

К. Д. Карницкий, О. А. Лабейко
 Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
 Барановичи, Республика Беларусь

НАЦИОНАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Введение. В современных условиях исследования в области оперативного и стратегического управления бизнес-моделями становятся все более востребованными как в академическом, так и в профессиональном сообществе. Актуальность научных изысканий связана с потребностью компаний в новых источниках роста и увеличении конкурентоспособности на динамичных рынках. Исследования, проведенные Г. Чесброу, подтверждают, что успешное развитие компаний в значительной степени зависит от выбранной бизнес-модели.

Основная часть. Малый и средний бизнес (далее — МСБ) играет важную роль в национальной экономической системе, обеспечивая экономический рост, мобильность ресурсов, гибкость производственных отношений в стране. Меры, направленные на поддержку МСБ, реализуются в форме как национальных проектов, в рамках которых осуществляется поддержка предпринимательства. Это создает благоприятную институциональную среду, способствует развитию МСБ и обеспечивает его успешное функционирование.

В Республике Беларусь сектор малого и среднего бизнеса функционирует в двух организационно-правовых формах: индивидуальные предприниматели и юридические лица, соответствующие определенным критериям. Следует подчеркнуть, что юридические лица являются более прогрессивной и эффективной формой предпринимательской деятельности. В настоящем исследовании при рассмотрении проблем развития МСБ основное внимание будет уделено деятельности юридических лиц. Для достижения этой цели выполнен динамический анализ МСБ в Республике Беларусь за период 2017—2022 гг. (рисунок 1).

В 2022 году в Республике Беларусь функционировало 113 355 предприятий малого и среднего бизнеса. Исследование динамики числа этих предприятий показывает, что за последние 6 лет их количество изменялось с незначительной волатильностью. Сравнительный анализ данных за 2022 год с данными за 2017 год показывает увеличение общего количества предприятий на 3,07 % или на 3 384, включая уменьшение числа малых предприятий на 3,45 % и увеличение микропредприятий на 4 %, а также уменьшение числа средних предприятий на 4,2 %.

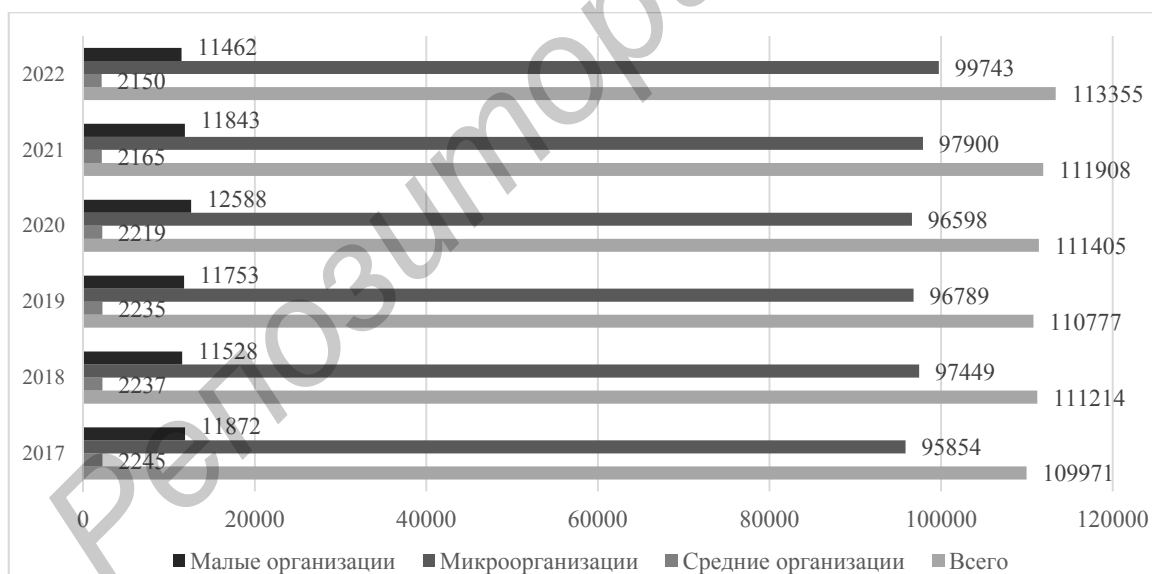


Рисунок 1 — Динамика количества субъектов малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь за 2017—2022 гг.

Примечание. — Источник: [4]

Текущий тренд свидетельствует о поступательном развитии предприятий малого и среднего бизнеса. Этот вывод подтверждается также анализом данных о количестве индивидуальных предпринимателей. На 1 января 2022 г. в стране работали 273 тыс. индивидуальных предпринимателей. Начиная с 2017 г. число ИП прирастало: в 2017 г. — на 140 человек, в 2018 г. — на 5,1 тыс., в 2019 г. — на 15,3 тыс., в 2020 г. — на 12,5 тыс., в 2021 г. — на 3,5 тыс. человек. Общее количество индивидуальных предпринимателей даже превышает число предприятий малого и среднего бизнеса. Увеличение числа индивидуальных предпринимателей является положительным явлением, при этом, с точки зрения влияния на экономику, более предпочтительным является рост малых и средних предприятий. Вклад малого и среднего бизнеса за 2022 год составил 25,7 % [5].

Во всех развитых экономиках предоставляется разнообразная организационная и финансовая поддержка малому и среднему бизнесу, что способствует его динамичному развитию и, как результат, приносит значительные доходы в бюджет. Это в свою очередь способствует эффективному функционированию экономической системы и повышению уровня жизни населения. Таким образом, МСБ становится одним из ключевых источников экономического роста в развитых странах.

В настоящее время существует множество точек зрения на причины невысокого роста субъектов МСБ в Республике Беларусь. В соответствии со Стратегией развития малого и среднего бизнеса на период до 2030 года, утвержденной Советом Министров Республики Беларусь 17.10.2018 № 743, выделяют следующие тренды развития МСБ.

1. Нестабильность законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность, отсутствие должной оценки воздействия проектов нормативных актов на бизнес-среду, что мешает МСБ вести перспективное планирование.

2. Отсутствие условий для конкуренции, монополизм, особенно со стороны крупных государственных организаций.

3. Недостаточно развитая институциональная поддержка и инфраструктура для ведения бизнеса.

4. Ограниченный доступ к финансированию, включая недостаточное развитие микрофинансовых организаций.

5. Неопределенность в законодательстве относительно понятия субъектов малого и среднего предпринимательства, что затрудняет анализ данных и принятие адекватных мер поддержки.

Государство выражает свою позицию относительно регулирования общественных отношений путем принятия нормативных правовых актов. В Республике Беларусь приняты и действуют нормативные документы, которые направлены на развитие малого и среднего бизнеса. Эти документы определяют и регулируют институциональную базу для развития предпринимательства, включая процесс создания и регистрации предприятий, условия предоставления финансовой поддержки и другое. Государственная заинтересованность проявляется в создании институциональных основ, правовом регулировании и материальном стимулировании различных процессов. Это указ Президента от 21 мая 2009 года № 255, который утверждает положение о государственной финансовой поддержке субъектам МСБ и инфраструктурной поддержке. Данный документ регулирует предоставление финансовой помощи разных форм, включая безвозмездную [2]. Важным нормативным документом является Закон Республики Беларусь «О поддержке малого и среднего предпринимательства», который определяет категории предприятий МСБ, включая микроорганизации (со средней численностью работников за календарный год до 15 человек), малые организации (от 16 до 100 человек), средние организации (от 101 до 250 человек) [3]. В Законе Республики Беларусь «О поддержке малого и среднего предпринимательства» определены условия и направления государственной помощи для сектора малого и среднего бизнеса, включая финансовую, имущественную и информационную поддержку, а также помощь в организации внешнеторговой деятельности и обучении кадров.

В рамках реализации этих документов приняты нормативные акты, которые привели к созданию и функционированию центров поддержки предпринимательства, инкубаторов малого предпринимательства и учреждений финансовой поддержки для предпринимателей МСБ. Основная цель их работы заключается в оказании субъектам МСБ помощи в организации и ведении предпринимательской деятельности через использование различных инструментов.

Для развития бизнеса необходимо обеспечить финансирование, которое может быть направлено как на поддержание и создание оборотных средств, так и на инвестиции в основные средства и нематериальные активы. Поиск источников капитала является одним из ключевых заданий для предпринимателей, поскольку без него невозможен рост. Финансирование может осуществляться как из внутренних, так и из внешних источников. ОАО «Банк развития Республики Беларусь» играет ключевую роль в предоставлении финансовой поддержки, предлагая специальные кредитные продукты и льготные экспортные кредиты для местных экспортеров. Направления поддержки МСБ динамично меняются в зависимости от приоритетных задач развития страны, включая финансирование инновационных проектов через инновационные фонды, соответствующие приоритетным направлениям научных исследований и технической деятельности.

Заключение. Таким образом, в Республике Беларусь сформированы институты, обеспечивающие поддержку и стимулирование развития деятельности малого и среднего бизнеса. Создание эффективной инфраструктуры для малого и среднего бизнеса является важным фактором успеха экономической политики Республики Беларусь. Поддержка инфраструктурных проектов способствует улучшению предпринимательской среды, снижению издержек и повышению конкурентоспособности бизнеса. Это позволяет предприятиям более эффективно функционировать, привлекать инвестиции и способствовать устойчивому росту экономики.

Список цитируемых источников

1. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — 2022. — Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/statistikapredprinimatelstva/statisticheskie-izdaniya/_index_15937/. — Дата доступа : 10.04.2024.

2. Статистический ежегодник 2023 Республика Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь — 2023. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/0a7/1k1zigmat2zbcwvo3ljrfl1tow2f5zd2.pdf> — Дата доступа: 10.04.2024.

3. О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства [Электронный ресурс] : Указ Президента Республики Беларусь от 21 мая 2009 г. № 255 : с изм. и доп. : текст по состоянию на 12 дек. 2021 г. — 2020. — Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P30900255>. — Дата доступа : 10.04.2024.

4. О поддержке малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 1 июля 2010 г. № 148-З: с изм. и доп. : текст по состоянию на 10 янв. 2022 г.. — 2020. — Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H11000148>. — Дата доступа: 10.04.2024.

УДК 378.14

М. А. Ковальчук

*Учреждение образование «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь*

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Введение. Существует множество дефиниций «социального предпринимательства», и они довольно сильно рознятся. Проблема здесь заключается в том, что к «социальному предпринимательству» в общественном сознании относятся и бизнес, и благотворительность, и деятельность социальных служб, и деятельность государства. И такая ситуация создаёт сильную путаницу при попытке дать определение социальному предпринимательству. Рассмотрим, какой выход из данной ситуации находят исследователи.

Основная часть. С определением предпринимательства уже сложилась определённая ясность, но с социальным предпринимательством ситуация несколько иная. Существует множество дефиниций «социального предпринимательства», и они довольно сильно рознятся. Проблема здесь заключается в том, что к «социальному предпринимательству» в общественном сознании относятся и бизнес, и благотворительность, и деятельность социальных служб, и деятельность государства. И такая ситуация создаёт сильную путаницу при попытке дать определение социальному предпринимательству. Рассмотрим, какой выход из данной ситуации находят исследователи.

Термины «социальное предпринимательство» и «социальный предприниматель» впервые упоминаются в 1960—1970-х годах в англоязычной литературе, посвящённой вопросам социальных изменений. В качестве примера можно привести работу Джэя Бэнкса «The Sociology of Social Movements» социальным предпринимателем назван английский философ и один из первых социальных реформаторов XIX века Роберт Оуэн. Он определённо является если не пионером социального предпринимательства, то точно новатором своего времени. Он считал, что человек составляет продукт внешних окружающих его условий и воспитания; чем выше последние, тем более облагораживается и совершенствуется человеческая природа. Исходя из этого, обязанность заботиться о наёмных рабочих вполне совпадает с интересами работодателя. Был проведён эксперимент на отдельно взятой фабрике в Нью-Ланарке, где Оуэн ввел сравнительно короткий для того времени рабочий день (в 10,5 часов), установил новые машины, создал ясли, детский сад и образцовую школу для детей и рабочих, провел ряд мер для улучшения условий труда и быта рабочих, открыл магазин для рабочих, где продавал товары по сниженным ценам. Эксперимент был удачным, он привёл к улучшению благосостояния рабочих и коммерческому успеху фабрики. В дальнейшем Оуэн продолжил служить интересам рабочего класса, борясь за фабричное законодательство, за улучшение условий труда. Его активная деятельность помогла консолидации кооперативного движения в Великобритании и способствовала введению более гуманного трудового законодательства. Однако проблема Оуэна заключалась в том, что его теория утопического социализма была несостоятельна, так как не опиралась на знание объективных законов общественного развития и его движущих сил.

Как уже упоминалось выше, в английской литературе термин «социальное предпринимательство» появляется в 60—70 гг. 20 века. Однако в общественное широкое употребление термин войдёт только в 1980-х годах. Популяризатором термина называют американского бизнес-консультанта и менеджера Билла Дрейтона. Он сам описал социальных предпринимателей следующим образом: «Социальные предприниматели не довольствуются только тем, чтобы дать рыбу или научить ловить рыбу. Они не успокоятся, пока не осуществят революцию в рыбной промышленности» [1].

Немаловажным этапом в популяризации социального предпринимательства стала публикация британского журналиста Чарльза Лидбитера «Пришествие социального предпринимателя». В ней автор пишет, что качество, которым в изобилии обладают социальные предприниматели — это лидерство [2]. Также Лидбитер описывает здесь важность миссии в мотивации и объединении талантливых людей.

Социальное предпринимательство впервые было рассмотрено в качестве профессии и области для академического изучения американским экономистом Грегори Диз. Он в 1990-х годах опубликовал новаторскую статью «Смысл „социального предпринимательства“», в которой классифицирует социальных предпринимателей как один из видов предпринимателей, отличительной особенностью которых является социальная миссия [3]. И эта миссия наделяет таких предпринимателей определёнными проблемами. Цель социальных предпринимателей — позитивно воздействовать на мир путём достижения своей миссии, а средства для достижения этой цели — это финансы. Что и отличает социальных предпринимателей от остальных, ведь для них конечная цель — получение прибыли. Однако рынки, на которых действуют социальные пред-