

## АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*Е.А. Курпаченко, М. Г. Романович, 2 курс  
Научный руководитель – О.В. Володько, к.э.н., доцент  
Полесский государственный университет*

Малый бизнес является основой экономики для многих развитых стран.

Малый бизнес – это предпринимательство, опирающееся на деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения [1]. Малое предпринимательство в Республике Беларусь в соответствии с действующим законодательством существует в двух формах: юридические лица (малые предприятия) и индивидуальные предприниматели.

На сегодняшний день общее количество малых и микроорганизаций составляет 91 596 субъектов, что свидетельствует о явном развитии и распространении данного вида бизнеса в Республике Беларусь. В таблице 1 показаны показатели изменения количества микроорганизаций и малых организаций, осуществлявших производство продукции, выполнение работ, оказание услуг.

Таблица 1 – Изменение количества микроорганизаций и малых организаций, осуществлявших производство продукции, выполнение работ, оказание услуг за 2009-2013 гг.

	2009	2010	2011	2012	2013	Общее изменение
<b>Всего:</b>	68 741	74 246	77 605	82 612	91 596	394800
В том числе:						
микроорганизации	56 597	62 633	65 959	70 904	79 800	335893
малые организации	12 144	11 613	11 646	11 708	11 796	58907

Источник: собственная разработка на основе статистических данных.

Малый бизнес процветает почти в каждой области, в некоторых он занимает более сильные позиции, чем в других – это можно наблюдать при сравнении объема выручки в разных областях РБ.

Выручка представляет собой объем продаж, который определяется как количество денежных средств или иных благ, получаемое предприятием за определённый период её деятельности, в основном за счёт продажи продуктов или услуг своим клиентам. В таблице 2 представлены данные по выручке от реализации товаров, работ, услуг по регионам.

Таблица 2 – Выручка от реализации товаров, работ, услуг по регионам, млрд. руб.

	Брестск. область	Витебск. область	Гомельск. область	Гродненск. область	г. Минск	Минская область	Могилевск. область	Всего:
2010 г.	5941,2	5394,4	4399,9	4747,5	61936,9	9365,0	3991,7	95776,6
2011 г.	6281,5	5622,9	4466,2	4817,9	63441,0	10720,3	4312,2	99662
2012 г.	8537,3	6858,6	6014,3	6080,6	79601,4	14432,4	5479,9	127004,5
2013 г.	14741,6	15868,0	10450,4	11206,5	178149,1	27316,7	9504,6	267236,9

Источник: собственная разработка на основе статистических данных [2].

По сравнению с 2012 г. в 2013 г. выручка от реализации товаров, работ, услуг в организациях малого бизнеса увеличилась на 140232,4 млрд. руб., т. е. темп роста составил 210,4 % — это самый значительный рост за исследуемый период. По отношению к 2008 г. показатель возрос на 179 %. Чистая прибыль малого бизнеса в 2013 г. составила 11870,1 млрд. руб., что в 2,7 раза выше, чем в предыдущем году. В таблице 3 более подробно представлена динамика чистой прибыли по регионам страны.

Таблица 3 – Чистая прибыль от реализации товаров, работ, услуг по регионам, млрд. руб.

	Брестская область	Витебская область	Гомельская область	Гродненская область	г.Минск	Минская область	Могилевск. область
2010 г.	216,1	209,3	184,5	213,5	1329,6	425,0	189,8
2011 г.	385,8	209,6	328,0	345,8	2026,0	849,3	251,7
2013 г.	833,4	1164,9	726,7	972,2	6028,0	1591,2	553,7

Источник: собственная разработка на основе статистических данных [2].

Следует отметить, что в условиях рыночной экономики малые предприятия считаются гибкими и эффективными с точки зрения затрат, они быстро приспосабливаются к пожеланиям клиентов, причем не только в сферах, близких к потребителям, таких как розничная торговля или определенные виды услуг. Но в то же время существует ряд проблем, связанных с деятельностью малых предприятий [3, ст. 15]:

- трудности с поставщиками и покупателями;
- отсутствие заемного капитала;
- недостаточность собственного капитала
- налоговое давление;
- правовая незащищенность;
- нехватка помещений и производственных площадей;
- недостаток предпринимательских инноваций;
- нехватка специалистов;
- создание негативного имиджа предпринимателей.

Для успешного преодоления данных проблем необходимо прекратить поддержку деятельности убыточных крупных предприятий и направить силы на развитие малого бизнеса с высоким потенциалом развития. Необходимо обеспечить стабильность законодательства для малого бизнеса.

Таким образом, в результате проделанного анализа можно сделать выводы по работе малых предприятий и предложить способы решения проблем и развития сектора малого и среднего предпринимательства, повысить его эффективность и способствовать скорейшему формированию среднего класса - основного гаранта социальной и политической стабильности общества.

#### **Список использованных источников**

1. Малое предпринимательство — Википедия [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Малое\\_предпринимательство](http://ru.wikipedia.org/wiki/Малое_предпринимательство). Дата доступа: 10.03.2015
2. Выручка от реализации товаров, работ, услуг по регионам, млрд. руб. [Электронный ресурс]. — Режим доступа [http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/otrasli-statistiki/maloe-predprinimatelstvo/osnovnye-pokazateli-za-period-s-\\_\\_\\_-po-\\_\\_\\_gody\\_12/](http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/otrasli-statistiki/maloe-predprinimatelstvo/osnovnye-pokazateli-za-period-s-___-po-___gody_12/). Дата доступа: 10.03.2015
3. Бадей, Н. Малый бизнес Республики Беларусь / И.А. Костевич. - Национальный статистический комитет Республики Беларусь // Научно-практический журнал «Статистика Беларуси», 2010. – №3. – 34 с.