

2. Цены сделок упали на 5%. Итоги 2020 года на рынке квартир : [Электронный ресурс]. URL: <https://realt.by/news/monitoring/article/29268/> (дата обращения: 01.04.2021).
3. Мониторинг цен предложения квартир в Минске за 15–22 февраля 2021 года : [Электронный ресурс]. URL: <https://realt.by/news/>.
4. Калитин Б. С., Новикова Н. В. Модель рынка с информацией о тенденции цен // Тенденции экономического развития в XXI веке : мат. Межд. науч. конф. (28 февраля 2019 г., г. Минск) / Белорусский государственный университет. Минск : Право и экономика, 2019. С. 253–256.
5. Сосенко И. Д., Головчанская Е. Э. Цена на рынке недвижимости: оценка влияния факторов // Экономический базис развития Республики Беларусь: проблемы, перспективы : [Электронный ресурс] : материалы I науч.-практ. конф., Минск, 15 апр. 2019 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: Е. Г. Господарик (гл. ред.), Е. Э. Головчанская, Ю. Г. Абакумова. Минск : БГУ, 2019. С. 100–104. URL: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/235340> дата доступа 25.02.2021/.
6. Проблемы экономики и управления предприятиями, отраслями, комплексами : монография. Книга 25 / Гагина Е. В. [и др.] / под общ. ред. С. С. Чернова. Новосибирск : Издательство ЦРНС, 2014. 284 с.

## **СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКОГО МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ И ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА**

**В. К. Панасевич, Е. И. Васенкова**

*Белорусский государственный университет,  
ул. К. Маркса, 31, 220030, г. Минск, Беларусь*

Проанализировано состояние малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь в условиях пандемии на основании данных опросов бизнеса и макроэкономические переменные. Анализ влияющих на состояние предпринимательства факторов, обусловленных неблагоприятной эпидемиологической обстановкой, позволил сформулировать рекомендации для бизнеса по снижению негативных эффектов будущих шоков.

*Ключевые слова:* малое и среднее предпринимательство; пандемия; экономический кризис; влияющие факторы.

## **STATE AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF BELARUSIAN SMALL AND MEDIUM BUSINESSES IN THE CONDITIONS OF THE PANDEMIC AND ECONOMIC CRISIS**

**V. K. Panasevich, E. I. Vasenkova**

*Belarusian State University,  
st. K. Marksa, 31, 220030, Minsk, Belarus*

The state of small and medium-sized businesses in the Republic of Belarus under the conditions of the pandemic is analyzed on the basis of business surveys and macroeconomic variables. The analysis of factors affecting the state of entrepreneurship due to the unfavorable epidemiological situation allowed us to formulate recommendations for business to reduce the negative effects of future shocks.

*Key words:* small and medium business; pandemic; economic crisis; influencing factors.

Вклад субъектов малого и среднего предпринимательства в валовый внутренний продукт Республики Беларусь за 2020 год составил 26,4 %. Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг субъектов бизнеса за 2020 год составила 158 млрд рублей,

вклад в республиканский объём выручки – 42,2 %. Малый и средний бизнес насчитывает более 150 тыс. юридических лиц и четверть миллиона индивидуальных предпринимателей. Благодаря ему рабочими местами обеспечивается более 1,3 млн человек. Каждый третий рубль в бюджет поступает от предпринимателей, а это почти 8,5 млрд рублей. Кроме того, именно частным бизнесом обеспечивается значительная часть экспорта товаров и услуг. Существенна роль предпринимательства в укреплении регионов, обеспечении занятости и доступности товаров и услуг по всей стране, повышении уровня и качества жизни населения. Как показывает опыт развитых государств, устойчивое социально-экономическое развитие напрямую зависит от уровня активности малого и среднего предпринимательства. Бизнес – один из самых мобильных секторов экономики, его развитие может определять дальнейший интенсивный экономический рост страны.

Учитывая сложившуюся неблагоприятную обстановку, обусловленную пандемией, политическим, и, как следствие, экономическим кризисом, следует понимать условия функционирования предпринимателей, их проблемные зоны, способы выхода из рецессии.

В условиях отсутствия подробных статистических данных по состоянию белорусской экономики в 2020 г. Центр экономических исследований BEROC в сотрудничестве с компанией SATIO, занимающейся маркетинговыми исследованиями и исследованиями общественного мнения, провёл серию опросов бизнеса [1–3]. Всего проводилось 5 волн исследований реакций представителей бизнеса на пандемию и кризис: 17–22 апреля, 8–11 мая, 8–15 июня, 11–16 сентября и 25–30 ноября. Структура анкеты следующая:

- общие вопросы: вид деятельности предприятия, в каком регионе Беларуси осуществляет деятельность, количество сотрудников,
- как изменились показатели деятельности предприятия (за последний месяц),
- какие возникали проблемы у предприятия и какие меры их решения были приняты,
- прогнозы на будущее развитие предприятия,
- и другие вопросы.

Для анализа были выбраны компании, поучаствовавшие как минимум в 2-х волнах исследования. Как видно на рисунке 1, наибольшее количество опросов проведено в июле и ноябре, что касается территориальной характеристики выборки – 43 % всех респондентов ведут бизнес в Минске и Минской области, данные по другим областям примерно равнозначны.

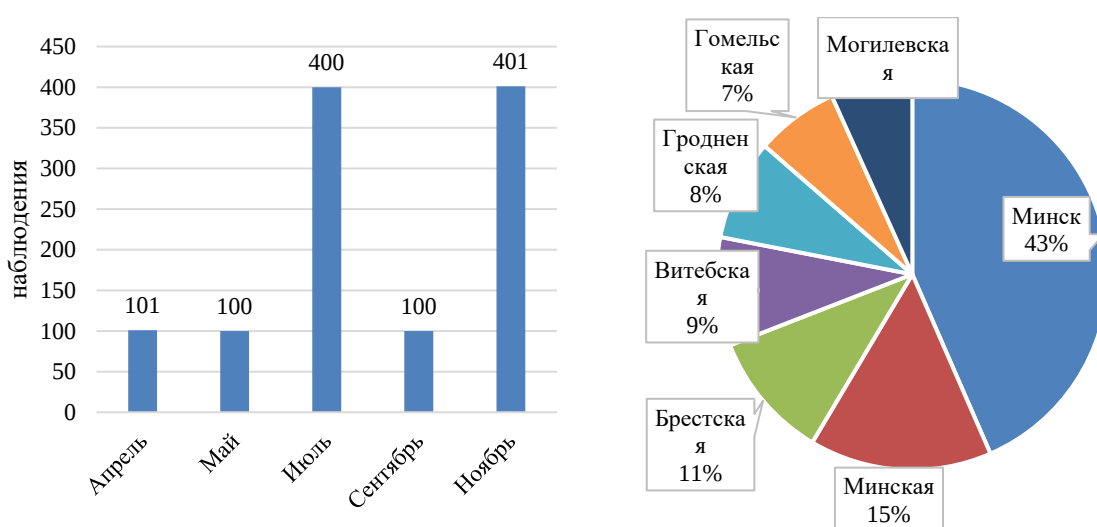


Рисунок 1 – Характеристика выборки по волнам исследований и территориальному признаку

Источник: собственная разработка на основе данных опросов.

На рисунке 2 представлено распределение выборки по сферам деятельности. Несмотря на то что данные отрасли предоставлены неравномерно, можно говорить о репрезентативности выборки ввиду соответствия с долями данных отраслей в ВВП страны.



Рисунок 2 – Характеристика выборки по отраслям

Источник: собственная разработка на основе данных опросов.

В опросах задавался вопрос об изменении выручки предприятия, рассмотрим, какие отрасли пострадали больше всего (рисунок 3). Около 33 % опрошенных высказались о сохранении выручки на прежнем уровне, у 29 % респондентов выручка уменьшилась на 1–20 %, у 14 % – сокращение на 20–40 %. Потерю выручки в размере 80–100 % в большинстве отметили отрасли, предоставляющие услуги развлечений, услуги по временному проживанию и питания. Из всех отраслей только сельское, лесное и рыбное хозяйство в 53 % случаев отмечает сохранение выручки на прежнем уровне, что соотносится с данными официальной статистики [4].

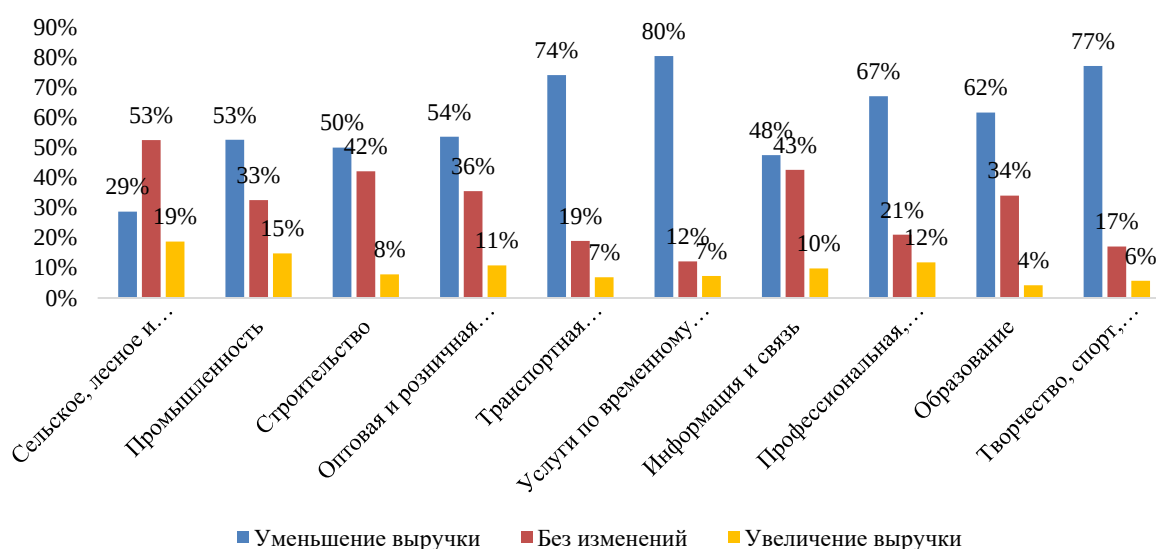


Рисунок 3 – Изменения в выручке по отраслям МСП

Источник: собственная разработка на основе данных опросов.

Рассмотрим другой важный показатель (рисунок 4) – изменение количества сотрудников предприятия. В этом случае ситуация сложилась лучше, чем с выручкой. По-

давяющее большинство опрошенных компаний не сокращало штат. Отрасли по предоставлению транспортных услуг и услуг по временному проживанию и питанию увольняли сотрудников в 30 % случаев.

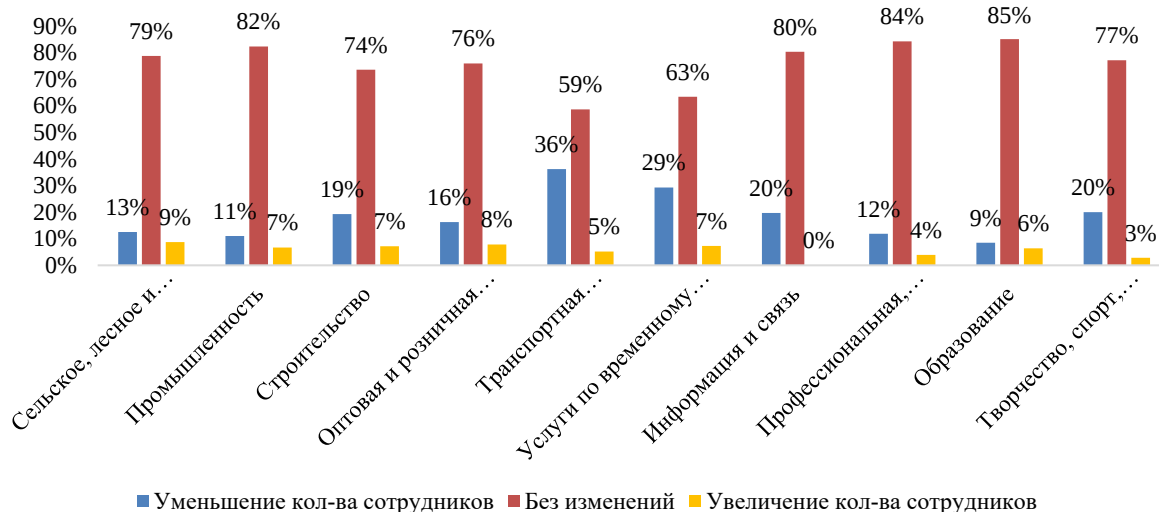


Рисунок 4 – Изменения в количестве сотрудников по отраслям МСП

Источник: собственная разработка на основе данных опросов.

Рассмотрим основные проблемы компаний в 2020 году в разрезе отраслей (рисунки 5 и 6). Прямой эффект пандемии – падение спроса на внутреннем рынке – оказался наиболее значимым для промышленности (19 % респондентов), оптовой и розничной торговли (19 %), строительства (16 %), а также сферы развлечений (11 %). Что касается падения спроса на внешних рынках, серьёзнее всех пострадала промышленность (41 %), следом за ней равномерно распределились транспортная деятельность, сельское, лесное и рыбное хозяйство, информация и связь.



Рисунок 5 – Падение спроса по отраслям МСП

Источник: собственная разработка на основе данных опросов.



Рисунок 6 – Финансовые проблемы по отраслям МСП

Источник: собственная разработка на основе данных опросов.

Теперь рассмотрим меры, предпринятые бизнесом для решения вышеперечисленных проблем (рисунки 7 и 8). Самый популярный метод решения возникших проблем – это оптимизация прочих расходов, такой вариант выбрал 31 % респондентов, также отмечали поиск новых форматов деятельности (поиск других рынков сбыта / доставка продукции на дом) – 21 %, отправление в отпуск без сохранения заработной платы – 11 %, увольнение части сотрудников – 11 %. Лидерами в области оптимизации прочих расходов стали промышленность, торговля, строительство и транспортная деятельность, в том время как отрасль сельского хозяйства и услуг по временному проживанию и питанию почти не воспользовались данной стратегией. Самыми инновационными секторами стали промышленность, профессиональная, научная и техническая деятельность, информация и связь, торговля. Лишь 4 % респондентов из отрасли услуг по временному проживанию и питанию стали искать новые форматы деятельности, что объясняется спецификой деятельности: если рестораны организовывали доставку продукции на дом, гостиницы и отели оказались в ситуации, когда новые форматы деятельности в сложившейся ситуации не применимы к их отрасли.

На рисунке 4 рассматривалась ситуация по изменению количества сотрудников на предприятии, по результатам которого большинство бизнесов не сокращало свой штат. Рассмотрим, какие отрасли всё же пошли на такой шаг. Больше всего увольняли людей в отраслях строительства, творчества и развлечений, транспортной деятельности, промышленности. В то время как почти совсем не увольняли в сельском, лесном и рыбном хозяйстве, профессиональной, научной и технической деятельности. Что касается отправления в отпуск без сохранения заработной платы, эта мера довольно равномерно распределилась по всем отраслям. Совсем её не применяли только в ИТ и сельском хозяйстве, в сфере образования только в 2 % от количества наблюдений по этой мере.



Рисунок 7 – Меры, предпринятые бизнесом

Источник: собственная разработка на основе данных опросов.



Рисунок 8 – Меры, предпринятые бизнесом

Источник: собственная разработка на основе данных опросов.

Определив основные проблемы бизнеса, оценив его риски и проанализировав меры реагирования на кризис, можно сформулировать некоторые рекомендации бизнесу по противодействию негативным эффектам, основываясь на мнениях отечественных и зарубежных исследователей. Таким образом, можно сформулировать 4 основных рекомендации бизнесу для повышения устойчивости и улучшения финансовых результатов бизнеса в дополнение к уже применяемым тактикам:

- человеческая безопасность в приоритете;
- изменение бизнес-стратегии;
- эффективные взаимоотношения с заинтересованными сторонами;

Повышение устойчивости в условиях пандемии и с перспективой на пост-пандемийное время.

#### **Библиографические ссылки**

1. Белорусский экономический обзор, 1–2 кварталы 2020 // Верос : [Электронный ресурс]. URL: [http://www.beroc.by/publications/economic\\_review/beloruskiy-ekonomicheskiyobzor-1-2-kvartaly-2020/](http://www.beroc.by/publications/economic_review/beloruskiy-ekonomicheskiyobzor-1-2-kvartaly-2020/) (дата доступа: 01.03.2021).
2. Белорусский экономический обзор, 3–4 кварталы 2020 // Верос : [Электронный ресурс]. URL: [http://www.beroc.by/publications/economic\\_review/beloruskiy-ekonomicheskiyobzor-3-4-kvartaly-2020/](http://www.beroc.by/publications/economic_review/beloruskiy-ekonomicheskiyobzor-3-4-kvartaly-2020/) (дата доступа: 01.05.2021).
3. Исследовательский Центр ИПМ : [Электронный ресурс]. 2021. URL: <http://www.research.by/> (дата доступа: 01.04.2021).
4. Национальный статистический комитет РБ : [Электронный ресурс]. 1998–2021. URL: <https://www.belstat.gov.by/> (дата доступа: 01.04.2021).

### **РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ИТ-ПРОДУКТА НА ПРИМЕРЕ АИС «РОСТ»**

**Е. А. Смольник, О. И. Лаврова**

*Белорусский государственный университет,  
ул. К. Маркса, 31, 220030, г. Минск, Беларусь*

Данная работа посвящена рассмотрению случая интегрирования белорусского ИТ-сектора и сектора реальной экономики Республики Беларусь на примере универсального программного решения, разработанного ИТ-компанией Беларуси. Автором комплексно изучена компания-разработчик и особенности продукта, в результате чего предложена стратегия продвижения продукта на белорусский рынок и оценены потенциальные выгоды от внедрения продукта на рынок.

*Ключевые слова:* автоматизация управления персоналом; стратегия продвижения; ИТ-сфера Республики Беларусь; интенсивное развитие ИТ.

### **DEVELOPMENT OF A MARKETING STRATEGY FOR THE PROMOTION OF A DOMESTIC IT PRODUCT ON THE EXAMPLE OF AIS "GROWTH"**

**E. A. Smolnik, O. I. Lavrova**

*Belarusian State University,  
st. K. Marksa, 31, 220030, Minsk, Belarus*

This work is devoted to the consideration of the case of integration of the Belarusian IT sector and the sector of the real economy of the Republic of Belarus on the example of a universal software solution developed