

Анализ показывает, что малое предпринимательство в России обладает рядом отличительных особенностей, которые не характерны для малого бизнеса на Западе. Среди них можно выделить: высокий уровень диверсификации малых предприятий, общий низкий технологический уровень, низкую технологическую оснащенность; неразвитость системы организации и инфраструктуры поддержки малого предпринимательства; стремление к максимальной самостоятельности; высокий уровень квалификации кадров и др. Имеется также ряд специфических особенностей социальной структуры малого бизнеса. Многие отличительные особенности Российского малого предпринимательства непосредственно вытекают из экономических условий и проблем.

Таким образом, уровень развития малых предприятий в России, при сохранении нынешних тенденций и условий, все больше отстает от потребностей рыночной экономики, не позволяет реализовать предпринимательский ресурс общества для решения экономических и социальных задач.

#### **Литература**

1. Манапов Р.Г. Организационные проблемы развития предпринимательства в России. Саратов, 1993. С. 34-36
2. Иванова М. Кооперация: Итоги года // Экономика и жизнь. 1990. №12
3. Шамхалов Ф. Малое предпринимательство // Экономист. 1994. №11. С. 70
4. Вопросы экономики. 2002. №7. С.127-139

## **КАЧЕСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ**

*В.М. Строк*

Научный руководитель – к.э.н., доцент *В.Б. Зубик*

*Белорусский государственный экономический университет*

Цель исследования – разработка метода качественной оценки работы Интернет-магазина. Общая цель работы характеризуется следующими задачами:

- Изучить и проанализировать современное состояние и специфику деятельности Интернет-магазинов, выявить их преимущества и недостатки;
- Выделить и охарактеризовать критерии качественной оценки Интернет-магазина;
- Посредством вербально-числового сравнения и сравнения на основе взвешенных нормализованных критериев сопоставить несколько Интернет-магазинов, с различными маркетинговыми комплексами.

В процессе исследования были использованы следующие методы: статистические и математические методы, метод логического единства, метод анализа и синтеза, метод экспертных оценок, а также метод компаративного анализа.

В настоящее время в мире происходит стремительный рост количества Интернет-магазинов и Интернет-покупателей. Расходы на покупки, совершенные в 2000 году под влиянием сети Интернет, составили 235 миллиардов долларов, а к 2005 году достигнут 831 миллиарда. Одновременно с количеством, растет и значение Интернет-магазинов в современной экономике: в 2005 году Интернет будет влиять на совершение 75% розничных покупок.

Учитывая основные преимущества и недостатки деятельности Интернет-магазинов как с точки зрения покупателей, так и с точки зрения продавцов, в процессе исследования были выделены и использованы следующие критерии для качественной оценки деятельности электронного магазина:

- внешний вид веб-страницы;
- навигация по веб-странице;
- внимание к покупателю;
- простота возврата в исходный пункт;
- сервисная поддержка; наличие достаточной информации о продукте;
- цена товара;

- своевременность доставки;
- наличие товара на складе;
- разнообразие ассортимента на складе.

В связи с тем, что вышеперечисленные критерии имеют разную экономическую природу и неодинаковые единицы измерения, данные, полученные в результате вербально-числовой оценки, были приведены к безразмерным величинам посредством нормализации критериев. Для получения достоверного окончательного вывода относительно качества того или иного Интернет-магазина, каждому критерию был присвоен весовой коэффициент важности. Числовые оценки коэффициентов важности устанавливаются экспертным путем в зависимости от вида представленной в Интернет-магазинах продукции. Итоговые результаты были получены в результате умножения нормализованных числовых критериев на соответствующие коэффициенты важности.

#### **Литература**

1. Joel Reedy, Shauna Schulla, Kenneth Zimmerman. Electronic Marketing – The Dryden Press: Harcourt College Publishers, 2000. – 466 p.
2. Царев В.В., Кантарович А.А. Электронная коммерция. – СПб.: Питер, 2002. – 320 с.
3. Гасман А. Маркетинговые принципы построения виртуальных страниц Internet: <http://www.marketing.spb.ru/read/article/a36.html>
4. <http://www.binarycompass.com>

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ЕС**

***З.В. Сулимчик***

Научный руководитель – к.э.н. ***Ж.П. Аникина***

*Белорусский государственный аграрный технический университет*

То, что один из самых мощных в истории человечества союз государств возник в Европе, не случайность. Это явилось следствием двух мировых войн, кровопролитных и жестоких для всей Европы. Именно эти две войны показали альтернативный для Европы путь, путь, который мог бы оставить войны между странами континента Европа лишь в людской памяти. Интеграция в Западной Европе достигла к настоящему времени наиболее высокого уровня. Из ядра, объединявшего в 1957 г. рынки шести стран, она переросла в Европейский союз, в который входят 16 стран и который имеет тенденцию к дальнейшему расширению. Задачей 21 века является расширение Европейского Союза и включение новых стран-членов - особенно из Центральной и Восточной Европы. Расширение ЕС и вовлечение в его орбиту все большего количества стран континента ставит вопрос об эволюции Беларуси, которую, к сожалению, некоторые европейские комментаторы называют "черной дырой" либо "серым пятном" на карте объединяющейся Европы. Насколько справедливы данные утверждения? Бесспорно, у нашего общества имеется целый ряд недостатков - так же, как и у любой другой страны в постсоветском мире. Всем нам предстоит преодолевать в значительной степени одни и те же проблемы и препятствия. И исполнительная, и законодательная власть Беларуси системно и основательно работают над этим.

Европейский союз придерживается мнения, что Беларусь нуждается во многих переменах для того, чтобы достичь полнокровных европейских стандартов. Действительно, за 10 лет независимости с момента распада Советского Союза, белорусское общество все еще до конца не определилось относительно своего места в мире, ориентиров и приоритетов своей внешней политики. В настоящее время Европейский союз и Республика Беларусь переживают особо важный период с точки зрения будущего своих взаимоотношений. Целая совокупность факторов указывает не только на целесообразность, но и необходимость серьезного улучшения отношений. Нужно оставить в прошлом близорукую политику санкций, которая была тормозом для этих отношений. Да и не только