

вает призы. Механика конкурсов примерно одинаковая. В акции, приуроченной к Новому году, участники регистрировали коды из-под крышки в приложении и взамен получали виртуальные деньги — снежинки. Их они тратили на реальные подарки или возможность поучаствовать в розыгрыше крупных призов;

– реферальные программы. Реферальный маркетинг — это метод стимулирования продаж, при котором лояльные к бренду клиенты привлекают новых клиентов и получают за это бонус. Обычно бизнес дает клиенту специальную скидку, кэшбэк или реальные деньги. Например, языковая школа Skyeng дарит по два бесплатных урока и студенту, и новичку, которого студент пригласил. Начисляют их сразу после того, как новый студент оплачивает любой из продуктов школы;

– временные бесплатные бонусы. Временный бесплатный бонус к покупке создает ощущение срочности. Плюс это увеличивает воспринимаемую ценность продукта, не нанося ущерба прибыли и не ограничивая ресурсы. Этот метод применяли в Zotman Pizza — каждому клиенту они дали шанс выбрать бонус — или скидку на заказ, или бесплатную пиццу [4].

Повышение конкурентоспособности происходит в условиях динамичной и конкурентной среды. Этому способствуют:

1. Технологические инновации. Быстрое развитие технологий открывает новые возможности для улучшения продуктов, процессов производства и услуг.

2. Глобализация. Развитие глобальных рынков и усиление международной конкуренции представляют вызовы и возможности для развития конкурентоспособности.

3. Изменение потребительских предпочтений. Развитие конкурентоспособности требует понимания и удовлетворения изменяющихся потребностей и предпочтений клиентов.

4. Уровень конкуренции. Интенсивность конкуренции в отрасли напрямую влияет на развитие конкурентоспособности: высокая конкуренция может стимулировать инновации, улучшение качества продуктов и услуг и снижение цен.

5. Развитие человеческого капитала. Инвестирование компаниями в развитие, обучение сотрудников, повышение их квалификации повышает уровень профессионализма компании в целом, влияет на открытость к инновациям.

6. Законодательные и регуляторные факторы могут влиять на конкурентоспособность, создавая как ограничения, так и новые возможности.

7. Важным условием развития конкурентоспособности является правильная управленческая стратегия, включающая в себя разработку инноваций, установление ясных целей и приоритетов, эффективное использование ресурсов и создание инновационной культуры в организации [5].

**Заключение.** Таким образом, повышение конкурентоспособности продукции является важной задачей для современных предприятий. Результативные пути достижения этой цели включают в себя внедрение инноваций, оптимизацию производственных процессов, улучшение качества продукции, исследование и анализ потребностей рынка, а также развитие маркетинговых стратегий.

Важно понимать, что конкурентоспособность продукции и его рост зависят от множества факторов, и успешное достижение этой цели требует комплексного подхода. Постоянное развитие, адаптация к изменяющимся рыночным условиям и поиск новых путей улучшения качества и эффективности — вот основные составляющие успешной политики повышения конкурентоспособности продукции.

#### Список цитируемых источников

1. Борисов, А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. — М.: Книжный мир, 2003. — 895 с.
2. Стрыгин, В. А. Определение понятия конкурентоспособности предприятия в рыночных условиях [Электронный ресурс] / В. А. Стрыгин // ЭКОНОМИНФО. — 2005. — № 3. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-ponyatiya-konkurentosposobnosti-predpriyatiya-v-rynochnyh-usloviyah> — Дата доступа: 01.05.2024.
3. Факторы, критерии и показатели конкурентоспособности продукции предприятия [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://lektisia.com/19x1d71.html>. — Дата доступа: 01.05.2024.
4. 8 методов стимулирования продаж с примерами [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://lpgenerator.ru/blog/chto-takoe-stimulirovanie-prodazh/>. — Дата доступа: 01.05.2024.
5. Руднева, Е. В. Конкурентоспособность [Электронный ресурс] / Е. В. Руднева. — Режим доступа: <https://www.banki.ru/wikibank/konkurentosposobnost/>. — Дата доступа: 01.05.2024.

УДК334.012.6

К. Р. Долбилова, М. М. Хованская

Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,  
Барановичи, Республика Беларусь

## РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА БЕЛАРУСИ

**Введение.** Последние годы стали очень сложными для развития бизнеса в Беларуси (ограничения, связанные с пандемией, введение санкций и другие факторы).

Но, не смотря на сложившуюся ситуацию, деловой климат Беларуси имеет и положительную динамику.

Так за 2023 год субъекты хозяйствования Республики Беларусь имеют следующие показатели:

– юридические лица — зарегистрировано около 11 тысяч организаций, что на 2 500 больше, чем в 2022 году (количество зарегистрированных юридических лиц значительно больше ликвидированных);

– индивидуальные предприниматели — их численность снижается. Разница между зарегистрированными и ликвидированным индивидуальными предпринимателями составила более 13 500 субъектов хозяйствования. Это связано с тем, что ввиду изменения налогового законодательства Республики Беларусь индивидуальным предпринимателям необходимо преобразоваться в статус юридического лица;

– субъекты малого и среднего предпринимательства — финансовая поддержка государства положительно влияет на развитие данных субъектов. Как результат, поступления в бюджет от субъектов малого и среднего предпринимательства за 2023 год увеличились более чем на 13,1 % по сравнению с 2022 годом [1].

Развитие малого и среднего бизнеса (МСБ) играет ключевую роль в экономическом развитии многих стран по всему миру. МСБ является источником инноваций, создания рабочих мест, увеличения конкуренции на рынке и улучшения общего благосостояния общества. Он способствует диверсификации экономики, увеличению производительности и содействует устойчивому развитию. Поэтому поддержка и стимулирование МСБ является важным стратегическим направлением для многих государств, стремящихся к устойчивому экономическому росту и развитию.

**Основная часть.** Субъекты малого и среднего предпринимательства определены по критериям, установленным Законом Республики Беларусь от 1 июля 2010 года «О поддержке малого и среднего предпринимательства». К субъектам малого предпринимательства относятся: индивидуальные предприниматели, зарегистрированные в Республике Беларусь; микроорганизации — зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно; малые организации — зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно. К субъектам среднего предпринимательства относятся зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 101 до 250 человек включительно [2].

В Республике Беларусь МСБ играют важную роль в экономике страны. Правительство активно поддерживает развитие этого сектора, предоставляя различные льготы и программы поддержки. Одной из ключевых инициатив в этой области является программа «Малое предпринимательство», которая предусматривает финансовую поддержку, обучение и консультации для малых и средних предприятий. Также существует ряд государственных программ, направленных на стимулирование развития МСБ, такие как «Меры поддержки малого и среднего бизнеса» и «Программа развития предпринимательства». Беларусь также активно развивает инфраструктуру для поддержки МСБ, включая создание бизнес-инкубаторов, технопарков и других инновационных центров. Сектор малого и среднего бизнеса в Беларуси постепенно растет и развивается, привлекая инвестиции, создавая новые рабочие места и способствуя экономическому развитию страны.

Развитие малого и среднего предпринимательства — один из факторов обеспечения занятости и повышения эффективности экономики. В целях улучшения бизнес-климата, создания условий для качественного развития предпринимательского сектора на постоянной основе проводится работа по совершенствованию нормативных правовых актов [3].

Вот несколько ключевых причин, почему развитие малого и среднего бизнеса так важно:

1. Создание новых рабочих мест: Малые и средние предприятия являются крупнейшим источником создания рабочих мест во многих странах. Они способствуют снижению уровня безработицы, улучшению уровня жизни и доходов населения.

2. Инновации: Малые и средние бизнесы часто являются центрами инноваций и новаторства. Они более гибкие и способны быстрее адаптироваться к изменениям на рынке, что позволяет им разрабатывать новые продукты и услуги.

3. Увеличение конкуренции: Конкуренция в этом секторе способствует развитию новых технологий, продуктов и услуг, что в свою очередь способствует экономическому росту.

4. Развитие регионов: Малые и средние предприятия часто располагаются в отдаленных или менее развитых регионах, что способствует их экономическому развитию и улучшению инфраструктуры.

5. Устойчивое развитие: МСБ играет ключевую роль в обеспечении устойчивого развития экономики. Он способствует разнообразию производства, содействует экологической устойчивости и социальной ответственности.

6. Расширение рынков сбыта: Малые и средние предприятия часто активно участвуют в экспорте товаров и услуг, что способствует расширению рынков сбыта и увеличению объемов внешней торговли.

7. Увеличение налоговых поступлений: Развитие МСБ приводит к увеличению налоговых поступлений в бюджет страны, что позволяет правительству финансировать социальные программы, инфраструктурные проекты и другие приоритетные направления [4].

В целом, поддержка и стимулирование МСБ является стратегически важным для обеспечения экономического роста, инноваций, устойчивого развития общества и благосостояния населения. Поэтому государство должно активно поддерживать и развивать этот сектор экономики через различные меры поддержки, финансирования и обучения предпринимателей.

В таблице 1 отражены основные экономические показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства Республики Беларусь за период 2018—2022 гг. [5].

По данным таблицы можно отметить, что за исследуемый период число малых и средних организаций выросло на 2141 организацию. Несмотря на то, что средняя численность работников организаций снизилась на 65 516 человек, выручка от реализованной продукции увеличилась на 51883 млн. руб., чистая прибыль выросла на 5 836,2 млн руб., а рентабельность продаж поднялась на 2 %.

Более четверти всего ВВП страны сегодня формирует МСБ. Для его развития в Республике Беларусь созданы довольно комфортные условия. Развивать свое дело можно в любой географической точке страны — и в столице, и на небольшом хуторе [6].

Т а б л и ц а 1 — Основные экономические показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства Республики Беларусь

Показатели	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Число микро-, малых и средних организаций — юридических лиц на конец года, единиц	111 214	110 777	111 405	111 908	113 355
средние организации	2 237	2 235	2 219	2 165	2 150
микро- и малые организации	108 977	108 542	109 186	109 743	111 205
Средняя численность работников организаций, человек	1158 127	1 192 905	1 146 183	1 121 759	1 092 611
средние организации	367 721	362 413	360 246	347 708	341 781
микро- и малые организации	790 406	830 492	785 937	774 051	750 830
Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата, рублей	960,7	1 078,1	1 268,9	1 479,4	1 673,5
средние организации	969,9	1 145,1	1 355,4	1 558,5	1 815,9
микро- и малые организации	955,7	1 044,2	1 223,5	1 438,6	1 599,8
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, млн руб.	137 999,7	142 953,0	145 986,8	175 063,6	189 882,7
средние организации	29559,3	31 500,5	35 332,9	44 431,1	52 671,2
микро- и малые организации	108 440,4	111 452,6	110 653,9	130 632,5	137 211,5
Чистая прибыль, убыток (-), млн. руб.	3 986,2 <sup>*)</sup>	7 420,7	5 294,9 <sup>*)</sup>	9 133,8 <sup>*)</sup>	9 822,4 <sup>*)</sup>
средние организации	1187,9	1 722,1	1 897,7	2 980,5	3 734,1
микро- и малые организации	2 798,2 <sup>*)</sup>	5 698,5	3 397,3 <sup>*)</sup>	6 153,2 <sup>*)</sup>	6 088,3 <sup>*)</sup>
Рентабельность продаж, %	7,2 <sup>*)</sup>	6,9	8,2 <sup>*)</sup>	8,4 <sup>*)</sup>	9,2 <sup>*)</sup>
средние организации	7,2	6,9	7,9	8,5	9,4
микро- и малые организации	7,2 <sup>*)</sup>	6,9	8,3 <sup>*)</sup>	8,3 <sup>*)</sup>	9,2 <sup>*)</sup>
Удельный вес убыточных организаций, %	20,9 <sup>*)</sup>	20,1	22,3 <sup>*)</sup>	19,1 <sup>*)</sup>	19,1 <sup>*)</sup>
средние организации	18,0	14,5	14,4	12,1	11,1
микро- и малые организации	21,2 <sup>*)</sup>	20,2	22,8 <sup>*)</sup>	19,6 <sup>*)</sup>	19,7 <sup>*)</sup>

Примечание. \*) — Без учета микроорганизаций, не включенных в выборочную совокупность респондентов.

**Закключение.** Развитие МСБ является ключевым фактором экономического роста и процветания общества. Этот сектор экономики способствует улучшению жизни людей, созданию рабочих мест, инновациям и конкуренции, что в свою очередь стимулирует экономический рост и развитие страны в целом. Малые и средние предприятия не только являются двигателями экономики, но также играют важную роль в разнообразии бизнес-среды, способствуя развитию новых отраслей и технологий. Они также способствуют уменьшению неравенства и повышению социальной стабильности, предоставляя возможности для самореализации и профессионального роста. Поддержка и развитие МСБ должны быть приоритетными задачами для государства, поскольку это позволит не только укрепить экономику, но и повысить уровень жизни населения, обеспечивая устойчивое и долгосрочное развитие страны. Вложения в образование, инфраструктуру, доступ к финансированию и поддержка предпринимательства являются ключевыми мерами, способствующими развитию МСБ как фактора экономического роста.

#### Список цитируемых источников

1. *Волочкович, Т.* Количество зарегистрированных организаций в Беларуси выросло на 22,7 % [Электронный ресурс] / Т. Волочкович. — Режим доступа: <https://minsknews.by/kolichestvo-zaregistririvannyh-organizacij-v-belarusi-vyroslo-na-227/>. — Дата доступа: 30.04.2024.
2. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://pravo.by>. — Дата доступа: 30.04.2024.
3. Принципы развития предпринимательской инициативы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/predprinimatelstvo/principy-razvitiya>. — Дата доступа 01.05.2024.
4. *Герман, К.* Малый и средний бизнес: роль, преимущества и поддержка в современной мировой экономике [Электронный ресурс] / К. Герман. — Режим доступа: <https://nauchniestati.ru/spravka/malyj-i-srednij-biznes-v-sovremennoj-mirovoj-ekonomike/>. — Дата доступа: 01.05.2024.
5. Статистика малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/strukturalnaja\\_statistika/osnovnye-pokazateli-deyatelnosti-mikroorganizatsiy-i-malykh-organizatsiy/](https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/strukturalnaja_statistika/osnovnye-pokazateli-deyatelnosti-mikroorganizatsiy-i-malykh-organizatsiy/). — Дата доступа 01.05.2024.
6. *Кононович, Е.* Инициатива идет в рост [Электронный ресурс] / Е. Кононович, П. Конога. — Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/initsiativa-idet-v-rost.html>. — Дата доступа: 01.05.2024.