

Гибкость ассортиментной политики туристического предприятия предполагает поиск возможностей для решения достаточно сложных проблем. В том случае, если ассортиментная политика не будет полностью открытой для новых идей и методов, то она не будет стимулировать развитие туристического предприятия.

Ассортиментная политика оказывает непосредственное влияние на показатели конкурентоспособности туристического предприятия. Благодаря рациональной ассортиментной политике возможно оказание конкурентоспособных туристических услуг и завоевание значительной рыночной доли.

Отсутствие ассортиментной политики на туристическом предприятии ведет к неустойчивости структуры ассортимента из-за воздействия случайных или переходящих текущих фактов, потери контроля над конкурентоспособностью и коммерческой эффективностью туристических услуг. Хорошо продуманная ассортиментная политика туристического предприятия является гарантом не только построения оптимальной ассортиментной модели, но и сохранения позиций на туристическом рынке, влияет на формирование имиджа и конкурентоспособность туристического предприятия.

Заключение. В данном исследовании были изучены теоретические аспекты анализа и формирования ассортиментной политики туристического предприятия. На основе обзора литературных источников было выявлено, что анализ и последующее формирование ассортимента является одним из важнейших условий организации эффективной работы туристического предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зотов, В.В. Ассортиментная политика фирмы: учебник / В.В. Зотов – М.: Эксмо, 2016. – 240 с.
2. Иванова, В.И. Управление ассортиментной политикой предприятия: учебник/ В.И. Иванова – М.: Инфра-М, 2015. – 194 с.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга: учебник / Ф. Котлер – М.: Издательский дом «Вильямс», 2014. – 656 с.
4. Симонова, А.П. Ассортиментная политика фирмы: учебник/ А.П. Симонова – М.: 2014. – 221 с.
5. Сухов, В.К. Управление товарным ассортиментом на предприятии: учебник/ В.К. Сухов – СПб.: Питер, 2015 – 264с.

УДК 658

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

канд. экон. наук, доцент А.А. Коган, БНТУ, Минск

Резюме – правительство Республики Беларусь возлагает большие надежды на национальный малый бизнес и рассматривает его как локомотив вывода экономики на принципиально новые направления и масштабы. В статье проводится анализ возможностей национального малого бизнеса и анализируется зарубежный опыт его поддержки.

Введение. В соответствии с Законом Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. «О поддержке малого и среднего предпринимательства» критерием отнесения к микроорганизациям является годовая среднесписочная численность работников до 15 человек, к малым организациям – от 16 до 100 человек. На такие организации в большинстве стран мира направляют значительные государственные усилия по поддержке, т.к. они обеспечивают занятость населения, существенный вклад в ВВП и ВДС, способствуют развитию конкуренции, насыщению рынка новыми товарами и услугами, а также эффективно сотрудничают с крупными предприятиями.

Основная часть. Конкурентоспособность малого бизнеса можно определить как его способность динамично развиваться, наращивать объемы продаж, оставаясь более социально и экономически эффективным по сравнению с крупными предприятиями. Малые организации в развитых странах составляют важнейший сектор национальных экономик. Традиционно крупные предприятия определяют уровень научно-технического и производственного потенциала страны, а малый бизнес обеспечивает социально-экономическую стабильность развития в силу своей массовости и доступности ведения. В 2017 году доля малых и средних организаций в ВВП Республики Беларусь составила 24,7 % (микро- и малые организации – 14,9 %), в то время как в странах Евросоюза, США, Китае этот показатель превышает 50%. Занятость в малом и среднем предпринимательстве Республики Беларусь около 30 % экономически активного населения, что тоже является очень низким показателем по сравнению с более развитыми странами [3].

К основным конкурентным преимуществам малого предпринимательства относят: возможность быстрого создания предприятия, новых производств и новых рабочих мест; оперативное реагирование на сигналы рынка и изменения бизнес-среды; высокая заинтересованность в результатах своей деятельности и, в связи с этим, ориентация на максимальное удовлетворение запросов потребителей; низкие косвенные издержки; восприимчивость к нововведениям; экономическая и производственная гибкость и мобильность; быстрая оборачиваемость средств; высокий уровень специализации производства и труда [4].

Для оценки макроэкономической конкурентоспособности малого бизнеса в Республике Беларусь сравним показатели работы субъектов малого и крупного предпринимательства. В качестве индикаторов конкурентоспособности определены показатели вклада малого бизнеса в основные социально-экономические показатели страны, а также рентабельность продаж и доля убыточных организаций (таблица 1).

Таблица 1 – Показатели конкурентоспособности малого бизнеса Республики Беларусь

	Микро- и малый бизнес		Темп роста	Средний бизнес		Темп роста	Крупный бизнес		Темп роста
	2011	2017		2011	2017		2011	2017	
Количество субъектов	88 673	107 726	121,49	2 604	2 245	86,21	26 372	32639	123,76
Удельный вес в ВВП, %	14,1	14,9	105,67	6,5	6,7	103,08	79,4	78,4	98,74
Удельный вес в ВДС, %	15,9	17,2	108,18	7,3	7,8	106,85	76,8	75	97,66
Удельный вес в занятости населения, %	17	18,3	107,65	9,1	8,4	92,31	73,9	73,3	99,19
Удельный вес в экспорте товаров, %	33,9	40	117,99	12,2	6,9	56,56	53,9	53,1	98,52
Средняя численность работников, тыс. чел.	794,7	788	99,16	428,8	363,6	84,79	3231,5	2931,5	90,72
Средняя численность работников в расчете на одну организацию	9	7	77,78	165	162	98,18	1084,9	882,1	81,31
Оборот внешней торговли товарами. млрд. долл. США	25,5	23,1	90,59	7,4	5,1	68,92	43,0	30,553	71,09
Рентабельность продаж	12,5	7,3	58,40	10,5	8,6	81,90	12,7	9,4	74,02
Доля убыточных организаций	20,3	21,6	106,40	6,2	18,7	301,61	14,5	21,3	146,90

Источник: собственная разработка на основе [1]

Таким образом, национальный малый бизнес пока не стал основной движущей силой экономического роста страны. Несмотря на то, что численность субъектов малого бизнеса увеличилась в 2017 году по сравнению с 2011 более, чем на 20 %, удельный вес в ВВП, ВДС и занятости населения практически не увеличился, что связано с сокращением средней численности работников в расчете на одну организацию и со значительным снижением рентабельности продаж. В качестве конкурентных преимуществ можно отметить меньшее увеличение доли убыточных организаций по сравнению со средним и крупным бизнесом, а также рост удельного веса в экспорте товаров – на 18 п.п. против снижения этого показателя у организаций среднего и крупного бизнеса. Рассмотрим отраслевой аспект конкурентоспособности малого предпринимательства в Республике Беларусь (рисунок 1).

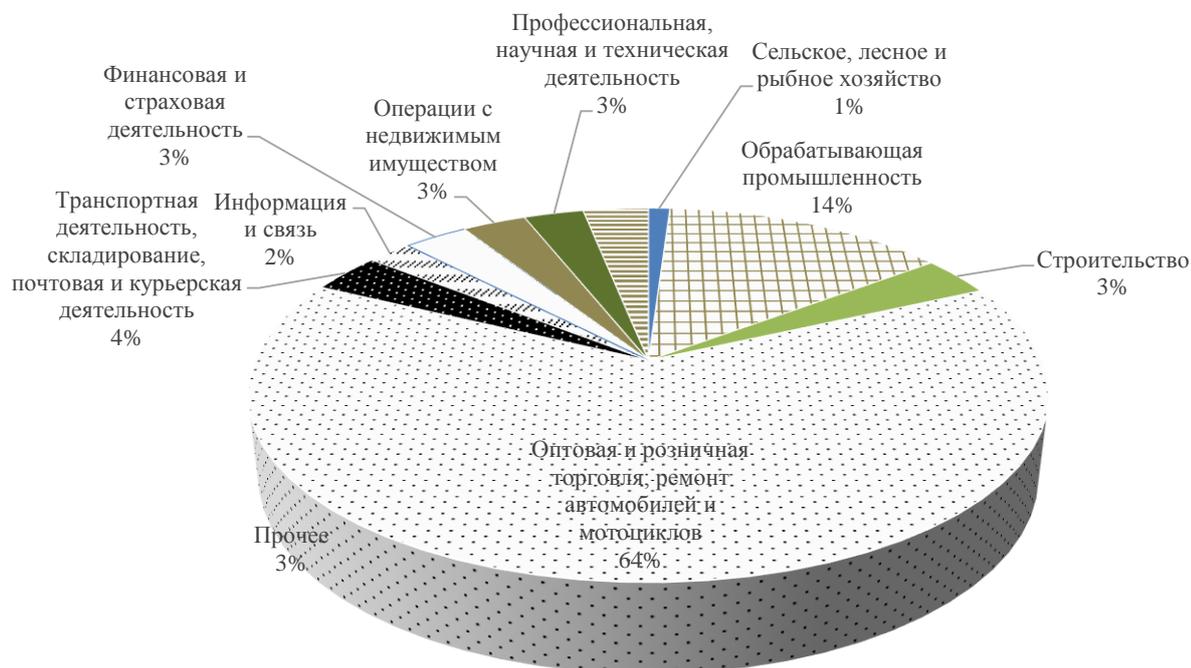


Рисунок 1 – Выручка от реализации продукции организациями малого бизнеса в 2017 году

Среди основных отраслей малого бизнеса можно выделить оптовую и розничную торговлю (64 %) и обрабатывающую промышленность (14 %). Сравним показатели рентабельности продаж и доли убыточных предприятий в малом бизнесе и экономике в целом по видам экономической деятельности.

Таблица 2 – Показатели конкурентоспособности микро- и малых организаций Республики Беларусь по видам экономической деятельности в 2017 году

Виды экономической деятельности	Количество организаций		Зарботная плата, руб.		Рентабельность продаж, %		Удельный вес убыточных организаций, %	
	малый бизнес	всего в республике	малый бизнес	всего в республике	малый бизнес	всего в республике	малый бизнес	всего в республике
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	3 819	5149	507,6	585,2	10	6,9	10,9	14
Обрабатывающая промышленность	14 292	16 073	696,9	856,5	9,8	10	21,4	22,7
Строительство	8 505	11 595	663,6	818,8	10	6,3	22,2	26,3
Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов	39 841	44 169	748,8	769,3	5,2	2,8	24,4	15,9
Транспортная деятельность, складирование, почтовая и курьерская деятельность	11 447	11 744	531,5	813,3	9,1	9,7	18,1	11,9
Информация и связь	3 386	3 539	2 380,20	2 376,60	18,8	23	18,8	6,6
Профессиональная, научная и техническая деятельность	5 865	6 605	1 070,80	1 112,70	15,1	19,4	21,4	10,3

Источник: собственная разработка на основе [1,2]

Во всех представленных видах деятельности по количеству малые предприятия доминируют – от 73 % в строительстве до 97 % в транспортной деятельности. Уровень среднемесячной заработной платы на одного работника во всех секторах экономики (кроме информации и связи) у микро- и малых организаций ниже, чем в среднем по республике, что может свидетельствовать, с одной стороны, об ограниченном объеме финансовых ресурсов, с другой, – о более рациональном расходовании денежных средств. Данные по удельному весу убыточных организаций свидетельствуют о том, что малый бизнес является высокорисковым видом деятельности, каждое пятое предприятие является убыточным.

Заключение. Проведенный анализ показал, что в настоящее время в Республике Беларусь малый бизнес не является конкурентоспособной хозяйствующей единицей, т.к. начиная с 2011 года не наблюдается устойчивой положительной динамики в показателях его деятельности. Вместе с тем, именно микро- и малые организации рассматриваются правительством как основной резерв экономического роста страны. Для стимулирования развития малого бизнеса могут быть применены те инструменты, которые показали свою результативность в большинстве зарубежных стран: предоставление государством финансовой помощи при расширении и модернизации действующих организаций и т.д. [5].

ЛИТЕРАТУРА

1. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь 2018: статистический сборник [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/maloe-predprinimatelstvo/godovye-dannye/>.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2018: статистический сборник [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_10865/.
3. Кузьминич, Г. Г. Конкурентоспособность предпринимательских структур малого и среднего бизнеса России / Г.Г. Кузьминич // Экономика, управление, финансы: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Пермь, декабрь 2012 г.). – Пермь: Меркурий, 2012. – С. 21-24. – URL <https://moluch.ru/conf/econ/archive/57/3110/> (дата обращения: 20.11.2018).
4. Гайнанов, Д.А. Оценка конкурентоспособности малых предприятий / Д.А. Гайнанов, Ж.Б. Розанова // Вестник. – 2007. - № 17 (3). – С.46-50. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-konkurentosposobnosti-malyh-predpriyatij>.
5. Мировые тенденции развития малого предпринимательства [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://msd.com.ua/malyj-biznes-osnovy/mirovye-tendencii-razvitiya-malogo-predprinimatelstva/>