

УДК 338.24:339.5

DOI 10.52928/2070-1632-2025-72-3-32-37

МАЛЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ИХ УЧАСТИЕ ВО ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЕЛАРУСИ

канд. экон. наук, доц. А.К. КРАМАРЕНКО
(Брестский государственный технический университет)

Объект исследования – малые организации в национальной экономике. Внешнеторговая деятельность является одним из основных инструментов для малых организаций, позволяющим расширять рынок сбыта и повышать конкурентоспособность. Несмотря на рост числа малых организаций, участвующих во внешней торговле в Беларуси, их вклад в совокупный объем внешнеторговой деятельности страны остается невысоким. В статье представлены особенности малых организаций, сведения о том, как они сказываются на внешнеторговой деятельности малых организаций. Учитывая ограниченные ресурсы малых организаций, подчеркивается необходимость в государственной поддержке и развитии компетенций. Рассмотрены предпосылки и последствия сотрудничества малых национальных организаций с организациями из соседних стран. На основе проведенного анализа рекомендуется развивать сотрудничество с зарубежными партнерами и использовать социальные сети для поиска деловых контактов. Статья развивает исследования особенностей внешнеэкономической деятельности малых организаций и их вклада в экономику республики.

Ключевые слова: внешнеторговая деятельность, малые организации, конкурентоспособность, сотрудничество.

Введение. Внешнеторговая деятельность является одним из основных инструментов для малых организаций, позволяя им расширять рынок сбыта, увеличивать доходы и повышать конкурентоспособность. Учитывая, что малые организации чаще всего имеют меньшие ресурсы по сравнению со средними и крупными организациями, понимание особенностей их деятельности, в т.ч. управления внешнеторговой деятельностью, является важным. Современные условия хозяйственной деятельности требуют от малых организаций адаптации к изменениям на зарубежных рынках, что возможно при наличии необходимых компетенций руководства и специалистов и государственной поддержки. Кроме того, в условиях цифровизации и развития социальных сетей открываются новые пути для взаимодействия с зарубежными партнерами. Анализ внешнеторговой деятельности малых организаций может способствовать не только их развитию, но и укреплению экономических позиций республики в целом, что делает данную тему исследования актуальной. Объект исследования – малые организации в национальной экономике. Целью данной научной статьи является анализ участия малых организаций во внешнеторговой деятельности в Республике Беларусь.

Исследованием внешнеторговой деятельности организаций занимались такие ученые и исследователи, как Н.А. Абрамчук, И.Л. Акулич, Д.В. Береснев, Т.Б. Бибик, Т.С. Вертинская, Е.А. Гарашенко, О.О. Герасимова, М.А. Дворкина, О.А. Коледа, Е.В. Кокиц, А.А. Колесников, О.М. Максимчикова, Л.И. Мацкевич, Т.А. Скрыбина, М.В. Тимошенко, Т.М. Тишкова, Л.Ф. Трацевская, Е.А. Червинский, П.В. Шведко, В.В. Швердов, Н.В. Юрова и др. Каждый из них изучает отдельные аспекты внешнеторговой деятельности организаций. В то же время остается актуальной необходимость в дополнительных исследованиях, направленных на анализ проблем данной деятельности в современных условиях. Эти исследования призваны способствовать повышению активности и развитию малых организаций в Республике Беларусь.

В данной статье рассматриваются вопросы внешнеторговой деятельности малых организаций, статистическая информация о внешней торговле малых организаций в Республике Беларусь, предложения по совершенствованию внешнеторговой деятельности. Также выявлены и сопоставлены предпосылки и последствия сотрудничества между малыми национальными организациями и организациями из соседних стран. Сотрудничество с соседними странами влечет за собой как позитивные, так и негативные последствия, требуя внимательного анализа. Рассмотрение этих аспектов способствует более глубокому пониманию роли малых организаций во внешнеторговой деятельности, а также выявит возможности для наращивания их участия на зарубежных рынках. Это, в результате, даст возможность разработать рекомендации по повышению их конкурентоспособности, что будет способствовать устойчивому развитию экономики Республики Беларусь.

Основная часть. В рыночной экономике особое значение придается внешнеторговой деятельности организаций, особенно малых форм хозяйствования [1, с. 29]. Считается, что чем выше уровень экономического развития территорий, тем большее число организаций вовлечено в этот процесс [2]. Внешнеторговая деятельность организаций отражает последствия принимаемых ими управленческих решений на зарубежных рынках. Термин «внешнеторговая деятельность» происходит от латинского «*commercium externum*» (переводится как «управление внешней торговлей») [2]. Сущность данного термина указывает на важность управления в деятельности организации на зарубежном рынке.

Значение внешнеторговой деятельности для малых организаций заключается в том, что она создает возможности для расширения рынка сбыта, а как следствие, – увеличения количества покупателей, продаж, доходов, и в целом повышения конкурентоспособности деятельности. В то же время внешнеторговая деятельность требует определенных компетенций от руководства и сотрудников организации (например, коммуникационные навыки,

знание иностранного языка, особенностей зарубежного рынка, основ управления рисками во внешнеторговой деятельности (финансовыми, например), а также поддержки со стороны государства (например, возможности обращения к льготным кредитам, налоговым льготам, поддержки в организации выставок, ярмарок и др., помощь в области управления ИС, др.).

Малые организации имеют некоторые особенности деятельности по сравнению со средними и крупными формами хозяйствования [1, с. 29–30], которые определяют их конкурентные преимущества, в т.ч. и во внешне-торговой деятельности. Среди них:

- способность адаптироваться к изменениям в конъюнктуре рынка;
- организационная структура управления малой организацией менее сложная по сравнению со средними и крупными организациями, что снижает управленческие расходы;
- считается, что деятельность данных организаций более инновационна, поскольку они стремятся индивидуализировать свою деятельность;
- они легче взаимодействуют с клиентами, поскольку направлены, прежде всего, на внутренний рынок;
- зачастую предлагают на рынке специализированные товары и услуги, работают под индивидуальный заказ;
- имеют законодательно закрепленные количественные критерии деятельности (среднесписочная численность работников, выручка от реализации продукции за вычетом косвенных налогов);
- каждая отдельно взятая организация вносит малый вклад в производство товаров и услуг в регионе по сравнению со средними и крупными организациями;
- большинство таких организаций относятся к частной форме собственности;
- в большинстве случаев собственник является управляющим хозяйственной деятельностью;
- у таких организаций зачастую длительность реализации инвестиционных проектов меньше по сравнению со средними и крупными организациями, благодаря гибким управленческим стратегиям;
- зачастую такие организации функционируют в условиях интенсивной конкурентной борьбы;
- благодаря простой организационной структуре управления и малому количеству работников, обмен деловой информацией осуществляется быстрее относительно средних и крупных организаций.

Перечисленные аспекты ускоряют процесс учета колебаний конъюнктуры внешнего рынка, адаптации товаров и услуг в соответствии с требованиями зарубежных покупателей. Благодаря инновационной активности малые организации зачастую быстрее внедряют новые технологии и бизнес-процессы, более всего приближаются к требованиям зарубежных покупателей. Кроме того, поддержка малого предпринимательства со стороны государства усиливает их конкурентные преимущества на зарубежном рынке, формируя возможности для расширения внешнеторговой деятельности. Участие государства в развитии внешнеторговой деятельности малых организаций охватывает различные аспекты [3, с. 86–88]. Так, в Республике Беларусь одними из основных направлений являются поддержка экспорта, развитие инновационных технологий, цифровизации. Укрепление торговых связей также способствует образованию партнерств и расширению предпринимательской деятельности за пределами республики. Рассмотрение вопросов внешней торговли между государством и предпринимательством помогает определить нужды предпринимательства и определить перспективы его деятельности на внешних рынках.

В Беларуси малые организации все более активно вовлекаются во внешнюю торговлю. Следовательно, наблюдается прирост количества малых организаций, экспортирующих и импортирующих товары. Их активность на внешних рынках растет. Тем не менее, вклад в совокупный объем внешнеторговой деятельности в республике по сравнению со средними и крупными формами хозяйствования относительно невысокий. Это видно по данным статистики за 2014–2024 гг. (таблица 1) и указывает на необходимость детального изучения мер разного уровня реализации, содействующих повышению эффективности их внешней торговли и партнерства с иностранными организациями. Статистические данные о внешней торговле малых организаций в республике содержатся в таблице 1 [4; 5, с. 16–32, 114–119].

Таблица 1. – Статистические данные о внешней торговле малых организаций (МО), %

Область, г. Минск	Доля числа МО, экспортирующих и (или) импортирующих товары, в общем числе МО			Доля внешней торговли товаров МО в объеме внешней торговли товаров республики			Доля экспорта товаров МО в общем объеме экспорта товаров республики		
	2014 г.	2019 г.	2024 г.	2014 г.	2019 г.	2024 г.	2014 г.	2019 г.	2024 г.
Беларусь	39,3	42,8	41,9	21,5	28,4	25,8	25,0	34,5	24,5
г. Минск	44,1	44,1	41,2	38,6	49,5	29,0	51,6	61,1	25,5
Брестская обл.	35,1	40,2	40,0	9,8	11,3	10,0	6,9	8,4	7,8
Витебская обл.	36,0	40,1	37,0	26,4	11,3	58,5	38,1	11,9	49,3
Гомельская обл.	26,5	33,0	33,0	2,7	3,7	5,2	1,9	4,1	5,1
Гродненская обл.	34,2	37,9	36,1	8,2	9,6	17,3	5,0	9,7	15,3
Минская обл.	44,4	50,2	52,1	13,9	33,6	31,1	6,9	45,2	31,1
Могилевская обл.	31,5	42,0	44,8	12,6	10,4	17,0	6,5	8,9	14,4

В среднем около одной трети малых организаций по областям республики занимаются экспортом и (или) импортом товаров (по республике: в 2014 г. – 4878 ед., в 2019 г. – 5034 ед., в 2024 г. – 4768 ед.). Количество

малых организаций, участвующих во внешней торговле товарами, относительно других форм хозяйствования невелико, поскольку зачастую их деятельность направлена на внутренний рынок. Более активно экспортируют и (или) импортируют товары малые организации в г. Минске (41–44% от общего количества малых организаций) и Минской области (44–52% субъектов), а также в Брестской (35–40%) и Могилевской (31–45%) областях. В Гомельской области исследуемый показатель наиболее низкий (26–33% субъектов). Значение показателя по областям республики можно объяснить, прежде всего, количеством действующих малых совместных предприятий, отраслевой структурой малых организаций по областям. В 2019 г. количество малых организаций, занимающихся внешней торговлей, снизилось по сравнению с 2014 г. и 2024 г., что связано с трудностями в развитии внешней торговли в этот период. Зарубежными торговыми партнерами малых организаций чаще всего являются организации из России и Китая.

За 2014–2024 гг. наибольшее значение доли внешней торговли товаров малых организаций в объеме внешней торговли товаров республики сформировано в г. Минске, Витебской и Минской областях (более 50% совокупного объема), в Гомельской и Брестской областях – наименьшее значение (до 10 %). Здесь у малых организаций недостаточная диверсификация выпуска товаров. В Минской области удельный вес внешней торговли малых организаций изменился с 13,9% в 2014 г. до 31,1% в 2024 г., в Витебской области – с 26,4% в 2014 г. до 58,5% в 2024 г. В г. Минске, Минской и Витебской областях результаты внешней торговли товарами (см. таблицу 1) формируются преимущественно за счет экспорта товаров, но в его структуре значительный удельный вес приходится на сырьевую продукцию. Импортируют чаще всего машины, транспорт, товары химической, пищевой промышленности.

На основе анализа показателей таблицы 1 можно заключить, что использование внешнеторгового потенциала малых организаций требует более детального изучения и поддержки региональных органов власти [6].

Согласно проведенному анализу, во внешнеторговой деятельности малых организаций тоже можно проследить некоторые особенности. Так, например, малые организации зачастую выходят на зарубежные рынки со стратегией диверсификации (чаще всего, географической, продуктовой, вертикальной, цифровой). В маркетинговой деятельности такие организации выстраивают политику по созданию уникального предложения и построению долгосрочных партнерских связей, используют все возможные ИТ для бизнес-процессов [7, с. 28]. Они также объединяются для совместной деятельности в поиске инвестиций для работы на зарубежном рынке.

Среди форм организации внешнеторговой деятельности малых организаций наиболее востребованы экспорт (импорт), совместные организации, непосредственное владение. Экспорт (импорт) – самая простая из перечисленных форма освоения зарубежного рынка. Экспорт (импорт) осуществляется с наименьшими ресурсными затратами. Небольшая организация имеет возможность экспортировать (импортировать) товар через услуги посредников и самостоятельно. Обращение к услугам посредников наиболее часто встречается среди малых организаций, которые только начинают заниматься внешней торговлей. Некоторые малые организации экспортируют товары напрямую зарубежным посредникам для повышения контроля над вывезенными товарами. Совместная предпринимательская деятельность – это формирование делового партнерства. Актуально: лицензирование, контрактное производство, долевое участие. При лицензировании выгодой является приобретение права на организацию производства, товарные знаки, бренд, охранные документы и др. в ответ на лицензионные платежи. При контрактном производстве зарубежная организация производит товары в данной стране. Выгодами долевого участия являются экономия средств и распределение бизнес-рисков. При непосредственном владении небольшая организация ведет деятельность на внешнем рынке без сторонних участников, оптимизируя трудозатраты, затраты на перевозку, контролирует деятельность самостоятельно и др.

Современные процессы, происходящие в мировой экономике, вынуждают малые организации диверсифицировать способы их развития на зарубежных рынках. В этом аспекте видится актуальным и развитие сотрудничества между малыми национальными организациями и организациями из соседних стран. Республика Беларусь граничит с пятью государствами. Протяженность границ – 2 969 км, и 86,6% из них – границы с государствами, ранее входившими в состав СССР. Территориальное расположение Республики Беларусь позволяет малым организациям устанавливать контакты и обмениваться опытом с партнерами из соседних стран [8, с. 34–35]. Протяженные границы создают условия для налаживания деловых контактов, формированию взаимовыгодных партнерств. Малым организациям необходимо использовать преимущества существующих интеграционных процессов для внешнеторговой деятельности, среди которых: пониженные таможенные тарифы, упрощенные процедуры таможенного оформления и другое.

Сотрудничество между малыми организациями в рамках Союзного государства позволяет укрепить позиции на рынке Российской Федерации, создает возможности к использованию ресурсов и технологий, обмену деловым опытом. Союзное государство способствует увеличению притока инвестиций, совместных проектов, что в итоге способствует экономическому росту не только малых организаций, по и республики. Сотрудничество между малыми организациями в рамках ЕАЭС обеспечивает выход на новые рынки, беспрепятственную торговлю с государствами-членами, обмен технологиями и другое [9, с. 165]. На практике такое сотрудничество чаще всего реализуется посредством совместного предпринимательства, совместных закупок [10, с. 11].

Среди предпосылок к формированию и укреплению сотрудничества между малыми национальными организациями и организациями из соседних стран следующие:

1. Схожие экономические условия.
2. Возможности снижения транспортных расходов и упрощения логистики.

3. Схожие проблемные вопросы предпринимательской деятельности.
4. Общие исторические и культурные ценности.
5. Общие рынки сбыта.
6. Возможности синергии инновационных потенциалов обеих сторон.
7. Государственные программы поддержки внешнеэкономической деятельности и укрепления торговых связей, и др.

В ходе исследования были сопоставлены предпосылки и последствия сотрудничества между малыми национальными организациями и организациями из соседних стран (таблицу 2).

Таблица 2. – Предпосылки и последствия сотрудничества между малыми национальными организациями и организациями из соседних стран

Предпосылки сотрудничества	Положительный эффект сотрудничества для экономики и населения	Отрицательный эффект сотрудничества для экономики и населения
Схожие экономические условия территорий	Упрощение взаимодействия между малыми организациями	Усиление конкуренции
Географическая близость	Снижение транспортных расходов, территориальная концентрация	Экономическая взаимозависимость
Схожие проблемы предпринимательской деятельности	Объединение усилий для решения схожих проблем	Конфликт интересов, стратегическое несоответствие
Общие исторические и культурные ценности	Социальная близость	Культурные трения, напряженность
Общие рынки сбыта	Кооперация на рынке	Конкурирующее сотрудничество, сочетание сотрудничества и соперничества в рамках одной структуры
Синергия инновационных потенциалов	Синергия инноваций	Зависимость от партнеров в области инноваций
Государственные программы поддержки внешнеэкономической деятельности	Совместные выгоды от помощи со стороны двух государств	Асимметрия поддержки, недовольство партнера по поводу неравного содействия
Демонстрационный эффект	Стимулирование других организаций к партнерству	Возможность создания неэффективных форм сотрудничества

Сотрудничество между малыми национальными организациями и организациями из соседних стран имеет множество различных предпосылок, которые могут иметь как позитивные, так и негативные последствия для экономики страны (областей) и населения. Сходство уровней экономического развития упрощает взаимодействие. Географическая близость снижает транспортные расходы и создает территориальную концентрацию, однако может привести к экономической взаимозависимости. Объединение усилий для решения проблем деятельности способствует их решению, но и увеличивает риски, связанные с конфликтами интересов. Общие исторические и культурные ценности помогают устанавливать социальную близость, но могут вызвать напряженность. Наличие общих рынков сбыта позволяет делить риски, однако приводит к конкурентному сотрудничеству. Синергия инновационных потенциалов способствует разработке новых товаров, но может создать зависимость от партнеров. Государственные программы поддержки создают совместные выгоды для бизнеса, но могут привести к последствиям асимметрии поддержки. Демонстрационный эффект может стимулировать малые организации к партнерству, при этом возникает риск создания неэффективных форм сотрудничества.

Формирование и укрепление сотрудничества между малыми национальными организациями и организациями из соседних стран представляет собой важный процесс. В условиях цифровизации, социальные сети – это один из ключевых инструментов для установления контактов с зарубежными партнерами. Они способствуют обмену деловой информацией, создают платформу для взаимодействия единомышленников и бизнес-партнеров. Здесь важным является создание контента, способного заинтересовать целевую аудиторию, потенциальных партнеров. Социальные сети полезны и тем, что после короткой рекламы, можно разместить ссылку на сайт организации для ознакомления с товарами и услугами. Кроме того, социальные сети предоставляют возможности для анализа последствий управленческих решений в контексте создания различных форм сотрудничества.

В таблице 3 приводится статистика и некоторые сведения об использовании социальных сетей в Беларуси в 2024 г. Она показывает, как различные социальные сети используются населением и предпринимательством. Каждая из социальных сетей фокусируется на конкретной возрастной группе и её потребностях, имеет наглядный контент и возможности торговли в режиме on-line. Анализ сведений, представленных в таблице 3, показывает, что каждая социальная сеть может быть использована для достижения различных бизнес-целей, в т. ч. для поиска зарубежных партнеров и укрепления сотрудничества. Присутствие в социальных сетях является важным инструментом для малых организаций с позиции поиска потенциальных деловых партнеров, в т.ч. зарубежных.

Таким образом, внешнеторговую деятельность малых организаций можно отнести к одному из элементов региональной интеграции, способствующему развитию и повышению конкурентоспособности малых организаций, а тем самым – экономики Республики Беларусь.

Таблица 3. – Статистика использования социальных сетей в Беларуси, 2024 г.

Социальная сеть	Количество пользователей, млн чел.	Возрастная группа	Причины использования	Функции
VK	5,5	16-35 лет	Встроенный магазин, группы, локальная аудитория	VK Pay (сервис для оплаты товаров), сообщества с товарами
Facebook	2,1	25-45 лет	B2B (Business to Business)	Мессенджер, посты, сообщества
Instagram	3,8	18-34 года	Подходит для моды, еды, косметики, самодельных изделий	Instagram Shopping (онлайн-магазин), Reels (короткие видео), таргетированная реклама
Telegram	3,2	18-40 лет	Чат-боты, приватные каналы, моментальные продажи	Боты для заказов, автоматизация
TikTok	2,5	14-30 лет	Viral-маркетинг	Короткие видео, комментарии пользователей
Одноклассники	1,5	35+ лет	Для аудитории более 35 лет	Посты, сообщества

Источник: составлено на основе [11; 12].

Заключение. Исследование, результаты которого изложены в данной научной статье, сосредоточено на изучении внешней торговли малых организаций в Республике Беларусь. В нем:

1. Рассмотрено значение внешней торговли товарами малых организаций как ключевого элемента, способствующего расширению рынка сбыта, а, как следствие, увеличению количества покупателей, продаж, доходов, и в целом, повышению конкурентоспособности деятельности. Уровень экономического развития территорий скажется на вовлеченности организаций в этот процесс.

2. Определены особенности деятельности малых организаций относительно средних и крупных организаций, которые определяют их рыночные преимущества, в т.ч. и во внешней торговле (они ускоряют процесс учета колебаний конъюнктуры внешнего рынка, адаптации товаров и услуг в соответствии с требованиями зарубежных покупателей, быстрее внедряют новые технологии и бизнес-процессы, и др.).

3. Приведены данные о том, что в Беларуси малые организации все более активно вовлекаются во внешнюю торговлю. Следовательно, наблюдается прирост количества малых организаций, экспортирующих и импортирующих товары. Тем не менее, их вклад в совокупный объем внешнеторговой деятельности в республике по сравнению со средними и крупными формами хозяйствования относительно невысокий. Это указывает на то, что необходимо детальнее изучить применение мер разного уровня реализации, содействующих повышению эффективности их внешней торговли.

4. Определены ключевые характеристики внешней торговли малых организаций республики (малые организации зачастую выходят на зарубежные рынки со стратегией диверсификации (чаще всего, географической, продуктовой, вертикальной, цифровой); в маркетинговой деятельности такие организации выстраивают политику по созданию уникального предложения и построению долгосрочных партнерских связей; объединяются для совместной деятельности в поиске инвестиций. Среди форм организации внешнеторговой деятельности малых организаций наиболее востребованы экспорт (импорт), совместные организации, непосредственное владение.

5. Рекомендовано как мера по улучшению внешней торговли товарами малых организаций развитие сотрудничества с зарубежными партнерами, выявлены и сопоставлены предпосылки и последствия сотрудничества между малыми национальными организациями и организациями из соседних стран. Также акцентируется внимание на том, что присутствие в социальных сетях является важным инструментом для малых организаций с позиции поиска партнеров и установления деловых контактов, в т.ч. зарубежных.

Таким образом, внешнеторговая деятельность малых организаций – важное условие для их роста и интеграции в мировую экономику, что положительно скажется на экономике Республики Беларусь.

ЛИТЕРАТУРА

1. Крамарэнка Г.К. Малое прадпрыемства: напрамак росту дзелавой актыўнасці // Вестник Полоцкого государственного университета. Сер. D, Экон и юрид. науки. – 2022. – № 12. – С. 28–34. – DOI: <https://doi.org/10.52928/2070-1632-2022-62-12-28-34>.
2. Национальная экономика Беларуси / В.Н. Шимов [и др.]; под ред. В.Н. Шимова. – Минск: БГЭУ, 2018. – 650 с.
3. Крамаренко А.К. Инструментарий и формы государственного регулирования развития микро- и малых предприятий в Республике Беларусь // Труды БГТУ. Сер 5, Экономика и управление. – 2022. – № 2(262). – С. 86–93.
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Официальная статистика. Экономическая статистика. Структурная статистика, включая статистику малого и среднего предпринимательства / [Электронный ресурс] // Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/strukturnaja_statistika/ (дата обращения: 10.06.2025).
5. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь, 2018: стат. сб. / редкол. : И. В. Медведева [и др.]. – Минск: Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2018. – 195 с.
6. Институциональное и организационное обеспечение деятельности местных органов власти как субъектов управления внешнеэкономическими связями регионов / Т.С. Вертинская // Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты и перспективы: сб. науч. ст. Междунар. науч.-практ. конф., 14–15 нояб. 2024 г., Минск: в 2 т. / редкол.: Д.В. Муха (гл. ред.). – Минск, 2024. – Т. 2. – С. 9–14.

7. Крамаренко А.К., Дворанинович Д.А. ИТ в системе информационного обеспечения деятельности микро- и малых предприятий // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D. Экономические и юридические науки. – 2023. – № 2. – С. 27–33. – DOI: <https://doi.org/10.52928/2070-1632-2023-64-2-27-33>.
8. Рябоконь А.И. Концептуальные аспекты развития инновационной деятельности промышленных организаций на основе сетевого взаимодействия // Труды БГТУ. Сер. 5, Экономика и управление. – 2023. – № 2(274). – С. 31–36.
9. Маёнова Е.С., Абакумова Ю.Г. Анализ внешнеторговой деятельности Республики Беларусь в рамках международных интеграционных группировок // Беларусь–2030: государство, бизнес, наука, образование: материалы VI Междунар. науч. конф., Минск, 16 дек. 2019 г.; редкол.: А.А. Королёва (гл. ред.). – Минск, 2019. – С. 164–166.
10. Геврасёва А.П. Оценка эффективности внешнеторговой деятельности региона в условиях интеграции // Труды БГТУ. Сер. 5, Экономика и управление. – 2017. – № 1(196). – С. 10–14.
11. Трафик социальных сетей в Беларуси [Электронный ресурс] // SimilarWeb. – URL: <https://www.similarweb.com/ru/top-apps/google/belarus/social> (дата обращения: 04.08.2025).
12. Digital-рынок Беларуси 2024: что учитывать и чем пользоваться бизнесу сегодня [Электронный ресурс] // BelRetail. – URL: <https://belretail.by/article/digital-rynok-belarusi-cto-uchityvat-i-chem-polzovatsya-biznesu-segodnya> (дата обращения: 04.06.2025).

Поступила 07.09.2025

SMALL ORGANIZATIONS AND THEIR PARTICIPATION IN THE FOREIGN TRADE ACTIVITIES OF BELARUS

A. KRAMARENKO
(Brest State Technical University)

Research object – small organizations in the national economy. Foreign trade activity is one of the main tools for small organizations, allowing them to expand their market reach and enhance competitiveness. Despite the growth in the number of small organizations participating in foreign trade in Belarus, their share in the total volume of foreign trade activities remains low. The article presents the characteristics of small organizations and discusses how they impact the foreign trade activities of these organizations. Given the limited resources of small organizations, the necessity for government support and the development of competencies is emphasized. The prerequisites and consequences of cooperation between small national organizations and organizations from neighboring countries are examined. Based on the analysis, it is recommended to develop collaboration with foreign partners and utilize social networks for finding business contacts. The article is intended for further research on the peculiarities of the foreign economic activity of small organizations and their contribution to the economy of the republic.

Keywords: foreign trade activity, small organizations, competitiveness, cooperation.