размещению различных товаров в микрорайоне Сухарево. По средствам опроса предполагалось выяснить потребительские предпочтения населения микрорайона и определить субъективные оценки потребителей о существующем дефиците продуктов. Полученные данные позволят составить карту района по различным товарам и услугам, и, как результат, данная бизнес-карта даст возможность предпринимателю увидеть, в каком районе

его ожидает конкуренция.

На сегодняшний день похожие данные имеются только о крупных предприятиях, но современный белорусский предприниматель не обладает возможностями на начальных этапах развивать крупный бизнес, поэтому необходимо развивать малый бизнес.

На основе проведенного исследования было выяснено, что наиболее развита в микрорайоне сеть супермаркетов, которые торгуют продовольственными товарами (5 супермаркетов), имеется достаточное количество кафе (4 шт.), отделов, где продаются товары для быта, обувных отделов и зоомагазинов (по 2). При этом совсем не имеется магазинов строительных материалов, отделов спорттоваров и магазинов для дачников.

После проведенного в микрорайоне опроса населения, были получены данные о том, что жители желают, чтобы появилось больше точек продажи обуви, детских и строительных товаров, электротехники, швейных принадлежностей, спорттоваров, центров досуга и сервисов по ремонту машин. На основе полученных данных была составлена карта микрорайона (рисунок 1). На нее нанесены имеющиеся супермаркеты, кафе, отдел обуви, зоомагазин и т.д. Каждый вид товаров имеет на карте свой цвет, поэтому предпринимателю будет легко увидеть насыщенность или недостаток размещения торговых точек какого-либо продукта. Такие данные помогут ему определить свои возможности в этом районе с определенным видом товара, который у него имеется.

Бизнес-карта может быть размещена в интернете, где любой пользователь, преследуя те или иные цели (т.е. покупку товара, или размещение торговой точки своего продукта), может найти необходимую информацию. Карта может заполняться информацией, поступившей от новых предпринимателей, открывших свое дело. В дальнейшем на нее можно будет добавлять сведения о цене товара и ссылки на интернет-страницы предприятия.

Исходя из вышеизложенного, целесообразно разработать данную карту и использовать ее в целях развития малого бизнеса. Карта должна быть составлена для всех районов города Минска, затем и для других городов республики, что может дать предпринимателям целостную картину о конкуренции.

На первых этапах данная разработка нуждается в финансовой и организационной помощи, которую может обеспечить государство. Необходимы какие-либо субсидии, декреты о развитии проекта, но в дальнейшем бизнес-карта сможет сама окупаться за счет размещения на ней рекламы.

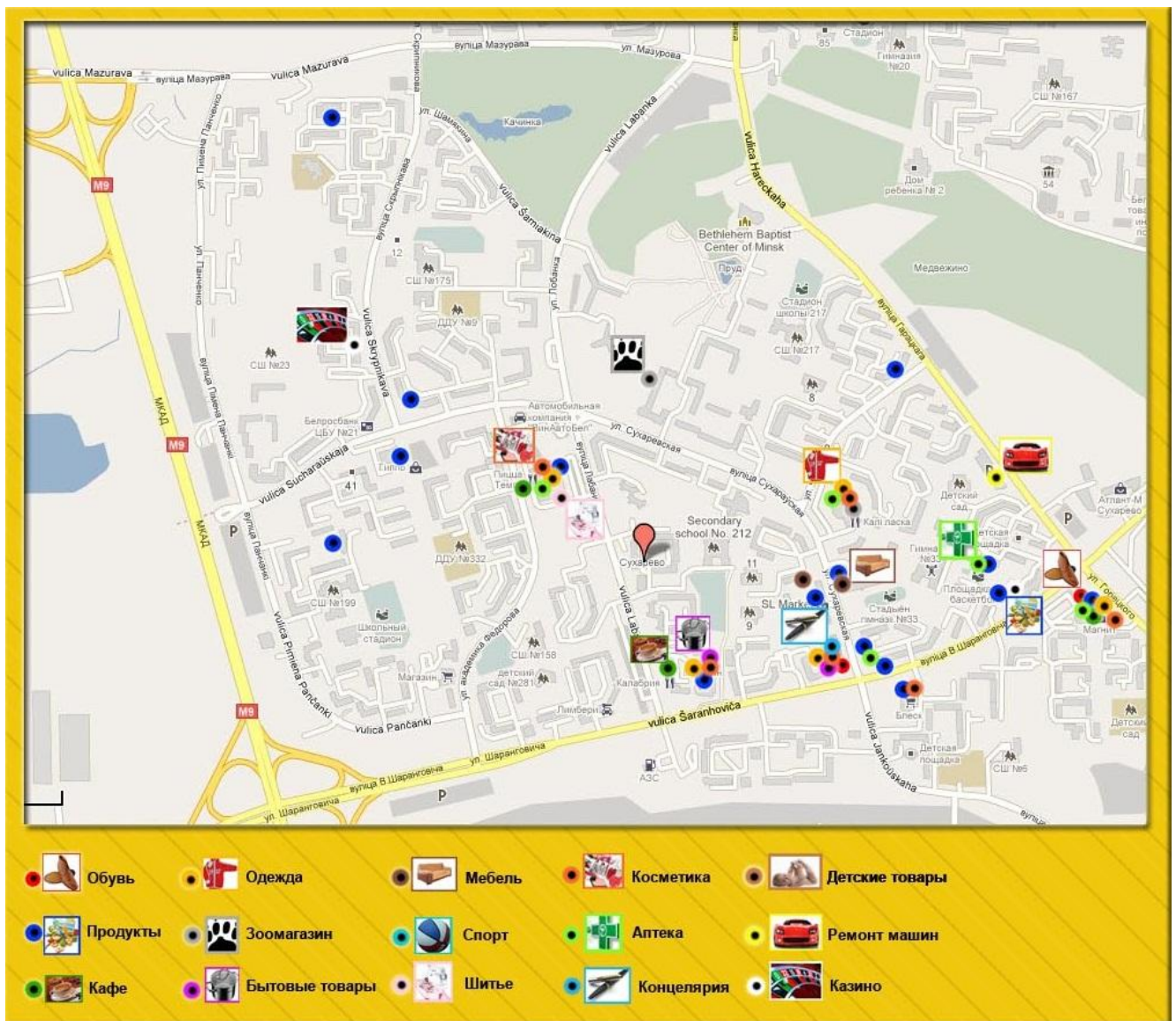


Рисунок 1 — Карта микрорайона Сухарево

Таким образом, карта даст возможность развиваться предпринимательству в стране, оценивать поставщику товаров свои возможности, а также позволит разместить рекламу продукции. Кроме этого, она устранит дефицит информации по размещению и нехватке определенных видов продуктов.

Список использованных источников:

1. Горфинкель, В.Я. Малое предпринимательство: организация, управление, экономика: учеб.пособие / В.Я. Горфинкель – Москва: Инфра-М, 2011. – 349 с.
2. Шеремет, А.Д. Малое предпринимательство: организация, управление, экономика: учеб.пособие / А.Д. Шеремет – Москва: Инфра-М, 2009. – 480 с.
3. Толочко, А. Инкубатор, но не тот / А.Толочко // Республика. – 2011. – 27 окт. – С. 2.
4. Яшева, Г.А. Развитие предпринимательства/ Г.А.Яшева // Бел. эконом. Журнал. – 2011. – №3. – с.4-20.