

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: КРИЗИСНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ И АНТИКРИЗИСНЫЕ МЕРЫ

А.А. Слонимский

*Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономики,
г. Минск, Республики Беларусь,*

М.А. Слонимская

*УО «Белорусский государственный экономический университет»,
г. Минск, Республики Беларусь*

По данным службы государственной статистики число малых предприятий на 1 января 2009 года составило почти 68 тыс. единиц, а индивидуальных предпринимателей – 212,5 тыс. человек. За 2008 год объем ВВП, произведенного субъектами малого бизнеса республики, составил 9,3%. В сравнении с 2007 годом он вырос на один процентный пункт. За 2008 год объем промышленного производства составил около 8,5% от общего объема производства (в 2007 г. – 7,6%), малый бизнес обеспечил почти 20% общего объема розничного товарооборота (в 2007 г. – 11,2%) и 16,7% общего объема внешнеторгового оборота (в 2007 г. – 15,2%).

На начало 2009 года на малых предприятиях работали более 535 тыс. человек, в то время как по итогам 2007 г. – только 430 тыс. человек. В 2008 году продолжились тенденции к увеличению объемов оборота и инвестиций в основной капитал. Итоги деятельности субъектов малого предпринимательства за 2008 год можно рассматривать в целом как положительные. Кроме того, в последние годы была несколько активизирована государственная политика по созданию более благоприятных условий для развития предпринимательских инициатив на республиканском и региональном уровнях. Принимаются определенные меры по снижению административных барьеров. Однако влияние указанных положительных тенденций развития сектора малого предпринимательства на отечественную экономику может быть существенно снижено воздействием как общих, так и специфических факторов, обусловленных кризисными явлениями в экономиках зарубежных стран и Республики Беларусь.

Мировой финансовый кризис уже негативно повлиял на внешнеэкономическую деятельность малого бизнеса – такой вывод можно сделать по итогам анализа экспортно-импортной торговли субъектов малого предпринимательства в первом полугодии 2009 года. Так, объем экспорта товаров, реализованных субъектами малого предпринимательства составил 680,1 млн долларов США, что составило 87,3% к уровню аналогичного периода 2008 года. Такие результаты экспортной деятельности малого бизнеса объясняются в том числе, и спадом деловой активности как в экономиках западноевропейских стран, так и у наших соседей России и Украины, которые являются традиционными рынками сбыта продукции белорусских предприятий.

Самым крупным экспортным партнером по-прежнему остаётся Россия – 238,6 млн долларов США, или 35,1% в общем объеме экспорта малого предпринимательства. Причем в прошлом году для рынка Российской Федерации была на 36,3% выше и составила 48,1% от всех внешнеэкономических партнеров по экспорту. На второй позиции находится Латвия с долей 26,7%, на третьей – Нидерланды – 11,5%. Причем экспорт в Нидерланды вырос за первое полугодие 2009 года по сравнению с аналогичным периодом 2008 года на 94,3%. Существенно вырос экспорт в некоторые другие страны: в Венесуэлу – в 11 раз, в Китай в 4,9 раза, в Турцию – в 3,6 раза. Правда, удельный вес таких стран в общем объеме экспорта невелик – от 0,2 до 1% процента.

Что касается импорта товаров субъектами малого предпринимательства, то он сократился ещё больше за экспорт – за первое полугодие 2009 года составил 2499,1 млн долларов США, что составляет 69,1% к уровню аналогичного периода прошлого года. Главным партнером по импорту также является Россия – 952,3 млн долларов США или 38,1% от общего объема к уровню аналогичного периода 2008 года импорт из РФ уменьшился на 32,7%. Вторую позицию занимает Германия – 9,5% от общего объема импорта (снижение на 22,8%), третью – Китай (8,9% и снижение на 20,7%).

К общим негативным факторам, оказывающим влияние на деятельность малых предприятий, можно отнести снижение ликвидности, рост неплатежей, ослабление инвестиционной и инновационной активности. К специфическим факторам в свою очередь относятся следующие. Во-первых, это существенное сокращение доступа малого бизнеса к дополнительным финансовым возможностям и возможностям для инвестирования. Несмотря на то, что в настоящее время зависимость малых предприятий от банковского финансирования в отличие от крупных и средних предприятий не является сильно выраженной, последствия кризиса сокращают возможности банков для выделения дополнительных кредитов малым предприятиям. Во-вторых, высокая зависимость малого бизнеса от состояния внутреннего спроса. Воздействие данного фактора заключается в том, что малый бизнес в основном ориентирован на удовлетворение потребностей населения и предприятий, действующих в Беларуси, и снижение внутреннего спроса негативно влияет на состояние малого бизнеса. В-третьих, для малого бизнеса становится не всегда целесообразным использование при работе с крупными производителями и поставщиками схемы «предоплата за продукцию – отгрузка продукции», поскольку из-за кризиса ликвидности и затруднения доступа к финансовым ресурсам предприятия часто не имеют возможности привлекать заемные средства для закупки необходимых товаров. Это в свою очередь может привести к приостановке деятельности отдельных малых предприятий, бизнес-процессы которых, основываются на указанной схеме. В-четвертых, кризисные явления увеличивают риск приостановки деятельности и даже определенного распада инфраструктуры поддержки малых предприятий. Так, в случае сокращения активности малых предприятий и их спроса на информационные, маркетинговые, образовательные и другие бизнес-услуги, которые предоставляются организациями инфраструктуры поддержки, некоторые организации инфраструктуры могут прекратить свое существование или предоставление некоторых бизнес-услуг. В-пятых, кризисные явления могут спровоцировать уход некоторых малых предприятий в теневой сектор экономики. В условиях отсутствия средств и платежеспособного спроса субъекты малого предпринимательства вынуждены сокращать масштабы деятельности. Чтобы высвободить дополнительные средства, предприятия стараются минимизировать налоговые поступления, предпринимать максимальные усилия по экономии издержек, в том числе и через сокрытие собственных доходов.

В целом следует отметить, что вследствие кризисных явлений в экономике, субъекты малого предпринимательства могут:

- замораживать проекты, направленные на развитие и расширение (приостановка покупки нового оборудования, вложений в инфраструктуру, найма и обучения персонала, освоения новых земельных участков, открытия новых торговых точек, совершенствования методов управления, организации производства и сбыта продукции);
- прикладывать усилия по сокращению инвестиционных и налоговых расходов;
- пересматривать методы работы с контрагентами (отказываться от предоплаты закупаемый ими товар и предъявлять более серьезные требования к своим покупателям, чтобы избежать неплатежей за отгруженную продукцию);
- наращивать привлечение заемных средств с неформальных кредитных рынков и снижать пользование кредитными услугами легального рынка кредитования, поскольку доступ к ним вследствие кризиса ограничен.

Безусловно, кризис не повлияет в равной степени на все малые предприятия. Ущерб от него для отдельных субъектов малого предпринимательства будет не очень сильным. К таким предприятиям, прежде всего, относятся: предприятия, производящие относительно недорогую продукцию массового спроса и предоставляющие достаточно дешевые услуги населению; предприятия, производящие товары и услуги с неэластичным спросом; предприятия, практически не использующие в своей работе заемные средства; предприятия, имеющие налаженные устойчивые отношения с банками, которые могут предоставить кредиты в сложный момент; предприятия, имеющие административную поддержку и работающие по государственному заказу.

Кризис может обусловить количественное сужение малого бизнеса, то есть уход с рынка части предприятий, вынужденных временно свернуть или полностью прекратить свою хозяйственную деятельность, сокращение численности занятых, снижение объемов оборота и инвестиций в основной капитал, отказ от работы с некоторыми контрагентами, снижение прибыли, повышение рисков «затоваривания».

Для решения указанных выше проблем и предотвращения негативного влияния кризисных явлений на деятельность предпринимательства должны быть приняты меры, направленные на укрепление финансовой базы малого бизнеса и снижение его издержек. Возможными мерами, направленными на снижение влияния кризисных явлений, могут быть: меры в области увеличения их финансовой (в том числе инвестиционной) поддержки; меры по сокращению административных барьеров; меры, направленные на стимулирование спроса на товары и услуги малых предприятий; меры в области информационной поддержки малого предпринимательства; меры в сфере активизации инновационной и внешнеэкономической деятельности малых предприятий.

Кризисные времена требуют гораздо более тесного сотрудничества малого и крупного бизнеса. Конкретизируются и задачи такого сотрудничества: привлечь малый бизнес к реализации продукции государственных производителей. Причем речь не только о товарах народного потребления, но и о продукции производственно-технического назначения. Таким образом, ресурсы малых коммерческих фирм и индивидуальных предпринимателей могут быть использованы для расширения экспорта белорусских товаров.

Впервые заявление о возможности участия малого бизнеса в продвижении белорусских товаров на экспорт прозвучало в середине июля 2009 года сразу после закрытия Черкизовского рынка в Москве, когда руководство Белорусского союза предпринимателей заявило, что многие предприниматели могут переориентировать свои интересы с импорта на экспорт – приобретать товары на предприятиях или оптовых складах и продавать их за границу. Единственной проблемой при этом являются сложности в оформлении документов на товары белорусского производства. Тогда Департамент по предпринимательству Министерства экономики Беларуси сразу же отреагировал на это предложение и пообещал внести его в правительство. А 7 сентября в пресс-релизе Минэкономики было сообщено, что премьер-министр Беларуси подписал распоряжение №92р «О создании рабочей группы для оперативного анализа ситуации, выработки мер и оказания субъектам малого предпринимательства поддержки по реализации белорусских товаров на внутреннем и внешнем рынке».

Однако первая официальная реакция властей на предложение предпринимателей появилась еще в первой половине августа на региональном уровне – в Мингорисполкоме. Исполнительный орган власти Минска при поддержке местного бизнес-сообщества составил Методические рекомендации руководителям промышленных предприятий города для увеличения экспорта товаров субъектами малого предпринимательства. Они состоят из десяти позиций: 1) создать в сети Интернет электронную базу данных о товарах, потенциально продаваемых за пределами Республики Беларусь (с указанием цен, описанием товаров, наличия на складах, месторасположения складов отгрузки и т. д.); 2) широко

проводить рекламную кампанию через СМИ, Интернет по приглашению к сотрудничеству субъектов малого предпринимательства на взаимовыгодных условиях; 3) снять ограничения для отпуска товаров производителями и оптовыми предприятиями субъектам малого предпринимательства с целью реализации товаров на экспорт; 4) широко производить уценку товаров в рамках действующего законодательства; 5) практиковать возврат предприятию нереализованной субъектами малого предпринимательства продукции, принимать брак, выявленный в ходе реализации товаров; 6) обеспечить субъектов малого предпринимательства необходимыми товаросопроводительными документами (товаротранспортными накладными международного образца, сертификатами происхождения товара, документами, подтверждающими качество товара); 7) отпускать субъектам малого предпринимательства товары, предназначенные для реализации их за пределами республики, по оптовым отпускным ценам; 8) использовать частичную предоплату и рассрочку платежа за отгруженный товар до 60 дней; 9) практиковать подтверждение сведений о добросовестности ведения бизнеса субъектом малого предпринимательства через региональные комитеты экономики, инспекции МНС; 10) отслеживать регионы, в которых планируется реализация субъектами малого предпринимательства товаров в целях сохранения существующей дилерской сети предприятий и недопущения ценового демпинга на один и тот же товар.

Следует отметить, что минские предприниматели являются наиболее активными участниками внешнеэкономической деятельности субъектов малого бизнеса Беларуси – доля столичных предпринимателей в общем объеме их экспорта в первом полугодии 2009 года составила 67,7%, импорта – 71,9%.

УДК 338

РОЛЬ ИНТЕГРИРОВАННОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ПОДДЕРЖКИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАШИНОСТРОЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕЦЕССИИ

И.П. Соболева

*УО «Белорусский государственный экономический университет»,
г. Минск, Республики Беларусь*

Исключительно важной задачей промышленного комплекса Республики Беларусь является наращивания объемов реализации промышленной продукции и увеличения присутствия белорусских предприятий на основных рынках ее сбыта, что определяет актуальность проблемы повышения ее качества и конкурентоспособности с целью продвижения и удержания конкурентных позиций на зарубежных рынках.

Ситуация мирового кризиса обостряет вопросы конкурентоспособности продукции. Определение параметров и свойств, которые обеспечат продукту сильные позиции на отечественном рынке и конкурентоспособность на мировом рынке, является первоочередной задачей. По мнению экспертов, освоение новых рынков сбыта при сохранении и укреплении уже завоеванных позиций является одной из приоритетных задач, выполнение которых позволит сохранить динамику развития промышленного потенциала республики в условиях мирового экономического кризиса.

Нет сомнения в том факте, что негативные последствия международного финансово-экономического кризиса скорее всего преодолению те страны, которые сумеют первыми выйти на рынки с новой продукцией, с товарами, обладающими новыми потребительскими