

– создание на предприятии структурных подразделений, занимающихся мониторингом, планированием, организацией и контролем инновационной деятельности;

– постоянное переобучение и повышение квалификации кадрового состава.

Данные меры способны повысить инновационную активность на уровне предприятия, однако они не принесут значительных результатов без благоприятной внешней среды.

Таким образом, необходимо сделать вывод, что для стимулирования инновационной деятельности на промышленных предприятиях необходимо создать благоприятную для инновационной деятельности внешнюю среду и повысить инновационную активность самих предприятий. Этого можно достичь путем проведения мероприятий на микро- и макроуровнях.

Литература:

1 Янсен, Ф. Эпоха инноваций. Как заниматься бизнесом творчески постоянно, а не от случая к случаю/ Ф. Янсен. – М. : Инфра-М, 2002. – 308 с.

*С.В. Соркин*

*УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»  
(Республика Беларусь, Гродно)*

## **АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В 2014 – 2015 гг.**

К субъектам малого предпринимательства относятся зарегистрированные в Республике Беларусь: индивидуальные предприниматели; микроорганизации – коммерческие организации со средней численностью работников до 15 человек включительно и малые организации – коммерческие организации со средней численностью работников от 16 до 100 человек включительно [1].

Исходные данные для оценки эффективности экспортной деятельности субъектов малого предпринимательства были взяты на сайтах статистических управлений каждой из областей (таблица 1) [2].

**Таблица 1 – Исходные данные для оценки экспортной деятельности малых организаций по областям Республики Беларусь в 2014-2015 гг., млн. долл. США**

Область	Экспорт		Объём производства продукции	
	2015 г.	2014 г.	2015 г.	2014 г.
Брестская	169,5	259,2	1143,1	1714,1
Витебская	251,2	1315,8	930,2	1484,0
Гомельская	116,0	153,6	941,6	1302,7
Гродненская	118,8	144,1	887,7	1310,2
Минская	3322,5	2642,4	2856,9	3984,7
Могилёвская	173,2	197,5	855,5	1174,3

Для анализа эффективности экспортной деятельности была использована методика, предложенная С.Л. Соркиным, а именно следующие показатели [3, с. 44-45]:

1) коэффициент (индекс) экспорта, который определяется по формуле (1).

$$K_{\text{Э}} = \frac{\text{Э}_1}{\text{Э}_2}, \quad (1)$$

где  $\text{Э}_1$  – стоимостной объем экспорта базового периода;  $\text{Э}_2$  – стоимостной объем экспорта предыдущего периода.

2) доля экспорта в стоимости производимой продукции, которая определяется по формуле (2).

$$D_{\text{Э}} = \frac{\text{Э}}{\text{В}} \times 100, \quad (2)$$

где  $\text{Э}$  – экспорт продукции,  $\text{В}$  – вся произведённая продукция в текущих ценах.

3) коэффициент корреляции динамики экспорта и производства продукции, который рассчитывается по формуле (3).

$$K_k = \frac{I_э}{I_n}, \quad (3)$$

где  $I_э$  и  $I_n$  – индексы экспорта и производства продукции.

Автором предложено рассчитывать также удельный вес экспорта каждой области в общем экспорте по стране по формуле (4).

$$D = \frac{\sum \mathcal{E}_n}{\sum \mathcal{E}} \times 100, \quad (4)$$

где  $\mathcal{E}_n$  экспорт n-ой области, а  $\sum \mathcal{E}$  экспорт в целом по стране.

Оценим результаты данных расчётов, сведя их в таблицу 2.

**Таблица 2 – Экономические результаты экспортной деятельности малых организаций по областям Республики Беларусь в 2014-2015 гг.**

Область	Экспорт, млн. долл. США		Коеф-фициент экспорта	Доля экспорта в стоимости производимой продукции (%)		Удельный вес экспорта малых организаций области в общем экспорте по стране		Коеф-фициент корреляции
	2015 г	2014 г		2015 г	2014 г	2015 г	2014 г	
Брестская	169,5	259,2	0,65	14,8	15,1	4,1	5,5	0,97
Витебская	251,2	1315,8	0,19	27,0	88,9	6,1	27,9	0,30
Гомельская	116,0	153,6	0,76	12,3	11,8	2,8	3,3	1,04
Гродненская	118,8	144,1	0,82	13,4	11,0	2,9	3,1	1,21
Минская	3322,5	2642,4	1,26	-	66,3	80,0	56,1	1,75
Могилёвская	173,2	197,5	0,88	20,2	16,8	4,2	4,2	1,21

Как видно из таблицы 2, наибольший объём экспортных продаж был у субъектов малого предпринимательства Минской области, наименьший – Гродненской (2014 г.) и Гомельской (2015 г.). Для всех областей, за исключением Минской, характерно снижение экспортных продаж в 2015 г. по сравнению с 2014 г. (коэффициент экспорта во всех областях, кроме Минской меньше единицы). В 2014 г. больше всего продукции на экспорт поставляла Витебская область, а меньше всего Гродненская. Наибольший удельный вес в

экспорте субъектов малого предпринимательства в 2014 и 2015 гг. имела Минская область, а наименьший – Гродненская (2014 г.) и Гомельская (2015 г.). Коэффициенты корреляции больше единицы показывают, что темпы падения экспорта меньше темпов падения объемов производства.

На взгляд автора, основными причинами неэффективной экспортной деятельности субъектов малого предпринимательства является низкая конкурентоспособность белорусских товаров, нахождение Беларуси за рамками ВТО, а также чрезмерная зависимость от рынков сбыта стран Евразийского экономического союза.

Литература:

1 О поддержке малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь, 1 июля 2010 г., № 148-З, с изм. и доп. от 30 дек. 2015 г. № 344-З // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 4000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

2 Структурные обследования организаций, включая малое предпринимательство [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by> – Дата доступа: 16.06.2016.

3 Соркин, С. Л. Эффективность внешнеэкономической деятельности: понятие, измерение и оценка: монография / С. Л. Соркин. – Гродно: ГрГУ, 2011. – 130 с.

*Е.И. Стрельчяня*

*УО «Белорусский государственный университет»  
(Республика Беларусь, Минск)*

## **ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ РЕСУРС РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Одной из главных черт, характеризующих современную экономику, является высокий уровень конкуренции – это приводит к необходимости максимально эффективного использования всех имеющихся ресурсов, активного применения инновационных технологий, быстрой адаптации к изменяющейся конъюнктуре рынка.