

УДК 334.722:004

## АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

**Ляхова А.В., студ., Вайлунова Ю.Г., к.э.н., доц.**  
*Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Развитие малого и среднего предпринимательства (далее МСП) имеет большое значение для формирования структуры экономики страны и ее повышения эффективности и конкурентоспособности. МСП выполняет следующие социально-экономические задачи: способствует повышению конкуренции в стране, созданию новых рабочих мест, участвует в формировании бюджетов всех уровней и другие. Новые цифровые технологии, инновационные бизнес-модели проникают во все сферы хозяйственной жизни общества, оказывая влияние на экономику, формируя в ней качественные структурные изменения. В результате формируется цифровая экономика, как подсистема традиционной экономики, отличающаяся активным использованием цифровых технологий и оборотом специфических электронных товаров. Уровень развития цифровой экономики тесно коррелирует с конкурентоспособностью страны, что требует особого внимания государства и МСП к ее развитию.

Количество субъектов МСП в Республике Беларусь на конец 2019 г. составило 110777, что на 437 субъектов меньше по сравнению с 2018 г. Наблюдается положительная тенденция показателя «Вклад субъектов МСП в ВВП Республики Беларусь», так в 2019 г. по сравнению с 2018 г. изменение составило + 1,6 п.п. (в 2018 г. – 24,5 %, 2019 г. – 26,1 %).

Вклад субъектов МСП в ВДС Республики Беларусь за 2016–2019 гг. также характеризуется положительной динамикой, в 2019 г. увеличение показателя составило 1,4 п.п. по сравнению с 2018 г. [1]. Удельный вес субъектов МСП в выручке от реализации продукции, товаров, работ, услуг Республики Беларусь в 2019 г. составил 43,2 %, в 2018 г. – 43,8 %, что на 0,6 п.п. меньше [1].

Доля МСП в Республике Беларусь, внедряющих маркетинговые или организационные инновации в 2018 г. составила 0,76 %, в 2019 г. – 0,82 %, то есть данный показатель увеличился лишь на 0,06 %. Показатель «Доля МСП, участвующих в совместных инновационных проектах, в общем числе обследованных организаций» имеет тенденцию к снижению, что может свидетельствовать о слабом уровне кооперации и сетевого сотрудничества между субъектами МСП. Так в 2018 г. этот показатель составлял 0,42 %, а в 2019 г. – 0,39 % [2]. Удельный вес отгруженной инновационной продукции средних организаций стремительно снижается, так с 2016 г. по 2018 г. произошел спад на 6,5 %, а у малых организаций остается стабильным на невысоком уровне на протяжении трех лет (0,9 %) [2].

В условиях цифровизации важнейшим аспектом является цифровая среда и доступ к высоким технологиям, а также внедрение инновационных цифровых технологий. Для повышения активности субъектов МСП Республики Беларусь в условиях цифро-

вой экономики предлагаются технологии: внедрение диджитал-маркетинга, создание цифровых платформ для развития сотрудничества между субъектами, внедрение CRM-технологий в деятельность МСП.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь: стат. сборник [Электронный ресурс] // Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2020. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/e9e/e9edcb659de33ab04d5830e28af9e4ca.pdf>. – Дата доступа: 10.04.2021.

2. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь: стат. сборник [Электронный ресурс] // Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2020. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/cdd/cddc5f3ded7b61827be4e853c40e32.pdf>. – Дата доступа: 10.04.2021.

UDC 332:14

## THE ROLE AND CHARACTERISTICS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN CHINA

**Vailunova Y., PhD in Economics, associate professor,  
Tang Haoran, master's student**

*Vitebsk State Technological University,  
Vitebsk, Republic of Belarus*

Corporate social responsibility (CSR) allows organizations to do their bit for the society, environment, customers or for that matter stakeholders. The term corporate social responsibility gives a chance to all the employees of an organization to contribute towards the society, environment, country and so on. CSR is a company policy that goes out outside the framework of the norms of doing business established by national legislation, assuming a symbiosis of economic, social and environmental aspects activities and aimed at achieving financial and strategic goals companies (increasing capitalization and profitability, increasing business reputation and competitiveness).

According to the analysis of research, at present, the following CSR theories can be distinguished. Stakeholder theory – stakeholders mean any individuals, groups or organizations with significant influence on decisions made by the firm or influenced by these solutions. The company must actively build harmonious relationships with all stakeholders, despite the presence of competing goals for each of groups. CSR hierarchy model – represents social responsibility in the form of a pyramid, consisting of three levels: basic, advanced and higher. A model of four levels of CSR impact – this model makes it possible to distinguish between those areas to which the company's social programs are focused. In accordance with it, one can distinguish intracorporate level, market exposure level, social exposure level and global exposure level. Carroll's pyramid – Carroll identifies four types of company responsibility – economic, legal, ethical and philanthropic. Porter's theory of focused social responsibility – the main tasks, according to Porter, are, firstly, to