

Проведем расчет и анализ показателей импортоёмкости на примере ОАО «Коминтерн», который является представителем швейной промышленности и использует в процессе производства продукции импортное сырье (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика показателей импортоёмкости продукции ОАО «Коминтерн» за 2015–2019 гг.

Год	Импорт сырья, тыс. руб.	Темп роста, %	Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	Темп роста, %	Импортоёмкость продукции, %
2015	7 203,2	100,0	21 364,1	100,0	33,7
2016	7 893,2	109,6	22 987,3	100,7	34,3
2017	8 921,3	113,0	23 051,0	112,0	38,7
2018	9 802,3	109,2	22 017,0	93,6	44,5
2019	10 804,2	110,2	19 321,3	74,4	55,9

По данным таблицы 1 видно, что стоимость импортного сырья ежегодно растет, но при этом выручка от реализации продукции с каждым годом уменьшается. Так, в 2018 г. по сравнению с 2017 г. импорт сырья увеличился на 881 тыс. руб. или на 9,2 %, а объем выпуска продукции сократился на 1 423,8 тыс. руб. или на 6,4 %. Такая же тенденция соотношения выручки и стоимости импортного сырья прослеживается и за период 2018–2019 гг. При этом объем выпуска продукции сократился на 5 382,4 тыс. руб. или 25,6 %.

Уровень зависимости организации от импорта увеличивается, так как импортоёмкость продукции с каждым годом растет: в 2015 г. она составила 33 %, а в 2019 г. – 55,9 %. Это значит, что в 1 рубле реализованной продукции в 2019 г. содержится 0,559 рубля импортных затрат. Данная тенденция является негативной для организации, так как дальнейший рост стоимости импортного сырья и уменьшение прибыли приведет к снижению конкурентоспособности продукции и к отрицательному результату хозяйственной деятельности организации.

Таким образом, систематическая оценка импортоёмкости продукции в организациях будет способствовать разработке мер по снижению зависимости от импортных поставок сырья и материалов.

А. А. Свистунова

Науч. рук. Е. А. Кадовба,

канд. экон. наук, ст. преподаватель

ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Любая организация действует не обособленно, а в окружении и под воздействием различных сил, составляющих ее внешнюю среду, которую можно представить как совокупность субъектов и факторов: потребители продукции организации, конкуренты, правительственные структуры, поставщики, финансовые компании, а также наука, культура, состояние экономики и общества, природные явления и другое. Согласно оценкам, только 20 % факторов в бизнесе поддаются управлению со стороны самой компании, остальные 80 % практически не зависят от нее и относятся к внешней среде. Анализ внешней среды важен для бизнеса, т. к. помогает выявить и снизить риски.

На основании статистических и аналитических данных можно выделить ряд основных проблемных факторов внешней среды, с которыми сталкиваются в своей деятельности организации малого и среднего бизнеса Республики Беларусь:

– недостаточная финансовая поддержка. Более 80 % компаний создаются исключительно с использованием средств учредителей. Представителям малого бизнеса достаточно сложно получить банковский кредит, поскольку у них отсутствует кредитная история, а кроме того, часто требуется залог, который вкуче с высокими процентными ставками, длительностью принятия решений, ограниченностью сроков кредитования делают данный источник непривлекательным для самих компаний [1];

– взаимные неплатежи. Взаимосвязь между субъектами бизнеса, их поставщиками и потребителями продукции очень высока и существенно влияет на финансовое положение. Кризисная ситуация в одной организации неизбежно по принципу домино отражается на ее партнерах. Это характерно и для нашей страны;

– наличие бюрократических барьеров и усложненная процедура добровольной ликвидации юридических лиц, которая приводит к тому, что остается значительное количество неработающих фирм, существующих только формально;

– концентрация бизнеса в Минске и Минской области. Для субъектов малого и среднего бизнеса в регионах важно создать качественные условия для развития;

– неравнозначность условий для организаций частной и государственной формы собственности. В целях поддержки малого бизнеса в Республике Беларусь можно было бы использовать опыт других государств в сфере гарантированных закупок продукции. В этом случае государство обязуется закупать некоторый процент необходимой продукции именно у представителей малого бизнеса. Такие программы есть в России и Украине, странах Европейского союза;

– важный момент для любого бизнеса – поиск рынков сбыта своей продукции. Недостаток информации и знаний о них, сложность и дороговизна процедуры оформления разрешительных документов для продвижения товаров на внешние рынки – все это является препятствием для эффективной деятельности компаний.

Литература

1 О Государственной программе «Малое и среднее предпринимательство» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 29 янв. 2021 г., № 56. – Режим доступа : <https://pravo.by>. – Дата доступа : 17.04.2021.

А. Д. Селюкова

Науч. рук. И. В. Глухова,

ст. преподаватель

НАЛОГОВО-БЮДЖЕТНАЯ ПОЛИТИКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Налогово-бюджетная политика, принимаемая на текущий финансовый год, определяет процесс формирования и использования государственного бюджета страны. Бюджетно-налоговая политика является важнейшим элементом государственного регулирования экономики, целью которой является достижение сбалансированности и устойчивости государственного бюджета при оптимизации налоговой нагрузки на экономику, с одной стороны, и формировании необходимого объема источников государственных расходов – с другой.

Двойственный характер данной политики состоит в том, что государство заинтересовано, с одной стороны, в наращивании доходной части бюджета, а, с другой стороны, в стимулировании предпринимательской активности. Одним из вариантов роста доходов бюджетов различных уровней является увеличение налогов как основного источника формирования бюджета. А это, в свою очередь, повышает уровень налоговой