

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНО-
МИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

Кафедра международного менеджмента

МАГЕРОВА
Екатерина Дмитриевна

**ВНЕШНЕТОРГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО
И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**
Дипломная работа

Научный руководитель:
старший преподаватель
Хлебовец Анна Степановна

Допущена к защите

«__» _____ 2018г.

Зав.кафедрой

_____ С.В.Лукин

Минск, 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	8
1.1 Сущность и роль малого и среднего предпринимательства как фактора социально-экономического развития национальной экономики.....	8
1.2 Понятие внешнеторговой деятельности и ее регулирование в Респуб- лике Беларусь	18
2 АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МА- ЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	25
2.1 Анализ состояния предпринимательского сектора в национальной эконо- мике	25
2.2 Оценка влияния малого и среднего бизнеса на внешнюю торговлю в Республике Беларусь	33
3 НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ПРОМАВТОМАСЛА».....	40
3.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «ПромАвто- Масла».....	40
3.2 Организация внешнеэкономической деятельности ООО «ПромАвто- Масла».....	53
3.3 Экономический анализ импортных поставок предприятия ООО «Про- мАвтоМасла».....	59
3.4 Направления совершенствования импорта продукции на примере ООО «ПромАвтоМасла».....	61
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	71
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	74
ПРИЛОЖЕНИЯ	78

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит 78 страниц, 11 рисунков, 29 таблицы, 9 приложения, 52 использованных источников.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, МАЛЫЙ БИЗ- НЕС, ВНЕШНЕТОРГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РЕГУЛИРОВАНИЕ ВНЕШ- НЕЙ ТОРГОВЛИ

Объект исследования – внешнеторговая деятельность малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь.

Предмет исследования – социально-экономические отношения, раскрывающие сущность, содержание, формы, тенденции развития внешней торговли малого и среднего бизнеса в Беларуси.

Цель исследования – определение условий и направлений развития малого и среднего бизнеса в сфере внешней торговли Республики Беларусь.

Методы исследования: методы логического и системного анализа, сравнительного анализа, статистический метод а также другие научные приемы и методы.

Дипломная работа посвящена обобщению теоретико-методических подходов и на их основе раскрыта сущность малого и среднего бизнеса и определена его роль в экономике страны. В работе проводится анализ современного состояния малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь, оценивается его роль развитии внешней торговли в Беларуси и предлагаются направления повышения роли малого и среднего предпринимательства во внешней торговле.

Автор дипломной работы подтверждает, что приведённый в ней рас-
четно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние ис-
следуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других ис-
точников теоретические и методологические положения и концепции со-
провождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

У дыпломную работу ўваходзяць 78 старонак, 11 малюнкаў, 29 табліцы, 9 дадатак, 52 крыніц.

ПРАДПРЫМАЛЬНІК, ПРАДПРЫМАЛЬНІЦТВА, МАЛЫ БІЗНЕС, ЗНЕСНЕГАНДЛЁВАЙ ДЗЕЙНАСЦІ, РЭГУЛЯВАННЕ ЗНЕСНЯГА ГАНДЛЮ

Аб'ект даследавання - знешнегандлёвая дзейнасць малога і сярэдняга бізнесу ў Рэспубліцы Беларусь.

Прадмет даследавання - сацыяльна-эканамічныя адносіны, якія раскрываюць сутнасць, змест, формы, тэндэнцыі развіцця знешняга гандлю малога і сярэдняга бізнесу ў Беларусі.

Мэта даследавання - вызначэнне умоў і кірункаў развіцця малога і сярэдняга бізнесу ў сферы знешняга гандлю Рэспублікі Беларусь.

Метады даследавання: метады лагічнага і сістэмнага аналізу, параўнальнага аналізу, статыстычны метады і таксама іншыя навуковыя прыёмы і метады.

Дыпломная праца прысвечана абагульненню тэарэтыка-метадычных падыходаў і на іх аснове раскрытая сутнасць малога і сярэдняга бізнесу і вызначана яго роля ў эканоміцы краіны. У працы праводзіцца аналіз сучаснага становішча малога і сярэдняга прадпрыемства ў Рэспубліцы Беларусь, ацэньваецца яго роля развіцці знешняга гандлю ў Беларусі і прапануюцца напрамкі павышэння ролі малога і сярэдняга прадпрыемства ў знешнім гандлі.

Аўтар дыпломнай працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан даследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя і метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ABSTRACT

Degree work contains 79 pages, 11 figures, 29 tables, 9 appendix, 52 used sources.

ENTREPRENEUR, BUSINESS, SMALL BUSINESS, FOREIGN TRADE, FOREIGN TRADE REGULATIONS

The object of study - the foreign trade activities of small and medium business in Belarus.

Subject of investigation - the socio-economic relations, revealing the nature, content, forms, trends of foreign trade of small and medium business in Belarus.

The purpose of the study - the definition of conditions and directions of development of small and medium-sized businesses in the field of foreign trade of the Republic of Belarus.

Methods: the methods of logical and systematic analysis, comparative analysis, statistical methods as well as other scientific techniques.

Thesis is devoted to the generalization of theoretical and methodological approaches and on their basis Disclosure of the small and medium-sized businesses, and is defined by its role in the economy. In this paper are analyzed sovremennogo sostoyaniya small and medium entrepreneurship in the Republic of Belarus, evaluated its role in the development of foreign trade of Belarus and offered directions enhance the role of small and medium-sized enterprises in international trade.

The author of the thesis confirms that it privedènny settlement and analytical materials correctly and objectively reflects the state of the test process, and all borrowed from the literature and other sources of theoretical and methodological principles and concepts are accompanied by references to their authors.

ВВЕДЕНИЕ

Экономика любого государства не может нормально развиваться без оптимального соотношения крупного, среднего и малого бизнеса.

Вся история развития малого бизнеса в странах с рыночной экономикой доказала его необходимость, экономическую и социальную значимость. Поэтому в этих странах не случайно, а вполне закономерно создаются необходимые условия, и осуществляется государственная поддержка для его развития.

Благодаря такой продуманной политике малый бизнес в развитых странах мира за последние 30 лет развивался довольно быстрыми темпами, а его вклад в национальные экономики этих стран все время увеличивался.

Актуальность темы исследования обуславливается острой необходимостью развития малого и среднего бизнеса в нашей стране более быстрыми темпами, так как:

- развитие малого и среднего бизнеса является важнейшим фактором роста национальной экономики более устойчивыми темпами так и ведет к росту благосостояния населения Республики Беларусь в целом;

- так же следует отметить, что в Республике Беларусь имеются существенные экономические резервы для развития малого и среднего бизнеса, несмотря на то, что уровень развития малого и среднего бизнеса в нашей стране явно недостаточный по сравнению с развитыми странами мира.

Исследованию проблемы становления и развития малого бизнеса посвящены труды многих отечественных и зарубежных ученых, среди которых можно отметить: А.Б. Агеев, В.К. Андреев, А.В. Бусыгин, А.С. Виленский, А.А. Какотин, Г.В. Кузнецова, М.Г. Лапуста, А.А. Мухина, Е.В. Омельченко, А.У. Панина, И.В. Сергеев. Однако многие вопросы теоретического и прикладного характера требуют более детального изучения и проработки. К ним можно отнести:

- выявление закономерностей и особенностей развития малого и среднего бизнеса в Беларуси, в том числе определения его роли во внешнеэкономической деятельности;

- определение основных причин, сдерживающих развитие малого и среднего бизнеса во внешнеэкономической сфере;

- влияние роли и места малого и среднего бизнеса во внешней торговле страны;

- определение основных направлений функционирования малого и среднего бизнеса во внешнеэкономической деятельности.

Исследование этих и других вопросов имеет большое практическое значение. Проблема развития малого и среднего бизнеса и его внешнеэкономическая деятельность в экономической литературе освещена недостаточно.

Объект исследования – ООО «ПромАвтоМасла».

Предмет исследования – внешнеторговая деятельность малого и среднего бизнеса в Беларуси.

Цель исследования – определение условий и направлений развития малого и среднего бизнеса в сфере внешней торговли Республики Беларусь.

Методы исследования: методы логического и системного анализа, сравнительного анализа, статистический метод а также другие научные приемы и методы.

В процессе исследования использованы отдельные положения экономической теории, объективные экономические законы, методы экономического анализа. В процессе исследования применялись общенаучные методы познания, статистические методы исследования.

В ходе исследования изучены и использованы законодательные и нормативные акты Республики Беларусь, решения и постановления Правительства, а также программы поддержки малого бизнеса. Изучены и использованы научные труды отечественных и зарубежных авторов по данной проблеме.

Информационную основу исследования составили статистические материалы, публикуемые Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь, статистическая и бухгалтерская отчетность предприятий.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

1.1 Сущность и роль малого и среднего предпринимательства как фактора социально-экономического развития национальной экономики

Чтобы раскрыть сущность экономических категорий «малое предпринимательство» и «среднее предпринимательство», необходимо в целом рассмотреть природу таких терминов, как «предприниматель», «предпринимательство», «бизнес», которые эволюционировали на протяжении всего развития человеческого общества, начиная с истории становления обмена, производства и распределения товаров и услуг.

Тем не менее, несмотря на многочисленные зарубежные и отечественные исследования в этой области, единой экономической теории предпринимательства не создано до сих пор. Однако ряд положений, разработанных учеными в этой сфере, остаются актуальными и сегодня.

Слово «предприниматель» происходит от французского глагола «entreprendre», что означает предпринимать, затевать, браться, приниматься за что-либо. Принято считать, что впервые в современном смысле термины «предприниматель» и «предпринимательство» употребил в XVIII в. английский меркантилист Ричард Кантильон в своем «Эссе (очерк) о природе торговли вообще» (1755 г.) [37, с.106].

Он обнаружил, что расхождения между рыночным спросом и предложением создают возможности покупать дешево и продавать дорого, и именно этот тип арбитражных сделок приводит конкурентные рынки в состояние равновесия, а людей, которые используют эти нереализованные возможности извлечения прибыли, он называл «предпринимателями». Именно с работы Р. Кантильона начинается научное изучение предпринимательства. В целом движение экономической мысли идет в большинстве своем параллельно тому, как изменяется фигура самого предпринимателя и его роль в экономическом развитии (Приложение А).

Таким образом, предприниматель, это креативная инициативная личность, действующая в условиях неопределенности и риска, осуществляющая наиболее эффективную комбинацию экономических ресурсов, в большинстве своем, на инновационной основе для реализации своей идеи, обладающей экономическим и социальным эффектом.

Предприниматель в свою очередь, как показал проведенный нами анализ, не обязательно является собственником капитала (Р. Кантильон, Л. Вальрас, А. Маршалл, Й. Шумпетер, И. Кирцнер и др.) [37, с.109], а также с теоретической

точки зрения его нельзя однозначно отождествить с управленцем (менеджером) (Р. Кантильон, Й. Шумпетер, Л. фон Мизес и др.), что часто встречается на практике.

Несмотря на то, что грань между этими понятиями достаточно тонкая, теоретически менеджер, на наш взгляд, представляет собой разновидность наемного работника, который за осуществление своей деятельности получает заработную плату и, соответственно, относится к фактору «труд». С развитием своего предприятия предприниматель становится бизнесменом, в котором могут сочетаться собственник, организатор, управленец и др. В любом случае определить четкую грань между этими понятиями достаточно сложно, так как на практике один человек может совмещать все перечисленные функции и, соответственно, наоборот.

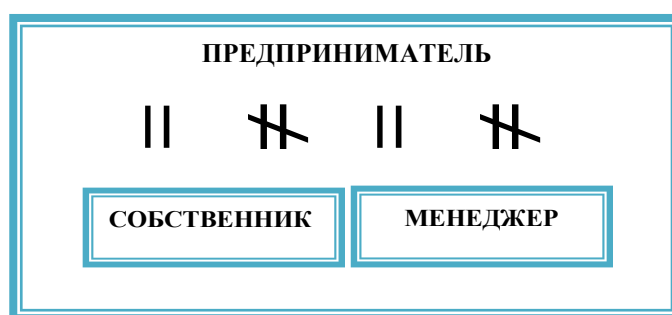


Рисунок 1.1 – Соотношение функций предпринимателя как собственника капитала и менеджера

Примечание - Источник: собственная разработка

Далее рассмотрим сущность самого предпринимательства (Приложение Б), представление о котором эволюционировало на протяжении всего развития общества.

Однако следует констатировать тот факт, что именно на рубеже XIX-XX вв. стали складываться несколько иные представления о предпринимателях и предпринимательстве в целом, а некоторые ученые стали выделять данный феномен как самостоятельный четвертый фактор производства. Именно в этот период зарождаются теории, основным предметом которых выступает непосредственно предпринимательство.

Среди белорусских экономистов, занимающихся изучением различных аспектов предпринимательства в условиях трансформационной экономики, стоит отметить М.И. Балашевича [8, с.231], Е. А. Мартышевская [28, с.78-82.], Быкова Н.К., Г.В. Германовича [31, с. 180], А.В. Данильченко, В.Н. Корягина, Л.А. Истомину, М.М. Ковалева, А.И. Лученка, Н.И. Базылева [43], М.Н. Базылеву, И.В. Мальгину, С.В. Дадалко, Н.К. Мельникова, Б.Н. Науменко, П.Г. Никитенко, А.А. Слонимского, А.Н. Тура, В.Н. Шимова, В. Романчука и др.

Трактовка предпринимательства наиболее четко определяет экономические интересы предпринимателей, при этом не акцентируя внимания на различные психологические факторы и ссылки на объединителей производствен-

ных факторов из страсти к инновациям. Однако стоит заметить, что в современных условиях предпринимательская деятельность может осуществляться не обязательно собственником капитала и впоследствии может привести не только к реализации текущего личного потребления предпринимателя, но и совокупного потребления в целом.

В словаре современных экономических и правовых терминов предпринимательство трактуется как инициативная, самостоятельная хозяйственная деятельность граждан, субъектов собственности в рамках существующих законов, осуществляемая на свой риск и свою имущественную ответственность или от имени и под имущественную ответственность юридического лица, а под предпринимателем понимается лицо, занимающееся предпринимательской деятельностью (по производству либо по реализации товаров), а также лицо, которое изыскивает средства для организации предприятия и тем самым берет на себя предпринимательский риск [39, с.381].

Предпринимательство, по мнению Мартышевой Е.А., это особый вид общественно полезной хозяйственной деятельности субъекта в целях получения прибыли, связанный с риском становления нового дела, нахождением все более эффективных способов использования ресурсов при соблюдении правовых и моральных норм, принятых в обществе [28, с.78-82].

В учебнике Базылева Н.И. предпринимательство характеризуется как особый фактор производства, связанный с инновационной формой деятельности, которая став преобладающей, способна обеспечить всему общественному воспроизводству необходимую динамику и устойчивость [43, с.452].

По мнению Н.Б. Антоновой, М.И. Балашевича, М.Н. Базылевой и др. предпринимательство является неотъемлемой составляющей экономической системы, выступая фактором социально-экономического развития страны. С понятием же «предприниматель» ассоциируется чаще всего человек, занимающийся производственными, посредническими, торговыми, финансовыми, инновационными и др. операциями с целью получения дохода [8, с. 231].

В целом хочется отметить, что вышеуказанные трактовки отечественных ученых тесно переплетаются и представляют собой достаточно односторонние понятия, которые не в полной мере раскрывают сущность категорий «предприниматель» и «предпринимательство».

Проведенное исследование теорий предпринимательства, позволяет выделить основные отличительные черты, характеризующие данную деятельность, которые сформировались на протяжении веков:

- готовность идти на риск;
- стремление к получению дохода;
- ориентация на потребительские вкусы и предпочтения;
- наличие рыночных условий хозяйствования;
- инновационный характер деятельности;
- самостоятельность субъектов хозяйствования;
- наличие ответственности за принимаемые решения

- стремление к самовыражению и др.

На основе ретроспективного анализа, можно выделить следующие основные этапы развития теории предпринимательства:

- XVIII – первая половина XIX вв. (Р. Кантильон, а также представители классической школы политэкономии (А. Смит, Ж.-Б. Сэй и др.): несмотря на разные точки зрения ученых этого периода, предпринимательство еще не представляет ощутимой силы экономического развития, и рассматривается, скорее, как локальный элемент происходящих процессов.

- вторая половина XIX – начало XX вв. (представители маржиналистской школы (Л. Вальрас, А. Маршалл, Дж. Кларк и др.): в представлениях ученых данного периода предпринимательство постепенно трансформируется в самостоятельный фактор производства, приобретая все большую значимость.

- первая половина XX вв. (Й. Шумпетер, В. Зомбарт, Ф. Найт и др.): особая роль уделяется различным аспектам личности предпринимателя и впервые подчеркивается его роль как инноватора.

- вторая половина XX вв. (представители австрийской школы (Л. Мизес, Ф. Хайек, И. Кирцнер и др.): предприниматель является важным субъектом хозяйственных процессов, а предпринимательство представляет собой движущую силу рыночной экономики.

- конец XX вв. – настоящее время: продолжается процесс формирования концептуальных положений теории предпринимательства, в которых немало важное место занимают труды ученых из стран постсоветского пространства.

В мировой теории и практике предпринимательство рассматривается как:

- экономическая категория;
- способ хозяйствования;
- один из основных институтов рыночной экономики;
- фактор производства;
- движущая сила экономического прогресса;
- тип экономического поведения;
- способ ведения бизнеса;
- социально-экономическое явление;
- один из инструментов социальных преобразований и др.

На рисунке 1.2 представлен комплексный подход к определению предпринимательства, которое, в первую очередь необходимо рассматривать в четырех аспектах. 1. В экономическом аспекте предпринимательство – это совокупность социально-экономических отношений между субъектами предпринимательской деятельности, между субъектами предпринимательской деятельности и потребителями и т.д. по поводу рационального распределения факторов производства с целью производства и реализации товаров и услуг для извлечения дополнительной прибыли и общественной полезности

2. В организационном аспекте предпринимательство представляет собой специфическую форму хозяйственной деятельности в условиях рыночной эко-

номики, которая характеризуется определенными критериями и обладает экономическим и социальным эффектами.

3. В психологическом аспекте предпринимательство как тип экономического поведения – представляет собой способность человека к творчеству, поиску новых идей, саморазвитию, инициативности, нестандартности решений, готовности рисковать и нести ответственность и т.д., которые в некоторой степени определяются врожденными способностями человека.

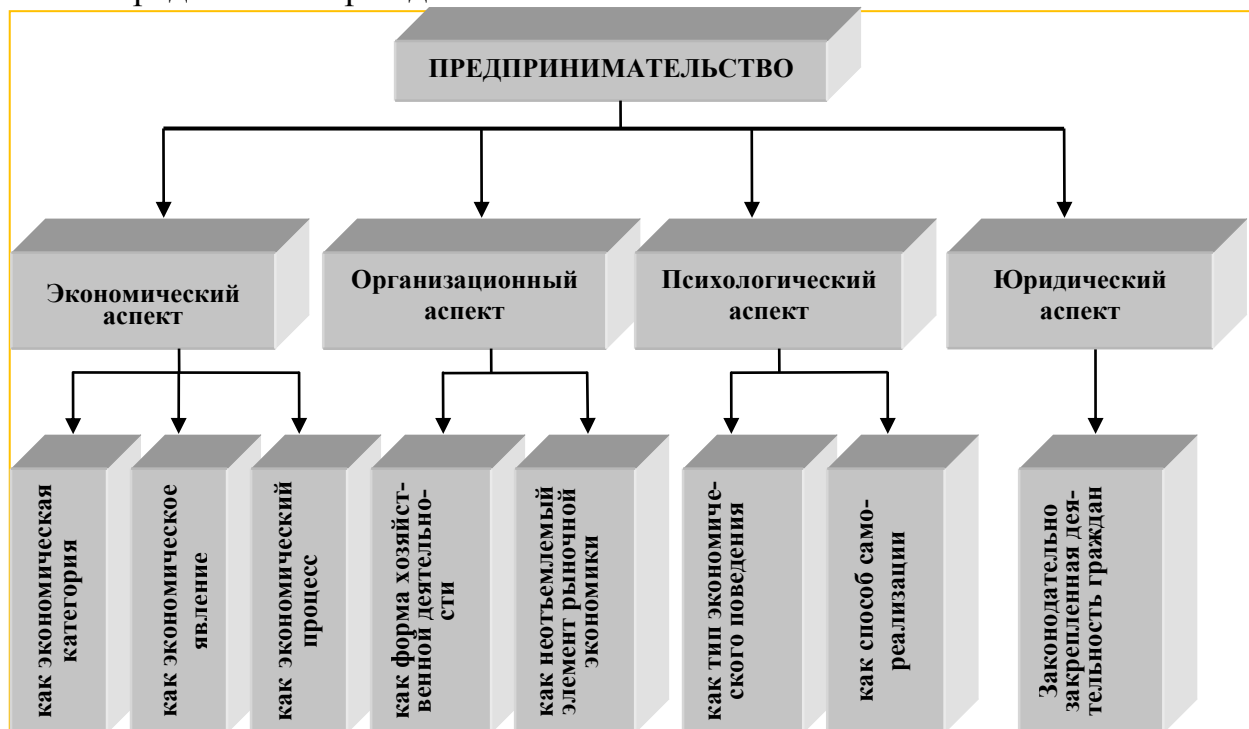


Рисунок 1.2 – Подход к определению категории «предпринимательство»

Примечание - Источник: собственная разработка

4. В юридическом аспекте предпринимательство как юридическая категория законодательно определена в соответствующих документах государств. Впервые в Республике Беларусь понятие «предпринимательство (предпринимательская деятельность)» было закреплено в 1991 г. в Законе Республики Беларусь от 28 мая 1991 г. № 813-ХІІ «О предпринимательстве в Республике Беларусь» и определено как «самостоятельная, инициативная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода и осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность или от имени и под имущественную ответственность юридического лица (предприятия)». Сегодня категории «предпринимательская деятельность», «индивидуальный предприниматель» закреплены также в Гражданском и Хозяйственном процессуальном кодексах Республики Беларусь и т.д [2].

Следует отметить тот факт, что в большинстве зарубежных стран давно устоялось понятие малого предпринимательства (МП) как одного целого. Критерии отнесения субъектов предпринимательской деятельности к малым предприятиям законодательно определены и закреплены в нормативно-правовых документах большинства стран. До недавнего времени данное понятие практи-

чески отсутствовало и лишь в Законе Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. №148-3 «О поддержке малого и среднего предпринимательства» впервые были определены критерии субъектов малого предпринимательства. Сегодня остаются неопределенными не только роль малого предпринимательства в социально-экономическом развитии национальной экономики, но и сами понятия «малое предприятие» [1].

В целом, определения «малое предпринимательство» и «среднее предпринимательство» исходят из определения «предпринимательство», которое мы обозначили выше. Малое предпринимательство и среднее являются, с нашей точки зрения, формами осуществления предпринимательской деятельности. Соотношение рассматриваемых категорий можно представить следующим образом:

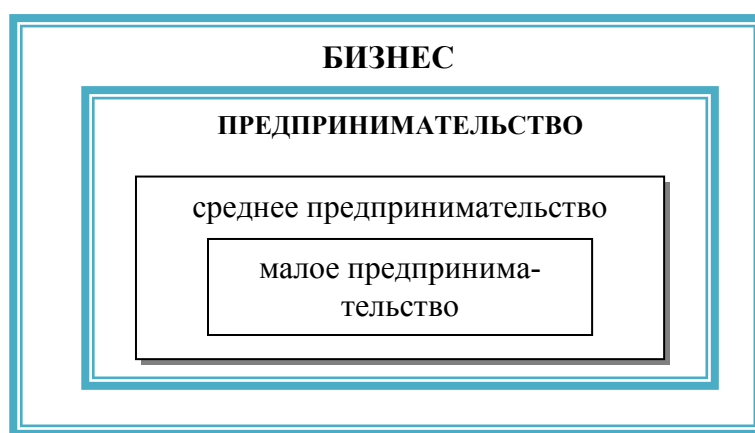


Рисунок 1.2 – Соотношение экономических категорий «бизнес», «предпринимательство», «среднее предпринимательство», «малое предпринимательство»

Среднее предпринимательство является связующим звеном между малым и крупным предпринимательством. Занимая нишу между данными формами предпринимательства оно, соответственно, обладает характеристиками, присущими как одному, так и другому (таблица 1.1).

Таблица 1.1 – Систематизация преимуществ и недостатков малого предпринимательства и среднего предпринимательства

Малое предпринимательство	
1	2
<i>Преимущества</i>	<i>Недостатки</i>
Мобильность и гибкость в управлении	Ограниченность в ресурсах всех видов
Сравнительно низкий стартовый капитал	Ограниченный (локально) рынок
Простые организационные связи	Слабые кредитные возможности
Высокая степень адаптации к изменяющимся условиям	Значительная зависимость от других лиц, фирм и государства
Гибкость и восприимчивость к нововведениям	Меньше возможностей для социальной защиты

Создание новых рабочих мест	Ограниченные перспективы роста
Продолжение таблицы 1.1	
1	2
Использование сфер, которые невыгодны крупному предпринимательству	Полная ответственность за осуществляемую деятельность
Учет местных условий и особенностей, ориентация на местный рынок	Трудности привлечения квалифицированных работников
Значительно меньшее воздействие на окружающую среду	Большой риск при освоении новых сфер деятельности
Углубление внутриотраслевой специализации	
Самостоятельность	
Формирование конкурентной среды	
Среднее предпринимательство	
<i>Преимущества</i>	<i>Недостатки</i>
Относительная финансовая устойчивость	Организационная инерционность
Более низкие удельные затраты	Меньшая восприимчивость к новшествам
Достаточно высокий уровень технической оснащенности	Более сложные коммуникационные связи
Более высокая квалификация наемного персонала	Большая численность управленческого персонала
Достаточно большие производственные мощности	Более жесткие требования по ведению различного вида отчетности
В меньшей степени зависят от конъюнктурных рыночных колебаний	Стремление занять монопольное положение в определенных рыночных сегментах.
Возможности роста конкурентоспособности на рынке	
Возможность получения сверхприбыли	
Большие возможности для социальной защиты	
Создание дополнительных рабочих мест	
Более широкая номенклатура выпуска	

Источник: разработано и составлено автором на основе [Попков В. П., Евстафьева Е. В., Балашевич, М.И., Догиль, Л.Ф. и др.].

Очень часто, как в теории, так и в практике, и наша страна не является исключением, малое предпринимательство и среднее предпринимательство объединяют в одну группу, что на наш взгляд не совсем корректно, т.к. они представляют собой принципиально разные формы хозяйствования, несмотря на наличие схожих характеристик (недостаточное финансирование; существенная роль личных качеств предпринимателя и др.). На практике в малой организации очень часто собственник, управляющий и работник являются одним лицом в отличие от средней организации, деятельность которой целиком основана на наемном труде и где собственник и управляющий чаще являются разными субъектами, что приближает среднюю организацию, скорее, к крупной.

Таким образом, малое предпринимательство, на наш взгляд, – это тип предпринимательской деятельности с законодательно закрепленными критериями, субъекты которого с полной экономической ответственностью на инициативной основе принимают решения и рациональным образом соединяют факторы производства с целью получения дополнительного дохода, ориентируясь в основном на локальный рынок. Среднее предпринимательство, на наш взгляд, – это тип предпринимательской деятельности в форме юридического лица, критерии которого законодательно закреплены и которое рациональным образом использует факторы производства с целью получения дохода, ориентируясь в основном на межрегиональный рынок.

Как показал анализ зарубежной литературы, методологические подходы к оценке влияния предпринимательского сектора на различные аспекты развития национальной экономики в развитой рыночной экономике разработаны в большей степени, чем в трансформационной экономике.

Исследователями рассматриваются очень важные для осмысления вопросы и аспекты влияния предпринимательства на социально-экономическое развитие (Приложение В).

Малое предпринимательство является достаточно сложным явлением. Ученые большинства высокоразвитых стран давно заняты изучением данной проблемы и выявлением основных факторов социально-экономического развития, где данный сектор экономики занимает особое место и представляет большой интерес. Для оценки влияния малого бизнеса на развитие национальной экономики за рубежом стали активно использоваться эндогенные модели роста с применением ЭММ. Большинство зарубежных моделей направлены на изучение влияния малых предприятий на экономический рост и уровень безработицы. Основная масса моделей подтверждает тесную связь и влияние предпринимательского сектора на рассматриваемые аспекты социально-экономического развития большинства исследуемых стран, причем это влияние в большей степени проявляется в развитых странах.

В модели С. Гавидела (S. Ghavidel), Г. Фаржади (G. Farjadi) подтвердилась гипотеза о том, что развитие предпринимательской деятельности способствует снижению уровня безработицы в стране, однако не исключается вероятность обратного сценария, когда рост уровня безработицы способствует развитию предпринимательской деятельности. В результате проведенного А. ван Стела (A. van Stel), М. Карри (M. Carree), Р. Турика (R. Thurik) исследования выяснилось, что эффект от предпринимательской деятельности оказался более значительным в группе относительно богатых стран и гораздо меньшим в группе развивающихся стран. А вот ученые П. Вонг (P. Wong), И. Пинг Хо (Y. Ping Ho), Е. Аутио (E. Autio) в своем исследовании пришли к выводу, что не все виды предпринимательской деятельности положительно влияют на экономический рост, т.к. лишь единичные фирмы осуществляют свою деятельность в инновационной сфере, развитие которой, как подтвердил анализ, является значительным и позитивным фактором роста (таблица).

В современных исследованиях российских ученых предлагаются модели оценки влияния малого предпринимательства на экономику страны либо регионов, например, Л.В. Переверзева проводит данную оценку с использованием комплекса трендовых и факторных моделей регрессионного типа. Т.Ю. Алтуфьева предлагает методику оценки на основе достоверных статистических показателей с помощью трех групп критериев, измеряющих: количественный уровень развития субъектов малого предпринимательства; эффективность их функционирования и степень участия в экономическом развитии территории. Далее с помощью расчета парных линейных коэффициентов корреляции выявляются наличие и теснота связи между выбранными показателями, затем вычисляется интегральный показатель.

По подобному принципу строится комплексный подход к оценке вклада малого предпринимательства в развитие экономики Соловьевой Н.А. и Конецкой О.В. Данный подход включает четыре этапа: выявление основных направлений деятельности малого предпринимательства, отбор ключевых показателей, выбор методики агрегирования частных показателей в комплексный, формирование критериев оценки степени развития малого предпринимательства и его вклада в экономику.

Преимуществом подобных методик, основанных на факторном анализе, является относительная простота и универсальность. Однако в большинстве из них используется метод экспертных оценок, что вызывает определенные сомнения, т.к. его использование добавляет субъективизма в определение значимости частных показателей. Тем не менее, методологические подходы такого рода вполне могут служить основой любой методики.

Агрегированную ситуационно-факторную модель состояния совокупности малых предприятий и их вклада в социально-экономическое развитие региона представляют В.Н. Нагих, С.А. Гараган, Н.В. Ширабон, А.И. Карпучин.

Целесообразно обратиться к современному опыту большинства высоко развитых стран, который, на наш взгляд, наилучшим образом иллюстрирует вклад малого и среднего предпринимательства в социально-экономическое развитие отдельных государств и в которых данный сектор является важнейшей составляющей экономической системы. Достаточно показателен пример развития малого и среднего предпринимательства, например, в странах ЕС. Микро-, малые и средние предприятия вместе идут под общим названием как МСП.

В 2016 г. в ЕС действовало 20,73 млн. МСП или 99,8% всех предприятий региона. Подавляющее большинство из них составляют микропредприятия – 92,2% , малые предприятия составляют 6,5% от общей численности, на долю средних приходится 1,1%. Крупные предприятия, численность персонала которых превышает 250 человек, составляет лишь 0,2% от общего числа предприятий Европы. Вместе они создают две трети от общего количества рабочих мест (67,4%) и почти 60% валовой добавленной стоимости (таблица 1.2):

Как видим, малое и среднее предпринимательство в странах Европы является ощутимым фактором социально-экономического развития. Еще одним из ярких примеров роли малого предпринимательства в социально-

экономическом развитии может стать опыт Китая, экономика которого сегодня является одной из самых влиятельных в мире. Современная тенденция такова, что основную массу экспортной продукции в Китае – 60 % – создают МСП. Число МСП в стране достигло 10 млн. (70 %), в промышленности они создают 40 % прибыли и 60 % валовой продукции, 75 % рабочих мест.

Таблица 1.2 – Основные показатели деятельности МСП в ЕС-27 в 2016 г.

	Количество предприятий, млн. ед.	В % к итогу	Количество занятых, млн. чел.	В % к итогу	Добавленная стоимость, трлн. евро	В % к итогу
Все предприятия	20,77	100%	129,8	100%	6,8	100%
Все МСП (до 249 чел.)	20,73	99,8%	87,48	67,4%	3,59	58,1%
<i>микро (до 9)</i>	19,14	92,2%	38,4	29,6%	1,3	21,2%
<i>малые (10-49)</i>	1,36	6,5%	26,77	20,6%	1,14	18,5%
<i>средние (50-249)</i>	0,23	1,1%	22,3	17,2%	1,14	18,4%
крупные (более 250)	0,04	0,2%	42,32	32,6%	2,59	41,9%

Источник: Adapted from Eurostat/ National Statistics Offices of Member States/Cambridge Econometrics/Ecorys

МСП поглощают основную рабочую силу и являются основным фактором социальной стабильности [Монография 2008, СТР.429]. Объем экспорта компьютерной продукции в 2005 г. составил 104,84 млрд. долл., впервые превысив стомиллиардный рубеж. В частности, экспорт ноутбуков составил 29,9 млрд. долл., жидкокристаллических дисплеев – 14,54 млрд. долл., интегральных схем – 14,01 млрд. долл., драйверов – 4,11 млрд. долл. Основной рост обеспечивали частные малые и средние предприятия страны, именно они стали самой динамичной командой по реализации технических инноваций. По статистике на эту категорию приходится 65 % отечественных патентов на изобретения и освоение 80 % видов новой продукции [стр.27, Монография 2008, СТР.108 Жуджунь Дин, Ковалев М. М., Феномен эк. развития Китая: БГУ, 2008. – 446 с.].

Как видим, опыт высокоразвитых стран самым наглядным способом демонстрирует, на наш взгляд, особую, важную роль предпринимательского сектора в социально-экономическом развитии страны. Однако, вместе с осознанием роли и предназначения организаций малого и среднего предпринимательства в данном развитии, следует учитывать, что такая форма хозяйствования будет иметь смысл только в том случае, если она сможет полностью реализовать свой потенциал. Для этого необходимо создавать благоприятные условия для развития предпринимательского сектора в стране и ее регионах, что, безусловно, находится в компетенции государства в первую очередь. В данном аспекте очень важно осуществить количественную оценку

влияния малого предпринимательства на социально-экономическое развитие. Все это подчеркивает особую актуальность вопросов, касающихся методики проведения данной оценки. Разработка такой методики позволит сформулировать верную концепцию повышения роли малого и среднего предпринимательства в социально-экономическом развитии стран с переходной экономикой, где данные вопросы особо актуальны и приобретают все большую значимость.

Таким образом, анализ зарубежных методологических подходов к оценке влияния предпринимательского сектора на социально-экономическое развитие показал, что данный сектор экономики оказывает влияние на социально-экономические процессы в различных странах. Рассмотренные подходы российских ученых в основном сводятся к исследованию данных процессов с использованием факторного анализа. Большинство моделей других зарубежных исследователей в этой области также основываются на применении корреляционно-регрессивного анализа, использовании производственных функций и различных их модификаций, однако они затрагивают лишь отдельные аспекты социально-экономического развития. Следует отметить, что подобная оценка достаточно часто осуществляется путем расчета доли показателей, характеризующих уровень развития малого и среднего предпринимательства, в соответствующих показателях всей экономической системы. В Республике Беларусь сегодня не существует универсального методологического подхода, который бы позволил оценить степень влияния предпринимательского сектора на различные сферы социально-экономического развития.

Правильная оценка влияния предпринимательского сектора позволит на практике реализовать имеющийся потенциал повышения конкурентоспособности макроэкономической системы и качества экономического роста в стране, а также позволит предопределить стратегические цели и задачи государства, определить приоритетность реформ для выработки оптимальной стратегии развития.

1.2 Понятие внешнеторговой деятельности и ее регулирование в Республике Беларусь

Внешнеэкономическая деятельность – в широком понимании: рыночная деятельность субъектов, наделенных национальными государственными полномочиями. Материальной основой развития внешнеэкономической деятельности является международное разделение факторов производства [2, с.32].

В узком понимании: это предпринимательская деятельность юридических и физических лиц в области международного обмена товарами, услугами, перемещения материальных, финансовых и интеллектуальных ресурсов [3, с.64].

Внешнеэкономическая деятельность – действия предприятий и организаций, направленные на реализацию своей производственной или иной деятельности за пределами национальных границ государства [6, с.18].

Существуют различные формы международного бизнеса:

1. Экспорт/импорт
2. Лицензионная торговля (лицензионные контракты)
3. Совместное предпринимательство, в том числе совместные предприятия (СП)
4. Прямые капиталовложения (вывоз капитала)
5. Многонациональные (транснациональные) корпорации (ТНК)
6. Альянсы (союзы, стратегические альянсы)

В последовательности этих форм (видов) отражена хронология возникновения каждого из этих направлений. Каждое из этих направлений содержит в себе особую форму контрактных отношений международного бизнеса.

Внешнеэкономический комплекс страны – это совокупность отраслей, подотраслей, объединений, предприятий, фирм, кооперативов, производящих и реализующих экспортную продукцию, а также закупающих и перерабатывающих импортные товары и осуществляющих другие формы внешнеэкономических связей. Внешнеэкономический комплекс представляет собой органическую часть экономики страны. Результаты производственно-хозяйственной и т. коммерческой деятельности внешнеэкономического комплекса предназначены для экспорта и для внутреннего потребления. Становление внешнеэкономического комплекса определяется, с одной стороны, органичностью его связи с системой в целом, а с другой – спецификой взаимодействия с мировым рынком [7, с.53].

Внешнеэкономический комплекс состоит из двух основных частей включающих:

1. Фирмы и предприятия, чья производственная деятельность направлена на производство экспортной продукции и услуг, а также фирмы и предприятия, являющиеся потребителями импорта.

2. Фирмы и предприятия, занятые поставками товаров зарубежным потребителям, а также ввозом продукции, производимой за рубежом.

Так как основу внешнеэкономической деятельности составляет внешняя торговля, то наибольший удельный вес во внешнеэкономических операциях занимают внешнеторговые операции. Внешнеторговая операция — согласованная и юридически оформленная контрактом договоренность, в соответствии с которой экспортер передает в собственность или во временное пользование импортеру оговоренный товар установленного качества, в соответствующем количестве и в фиксированные сроки, а импортер обязуется принять его и оплатить в определенные сроки и в оговоренном объеме.

Внешнеторговая операция — это комплекс действий, включающий подготовку, заключение и исполнение внешнеторгового контракта. При этом используются определенные формы и методы коммерческой работы на

внешнем рынке, присущие им способы и средства, организационные мероприятия и технические приемы.

Данная деятельность представляет собой совокупность производственно-хозяйственных, организационно-экономических, коммерческих функций, обеспечивающих обмен продукцией в материально-вещественной форме.

В условиях рынка существуют, по крайней мере, три мотивирующих аспекта, побуждающих хозяйствующие субъекты участвовать в международном обмене: расширение сбыта, приобретение ресурсов; диверсификация.

Рыночные отношения во внешнеторговой деятельности, соблюдение принципа свободы выбора продавцов и покупателей предполагают:

- множественность их объектов и субъектов;
- определяющее воздействие спроса и предложения;
- взаимосвязь спроса и предложения с ценами при необходимости гибкости и подвижности первых;
- конкуренцию;
- свободу предпринимательства.

Все разнообразие внешнеторговых операций по своему содержанию можно представить в виде двух блоков: основные и обеспечивающие операции.

Основные операции — купля-продажа, поставка товаров, оказание разнообразных услуг, аренда, инжиниринг, торговое посредничество и т. д.

К обеспечивающим операциям относятся отдельные операции по упаковке, хранению, контролю качества, сертификации, таможенному оформлению, транспортно-экспедиторскому обслуживанию, страхованию, расчетам и кредитованию, рекламе, регистрации товарных знаков, оказанию информационно-консультационных услуг и др.

Внешнеторговая сделка рассматривается как действие или совокупность действий, которым присущ коммерческий характер: купля-продажа, аренда, лизинг и др. Это средство, способ осуществления внешнеторговой операции.

Международная торговая сделка — договор (соглашение между двумя или несколькими сторонами, находящимися в разных странах) по поставкам установленного количества и качества товарных единиц и / или оказание услуг в соответствии с согласованными сторонами условиями.

Согласно ст. 154 Гражданского кодекса Республики Беларусь сделками признаются действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей. Это может быть не только какой-либо гражданско-правовой договор (договор купли-продажи, договор аренды, договор хранения и т.д.), но и, например, выдача доверенности или выдача векселя и т.п. Понятие внешнеэкономической сделки, хотя она широко используется в практике внешнеэкономических связей, не получило достаточно четкого определения в международных договорах, внутреннем праве, в правовой доктрине.

Международный характер сделки определяется рядом признаков:

- перемещение объекта сделки через таможенную границу (трансграничный характер сделки);
- расчеты в иностранной валюте и наличие в договоре валютных оговорок.
- использование международных коммерческих терминов (ИНКО-ТЕРМС);

Характерными чертами международных торговых сделок на современном этапе являются:

1. Значительное расширение номенклатуры и изменение характера изделий; расширение ассортимента; расширение поставок промежуточной продукции; усложнение продукции потребовало удлинения сроков исполнения контрактов.

2. Комплексный характер сделок на поставку оборудования для целых предприятий; оборудование в комплексе с технологиями и сопутствующими услугами, оказываемыми до подписания контракта и после его выполнения.

3. Рост масштабов сделок; т. е. — это крупные соглашения по экономическому сотрудничеству, сложный комплекс обязательств по финансированию, страхованию различными формами расчетов.

4. Расширение практики поставок «под ключ» (от разработки проектной документации до ввода объекта в эксплуатацию и достижения намеченных показателей).

5. Совместное осуществление крупномасштабных сделок компаниями разных стран путем создания консорциумов (долгосрочные или фирменные альянсы).

Формы и методы международной торговли являются тем механизмом, на основании которого осуществляется внешнеэкономическая деятельность хозяйствующих субъектов, и при их оценке следует исходить прежде всего из экономической сущности совершаемых операций. Внешнеэкономические операции в современных условиях становятся основой реализации как экономической стратегии предприятий, так и решений правительства по повышению конкурентоспособности и эффективности предпринимательской деятельности. Кроме этого, они являются действенным инструментом конкурентной борьбы, отражая определенные преимущества и недостатки для экспортера и импортера, средством защиты интересов экономических агентов на внутреннем и внешнем рынках.

Внешнеторговые операции, имеющие коммерческий характер, являясь основой внешнеторговой деятельности хозяйствующих агентов и обслуживая сферу товарного обращения, выступают формой связи между производителями продукции и покупателями разных стран. Организация и техника международной торговли зависит от объекта сделки (сырье, продовольственные товары, топливно-энергетические товары, машины, готовая продукция и др.), методов торговли (напрямую, через посредников), характера сделки, формы сделки, вида внешнеторговой сделки (экспорт, импорт, реэкспорт, реимпорт) и т.д.

Экспортная операция — коммерческая деятельность, связанная с продажей и вывозом за границу товаров для передачи их в собственность иностранному контрагенту.

Импортная операция — коммерческая деятельность, связанная с закупкой и ввозом иностранных товаров для последующей реализации их на внутреннем рынке своей страны. Разновидностью экспортно-импортных операций являются реэкспортные и реимпортные операции.

Основными принципами государственного регулирования внешнеторговой деятельности являются: защита государством прав и законных интересов участников внешнеторговой деятельности, и потребителей товаров и услуг; равенство и недискриминация участников внешнеторговой деятельности; единство таможенной территории; обоснованность и объективность применения мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности; исключение неоправданного вмешательства государства или его органов во внешнеторговую деятельность и нанесения ущерба участникам внешнеторговой деятельности и экономике; обеспечение обороны страны и безопасности государства; единство системы государственного регулирования внешнеторговой деятельности; единство применения методов государственного регулирования внешнеторговой деятельности на всей территории страны [9, с.127].

Государственное регулирование внешнеторговой деятельности осуществляется посредством:

- 1) таможенно-тарифного регулирования;
- 2) нетарифного регулирования;
- 3) запретов и ограничений внешней торговли услугами и интеллектуальной собственностью;
- 4) мер экономического и административного характера, способствующих развитию внешнеторговой деятельности [13, с.64].

Таможенно-тарифное регулирование представляет собой метод государственного регулирования внешней торговли товарами, осуществляемый путем применения ввозных и вывозных таможенных пошлин. Таможенная пошлина — обязательный взнос, взимаемый таможенными органами при ввозе товара на таможенную территорию страны или вывозе товара с этой территории и являющийся неотъемлемым условием такого ввоза или вывоза.

В Республике Беларусь осуществляется единая таможенная политика, являющаяся составной частью внутренней и внешней политики Республики Беларусь.

Целями таможенной политики Республики Беларусь являются обеспечение наиболее эффективного использования инструментов таможенного контроля, участие в реализации торгово-политических задач по защите белорусского рынка, стимулированию развития национальной экономики, содействию в проведении структурной перестройки и других задач экономической политики Республики Беларусь, а также иные цели, определяемые Президентом Республики Беларусь, Парламентом Республики Беларусь и Правительством Республики Беларусь.

Таможенное регулирование – установление порядка и правил перемещения товаров через таможенную границу Республики Беларусь, использования товаров, ввезенных на таможенную территорию Республики Беларусь либо вывозимых за ее пределы, в соответствии с таможенным режимом или таможенной процедурой, а также определение плательщиков и отдельных элементов обложения таможенных платежей и регламентация властных отношений между таможенными органами и лицами, реализующими права владения, пользования и распоряжения указанными товарами.

Таможенное законодательство составляет систему принятых (изданных) на основании и в соответствии с Конституцией Республики Беларусь нормативных правовых актов, которая включает:

- Таможенный кодекс и принятые в соответствии с ним законы;
- акты Президента Республики Беларусь по вопросам таможенного регулирования;
- постановления Правительства Республики Беларусь, издаваемые на основании и во исполнение Таможенного кодекса и принятых (изданных) в соответствии с ним законов, актов Президента Республики Беларусь по вопросам таможенного регулирования;
- нормативные правовые акты Государственного таможенного комитета Республики Беларусь, издаваемые в случаях и пределах, предусмотренных Таможенным кодексом и принятыми (изданными) в соответствии с ним законами, а также актами Президента Республики Беларусь и постановлениями Правительства Республики Беларусь.

В сфере таможенного регулирования могут также заключаться международные договоры. Если нормами международных договоров, действующих для Республики Беларусь, установлены иные правила, чем те, которые содержатся в Таможенном кодексе или иных актах таможенного законодательства, то применяются нормы международного договора, если иное не установлено в соответствии с нормами международного права, действующими для Республики Беларусь.

Нетарифное регулирование является методом государственного регулирования внешней торговли товарами, осуществляемого путем введения количественных ограничений и иных запретов и ограничений экономического характера.

Лицензия является официальным документом, который разрешает осуществление экспортных или импортных операций в течение установленного срока. Соответственно лицензирование – это есть разрешительный порядок ввоза (вывоза) определенных товаров [13, с.69].

Во внешнеторговой деятельности выделяют особые режимы ее осуществления – приграничную торговлю и свободные экономические зоны. Приграничная торговля осуществляется, как правило, на основе международных договоров Беларуси с сопредельными иностранными государствами, предусматривающих предоставление особого благоприятного режима внешнеторговой деятельности в отношении внешней торговли товарами и услугами, осуществляе-

мой исключительно для удовлетворения местных потребностей в товарах и услугах, произведенных в пределах соответствующих приграничных территорий.

Свободные экономические зоны – особый режим хозяйственной (в том числе внешнеторговой) деятельности на территории свободных экономических зон, который устанавливается федеральным законом о свободных экономических зонах. Под свободной экономической зоной понимается часть территории страны, на которой товары рассматриваются как объекты, находящиеся за пределами национальной таможенной территории и потому не подвергающиеся обычному таможенному контролю и налогообложению [10, с.167].

Создание свободных экономических зон преследует три основные группы целей – экономических, социальных и научно-технических. Среди экономических целей выделяют включение национального рынка в мировую систему хозяйства, привлечение иностранных инвестиций, увеличение валютных поступлений в бюджет страны. Научно-технические цели преследуют использование новейших технологий, методов организации производства, ноу-хау. Социальные цели включают развитие регионов, увеличение числа рабочих мест и обеспечение занятости населения, обучение и подготовку квалифицированных кадров.

Основным стимулом для развития свободных экономических зон является система льгот для инвесторов.

Современный этап развития комплекса заключается в установлении прямого, устойчивого и долгосрочного соединения производственного и внешнеэкономического видов деятельности и преобразовании комплекса в динамичную и сбалансированную производственно-коммерческую систему.

Таким образом, механизм реализации внешнеторговой политики проявляется в правовых нормах и инструментах, а также посредством участия в деятельности различных международных организаций. Развитие внешней торговли и внешнеторговая политика находятся в прямой и обратной связи с национальной экономической политикой. Экономические регуляторы внутри страны воздействуют на экономические интересы возникновения и осуществления внешнеторговых связей. Вместе с тем, они объединяются в единую эффективную политико-экономическую систему, защищающую интересы государства на внешних рынках.

2 АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

2.1 Анализ состояния предпринимательского сектора в национальной экономике

В соответствии с Законом Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. № 148-З «О поддержке малого и среднего предпринимательства» к субъектам малого предпринимательства относятся:

- индивидуальные предприниматели, зарегистрированные в Республике Беларусь;
- микроорганизации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно;
- малые организации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно.

Определение единого значения критерия численности работников для всех видов деятельности приблизило белорусскую практику определения малого предпринимательства (далее МП) к мировым стандартам. Изменения в критериях определения субъектов сектора неизбежно повлияли на состояние статистики малого предпринимательства в Беларуси, что предопределило выбор длительности анализируемого периода – 2007-2016 гг., который позволяет изучить сопоставимые статистические показатели развития не только малого, но и среднего предпринимательства, статистика по которому за более ранний период отсутствует, последние данные имеются только на 2016 год, дело в том, что

развернутая статистическая информация по малым и средним предприятиям дается раз в два года.

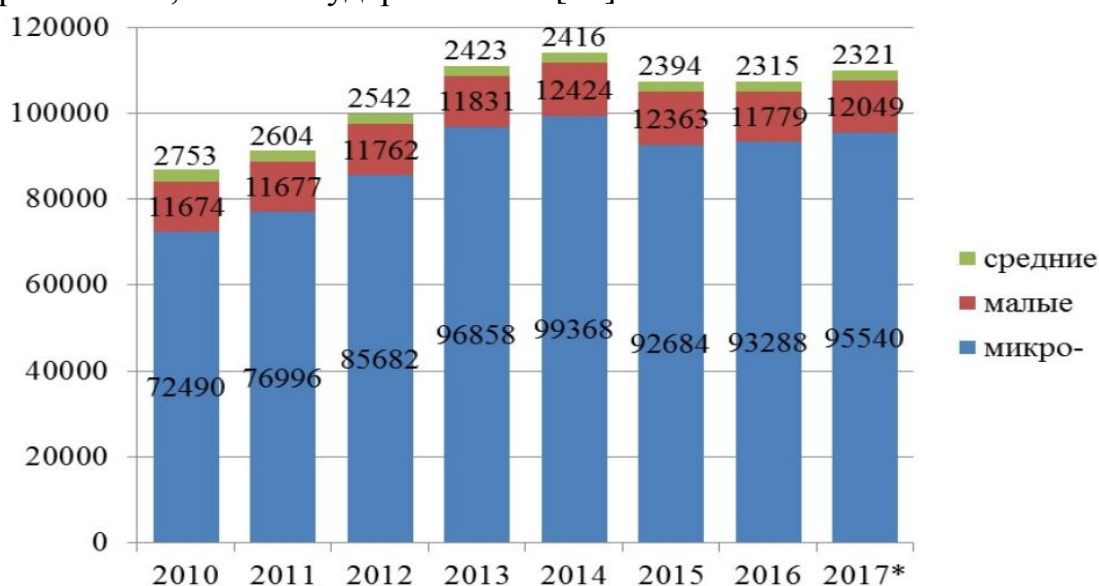
В настоящее время основными источниками статистической информации о количественном составе, структурном распределении по видам экономической деятельности и динамике развития МП являются данные Национального статистического комитета Республики Беларусь.

По данным комитета на 1 января 2017 г. количество малых и средних организаций всех форм собственности, реально осуществлявших деятельность, в Республике Беларусь составило 107382, что на 59 организаций (или 0,1%) меньше, чем в предыдущем году. Изменение количества микро-, малых и средних организаций в стране за 2010-2016 гг. представлены на рисунке 2.1.

Существенное увеличение количества микро- и малых организаций произошло в 2014 году. Такое увеличение, помимо естественного роста, было обусловлено в первую очередь переходом части индивидуальных предпринимателей в юридические лица – частные унитарные предприятия.

В последующие годы темпы прироста количества организаций малого предпринимательства существенно замедляются, однако сохраняется устойчивая тенденция роста количества данных субъектов хозяйствования.

В 2016 году в общем количестве организаций малого предпринимательства 93,0 % составляли организации частной формы собственности, 5,4 % – иностранной и 1,6 % – государственной [33].



* Данные по состоянию на 1 июля 2017 г

Рисунок 2.1 – Динамика количества микро-, малых и средних организаций в Беларуси за 2010 – 2016 гг.

Примечание - Источник: [33]

Почти половину всех микро- и малых организаций составляют унитарные предприятия – 48,5% от общего количества организаций малого предпринимательства, около 40 % – общества с ограниченной ответственностью, 6,6 % – общества с дополнительной ответственностью. Остальные организационно-правовые формы представлены незначительно (рисунок 2.2) [33].



Рисунок 2.2 – Количество микро- и малых организаций по организационно-правовым формам в Республике Беларусь в 2016 г., %

Примечание - Источник: [33]

Анализ показал, что одной из распространенных организационно-правовых форм осуществления хозяйственной деятельности как среди микро- и малых организаций является унитарное предприятие.

Согласно ст. 113 ГК РБ унитарным предприятием признается коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество [2]. Имущество унитарного предприятия является неделимым и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в том числе между работниками предприятия. Таким образом, унитарное предприятие является одной из востребованных форм единоличного осуществления предпринимательской деятельности. В целом, доля организаций МП в общей численности организаций в Республике Беларусь в 2016 г. составила 66,3 %.

Одним из наиболее важных показателей развития предпринимательства является численность занятых в микро-, малых организациях. Удельный вес этого показателя в средней численности работников в стране в 2016 г. составил 28,4 % и это без учета индивидуальных предпринимателей и их наемных работников. Следует отметить сокращение занятых в данном секторе. За последние три года общее число работников в секторе малого и среднего предпринимательства сократилось на 7,2% [33].

Больше всего занятых в данном секторе экономики было в Минске, 376,8 тыс. чел., и Минской области – 208,7 тыс. чел., это связано с тем, что малый бизнес быстрее развивается в столице и центре страны (рисунок 2.3).

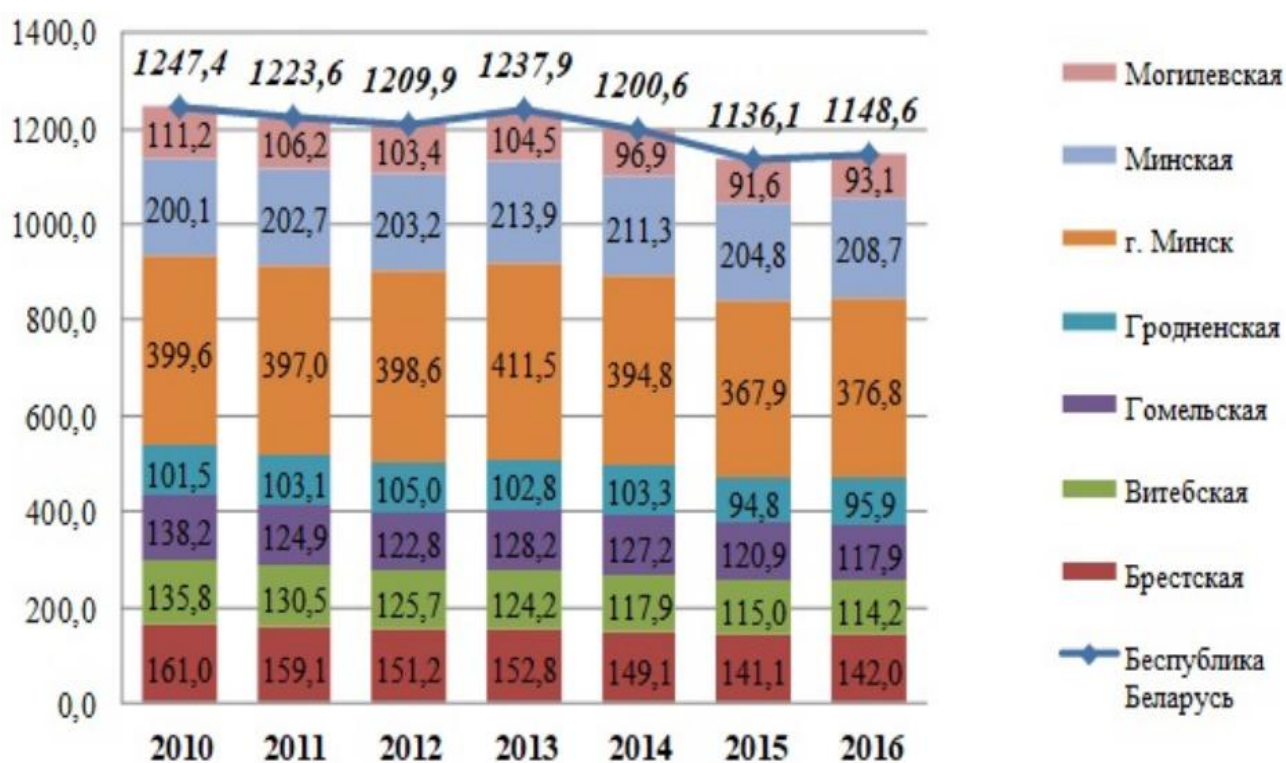


Рисунок 2.3 – Динамика средней численности работников в микро-, малых и средних организациях, в Беларуси, 2010-2016 гг., тыс.чел.

Примечание - Источник: [33]

Частично падение занятости в секторе малого и среднего предпринимательства компенсировалось ростом количества работников, нанятых индивидуальными предпринимателями.

Этому способствовали принятые в последнее время решения по отмене ограничений для индивидуальных предпринимателей по найму работников, а также сокращение численности работников на государственных предприятиях.

Достаточно важной характеристикой развития малого предпринимательства, описывающей масштаб данной деятельности, является плотность распространения хозяйствующих субъектов.

Малый бизнес распределен по территории Беларуси неравномерно. Более высокая степень его концентрации отмечается в столице и крупных городах. На Минск приходится 40,7% всех организаций, доля Минской области составляет 20,7%, таким образом, более половины всех малых предприятий сосредоточены в центре страны. Во всех остальных областях республики доля малых и средних предприятий практически равна и составляет около 9%, только в Брестской области 10,4%. Надо отметить, что за последних шесть лет существенных изменений в распределении организаций малого и среднего бизнеса по территории республики не наблюдалось.

Основная причина такого положения заключается в том, что в столице и крупных городах более развита инфраструктура, способствующая развитию МП, более высокий уровень доходов и выше покупательский спрос.

Малое и среднее предпринимательство (МСП) в Беларуси вносит весомый вклад в развитие национальной экономики. По данным Минэкономики,

доля валовой добавленной стоимости (далее – ВДС) субъектов МСП (включая индивидуальных предпринимателей) в ВДС страны за 2016 год составила 27,5% (рисунок 2.4) [33].

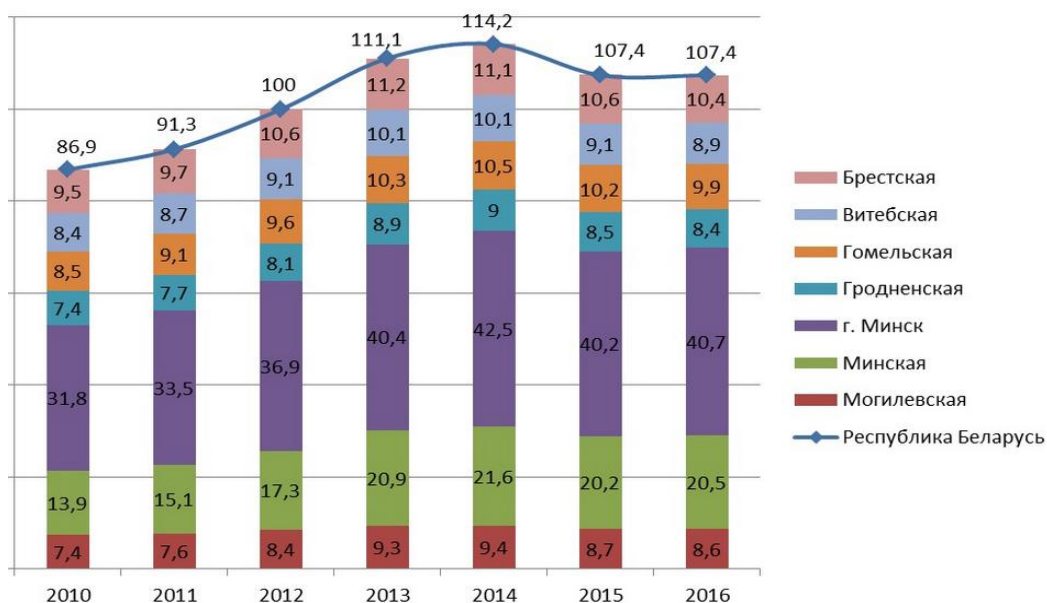


Рисунок 2.4 - Динамика количества микро-, малых и средних организаций по областям Республики Беларусь и г. Минску за 2010 – 2016 гг.

Примечание - Источник: собственная разработка [33]

Наибольший удельный вес субъектов МСП (включая индивидуальных предпринимателей) в ВДС региона в 2016 году отмечен по г.Минску и Минской области – 40,7% и 32,6% соответственно, наименьший – по Гродненской и Гомельской областям – 17,6% и 16,3% соответственно. По Брестской области доля ВДС составила 24,2%, Витебской – 18,1%, Могилевской – 21,6% (таблица 2.3) [33].

Правда, доля МСП в валовой добавленной стоимости в целом и во всех регионах (кроме Минской области) оказалась ниже, чем планировалось, зато с долей в выручке и численности занятых есть даже небольшое перевыполнение.

Немаловажным показателем развития малого предпринимательства является объем производства продукции. Следует подчеркнуть тот факт, что доля промышленного производства в общем объеме производства микро-, малыми организациями в Республике Беларусь достаточно высока.

Одним из показателей эффективности экономической деятельности является показатель производительности труда, который характеризует эффективность использования трудовых ресурсов.

Таблица 2.3 – Удельный вес субъектов малого и среднего предпринимательства в ВДС за 2016 год

	Республика Беларусь		Брестская	Витебская	Гомельская	Гродненская	Минская	Могилевская	Минск
	план	факт							
Удельный	28,3	27,5	24,2	18,1	16,3	17,6	32,6	21,6	40,7

вес организаций МСП в общем объеме ВДС, %									
Удельный вес МСП в объеме выручки, %	39,8	40	34,1	25,9	20,3	26,8	43,8	30,8	53,2

Примечание - Источник: собственная разработка

На рисунке 2.5 показана динамика производительности труда в микро-, малых организациях, а также динамика данного показателя по Республике Беларусь в целом.

Как видим, показатели производительности труда в организациях малого предпринимательства за рассматриваемый период в целом существенно превышают общереспубликанский уровень. Этот факт свидетельствует о более рациональном, эффективном использовании трудовых ресурсов в микро-, малых и средних организациях.

Нельзя оставить без внимания инвестиционную деятельность малых организаций. На протяжении всего рассматриваемого периода наблюдается рост объема инвестиций в основной капитал в организациях малого предпринимательства. Доля объема инвестиций в основной капитал в этих организациях в общем объеме инвестиций в основной капитал в стране на конец 2016 г. составила 38,9 %, увеличившись на 4,2 п. п. по сравнению с уровнем 2010 г.

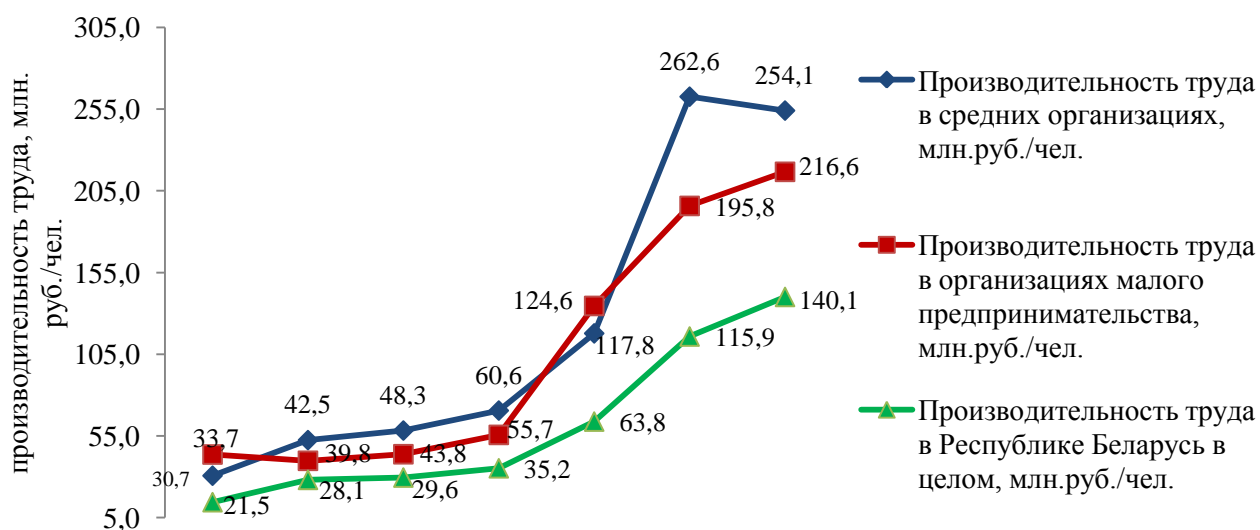


Рисунок 2.5 – Динамика производительности труда в микроорганизациях, малых и средних организациях, а также в Республике Беларусь в целом, 2010-2016 гг.

Примечание - Источник: собственная разработка

Известно, что инвестиции обладают мультипликативным эффектом. Согласно Дж. Кейнсу мультипликатор указывает, что когда происходит прирост общей суммы инвестиций, то национальный доход возрастает на величину, ко-

торая в несколько раз больше, чем первоначальный прирост самих инвестиций. Следует иметь в виду, что проявление совокупного эффекта мультипликатора предполагает наличие определенных условий. Необходимо учитывать в какие сферы направляются инвестиции, какова их структура, т.к. мультипликатор может как усиливать рост национального дохода, так и сокращать его. Соответственно, как на региональном уровне, так и на республиканском, исходя из теоретического подхода, необходимо создавать условия для прироста объема инвестиций, а организации малого и среднего предпринимательства, с учетом их удельного веса в общем объеме инвестиций в основной капитал в стране, могут сыграть в этом не последнюю роль.

Что же касается источников финансирования инвестиций в основной капитал, то в 2016 г. основными из них в микро- и малых организациях были бюджетные средства (27,5 %), собственные средства организаций (25,6 %), а также кредиты банков, доля которых в общем объеме источников финансирования составила 24,8 %. Несущественным источником финансирования инвестиций в основной капитал а организациях малого предпринимательства стали средства внебюджетных фондов (0,0 % на рисунке 2.6) [33].

Малые организации все активнее выходят на внешние рынки. В общем объеме белорусского внешнеторгового оборота доля субъектов МП на протяжении последних лет составляет более 35 %. Удельный вес организаций МСП в экспорте сократился с 48,1% до 45,4%, а в импорте – вырос с 35,5 до 38,6%. Так, в структуре экспорта МСП 49,5% составляют минеральные продукты, а 31,1% – продукция химической промышленности, причем объем поставок первых сократился на 49%, а второй – на 17,5%. В целом же экспорт субъектов МСП сократился в стоимостном выражении на 17,1%, а импорт вырос на 13,2% [33].

Анализ выявил: на протяжении всего рассматриваемого периода наблюдается положительная динамика показателя выручки от реализации товаров, продукции, работ, услуг в микро-, малых организациях.

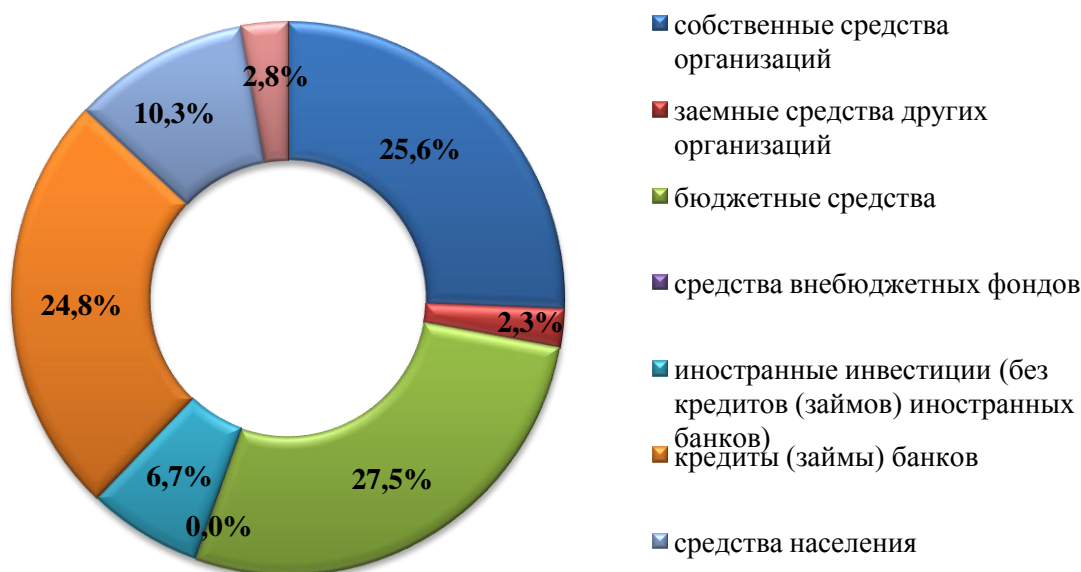


Рисунок 2.6 – Источники финансирования инвестиций в основной капитал в микро- и малых организациях в Республике Беларусь в 2016 г.

Примечание - Источник: собственная разработка

По итогам работы за 2016 год выручка увеличилась в текущих ценах по сравнению с 2015 г. на 10,6%, до 91,6 млрд. руб. Зато чистая прибыль после двукратного падения в 2015 г., выросла в 2,9 раза, до 3,17 млрд. руб. Правда, при этом рентабельность реализованной продукции, товаров, работ, услуг выросла за год с 8,2% только до 8,5%, а рентабельность продаж – с 6,7 до 7% (в целом по республике – 9,2% и 7,3% соответственно). При этом рентабельность продаж росла только у средних организаций (с 6,5 до 7,3%), тогда как у микро-организаций она снизилась с 9,5% до 8,2%, а у малых – с 6,4 до 6,1%.

В то же время среди компаний МСП удельный вес убыточных организаций снизился с 26,6% в 2015 г. до 24,4%, причем доля убыточных малых организаций выросла с 22,6 до 24%, средних – сократилась с 29,5 до 24%, а микро-организаций – с 31 до 27,4%. Напомним, в целом по республике удельный вес убыточных организаций (кроме МСП) по итогам 2016 г. составлял 19% [33].

По итогам 2016 г. наибольшее количество организаций малого предпринимательства было занято в сфере торговли и ремонта автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования 39,4 % от общего количества микро- и малых организаций. В обрабатывающей промышленности сосредоточено 14,5 %, операциях с недвижимым имуществом – 12,8 %, транспорте и связи – 12,4 %, строительстве – 9,2 %. Все остальные виды экономической деятельности имеют достаточно невысокий процент в общем количестве организаций малого предпринимательства [33].

По количеству занятых также лидируют малые организации в сферах торговли и ремонта (29,8 % от общей численности занятых в малых предприятиях) и обрабатывающей промышленности (24,7 %). А вот в общем объеме производства продукции (работ, услуг) по основному виду экономической деятельности

наибольшую долю занимает обрабатывающая промышленность (29,5 %), далее торговля и ремонт (26,7 %), строительство (15,9%). По инвестициям в основной капитал наибольшую долю занимают микро- и малые организации в сфере операций с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг потребителям – 44,2 %, а также, существенно уступая, организации обрабатывающей промышленности – 9 %. Наибольший удельный вес убыточных организаций имеет место в производстве и распределении электроэнергии, газа и воды – 42,3 %, горнодобывающей промышленности – 32,4 %, торговле и ремонте – 22,7 % [33].

Сложившаяся региональная структура организаций МСП в 2016 г. характеризуется значительным преобладанием г. Минска и Минской области по удельному весу микроорганизаций, малых и средних организаций в основных экономических показателях развития. Доля организаций МСП остальных регионов говорит об относительной ее однородности, однако по всем рассматриваемым показателям уступает Гомельская область (приложение Г, рисунок Г.1).

Основной объем производства продукции (работ, услуг) приходится на малые и средние организации г. Минска (37 %). При этом наибольшая доля объема производства продукции (товаров, работ) в г. Минске наблюдается по микро- и малым организациям (28,5 % соответственно). Далее следуют Минская (28,3 %) и Брестская области (22,6 %). В других регионах данный показатель составляет от 12,3 % до 19,4 % в целом по организациям МСП. 54,5 % экспорта товаров обеспечивают микро- и малые организации г. Минска (приложение Б, рисунок Б.1). Наибольший удельный вес в экспорте товаров среди средних организаций занимает Минская область (32,4 %), а вот наибольшей инвестиционной активностью обладают средние организации Могилевской области (23,2 %) (приложение Д, рисунок Д.1).

В целом, уровень регионального развития микро-, малых и средних организаций во многом зависит от таких факторов, как выгодное географическое положение, наличие трудовых и сырьевых ресурсов, уровень доходов населения, наличие развитой инфраструктуры, отношение и поддержка со стороны местных властей и т.д. В этом отношении г. Минск обладает более развитой производственной инфраструктурой, на его территории сконцентрированы значительные производственные мощности и квалифицированные кадры. Тем не менее, следует заметить, что государство предпринимает действия в отношении развития предпринимательства в регионах страны.

Что же касается инновационной деятельности организаций МП, то в 2016 г. лишь 0,4 % (50 организаций) от общего количества малых организаций обрабатывающей промышленности осуществляли технологические инновации, а удельный вес отгруженной инновационной продукции (работ, услуг) в общем объеме отгруженной продукции составил 1,3 %. Однако дальнейший анализ инновационной деятельности организаций МП затруднителен ввиду отсутствия статистических данных.

Таким образом, необходимо отметить тот факт, что сектор малого и среднего предпринимательства сегодня является одним из самых динамичных и

перспективно развивающихся в отечественной экономике. Но, несмотря на весьма динамичное развитие основных показателей деятельности предпринимательского сектора в стране многие индикаторы ниже прогнозируемых, например, имеет место отрицательная динамика удельного веса обрабатывающих предприятий в общей численности организаций МП. Все это делает актуальными вопросы разработки концептуальных основ и прикладных инструментов усиления роли малого предпринимательства в эффективном социально-экономическом развитии Республики Беларусь.

2.2 Оценка влияния малого и среднего бизнеса на внешнюю торговлю в Республике Беларусь

Экономический рост Республики Беларусь в значительной степени зависит от условий, темпов и масштабов внешней торговли. Острая потребность в валютных поступлениях, необходимых для структурной перестройки промышленности и других отраслей народного хозяйства, связанная с выполнением обширных инвестиционных программ наряду с ограниченными возможностями внутреннего накопления, обуславливает значение внешней торговли как основного источника валютных поступлений, играющих важнейшую роль в формировании фонда накопления.

Исторически сложилось, что экономика Республики Беларусь всегда была ориентирована на внешние рынки. В 2017 г. список внешних партнеров включал 200 стран мира. Белорусские товары, как и в предыдущие годы, экспортировались на рынки всех стран СНГ, и государств дальнего зарубежья.

Объем внешней торговли товарами и услугами составил 72,8 млрд. долларов и по сравнению с 2016 годом возрос на 12,9 млрд. долларов (на 21,5%). Экспорт – 36,43 млрд. долларов (рост на 21,7%). Импорт – 36,37 млрд. долларов (рост на 21,2%). Сальдо положительное – 63,2 млн. долларов.

Объем внешней торговли товарами составил 63,4 млрд. долларов и по сравнению с 2016 годом увеличился на 5,7 млрд. долларов (на 24%). Экспорт – 29,2 млрд. долларов (рост на 24,1%). Импорт – 34,2 млрд. долларов (рост на 24%). Сальдо отрицательное – «минус» 5,02 млрд. долларов (таблица 2.7).

Таблица 2.7 – Динамика внешней торговли товарами за период 2000-2017 гг., (млн. долларов США)

	2000	2005	2014	2015	2016	2017	2017 в % к 2016
Оборот	15 972	32 687	77 180	56 952	51 147	63 446	124,0
Экспорт	7 326	15 979	36 392	26 660	23 573	29 212	124,1
Импорт	8 646	16 708	40 788	30 292	27 610	34 234	124,8

Сальдо	-1 320	-729	-4 396	-3 632	-4 073	-5 023	
--------	--------	------	--------	--------	--------	--------	--

Примечание - Источник: собственная разработка

Важнейшими экспортными позициями являются нефть и продукты нефтепереработки, калийные и азотные удобрения, металлопродукция, грузовые и легковые автомобили, тракторы, шины, молочная и мясная продукция, мебель.

В импорте наибольшее место занимают энергоресурсы (нефть и природный газ), сырье, материалы и комплектующее (металлы и изделия из них, сырье для химического производства, части машин), технологическое оборудование.

Основным торговым партнером Беларуси является Россия, на ее долю приходилось 43,9% белорусского экспорта и около 57% импорта.

Второе место в товарообороте занимает Европейский союз, на долю которого приходилось 26,9% белорусского экспорта и почти пятая часть импорта. Основные страны-импортеры белорусской продукции в Евросоюзе: Великобритания, Германия, Польша, Нидерланды, Литва, Италия, Латвия, Бельгия, Франция, Норвегия, Чехия.

Возрос экспорт во все страны-члены ЕАЭС: в Кыргызстан – в 2,5 раз, в Казахстан – на 63%, в Армению – на 57%, в Россию – на 17%.

Динамично развиваются торговые отношения с партнерами в Латинской Америке – Венесуэлой, Аргентиной, Эквадором, в Азиатском регионе – ОАЭ, Катаром, Израилем, Пакистаном, Ираном, Японией, Южной Кореей, Китаем.

Объем внешней торговли услугами составил 12,6 млрд. долларов и по сравнению с 2016 годом возрос на 1,4 млрд. долларов (на 12,1%). Экспорт – 7,8 млрд. долларов (рост на 13,9%). Импорт – 4,8 млрд. долларов (рост на 9,3%). Сальдо положительное – 2,99 млрд. долларов. (таблица 2.8).

Таблица 2.8 – Динамика внешней торговли услугами за период 2000-2017 гг., (млн. долларов США)

	2000	2005	2014	2015	2016	2017	2017 в % к 2016
Оборот	1 536	3 483	13 431	11 013	11 222	12 580	112,1
Экспорт	1 000	2 342	7 820	6 637	6 831	7 783	113,9
Импорт	536	1 141	5 611	4 377	4 390	4 797	109,3
Сальдо	465	1 201	2 209	2 260	2 441	2 987	

Около половины общего объема экспорта занимают транспортные услуги, существенную роль играют также компьютерные и строительные услуги.

Основными торговыми партнерами Беларуси в торговле услугами являются Россия (около 41% экспорта, 39% импорта) и ЕС (29% экспорта, 33% импорта).

Далее проведем анализ, внешнеторговой деятельности малых и средних предприятий, и оценим их вклад во внешнюю торговлю.

В таблице 2.9, представлена динамика внешней торговли товарами за период 2010-2016 гг. субъектов малого и среднего предпринимательства в Беларуси.

Таблица 2.9 – Динамика внешней торговли товарами за период 2010-2016 гг. субъектов малого и среднего предпринимательства Республики Беларусь, (млрд. долларов США)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Оборот	24,1	33,4	35,7	29,9	30,0	24,0	21,1
Экспорт	10,9	18,7	19,1	14,0	15,2	12,9	10,7
Импорт	13,2	14,7	16,6	15,9	14,8	11,0	11,1
Сальдо	-2,3	+4,0	+2,5	+1,9	-0,4	-1,9	+0,4

Примечание - Источник: собственная разработка

Как видно из таблицы 2,9, в 2016 году внешнеторговый оборот малых и средних предприятий составил 21,1 млрд. долл., что на 3,9 млрд. долл. меньше чем в 2015 году. Произошло существенное сокращение экспорта на 2,2 млрд. долл. Снижение внешнеторгового оборота субъектов малого и среднего бизнеса в данный период связано с общим экономическим спадом в стране и снижением объемов внешней торговли. Так же в этот период произошло сокращение численности данных организаций. При этом, надо отметить, что торговое сальдо в 2016 году, для организаций малого и среднего бизнеса, было положительным и составило 0,4 млрд. долл. В то время как по стране в целом, сальдо по внешней торговле товарами, в рассматриваемый период, отрицательное.

На рисунке 2.7 представлена динамика темпов роста внешней торговли субъектов малого и среднего бизнеса. Как видно, в период с 2010 по 2013 год произошло существенное сокращение экспорта товаров, при незначительном уменьшении импорта, затем в 2014 году наблюдается прирост внешнеторгового оборота на 0,3%, что было обеспечено за счет роста экспорта товаров на 8,6%.

В кризисный для страны 2015 год, наблюдается сокращение внешнеторгового оборота организаций малого и среднего бизнеса на 20,0%, экспорт упал на 15,1%, импорт на 25,1%. Существенное снижение импорта связано с сокращением совокупного спроса в стране, вызванное падением доходов населения. В целом, динамика показателей внешней торговли обусловлена циклическими колебаниями дохода и как следствие, спроса в Беларуси (в анализируемый период).

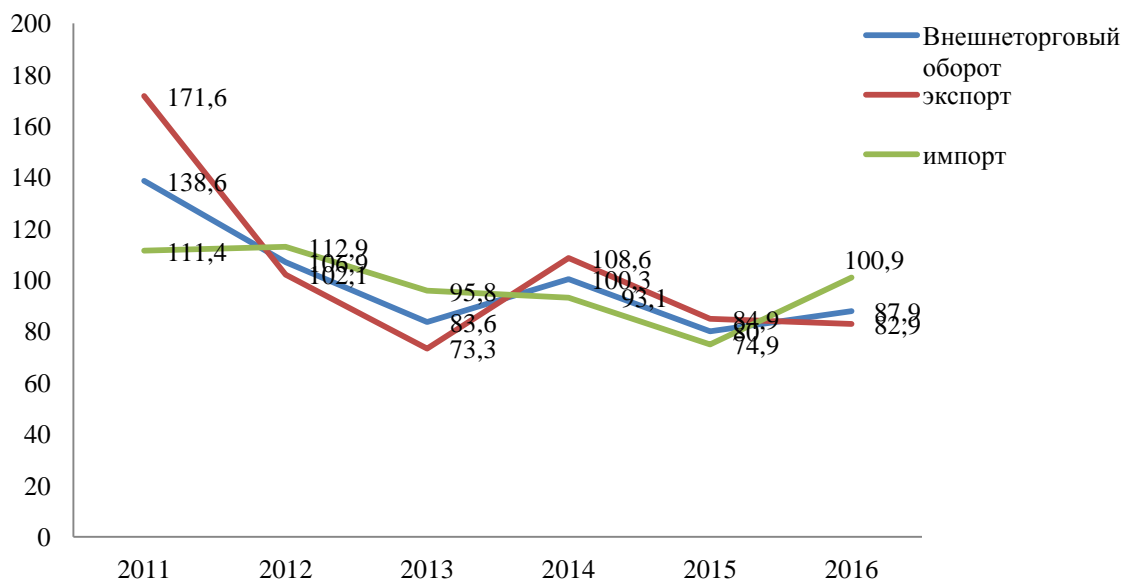


Рисунок 2.7 – Динамика темпов роста показателей внешней торговли малых и средних предприятий за 2010-2016 гг., %

Примечание - Источник: собственная разработка

Результаты исследования долевого участия малого и среднего предпринимательства во внешней торговле страны, отраженные на рисунке 2.8, показали, что доля их внешнеторгового оборота в 2016 г. составила 42,7 % общего объема внешней торговли республики в целом и выросла по сравнению с уровнем 2015 года на 0,6%.

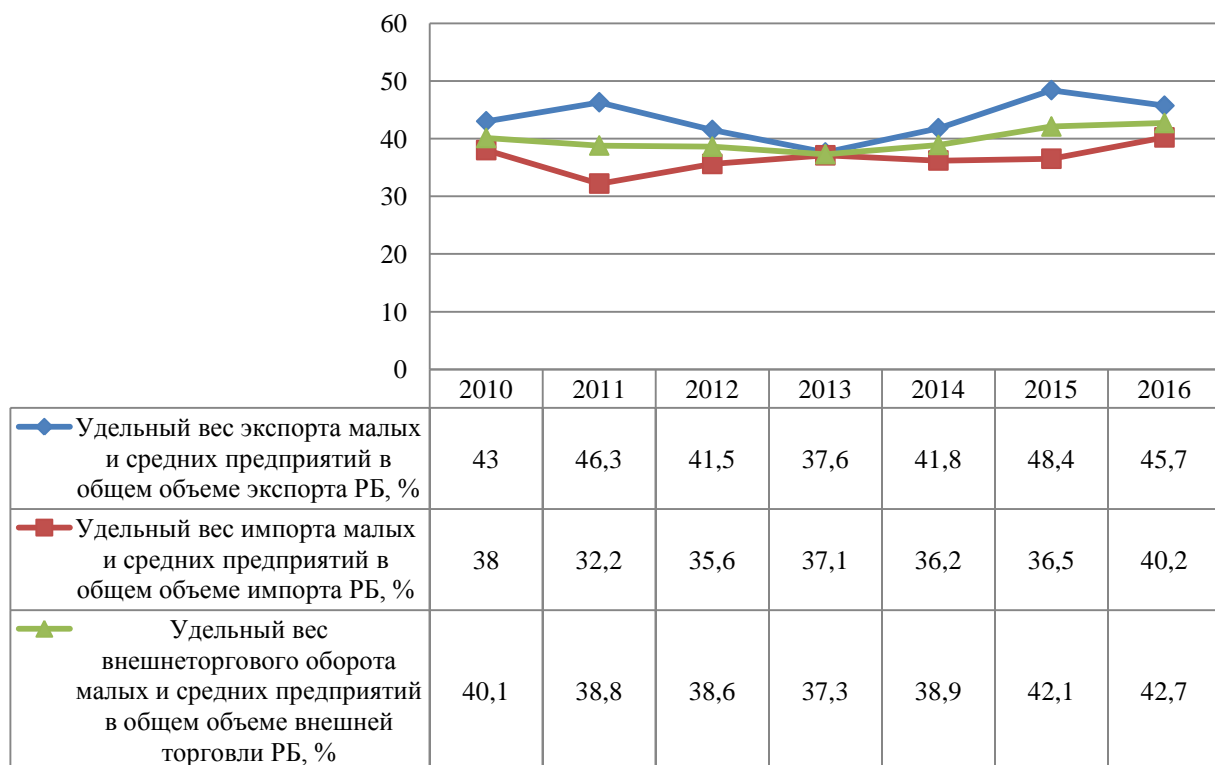


Рисунок 2.8 - Удельный вес субъектов малого и среднего предпринимательства во внешней торговле Республики Беларусь, %

Примечание- Источник: собственная разработка

Удельный вес экспортных операций малого бизнеса в объеме экспорта товаров по республике в целом по итогам 2016 г. составил только 45,7 % и отмечился значительным снижением (на 2,7 п. п.) по сравнению с уровнем предыдущего года и ростом (на 2,7 п. п.) по сравнению с уровнем 2010 года. В импортных поставках доля малых предприятий в 2016 году составила 40,2% от общереспубликанского импорта, то на 3,7% больше чем в 2015 году.

В целом, во внешнеэкономической деятельности малого и среднего бизнеса наблюдается рост доли оборотов, как экспорта, так и импорта товаров. При этом, данному сектору экономики удастся выходить на положительное внешнеэкономическое сальдо в торговле товарами (кроме кризисных 2010, 2014-2015 гг.). По стране, в целом, внешнеэкономическое сальдо товарами отрицательное.

Исследование географической структуры экспортной торговли малых предприятий за 2016 г., результаты которого приведены на рисунке 2.9, показало, что наибольшая их часть приходится на страны ближнего зарубежья, основным представителем которых является Российская Федерация.

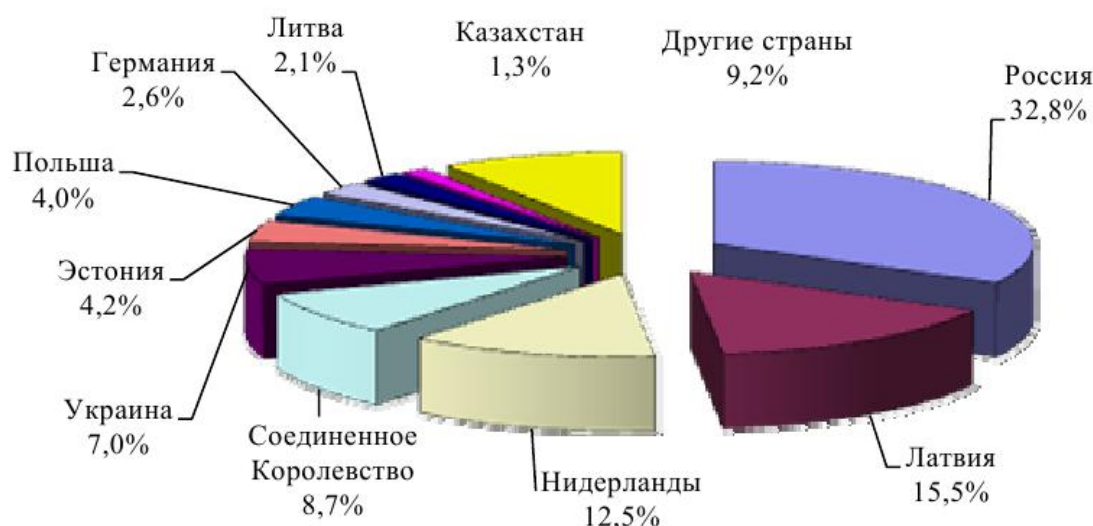


Рисунок 2.9 - Географическая структура экспорта малых и средних предприятий в 2016 году

Примечание- Источник: собственная разработка

Результаты анализа экспортной составляющей малых предприятий во внешней торговле с дальним зарубежьем показали, что наибольший интерес для последних представляют партнеры из Латвии и Нидерландов, доля экспортных операций в торговле с которыми достигла в итоговом году 15,5% и 12,5% соответственно. Лидирующие торговые позиции со стороны дальнего зарубежья также занимают и такие страны, как Великобритания (8,7%), Украина (7%), Эстония (4,2%), Польша (4%), Германия (2,6%) и Литва (2,1%).

Товарный разрез экспорта указанных предприятий представлен в основном поставками за пределы республики нефтепродуктов, удельный вес которых составляет более половины общего объема экспорта субъектов малого бизнеса. Реализуемая малыми и средними предприятиями на условиях экспорта продукция лесного комплекса, представленная продольнораспиленными

и необработанными лесоматериалами, мебелью и ее частями, деревянными столярными и плотницкими изделиями и тарой из древесины, занимает второе место в доле экспортных поставок указанных предприятий.

Анализ осуществления малыми предприятиями импортных закупок, результаты которого отражены на рисунке 2.10, показал, что наибольшая их часть приходится на страны ближнего зарубежья (53,9%), основным представителем которых является Российская Федерация и Украина, доля поставок из которых составляет 44,2% и 8,2% общего объема их импорта.

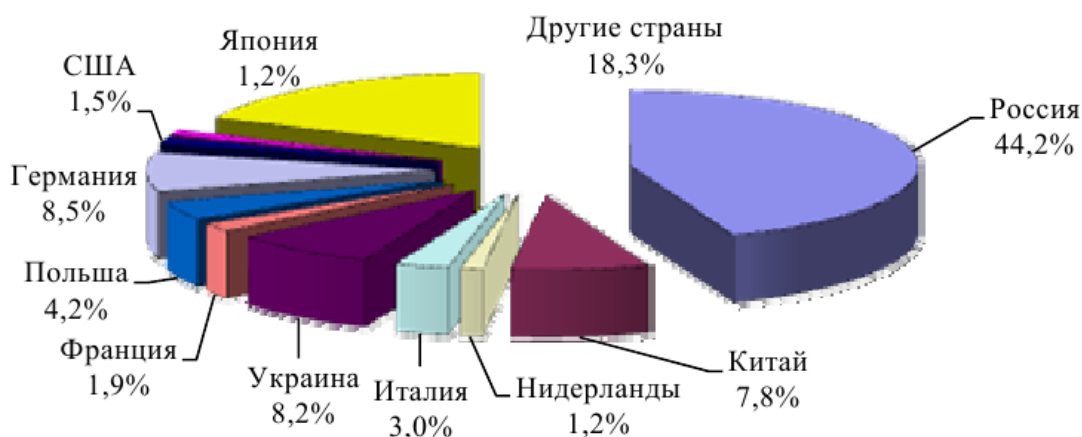


Рисунок 2.9 - Географическая структура импорта малых и средних предприятий в 2016 году

Примечание- Источник: собственная разработка

Основными представителями импортных поставок товаров из стран дальнего зарубежья являются Германия и Китай, удельный вес импорта каждой из которых в исследуемом периоде составил 8,5% и 7,8% соответственно и увеличился по сравнению с уровнем предыдущего периода в целом на 2,7 процентных пункта. Следует отметить, что малыми предприятиями в 2008 г. также успешно ввозились товары из Польши и Италии. Так, в исследуемом периоде из этих государств импортировано товаров на сумму 683,3 млн. дол., удельный вес которых составил 4,2% и 3% от общего объема их импорта.

Что касается товарной структуры импорта, то основная часть импортных закупок преобладают поставками на территорию республики, в основном из Российской Федерации, сырой нефти и нефтепродуктов, удельный вес которых в исследуемом периоде составил более одной трети общего объема импорта малых предприятий.

При более детальном изучении структурного распределения товарного ассортимента импортных поставок можно отметить ввоз малыми предприятиями в страну частей и принадлежностей для автомобилей и тракторов, грузовых и легковых автомобилей, машин и механизмов для уборки и обмола та сельскохозяйственных культур.

Следует отметить стабильность количественного и долевого значения импорта исследуемыми предприятиями лекарственных средств, закупаемых расфасованными для розничной продажи, проката из железа и нелигирован-

ной стали, труб и профилей из черных металлов, вычислительных машин для автоматической обработки информации и других товаров иностранного производства. В целом ассортимент ввозимой субъектами малого бизнеса на территорию республики продукции представлен 69 позициями, 30 из которых ввозится из Российской Федерации.

Участие малых и средних предприятий в импортных операциях, на наш взгляд, значительно шире и определяется целым рядом особенностей развития белорусской экономики на современном этапе.

Во-первых, за счет импорта в нашей стране обеспечивается значительная часть товарных ресурсов розничного товарооборота, удовлетворяется потребность в широком ассортименте потребительских товаров, прежде всего продовольственных.

Во-вторых, все больше малых предприятий выходит на внешний рынок в качестве покупателей необходимого сырья и полуфабрикатов для обеспечения производственных процессов, а также машин и оборудования – для поддержания его на современном уровне технического прогресса и вследствие чего достижения субъектами малого предпринимательства весомых результатов от производственной и торговой деятельности, а также повышения занятости населения страны.

Таким образом, проведенное исследование становления на территории Республики Беларусь малых и средних предприятий и отдельных аспектов осуществления ими внешнеэкономической деятельности свидетельствует о их значимой роли в экономике республики и приоритетности дальнейшего развития и связывается с решением актуальных проблем, прежде всего формированием положительного инвестиционного имиджа страны на мировой арене, а реализация результатов исследований на практике направлена на активизацию внешнеторговой деятельности названных предприятий, включая рост и расширение их экспортной составляющей.

3 НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ВНЕШНЕ- ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ПРОМАВТОМАСЛА»

1.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «ПромАвтоМасла»

ООО «ПромАвтоМасла» является юридическим лицом. Форма собственности – частная.

Основной целью деятельности ООО «ПромАвтоМасла» является осуществление хозяйственной деятельности, направленной на получение прибыли для удовлетворения экономических интересов участников общества.

Основной вид деятельности ООО «ПромАвтоМасла» - оптовая, мелкооптовая и розничная торговля запасными частями, маслом моторным, материалами смазочными.

ООО «ПромАвтоМасла» — официальный дистрибьютор Valvoline Europe в Республике Беларусь.

В организации постарались создать такие условия работы, чтобы каждый клиент получал только приятные впечатления от сотрудничества и с удовольствием посещал компанию постоянно.

ООО «ПромАвтоМасла» может предложить клиентам не только минимальные цены и высокое качество товаров, но и обеспечить их полной технической информацией.

Обладая многолетним опытом и обширной статистикой, в компании стараются поддерживать в наличии детали для всех распространенных автомобилей. При этом учитывать статистическую потребность в каждом виде деталей. Этот анализ позволяет клиентам большинство заказов получать непосредственно на складе предприятия. Активно используется такая услуга, как доставка деталей клиентам транспортом фирмы как по городу Минску, так и в регионы республики Беларусь по графику. Для редких и непрофильных запчастей действует система заказов. ООО «ПромАвтоМасла» предлагает покупателям информацию о наличии запчастей, а также обеспечивает необходимое гарантийное сопровождение товара.

Обособленной службы маркетинга на предприятии не существует. Есть отдел продаж и некоторые задачи, связанные с маркетингом фирмы решает заместитель директора по продажам.

Специалисты по продаже занимаются разработкой и реализацией среднесрочной и краткосрочной сбытовой стратегии фирмы. Координацией и ориентацией сбыта с учетом выполнения требований потребителей к предоставляемым предприятием услугам. Организацией анализа рынков сбыта, баланса

спроса и предложения, размеров емкости и потенциалов продаж занимается директор фирмы.

Специалист по продаже осуществляет организацию и контроль своевременной подготовки и заключения договоров на оказание услуг, обеспечение выполнения планов выполнения услуг в соответствии с заключенными договорами.

Заместитель директора проводит поддержку программ стимулирования объемов перевозок (на уровне конечных потребителей).

В процессе работы работники взаимодействуют между собой. Так специалист по продаже знакомится с проектами решений руководителя фирмы, касающегося его деятельности. Вносит на рассмотрение руководства предложения по улучшению деятельности фирмы по сбыту. Получает информацию и документы, необходимые для выполнения должностных обязанностей.

ООО «ПромАвтоМасла» предлагает следующие виды масел:

- гидравлическое масло;
- универсальная смазка Lithium;
- моторное масло All Fleet;
- трансмиссионное масло.

Торговля запчастями осуществляется по следующим видам предлагаемой продукции такие известные торговые марки как:

- амортизаторы KAYABA, FLENNOR;
- тормозные системы LUCAS, ALLIED NIPPON, FTH;
- элементы рулевого управления TRW, OCAP, IRB, JAPAN CARS;
- фильтры CLEANFILTERS, MEAT&DORIA;
- подшипники ступиц SKF, IRB;
- ШРУСы METELLI;
- водяные помпы SKF, KWP, JAPAN CARS;
- пружины SUPLEX;
- прокладки двигателя VICTOR REINZ;
- термостаты, датчики VERNET;
- свечи зажигания и накала VALEO, EUROCARB;
- приводные ремни FLENNOR;
- сцепление DAIKIN, VALEO;
- тормозная гидравлика METELLI, FENOX

- сайлентблоки, натяжные ролики, выжимные подшипники, сальники трансмиссии и агрегатов и многое другое. Также в ассортименте магазина присутствуют моторные масла, чехлы для сидений, авторезина, автокамеры, сопутствующие товары, ручной инструмент, аптечка медицинская.

На ООО «ПромАвтоМасла» разработана и внедрена Система менеджмента качества.

Система Менеджмента Качества—совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов для разработки политики и целей в области качества и достижения этих целей посредством скоординированной деятельности

по выбору ее направления и управлению организацией применительно к качеству.

СМК призвана обеспечивать качество продукции и услуг предприятия и «настраивать» это качество на ожидания потребителей (заказчиков).

Система менеджмента качества (СМК) на ООО «ПромАвтоМасла» сертифицирована на соответствие требованиям международного стандарта ISO 9001:2008.

Для каждого структурного подразделения предприятия разрабатывается перечень и контрольные величины планируемых показателей – в соответствии с функциональными обязанностями подразделения и влиянием итогов его деятельности на эффективность работы предприятия в целом.

В целом, инновационная деятельность ООО «ПромАвтоМасла» проводится в следующих направлениях:

Повышение качества услуг и реализация конкурентоспособных товаров.

Сертификация реализуемых товаров на международных рынках и расширении рынка сбыта.

В 2017 году по каждому из этих направлений были достигнуты следующие результаты:

Был обеспечен достаточный уровень качества услуг, позволивший реализовать конкурентоспособную продукцию. Проводились дальнейшие работы по повышению конкурентоспособности товаров.

Система автоматизации учета в ООО «ПромАвтоМасла» устраняет основную причину – слабый учет и фактическую бесконтрольность. На торговом предприятии, ведущем оперативный учет фактически только в суммовом выражении, выявляется только расхождение между учетными документами и реальными данными без возможности анализа причин, т.к. нет информации о фактическом движении и уходе каждого вида товара.

Действующая организационная структура ООО «ПромАвтоМасла» соответствует линейно-функциональной форме организации управления (рисунок 3.1).

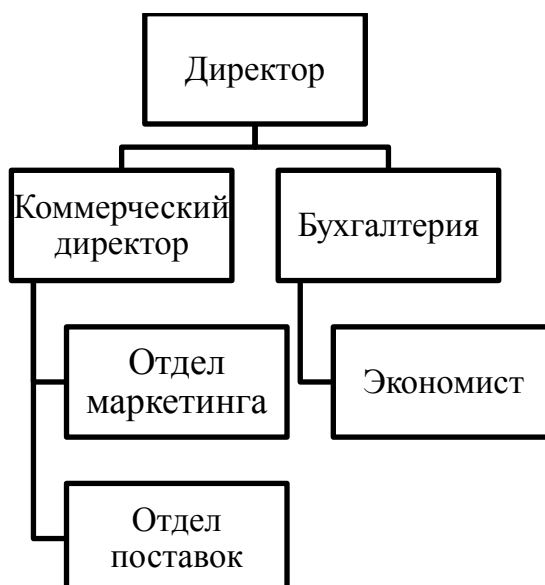


Рисунок 3.1 - Организационная структура ООО «ПромАвтоМасла»

Линейно-функциональная структура - это синтез линейного и функционального управления. Функциональные звенья теряют право принятия решений и непосредственного руководства нижестоящими подразделениями. Они принимают участие в постановке задач, подготовке решений, помогают линейному руководителю в реализации отдельных функций управления. Так, например, отдел по закупкам занимается поиском поставщиков, подготовкой, разработкой и заключением договоров поставки, которые в свою очередь затем подписываются директором. Основной задачей отдела бухгалтерии является подготовка бухгалтерской отчетности, также утверждаемой директором.

При формировании структуры управления учитывался принцип саморегуляции.

В непосредственном подчинении у директора предприятия ООО «ПромАвтоМасла» находятся: коммерческий директор, бухгалтерия.

Бухгалтерия занимается ведением учетно-отчетной документации, оформлением накладных, учетом основных средств, составлением годовой бухгалтерской отчетности.

В свою очередь коммерческому директору подчиняются отдел маркетинга и отдел поставок.

Экономист выполняет работу по осуществлению экономической деятельности предприятия, направленной на повышение эффективности и рентабельности производства, качества выпускаемой продукции и освоение новых видов, достижение высоких конечных результатов при оптимальном использовании материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

В целом структура управления ООО «ПромАвтоМасла» соответствует целям предприятия.

Далее проведем анализ состава и структуры работников организации. В целом состав работников ООО «ПромАвтоМасла» можно определить по следующей схеме (таблица 3.1).

Таблица 2.1 - Состав и структура работников ООО «ПромАвтоМасла»

Категория	Численность работников, и структура				отклонение
	2016 г.		2017 г.		
	чел.	%	чел.	%	
Списочная численность:	36	100	34	100	-2
Служащие	21	68,7	19	64,3	-2
Руководители	14	25,0	14	28,7	-
Курьеры	1	6,3	1	7	-

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Снижение среднесписочной и списочной численности персонала произошло в основном за счет сокращения служащих, что было вызвано снижением объемов реализации в 2017 году.

В ООО «ПромАвтоМасла» наиболее распространенной системой оплаты труда является контрактная. Около 90% работников предприятия трудятся по контракту. Предприятие заключает контракт с работником на срок от 1 года до

5 лет.

Текущее планирование хозяйственной деятельности ООО «ПромАвтоМасла» состоит в разработке плана прибылей и убытков, плана движения денежных средств, планового бухгалтерского баланса, поскольку эти формы планирования отражают финансовые цели организации. В ООО «ПромАвтоМасла» стратегическое планирование не применяется.

Главной и единственной задачей всех служб и отделов ООО «ПромАвтоМасла» является скорейшее продвижение товара с момента его поступления покупателю. Несмотря на простоту формулировки задачи, цепочка условий этого продвижения является не очень короткой и включает в себя: работу по оформлению заказа на товар, которую могут купить, получение и прием товара складом, работу над качеством поступившей продукции, учет поступивших товаров, учет и уточнение всех передвижек товара, и, наконец, реализация ее покупателю с соответствующим уровнем обслуживания и учет этой реализации.

Для оценки движения основных фондов на основании приложения к бухгалтерскому балансу определим коэффициенты обновления, выбытия и прироста.

Представим коэффициенты, характеризующие техническое состояние

Проведем расчет показателей эффективности использования основных фондов предприятия.

В таблице 3.2 представлены показатели эффективности использования основных фондов организации.

Таблица 3.2 - Показатели эффективности использования основных фондов предприятия

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Темп роста 2017 г.к 2015 г., %
Фондоотдача, руб.	56,5	18,7	20,6	110,2
Фондоёмкость, руб.	0,018	0,054	0,048	88,9
Фондовооруженность, тыс. руб./чел	9,81	34,6	25,7	74,3

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Как видно из таблицы 3.2, фондоотдача выросла на 10,2% в 2017 году в сравнении с 2016 годом. Это связано с ростом выручки от реализации и снижением стоимости основных фондов предприятия. Соответственно фондоемкость снизилась. Фондовооруженность существенно выросла в 2015 году, что вызвано приобретением нового оборудования, в 2016 году произошло снижение фондовооруженности, что объясняется увеличением численности занятых на предприятии.

На основе бухгалтерской отчетности проведем анализ основных показателей хозяйственной деятельности за 2015-2017 гг. Данные для анализа представлены в таблице 3.3. – Основные показатели хозяйственной деятельности ООО «ПромАвтоМасла».

Таблица 3.3 – Основные показатели хозяйственной деятельности ООО «ПромАвто-Масла» за 2015 – 2017 гг., тыс. руб.

Показатели	Годовые значения показателей			Темп роста, %	
	2015	2016	2017	2016/ 2015	2017 / 2016
1. Выручка от реализации	8870	10320	10598	116,3	102,7
2. Себестоимость реализованной продукции	6690	9240	9890	138,1	107,0
3. Валовая прибыль	2180	1080	708	86,1	65,6
4. Прибыль от реализации продукции	1253	1080	707	86,2	65,5
5. Прибыль от текущей деятельности	1245	1067	583	85,7	54,6
6. Прибыль (убыток) от инвестиционной, финансовой и иной деятельности	-	52	55	100,0	105,7
7. Прибыль до налогообложения	1245	1119	638	89,9	57,0
8. Налог на прибыль	226	202	117	89,4	57,9
9. Чистая прибыль организации	1017	916	521	90,1	56,9

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Как видно из таблицы 3.3, выручка от реализации продукции и услуг за 2017 год составила 10598 тыс. руб., что на 102,7% больше в сравнении с 2016 годом, в сравнении с 2015 годам выручка увеличилась 19,5%. Себестоимость произведенной продукции за 2017 год составили 9890 тыс. руб., она увеличилась на 7 % в сравнении с 2016 годом.

Прибыль от реализации составила в 2015 году составила 1253 тыс. руб., в 2016 году снизилась до 1080 тыс. руб., и снизилась в сравнении с 2015 годом на 13,9 %. Снижение прибыли от реализации связано со значительным увеличением себестоимости реализованной продукции в 2016 году, что связано с ростом цен на сырье. Прибыль от реализации в 2017 году составила 707 тыс. руб., что на 34,5% меньше чем в 2016 году.

Чистая прибыль составила 521 тыс. руб. в 2017 году, сократившись на 43,1% в сравнении с 2016 годом.

Таким образом, в целом 2017 год выглядит менее успешным по сравнению с 2016 годом с точки зрения эффективности работы предприятия.

На основе бухгалтерской отчетности проведем анализ основных и оборотных средств организации.

Динамика и структура долгосрочных активов предприятия за 2015-2017 годы представлена в таблице 3.4 – Динамика и структура долгосрочных активов деятельности .

Таблица 3.4 – Динамика и структура долгосрочных активов деятельности ООО «ПромАвтоМасла» за 2015-2017 гг., тыс. руб.

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Динамика 2017/2016 гг.	
				тыс. руб.	%
Долгосрочные активы	157	776	727	-49	93,7
Основные средства	157	553	514	-39	92,9
Вложения в долгосрочные активы	-	171	163	-8	95,3
Долгосрочные финансовые вложения	-	42	50	+8	119,0

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Долгосрочные активы увеличились в целом в 2017 году по сравнению с 2016 годом на 691 тыс. руб. Рост долгосрочных активов произошел в основном за счет вложений в основные средства, которые за исследуемый период увеличились на 357 тыс. руб.

Показатели использования оборотных средств и их динамика представлены в таблице 3.5 – Показатели использования оборотных средств.

Эффективность использования оборотных активов за рассматриваемый период повысилась, о чем свидетельствует коэффициент оборачиваемости оборотных средств. В 2017 году он составляет 3,64, что на 0,54 пункта выше по сравнению с 2016 годом или на 17,4 % в относительной величине. Длительность оборота снизилась на 20 дней.

Таблица 3.5 – Показатели использования оборотных средств ООО «ПромАвтоМасла» и их динамика в 2015-2016 гг.

Наименование показателя	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Динамика 2017/2015 гг.	
				тыс. руб.	%
1. Выручка от реализации, тыс. руб.	8870	10320	10598	278,0	102,7
2. Оборотные средства, тыс. руб.	2369	3323	2877	- 446,0	86,5
3. Коэффициент оборачиваемости	3,7	3,10	3,64	+ 0,54	117,4
4. Длительность оборота, дн.	97,3	116,13	98,9	-17,2	85,2

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Динамика источников имущества предприятия представлена в таблице 3.6 – Динамика источников имущества ООО «ПромАвтоМасла» и их структура.

Как показывают данные таблицы, в структуре источников финансирования ООО «ПромАвтоМасла» за два года произошли значительные изменения. Доля собственного капитала в 2017 году снизилась по сравнению с 2016 годом на 56,2%, также значительно выросли долгосрочные обязательства, на 60,8 % больше чем в 2016 году.

Таблица 3.6 – Динамика источников имущества ООО «ПромАвтоМасла» и их структура

Виды источников финансирования	2016 г.		2017 г.		Динамика 2017 /2016	Темп роста 2017 /2016, %
	тыс. руб.	% к итогу	тыс. руб.	% к итогу		
1. Собственный капитал	1138	27,8	499	13,8	-639,0	43,8
2. Долгосрочные обязательства	523	12,8	841	23,4	318,0	160,8
3. Краткосрочные кредиты и займы	160	3,9	-	-	-	-
4. Привлеченные источники (кредит. задолжен.)	2266	55,5	2262	62,8	-4	99,8
Итого:	4089	100	3604	100	-185,0	88,1

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Отрицательным моментом является рост доли кредитов и займов в структуре капитала. При этом, организация погасила краткосрочные обязательства, связанные с получением кредита в банке.

На основе бухгалтерской отчетности проведем анализ финансового состояния ООО «ПромАвтоМасла» за 2015-2017 гг. Для более глубокого анализа необходимо изучить динамику прибыли предприятия, не только в целом, но и в разрезе составных элементов.

За анализируемый период на предприятии наблюдается тенденция снижения прибыли.

Прибыль от реализации составила в 2015 году 1253 тыс. руб., в 2016 году снизилась до 1080 тыс. руб., или на 13,9% в сравнении с 2015 годом. В 2017 году прибыль от реализации сократилась еще больше и составила 707 тыс. руб., или 65,6% от уровня 2016 года. Снижение прибыли от реализации связано со значительным увеличением себестоимости реализованной продукции в 2016 и 2017 годах, при несущественном увеличении выручки от реализации (таблица 3.7).

Таблица 3.7 – Динамика показателей прибыли ООО «ПромАвтоМасла» за 2015 – 2017 гг., тыс. руб.

Показатели	Годовые значения показателей			Темп роста, %	
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2016/2015	2017 /2016
Прибыль от реализации продукции	1253	1080	707	86,2	65,5
Прибыль от текущей деятельности	1245	1067	583	85,7	54,6
Прибыль (убыток) от инвестиционной, финансовой и иной деятельности	-	52	55	100,0	105,7
Прибыль до налогообложения	1245	1119	638	89,9	57,0
Чистая прибыль организации	1017	916	521	90,1	56,9

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Прибыль от текущей деятельности в 2017 году составила 583 тыс. руб., что на 45,4% меньше чем в 2016 году. Положительным моментом, является рост прибыли от инвестиционной, финансовой и иной деятельности на 5,7 % в сравнении с 2017 годом, это позволило увеличить прибыль до налогообложения, хотя в сравнении с 2016 годом она сократилась на 43%.

Чистая прибыль является одним из важнейших экономических показателей, характеризующих конечные результаты деятельности предприятия (таблица 3.8).

Таблица 3.8 – Формирование чистой прибыли ООО «ПромАвтоМасла» за 2015 - 2017 гг.

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Изменение (+/-), 2017/2016	Темп роста 2017/ 2016,%
Прибыль до налогообложения	1245	1119	638	-481	57,0
Сумма налога на прибыль	226	202	117	-85	57,9
Прочие налоги, сборы из прибыли	-	-	-	-	-
Прочие платежи из прибыли	-	-	-	-	-
Чистая прибыль	1017	916	521	-398,0	56,9

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

По данным таблицы 3.8 видно, что налогооблагаемая прибыль в 2017 году снизилась на 43 %, соответственно снизилась сумма налога на прибыль на 85 тыс. руб. В 2016 году чистая прибыль составляла 916 тыс. руб., в 2017 году – 521 тыс. руб., чистая прибыль сократилась на 41,3%.

Далее целесообразно рассмотреть в динамике показатели рентабельности. Данные таблицы 3.9 показывают методику расчета и динамику показателей рентабельности ООО «ПромАвтоМасла» в период 2015 - 2017 гг.

Таблица 3.9 – Показатели рентабельности за 2015 - 2017 гг.

Наименование показателя	Формула расчета	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Рентабельность совокупного капитала (активов)	$R_A = \frac{\text{Прибыль от реализации}}{\text{Среднегодовая стоимость активов}}$	49,6%	26,4%	19,6%
Рентабельность продаж	$R_{П} = \frac{\text{Прибыль от реализации продукции отчетного периода}}{\text{Выручка (нетто) от реализации продукции в отчетном периоде}}$	14,1%	10,5%	6,8 %
Рентабельность затрат (характеризует окупаемость затрат)	$R_3 = \frac{\text{Прибыль от реализации продукции отчетного периода}}{\text{Полная себестоимость реализованной продукции}}$	18,7%	11,7%	7,1%

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Как показывают данные таблицы 3.9, все показатели рентабельности снизились. Рентабельность совокупного капитала, характеризующая, сколько прибыли получено на рубль вложенного капитала, в 2017 году относительно 2016 года снизилась на 6,8 процентных пунктов до уровня 19,6 % – это свидетельствует о том, что прибыль прирастала медленнее, чем стоимость капитала, что является отрицательным для предприятия.

Рентабельность продаж составила в 2017 году 6,8%, что на 3,7% меньше чем в 2016 году и на 7,3% чем в 2015 году. Рентабельность затрат также снизилась с 11,7% в 2016 году до 7,1% в 2017 году. В 2015 году рентабельность затрат составила 18,7%.

Далее проведем расчёт и анализ основных коэффициентов, характеризующих финансовое состояние организации.

В таблице 3.10, представлены коэффициенты, характеризующие финансовое состояние организации и методика расчета.

Таблица 3.10 – Коэффициенты, характеризующие финансовое состояние

Наименование показателя	На конец 2015 года	На конец 2016 года	На конец 2017 года	Норматив
Коэффициент текущей ликвидности (K1), $K_1 = \frac{\text{стр.290}}{\text{стр.690}}$	2,98	1,37	1,27	K1 >= 1,5
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (K2), $K_2 = \frac{\text{стр.490} + \text{стр.590} - \text{стр.190}}{\text{стр.290}}$	0,66	0,27	0,21	K2 >= 0,2
Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами (K3), $K_3 = \frac{\text{стр.690} + \text{стр.590}}{\text{стр.300}(\text{стр.700})}$	0,50	0,72	0,86	K3 <= 0,85
Коэффициент абсолютной ликвидности (K _{абсл}), $K_{(\text{абсл})} = \frac{\text{стр.260} + \text{стр.270}}{\text{стр.690}}$	0,14	0,00	0,001	K _{абсл} >= 0,2

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Данные таблицы 3.10 свидетельствуют об снижении значений коэффициента текущей ликвидности и коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами в 2017 и 2016 году по сравнению с 2015 годом.

Значение коэффициента обеспеченности финансовых обязательств активами увеличилось и составило 0,86, что превысило нормативное значение, это свидетельствует о снижении платежеспособности организации и угрозе банкротства.

Рассмотрим коэффициенты, характеризующих оборачиваемость и финансовую устойчивость организации.

В таблице 3.11 представлены коэффициенты, характеризующие оборачиваемость и финансовую устойчивость организации.

Таблица 3.11 – Коэффициенты, характеризующие оборачиваемость и финансовую устойчивость ООО «ПромАвтоМасла» за 2015-2017 гг.

Наименование показателя	На конец 2015 года	На конец 2016 года	На конец 2017 года	Норматив
Коэффициент общей оборачиваемости капитала, $K_{ок} = \frac{\Phi.2стр.010}{(Б.стр.300гр.3 + стр.300гр.4)/2}$	3,65	3,12	2,76	общая оборачиваемость капитала снизилась
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (краткосрочных активов), $K_{оос} = \frac{\Phi.2стр.010}{(Б.стр.290гр.3 + стр.290гр.4)/2}$	3,89	3,63	3,42	оборотная оборачиваемость оборотных средств снизилась
Коэффициент капитализации, $K_{кан} = \frac{Б.стр.590 + Б.стр.690}{Б.стр.490}$	0,98	2,59	6,22	$K_{кан} \leq 1,0$
Коэффициент финансовой независимости (автономии) $K_{фн} = \frac{Б.стр.490}{Б.стр.700}$	0,50	0,28	0,14	$K_{фн} \geq 0,4 - 0,6$

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Как видно из таблицы 3.11, коэффициент общей оборачиваемости капитала снизился до 2,76 в 2017 году с 3,65 в 2015 году. Коэффициент финансовой независимости (автономии) снизился и составил 0,14, что не соответствует нормативному. Таким образом, финансовое положение ООО «ПромАвтоМасла» не устойчиво.

Наглядно динамику коэффициентов финансовой устойчивости ООО «ПромАвтоМасла» представим на рисунке 3.2. Как видно из рисунка коэффициенты: капитализации, финансовой независимости (автономии) не соответствуют нормативам в 2017 году. При этом оборачиваемость оборотных средств и капитала снизилась.

Анализ платежеспособности предприятия необходим для определения наличия средств, достаточных одновременно для уплаты по своим обязательствам и осуществления его деятельности. Предприятие может привлечь заемные средства со стороны, если у него имеется достаточно высокий уровень финансовой устойчивости и инвестиционной привлекательности.

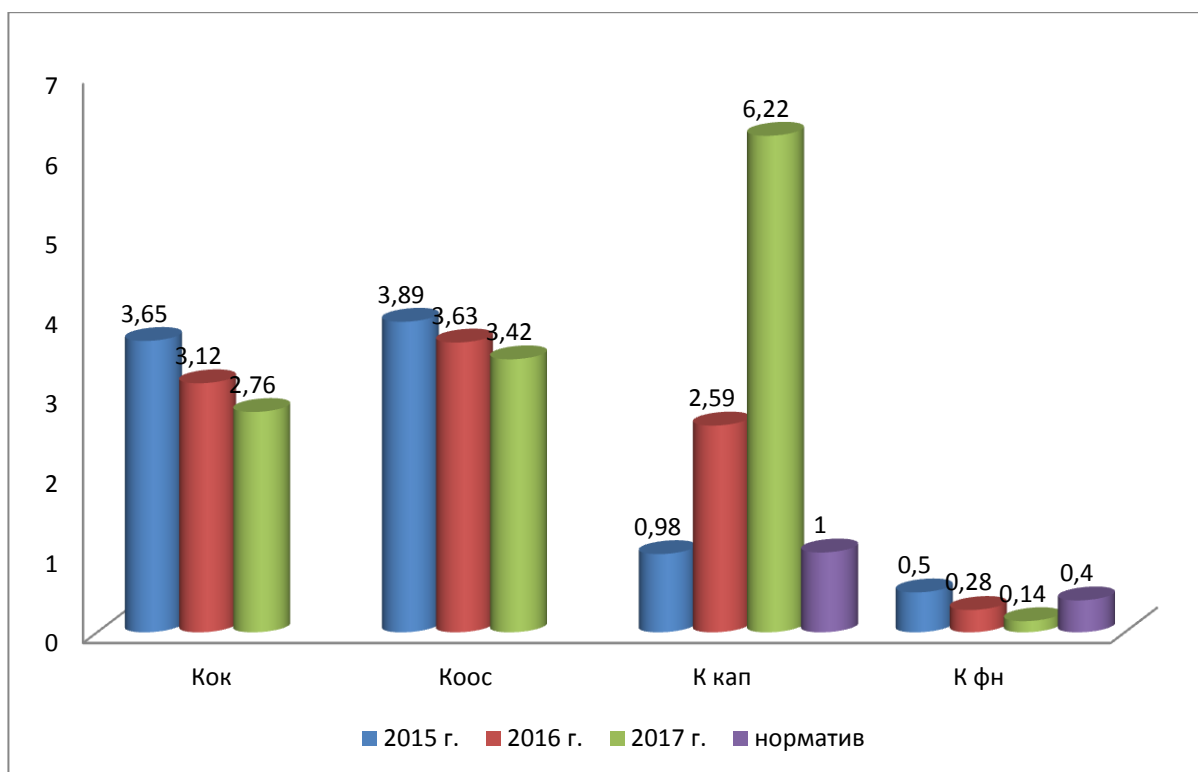


Рисунок 3.2 – Коэффициентов финансовой устойчивости ООО «ПромАвтоМас-ла» за 2015-2017 гг.

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

В Таблице 3.12 представлены показатели стоимости активов, сгруппированные по степени ликвидности, и пассивов, сгруппированные по срочности их погашения, для оценки ликвидности и платежеспособности.

Таблица 3.12 - Анализ ликвидности бухгалтерского баланса

Актив	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Пассив	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Наиболее ликвидные	112	0	3	Наиболее срочные	794	2266	2262
Быстро реализуемые	477	1973	2002	Краткосрочные пассивы	-	160	-
Медленно реализуемые	1722	1350	872	Долгосрочные пассивы	457	523	841
Трудно реализуемые	157	766	727	Постоянные пассивы	1273	1338	499
Баланс	2526	4089	3604	Баланс	2526	4089	3604

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Баланс считается абсолютно ликвидным при условии следующих соотношений:

$$A1 \geq P1; A2 \geq P2; A3 \geq P3; A4 \leq P4.$$

Надо учитывать, что недостаток средств по одной группе активов не компенсируется их избытком по другой группе, так как менее ликвидные активы не могут заменить более ликвидные.

Данные таблицы 3.12 показали, что в 2016 году:

$$A1 = 0 \leq П1 = 2266;$$

$$A2 = 1973 \geq П2 = 160;$$

$$A3 = 1350 \geq П3 = 523;$$

$$A4 = 766 \leq П4 = 1338.$$

В 2017 году:

$$A1 = 3 \leq П1 = 2262;$$

$$A2 = 2002 \geq П2 = 0;$$

$$A3 = 872 \geq 841 = П3;$$

$$A4 = 727 \geq П4 = 499.$$

Как видно предприятие испытывает недостаток ликвидных средств, чтобы покрыть наиболее срочные обязательства, о чем свидетельствуют неравенства: $A1 < П1$ в 2016-2017 гг. Главными причинами является несоответствие размера денежных средств величине краткосрочной кредиторской задолженности. Будущая ликвидность находится также на низком уровне, то есть $A4 \geq П4$ в 2017 году, а структура капитала предприятия сформирована полностью нерационально.

Таким образом, анализ показал значительное финансовое затруднение в организации. Предприятие фактически не имеет денежных средств для оплаты текущих обязательств.

Показатели быстрой ликвидности находятся на очень низком уровне. К окончанию 2017 года даже при условии перечисления денег от дебиторов предприятие могло бы рассчитаться по своим обязательствам всего на 21%. И только мобилизуя ресурсы, вложенные в материально – производственные фонды, можно рассчитаться по всем краткосрочным обязательствам. Показатели текущей ликвидности находятся на критическом уровне – 1,25, что говорит о высоком финансовом риске, связанным с полной неплатежеспособностью объекта исследования, тогда как норматив $> 1,5$.

По данным отчетности ООО «ПромАвтоМасла» основные условия нормальной финансовой устойчивости не выполняются.

Проведенный во второй главе анализ финансового состояния ООО «ПромАвтоМасла» выявил проблемы в финансовом управлении предприятием.

Проведенный анализ ликвидности баланса показал, что баланс ООО «ПромАвтоМасла» неликвиден, т. е. несколько соотношений групп активов и пассивов не соответствует условиям абсолютной ликвидности, а именно наиболее ликвидные активы меньше наиболее срочных обязательств, быстрореализуемые активы меньше среднесрочных обязательств, собственный капитал не перекрывает труднореализуемые активы, это означает, что у предприятия возникли проблемы с наличием денежных средств в необходимом объеме для осуществления своей деятельности.

Рассчитанные коэффициенты ликвидности подтвердили полученные в ходе оценки ликвидности баланса выводы.

Проведенный анализ абсолютных и относительных показателей ликвидности выявил наиболее уязвимые места в финансовом управлении. Исходя из полученных данных предприятию следует особое внимание уделить управлению денежными средствами, дебиторской задолженностью и краткосрочными обязательствами, так как именно они в первую очередь обусловили наличие платежного недостатка по наиболее срочным и среднесрочным обязательствам.

Второй проблемой является то, что практически вся чистая прибыль направляется на выплату доходов учредителям. Для улучшения финансового состояния ООО «ПромАвтоМасла» необходимо изменить политику распределения доходов, и часть чистой прибыли направить на расчеты с кредиторами.

3.2 Организация внешнеэкономической деятельности ООО «ПромАвтоМасла»

В ООО «ПромАвтоМасла» отдел ВЭД на данный момент не сформирован. Все функции по управлению ВЭД возложены на отдел поставок, в котором работают специалисты занимающиеся вопросами импорта и экспорта продукции: менеджер по ВЭД, декларант и специалист по работе с таможенной.

Управление ВЭД на предприятии осуществляет специалист по логистике и ВЭД, в обязанности которого входит: подготовка и участие в переговорах с инофирмами, обеспечение составления логистических прогнозов и планов, координация проведение работ по проектированию логистических систем и внедрению их на предприятии, организация работы по созданию и внедрению логистических информационных систем, организация работы по увеличению объема экспортных поставок, сбор информации о состоянии мирового рынка, рынка страны контрагента, поиск новых партнеров и рынков сбыта товаров, изучение коммерческих предложений, расчет уровня рентабельности возможных внешнеторговых сделок, контроль за выполнением обязательств по внешнеторговым договорам; контроль за выполнением сроков доставки товаров.

В обязанности менеджера по ВЭД входит:

- подготовка проектов внешнеторговых контрактов и другой товаросопроводительной документации, их своевременный перевод на иностранные языки;
- получение лицензии на импортируемый товар;
- осуществление сертификации импортируемого товара,
- получение санитарно-эпидемиологического заключения на импортируемую продукцию.

Декларант выполняет работу по оформлению документов на товары, перемещаемые через таможенную границу, а также совершает иные действия, необходимые для производства таможенного оформления; проверяет достоверность сведений о перемещаемых товарах, указанных в транспортных и коммерческих документах; производит декларирование товаров в соответствующем

таможенном режиме на основании сведений, содержащихся в товаросопроводительных и иных документах; определяет код товара в соответствии с товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности; выбирает метод определения таможенной стоимости, подлежащий применению и осуществляет расчет таможенной стоимости в соответствии с избранным методом; исчисляет и производит расчет таможенных платежей, подлежащих уплате, определяет виды налогов, которыми облагается товар, исчисляет налоги, подлежащие уплате.

Специалист по работе с таможенной выполняет следующие функции:

- осуществляет контроль над прибытием и расстасможиванием грузов;
- ведет учёт таможенных платежей и деклараций;
- осуществляет переписку с таможенными органами;
- заполнение установленных форм для заказа, получения, сдачи и отчёта

по акцизным маркам, расчёт обеспечения обязательства, распределение акцизных марок для последующего штрих-кодирования в ЕГАИС, упаковка и отправка акцизных марок за границу;

- ведение учёта акцизных марок.

Общество пользуется в случаях, когда необходимо: проверить или получить информацию о потенциальных зарубежных партнерах; оформить надлежащим образом документы, сопровождающие внешнеторговую сделку; получить консультации специалистов по внешнеэкономической деятельности.

Импортные операции, осуществляемые ООО «ПромАвтоМасла», как и любая внешнеэкономическая сделка, проходит три этапа:

Первый этап - подготовка к заключению сделки;

Второй этап - заключение (подписание) сделки (контракта);

Третий этап - исполнение сделки (контракта).

Рассмотрим их содержание применительно к импортной деятельности ООО «ПромАвтоМасла».

Первый этап - подготовка и заключение внешнеэкономической сделки включает в себя следующие процедуры:

- изучение и прогнозирование спроса потенциальных потребителей;
- постоянный мониторинг информации по соответствующим товарным рынкам;

- планирование импорта для обеспечения необходимого количества сырья, соответствующего качества и в определённые сроки;

- разработка тактики выхода на внешний рынок с учётом возможностей использования конъюнктуры рынка;

- анализ поступающих от иностранных фирм предложений (оферт);

- подготовка запросов (заказов) иностранным фирмам.

Решения о выборе страны и фирмы потенциального контрагента принимаются на уровне генерального директора. После чего специалисты изучают конъюнктуру рынка страны покупки, проводят анализ внутренних цен, изучают деятельность потенциальных поставщиков, составляют досье по фирмам-контрагентам. Далее отдел закупок осуществляет планирование объемов импортных закупок, определение общей стоимости закупки для формирования

цены и условий договора. Производит расчет предполагаемых расходов, выбор способа и маршрута доставки, разработка схем доставки товара с целью минимизации платежей, выбор вида транспорта.

Важными составляющими данного этапа являются:

- составление листа обоснования цены (формы расчёта себестоимости), представляющего собой таблицу, в которой расчёт себестоимости полученной партии товара производится путем умножения цены товара в иностранной валюте на курс на дату оформления товара на границе и на коэффициент удорожания.

Коэффициент удорожания представляет собой сводный показатель дополнительных расходов, понесённых при перевозке и оформлении груза. В него обычно входят: транспортные расходы, чрезвычайные расходы, налоги других стран и т.д. На основании полученного коэффициента и курса валют производится расчёт приходных цен на импортную продукцию;

- выбор способа транспортировки товара из-за границы. Существует множество способов транспортировки грузов, выбор того или иного зависит от географического расположения стран-партнёров, развитости транспортной сети и др.

Наиболее распространёнными в деятельности ООО «ПромАвтоМасла» являются перевозки автомобильным транспортом.

Второй этап - заключение сделки. На данном этапе разрабатывается текст импортного контракта для его последующего согласования и утверждения, что предполагает:

- изучение соответствующей нормативно-правовой базы заключения международных сделок;
- постатейную проработку основных условий контракта.

Особое внимание уделяется расширенному толкованию предмета контракта, подробной характеристике качества товара и порядку его проверки, гарантии по качеству, валютно-финансовым условиям контракта, которые должны отражать выгодные для покупателя способы и формы расчета, подробный перечень документов, против которых производится оплата товара покупателем. Необходимо также включение в контракт перечня санкций, применяемых к продавцу за нарушение контрактных обязательств.

Разработка проекта внешнеторгового контракта осуществляется менеджером по ВЭД, затем данный контракт утверждается начальником отдела логистики и ВЭД. После чего контракт согласуется с контрагентом и стороны приступают к исполнению сделки. Контроль за организацией исполнения заключенного контракта, в том числе его оплаты, возлагается на директора по логистике и ВЭД.

Третий этап представляет собой непосредственно исполнение внешнеэкономической сделки и включает в себя множество процедур, как в рамках взаимодействия контрагентов по сделке, так и контрагентов со сторонами, обеспечивающими организациями и государственными органами.

Исполнение условий импортного контракта на ООО «ПромАвтоМасла» осуществляется по следующей схеме. Как только контракт подписан, начинается оформление паспорта сделки. Для этого составляется заявка на декларирование импортного груза. Вместе с оригиналом контракта и заверенной копией она направляется декларантам. При этом менеджер по ВЭД сам кодирует груз в соответствие с ТН ВЭД, что, на мой взгляд, является лишь пустой тратой времени, поскольку декларанты всегда проверяют соответствие кода товарной группе груза в ТН ВЭД. Справочник ТН ВЭД зачастую не дает конкретного кода на многие товары и поэтому возникает опасность их различного толкования. Поэтому при возникновении сомнительных ситуаций груз отправляют в отдел таможенных исследований и экспертиз Минской региональной таможни для проверки правильности кода с помощью метода молекулярного спектрального анализа. Паспорт сделки составляется в 5 экземплярах: 2 для таможни, 1 для декларантов и 2 для инженера, ведущего контракт.

Затем паспорт сделки вместе с копией контракта направляется для заверения в Белвнешэкономбанк, в котором у ООО «ПромАвтоМасла» открыт расчетный счет. Экономист банка сверяет размер суммы контракта и остатка на счете для удостоверения возможности оплатить контракт, после чего регистрирует паспорт сделки в подтверждение того, что он соответствует основным условиям контракта. После того, как паспорт сделки был заверен в банке, он направляется для регистрации в таможенном органе (при этом к нему также прикладываются оригинал и копия контракта).

Далее менеджер по ВЭД составляет служебную записку главному бухгалтеру, которая составляет платежное поручение банку на оплату импортного контракта. После получения денег продавец осуществляет отправку товара. Транспортировка при исполнении импортного контракта осуществляется в соответствии с условиями INCOTERMS. К сожалению, на сегодняшний день на ООО «ПромАвтоМасла» не создана экспедиторская служба, и предприятие вынуждено при необходимости использовать экспедиторские услуги зарубежных фирм, а чаще всего перекладывать поиск транспортных средств на контрагентов. Создание же подобной службы на основе бюро транспорта помогло бы значительно снизить затраты, связанные с транспортировкой.

В настоящее время при исполнении импортных контрактов ВТФ чаще всего работает на условиях СІР, СІF и DDU. Транспорт при этом обеспечивает продавец, который нанимает перевозчика. Сумма транспортных расходов при этом включается в цену контракта. Использование данных условий транспортировки не всегда выгодно, т.к. продавец может включить в транспортные расходы “все что угодно”. С другой стороны, ВТФ вынуждено идти на использование условий поставки, при которых продавец оплачивает максимум расходов, связанных с поставкой товара (DDU и DDP), т.к. при этом он будет включать их в цену, а значит ООО «ПромАвтоМасла» сможет оплачивать эти расходы из своей экспортной выручки (т.е. не будет обязан продавать ее на бирже). Если же транспортные, страховые и прочие расходы не включены в цену и оплачиваются отдельно, ВТФ не может в соответствии с законодательством рассмат-

ривать их как расходы, связанные с закупкой материальных ценностей для собственного производства, и будет вынуждено покупать валюту для их оплаты на межбанковском рынке.

После получения уведомления об отправке груза менеджер по ВЭД составляет служебную записку главному бухгалтеру с указанием сумм и счетов для перевода оплаты на счет таможенной платежной за пошлину и НДС, и затем получает подтверждения получения сумм в отделе платежей Минской региональной таможенной. По прибытии груза менеджер предоставляет в таможенный орган следующий пакет документов:

- заверенная копия контракта;
- invoice и перевод на русский язык;
- паспорт сделки;
- декларация на импорт;
- платежки (уплата НДС, пошлины и таможенного оформления);
- товарная накладная (CMR, AWB и т.д.);
- электронная копия декларации (для статистического учета);
- справка о присвоении учетного номера налогоплательщика.

При этом менеджер в зависимости от ситуации составляет различные декларации:

1. Декларация в свободное обращение - составляется при уплате всех таможенных платежей и позволяет грузополучателю свободно распоряжаться грузом;

2. Транзитная декларация - оформляется перевозчиком и нужна для перевозки груза с чужого таможенного поста на свой;

3. Декларация на ответственное хранение - составляется в случае, если у ВТФ на настоящий момент нет денег для оплаты пошлины, НДС или каких-то документов. Эта декларация дает ООО «ПромАвтоМасла» право хранить груз на своем складе (при этом запрещается вскрывать груз, продавать его и т.д.).

К документам, необходимым для правильного оформления импортных сделок можно отнести также следующие: сертификат качества; упаковочный лист; технический паспорт.

При необходимости оформляется сертификат происхождения. Существует несколько форм сертификата происхождения. В настоящее время для ЕС применяется сертификат формы А (т.е. для развивающихся стран), который предусматривает преференцию в размере 1,1% от пошлины. Сертификат происхождения выдает ТПП. Для его получения водитель едет в ТПП с транспортными документами. Сотрудник ТПП проверив эти документы и груз выписывает соответствующий сертификат. Раньше необходимо было получать сертификат происхождения на каждую партию. Сегодня ООО «ПромАвтоМасла» пользуется привилегированным положением и может получить сертификат на весь контракт.

После таможенной очистки груз размещается на складе, куда передаются оригиналы и копии необходимых документов.

Очень важным моментом исполнения договора купли-продажи является

страхование. В зависимости от способа транспортировки применяется морское или наземное страхование. Сторона, обязанная производить страхование грузов, зависит от выбора базисных условий поставки. Раньше страхованием грузов ООО «ПромАвтоМасла» занималась страховая компания "Бояр". Сейчас страхованием грузов занимается совместное белорусско-германское ЗАО «Страховая компания «АльВеНа».

Генеральный полис позволяет ООО «ПромАвтоМасла» действовать оперативно, не теряя время на заключение каждый раз нового договора страхования.

Основные риски, от которых страхуется ООО «ПромАвтоМасла» – это хищение и риск повреждения груза. Необходимость страхования именно этих видов риска продиктована историческим опытом, накопленным с момента начала функционирования завода.

В случае нарушения исполнения контракта одной из сторон продавец или покупатель имеют право подать претензию. При этом возникает ответственность нарушившей стороны, которая обязана возместить другой стороне весь ущерб, связанный с неисполнением или ненадлежащим исполнением контрактных обязательств.

После проведенного анализа особенностей организации и исполнения импортных сделок ООО «ПромАвтоМасла» можно сделать следующие выводы:

- каждая внешнеэкономическая сделка проходит три этапа: подготовка, заключение и исполнение контракта;
- первый этап включает в себя мониторинг рынка аналогичных товаров и потенциальных поставщиков, в итоге составляется проект контракта с выбранным поставщиком;
- второй этап включает в себя разработку текста импортного контракта, его согласование и подписание;
- третий этап - этап исполнения сделки, является наиболее специфическим. Каждая сделка имеет свои особенности, включает в себя различные операции, и включает в себя различные субъекты.
- закупка сырья производится с привлечением следующих посреднических организаций: транспортно-экспедиторской фирмы, осуществляющей контроль за сохранностью груза в пути и за передачей оригиналов всех товаросопроводительных документов; страховой компании, страхующей груз от возникновения непредвиденных обстоятельств; банков, осуществляющих хранение и перевод денег между фирмами-партнерами.

Каждая внешнеэкономическая сделка имеет свою структуру и специфику. Необходима детальная проработка каждого элемента внешнеторговой сделки, в целях оптимизации её осуществления, поиска новых путей её совершения, облегчения структуры взаиморасчётов с контрагентами и т.д.

3.3 Экономический анализ импортных поставок предприятия ООО «ПромАвтоМасла»

ООО «ПромАвтоМасла» занимается оптовой торговлей масел и запасных частей для автомобилей.

Объем продукции импортируемой ООО «ПромАвтоМасла» за период 2015-2017 гг. составляет 72 220 тыс. руб. Ведущие позиции в объеме импорта занимают масла, аккумуляторы, рулевая и тормазные системы. Они также лидируют в объеме продаж. Стоит отметить, что в последние два года объем импортируемой продукции увеличивается, что достигается за счет увеличения объемов продаж и закупок нового вида продукции (рисунок 3.3)

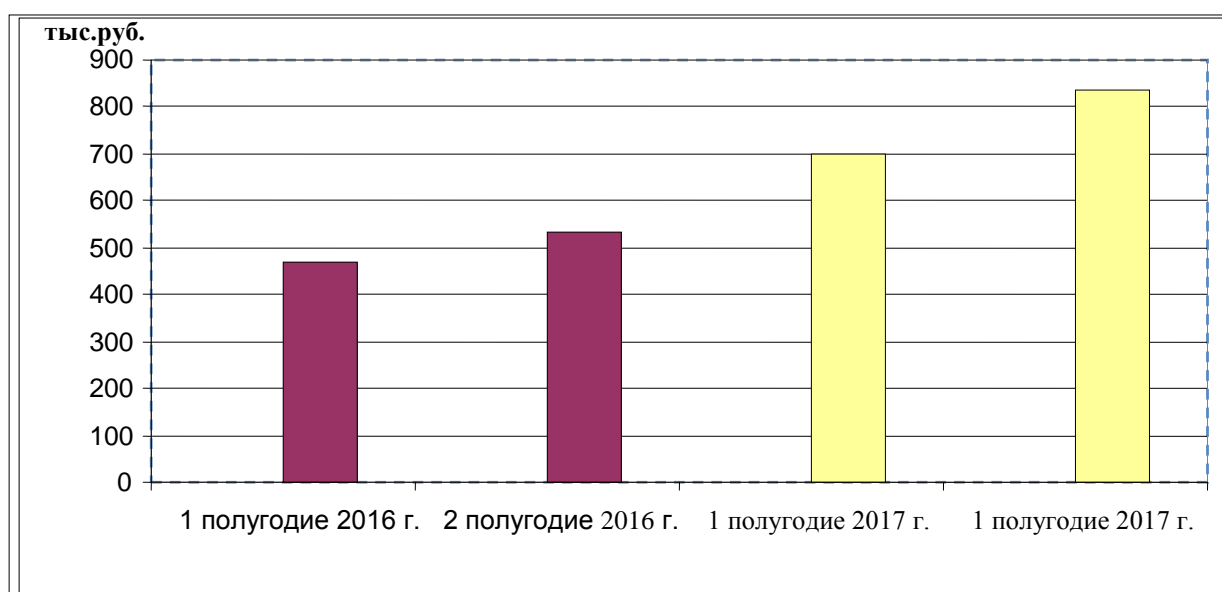


Рисунок 3.3 - Анализ роста объема импортируемой продукции компании
Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Необходимо отметить, что импортирование товаров, хотя и является основной деятельностью предприятия, это не единственный вид деятельности.

Определим удельный вес импортных операций в общей величине выручки от реализации (табл. 3.13).

Таблица 3.13 - Объемы реализации импортных операций в общей величине выручки от реализации

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Выручка от реализации, тыс. руб.	8870	10320	10598

Выручка от реализации импортных товаров, тыс. руб.	8160,4	9649,2	9470,4
Удельный вес реализации импортных товаров, %	92,01	93,59	89,96

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Данные таблицы позволяют сделать выводы, что реализация импортируемых товаров имеет для предприятия первостепенное значение. Охарактеризуем эффективность осуществляемой предприятием деятельности по реализации импортируемых товаров (таблица 3.14).

Таблица 3.14 - Эффективность деятельности по реализации импортируемых товаров

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Выручка от реализации импортных товаров, тыс. руб.	8160,4	9649,2	9470,4
Себестоимость реализованных импортных товаров, тыс. руб.	6154,8	8657,9	8891,1
Прибыль от продаж импортных товаров, тыс. руб.	2005,6	991,3	579,3
Рентабельность продаж, %	24,6	10,3	6,3

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

На основании данных таблицы 3.14 можно сделать вывод, что реализация импортных товаров является прибыльной. Однако, за рассматриваемый период прибыль от продаж импортных товаров снизилась и составила 579,3 тыс. руб.

Положительным моментом является эффективность данной деятельности, что подтверждается рассчитанным показателем рентабельности продаж, если в 2015 году его величина составляла 24,6 %, то в 2016 году уже 10,3 %. В 2017 году рентабельность продаж составила 6,3 %, что меньше чем в 2016 году. Снижение рентабельности связано с сокращением прибыли от реализации товаров.

Следующим этапом анализа является рассмотрение структуры объемов реализации по видам импортируемых товаров. Результаты анализа представлены в таблице 3.15.

Таблица 3.15 - Структура объемов реализации по основным видам импортируемых товаров

Показатели	Структура, %		
	2015	2016	2017
Выручка от реализации массел	39,5	40,9	41,7
Выручка от реализации амортизаторов, амортизаторы, тормозные системы, элементы рулевого управления, подшипники ступицы	47,2	48,1	48,6
Выручка от реализации фильтров, прокладок и др.	7,9	7,0	6,7
Выручка от реализации инструмента для ремонта	5,4	4,0	3,0
Выручка от реализации импортных товаров - всего	100	100	100

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Наибольший удельный вес в общем объеме реализации составляют масла и основные запчасти для автомобиля, на их долю в 2015 году приходилось 39,5% и 47,2 % соответственно, в 2016 – 40,9 и 48,1%, в 2017 – 41,7% и 48,6%.

С целью повышения эффективности осуществления торговой деятельности проведем анализ рентабельности каждого из вида импортных операций. Анализ представим в таблице 3.16.

Данные таблицы позволяют сделать следующие выводы: все рассматриваемые виды деятельности являются рентабельными, однако уровень их доходности несколько различается. Кроме этого наблюдается значительное изменение эффективности реализации импортных товаров в динамике.

Таблица 3.16 - Оценка рентабельности отдельных видов импортной продукции

Показатели	2015	2016	2017
Рентабельность продаж массел, %	8,45	17,66	16,20
Рентабельность продаж амортизаторов, амортизаторы, тормозные системы, элементы рулевого управления, подшипники ступиц, %	22,79	13,99	15,27
Рентабельность продаж фильтров, прокладок и др. %	13,16	28,52	35,87
Рентабельность продаж инструмента для ремонта, %	8,56	16,47	16,89

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Так если, в 2015 году самая высокая эффективность наблюдается по продажам амортизаторов, амортизаторы, тормозные системы, элементы рулевого управления, подшипников, ступиц (22,79%), то в 2017 году – это продажи фильтров, прокладок, шин и других сопутствующих товаров (35,87%).

3.4 Направления совершенствования импорта продукции на примере ООО «ПромАвтоМасла»

Активное развитие импортной деятельности торговых предприятий диктует необходимость изучения направлений повышения её эффективности, особенно в условиях, когда в экономике страны присуще преобладание в структуре импорта машин и оборудования, транспортных средств и другой готовой продукции.

От того, насколько грамотно предприятие способно вести импортную деятельность в непредсказуемых условиях рынка, будет зависеть эффективность ее результатов по выбранному направлению.

В процессе исследования деятельности ООО «ПромАвтоМасла» были рассмотрены его технико-экономические и финансово-хозяйственные показатели. Данные показатели характеризуют ООО «ПромАвтоМасла» как динамично развивающуюся, конкурентоспособную организацию. Но, в последние годы ООО «ПромАвтоМасла» испытывает финансовые затруднения.

Внешнеэкономическая деятельность ООО «ПромАвтоМасла» представлена импортом масел и запчастей для автомобилей. Около 80% реализуемых товаров составляют импортные товары. На сегодняшний день предприятие активно занимается развитием внешнеэкономических связей по закупке товаров из Китая и России. Китайские товары характеризуются низкой себестоимостью производства, при этом, со временем качество товаров повышается. Данный факт является основополагающим для стабильного увеличения объемов импорта товаров из этой страны.

Оценка экономической эффективности импорта ООО «ПромАвтоМасла» показала, что ввоз товаров из-за границы и реализация их на внутреннем рынке достаточно эффективны и выгодны.

Тем не менее, необходимо постоянно искать пути совершенствования, чтобы не отстать от конкурентов.

Так как на эффективность импорта влияют объем выручки от продажи импортных товаров и их себестоимость, для повышения его эффективности необходимо увеличивать объем выручки и (или) уменьшать себестоимость.

Можно предложены следующие пути повышения эффективности импорта:

1. Уменьшение себестоимости за счет увеличения объемов закупок и в связи с этим получения скидок у поставщика, а также уменьшения стоимости перевозки, приходящейся на единицу товара.

2. Уменьшение себестоимости за счет получения скидок у поставщика при использовании 100% предоплаты за импортируемый товар.

3. Уменьшение транспортных расходов за счет правильного выбора компании-перевозчика.

4. Поиск новых поставщиков. Поиск новых поставщиков также может положительно сказаться на уменьшении себестоимости товара и, соответственно, на повышении эффективности импорта за счет предложения аналогичного товара по более низким ценам. Для расширения поиска новых поставщиков необходимо посещать выставки, в которых участвуют потенциальные контрагенты. Например, выставка товаров Canton Fair в Гуанчжоу, в Китае проводится два раза в год, весной и осенью. Также аналогичные выставки проводятся в Шанхае, Гонконге, Пекине. Кроме того, нужно посещать выставки, проводящиеся в России при участии как иностранных, так и отечественных поставщиков, например, выставка Household Expo, проходящая в Москве. Несмотря на увеличивающиеся в этом случае коммерческие расходы на командировки, финансовый результат все равно может оказаться выше за счет более низких цен у нового поставщика.

Таким образом, существует несколько путей повышения эффективности импорта, которые лучше всего использовать в комплексе. Важно отметить, что импорт ООО «ПромАвтоМасла» является эффективным. Но для роста показателей эффективности импорта предприятию нужно применять возможности оптимизации импортных операций на практике описанными выше путями.

Как отмечалось выше, перспективным направлением является импорт из Китая. Для упрощения торговли с Китаем не обходимо совершенствовать таможенные процедуры с этой страной.

Существует ряд проблем при осуществлении импорта товаров из Китая в Беларусь, связанных с таможенным оформлением, например, проблема временных рамок производства документального контроля государственной таможенной декларации. Срок проверки составляет от 10 до 3 дней.

Кроме того существуют проблемы в регулировании внешнеторговой деятельности между Беларусью и Китаем.

1. Отсутствие требований о месте происхождения товара (гранита, природного камня), что затрудняет определения места заготовки камня.

2. Отсутствия у таможенных органов полной информации о компаниях. Например, у белорусских таможенных органах может быть только название китайской экспортирующей компании на русском языке. Во многих случаях, название компании искажается при переводе. Таким образом, у одной китайской компании появляется множество «двойников» из-за разного написания компании при переводе.

3. Возникает ряд проблем при проведении проверочных мероприятий.

Следовательно, необходимо совершенствовать таможенные процедуры между Беларусью и Китаем. Для этого белорусским таможенным органам необходимо рассмотреть следующие вопросы:

- разработка и принятие единого документа по определению объема поставляемых товаров (с добровольным выбором метода измерения) как у поставщика, так и при проведении промежуточного независимого контроля на таможне, на складе потребителя, по единым таблицам учета;

- разработка отдельного положения, регламентирующего порядок применения упрощенного порядка декларирования;

- разработка документа, свидетельствующего о легальности происхождения гранита и природного камня;

- оптимизация таможенными органами мест временного хранения гранита и природного камня исходя из возможностей осуществления надлежащего таможенного контроля;

- внедрение в процесс таможенного оформления импортируемого гранита и природного камня мероприятий по контролю законности их происхождения;

- введение дифференцированных импортных пошлин в зависимости от сортности товара.

Для того чтобы уменьшить себестоимость закупаемого за границей товара за счет уменьшения цены поставщика, необходимо закупать товар более крупными партиями, за которые полагаются скидки и бонусы.

Так, поставщик масел из Украины предлагает скидки до 5% при единовременной закупке товара в объеме 40 футового контейнера HQ (High-Cube).

Для сравнения: ООО «ПромАвтоМасла» единовременно закупает 20 футовый контейнер товара, теряя при этом возможные скидки. Кроме того, доставка контейнера 40HQ выгоднее, чем доставка 20 футового контейнера. Дос-

тавка 40 футового контейнера HQ в 1,5 раза дороже доставки 20 футового контейнера, притом, что объем 40 HQ больше объема 20 футового контейнера в 2,47 раза.

В таблице 3.17 приведены величины эффекта и эффективности импортной сделки граниту из Украины для 20 и 40 футовых контейнеров, а также данные для их расчета.

Таблица 3.17 - Повышение эффективности импорта ООО «ПромАвтоМасла» за счет увеличения объемов закупок

№	Объем контейнера	20 футовый (27,5 куб. м.)	40 футовый HQ (68 куб. м.)
1	Количество (гранитные плиты), шт.	9448	23362
2	Стоимость товара у поставщика, FOB, тыс. руб.	70,25	165,0
3	Таможенная стоимость, тыс. руб.	74,9	171,2
4	Таможенная пошлина (15%), тыс.руб.	11,2	25,7
5	НДС (20%), тыс.руб.	15,5	35,5
6	Величина таможенных платежей, в т.ч. НДС, тыс.руб.	26,7	61,2
7	Стоимость доставки согласно условиям FOB, тыс.руб.	17,7	26,5
8	Стоимость услуг брокера, тыс.руб.	4,0	4,0
9	Итого себестоимость импортного товара, тыс.руб.	118,6	256,8
10	Выручка от реализации всей партии, тыс.руб.	222,4	549,9
11	Средняя цена продажи товара, руб.	135,0	135,0
12	Эффект от сделки, тыс.руб.	103,6	293,1
13	Эффективность сделки	1,87	2,14

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Из таблицы 3.17 видно, что эффект от сделки при использовании 40 футового контейнера составит 293,1 тыс. руб., что в 2,83 раза больше эффекта от сделки, проведенной с использованием 20 футового контейнера.

Также прослеживается повышение эффективности с использованием 40 футового контейнера (2,14) по сравнению с 20 футовым контейнером (1,87). То есть на рубль затрат приходится 2,14 рубля выручки, вместо 1,87 рубля выручки.

Повышение эффекта и эффективности импорта произошло за счет снижения себестоимости при использовании контейнера большей вместимости. Причинами снижения себестоимости стали снижение стоимости товара у поставщика, как следствие уменьшение таможенных платежей на единицу товара и уменьшение стоимости перевозки на единицу товара.

Итак, все затраты на единицу товара при использовании 40 футового контейнера будут меньше, чем при использовании 20 футового контейнера, что приведет к снижению себестоимости и, соответственно, повышению эффективности импортной сделки.

Аналогичные результаты могут быть получены не только за счет увеличения количества существующего ассортимента до объемов 40 футового контейнера, но и за счет расширения самого ассортимента.

Предлагается ООО «ПромАвтоМасла» уменьшить себестоимость за счет получения скидок у поставщика при использовании 100% предоплаты за импортируемый товар.

Как отмечалось выше, основная доля в объемах реализации ООО «ПромАвтоМасла» приходится на масла, на этот вид товара приходится и большая часть импорта компании. Будет целесообразно снизить себестоимость данного товара. Основной поставщик гранитных плит предлагает скидку при 100% предоплате товара.

Из таблицы 3.2 видно, что при использовании 100% предоплаты и при одинаковом количестве товара эффект от сделки выше в 1,02 раза эффекта от сделки при использовании частичной предоплаты. Эффективность также больше, а именно на рубль затрат приходится 1,90 руб. выручки, вместо 1,87 руб. как в случае с частичной предоплатой.

Таблица 3.18 - Повышение эффективности импорта ООО «ПромАвтоМасла» за счет использования 100% предоплаты

№	Предоплата	Частичная (30%)	Полная (100%)
1	Количество, шт.	9448	9448
2	Стоимость товара у поставщика, тыс.руб.	70,2	68,8
3	Таможенная стоимость, тыс. руб.	74,9	73,5
4	Таможенная пошлина (15%), тыс. руб.	11,27	11,02
5	НДС (20%), тыс. руб.	15,5	15,2
6	Величина таможенных платежей, в т.ч. НДС, тыс. руб.	26,7	26,2
7	Стоимость доставки согласно условиям FOB, тыс. руб.	17,6	17,6
8	Стоимость услуг брокера, тыс.руб.	4,0	4,0
9	Итого себестоимость импортного товара, тыс. руб.	118,6	116,7
10	Выручка от реализации всей партии, тыс.руб.	222,3	222,3
11	Эффект от сделки, тыс.руб.	103,6	105,5
12	Эффективность сделки	1,87	1,90

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

Повышение эффекта и эффективности сделки в данном случае произошло за счет снижения себестоимости импортного товара, а конкретней за счет снижения стоимости товара у поставщика и как следствие снижение таможенных платежей. Все остальные статьи затрат остались неизменными.

Как отмечалось выше, ООО «ПромАвтоМасла» имеет убыток связанный с курсовыми разницеми, соответственно для более эффективной работы по импортным сделкам нужно следить за валютным курсом приобретаемой валюты для оплаты поставщикам.

ООО «ПромАвтоМасла» может уменьшить транспортные расходы за счет правильного выбора компании-перевозчика.

Далее рассмотрим методику выбора компании-перевозчика.

ООО «ПромАвтоМасла» может осуществлять выбор перевозчика по множеству критериев. Каждый критерий будет иметь определенный удельный вес при определении рейтинга компаний. Чем больше критериев будет учтено при осуществлении выбора, тем точнее будет этот выбор. Однако излишне большое количество критериев может привести только к потере времени, поскольку многие критерии будут оказывать минимальное (практически несущественное) влияние на результат. Поэтому мною были отобраны те критерии, которые, на мой взгляд, могут оказать существенное влияние на рейтинг перевозчика и на принятие решения ООО «ПромАвтоМасла».

В Приложении 3 приведена краткая характеристика этих критериев, а также критериальных показателей, с помощью которых они будут измерены.

Рассмотрим кратко некоторые сравниваемые пары критериев.

Стоимость услуг и время перемещения груза. Поскольку автомобильные масла и запчасти не является скоропортящимся грузом и в большинстве случаев слабо подвержен действию факторов внешней среды, время перемещения груза играет значительно меньшую роль для потребителя, чем стоимость услуг. Кроме того, ООО «ПромАвтоМасла» стремиться свести к минимуму свои затраты и повысить конкурентоспособность своего товара. Поэтому стоимость услуг имеет существенное превосходство над временем доставки груза.

Стоимость услуг и качество предоставляемых услуг. Для потребителя транспортных услуг стоимость является приоритетным критерием, но качество услуг также оказывает существенное влияние на выбор перевозчика.

Стоимость услуг и надежность времени прибытия. По условиям контракта купли-продажи на продавца может быть возложен штраф за невыполнение сроков доставки. Однако возможная сумма этого штрафа значительно меньше, чем возможная стоимость перевозки. Поэтому стоимость услуг приобретает умеренное превосходство над надежностью времени прибытия.

Стоимость услуг и эффективность деятельности. Эффективность деятельности – критерий относительный, который показывает, насколько эффективно работает компания, но в то же время он может не отражать реальной ситуации (например, компания может сознательно пойти на временное снижение прибыли с целью привлечения новых клиентов и ее рентабельность снизится). Исходя из этого, стоимость услуг для потребителя имеет значительное превосходство над эффективностью деятельности

Стоимость услуг и финансовая независимость. Финансовая независимость компании зависит от многих факторов (например, особенности текущей производственной деятельности) и полностью полагаться на этот критерий не-

возможно. Кроме того, потребитель заключает договор с перевозчиком на определенный период, а значит, при каких-либо признаках потери компанией финансовой независимости может в дальней не продлевать этот контракт. Поэтому стоимость услуг очень сильно превосходит по значимости финансовую независимость.

Стоимость услуг и опыт работы. Безусловно, ООО «ПромАвтоМасла» большое значение придает опытности компании, которая говорит в пользу этой компании, но в то же время рынок диктует свои условия и потребитель говорит работать с менее известной компанией, если та предоставит выгодные условия оплаты перевозки. Значит, стоимость услуг значительно превосходит опыт работы по своей важности.

Время перемещения груза и качество предоставляемых услуг. Поскольку сроки доставки, установленные в контракте достаточно растянутые, время доставки груза несколько уступает качеству услуг по значимости. Необходимо также учитывать, что за несохранная доставка может привести к предъявлению претензии покупателем.

Время перемещения груза и надежность времени прибытия. Критерии в данной паре достаточно близки по значимости, поскольку сильно взаимосвязаны. Но, тем не менее, сроки доставки груза оговорены в контракте менее четко, чем санкции в случае несвоевременной доставки. Поэтому надежность времени прибытия незначительно превосходит время перемещения груза.

Качество предоставляемых услуг и надежность времени прибытия. Эти два критерия могут быть признанными практически равными по своему значению для ООО «ПромАвтоМасла».

Вместе с тем, качество услуг все же имеет незначительный приоритет, так как оно обеспечивает удовлетворенность потребителя качеством товара, а значит и отсутствие претензий и отказов от груза, что может повлечь значительные убытки продавца. Надежность времени прибытия в этом случае менее значима для обеих сторон, заключивших контракт.

Эффективность деятельности и финансовая независимость. В данном случае критерии являются очень близкими по своей значимости, так как они косвенно влияют на осуществление выбора и с помощью оценивается деятельность компании в целом, а не касательно конкретной перевозки. Но, на мой взгляд, эффективность деятельности – более однозначный критерий, чем финансовая независимость, вследствие чего он приобретает чуть большее значение.

Эффективность деятельности и опыт работы. Поскольку продолжительность нахождения компании на рынке еще не говорит о том, что компания работает эффективно, мы можем считать, что эффективность деятельности все имеет небольшой приоритет по сравнению с опытом работы, несмотря на близость этих критериев по значимости (из-за их относительно характера).

На основе проведенного сравнения осуществляем расчет искомых весов критериев (Приложение И). В результате расчета весов критериев получили, что наибольший вес в системе критериев имеет стоимость услуг. Такой итог

можно назвать закономерным, поскольку в условиях давления со стороны конкурентов и борьбы за потребителя конечная цена товара играет решающую роль, что не могло не отразиться на предпочтениях ООО «ПромАвтоМасла» в вопросе определения приоритетов.

Достаточно сильно отстали от этого критерия качество предоставляемых услуг и надежность времени прибытия, но и они имеют довольно большой вес среди всех критериев. Это обусловлено тем, что в своей работе ООО «ПромАвтоМасла» ориентируется на поставку товара клиентам своевременно и в надлежащем состоянии.

Остальные критерии имеют очень небольшой вес и связано это с тем, что их влияние на выбор перевозчика – косвенное. Но учет этих критериев, несмотря ни на что, позволит составить более полную картину и выбрать перевозчика с учетом различных по степени влияния критериев.

Используя описанную выше методику, произведем расчет критериальных показателей для автотранспортных компаний, пример расчета рассмотрим для ООО «ПромАвтоМасла» (Приложение К).

Данные по всем компаниям представлены в таблица 3.19.

Таблица 3.19 - Критериальные показатели

Наименование компании	Стоимость услуги, \$	Время рейса, сут.	Случай несхранной доставки, %	Случай несвоевременной доставки, %	Рентабельность, %	Коэффициент автономии	Время работы на рынке, лет	Суммарный тоннаж, т	Оценка потребителей, баллы
ООО Белая птица	635953,6	46,77	2,49	2,22	47,5	0,055	3	41985	9
Эмонс Экспедиция СООО	704000	43,25	8,09	2,19	44,88	0,128	2	15037	8
Алевтранс СООО	742080	46,9	9,97	13,18	23,6	0,075	10	41970	10
ООО Неонком	740598,4	48,74	9,2	12,41	27,06	0,148	2	26640	9
ООО Хорошая компания	724721,9	54,27	5,84	7,61	14,19	0,179	3	50802	10

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

С целью расчета рейтингов компаний необходимо осуществить процедуру нормирования, поскольку все критериальные показатели имеют различную размерность. Эта процедура заключается в том, что:

- показателям, для которых оптимальным является минимальное значение, единица присваивается минимальному показателю, а остальные вычисляются путем деления значения минимального показателя на соответствующий показатель. Например, стоимость услуги для ООО «Белая птица» - 1, остальные показатели: 0,903; 0,857; 0,859; 0,878 соответственно.

- показателям, для которых наилучшим является максимальное значение, единица присваивается максимальному показателю, а остальные вычисляются путем деления их значения на значение максимального показателя.

Определим, для каких показателей оптимальным является максимальное значение, а для каких – минимальное.

Стоимость услуг отрицательно влияет на рейтинг, поскольку ее повышение негативно отражается на предпочтениях потребителя. Чем меньше стоимость услуг, тем выше рейтинг перевозчика, поэтому наилучшее значение – минимальное.

Время рейса оптимально тогда, когда его значение минимально, поскольку чем быстрее будет доставлен груз, тем лучше.

Случаи несохранной доставки с ростом их числа снижают вероятность того, что потребитель выберет эту компанию. Поэтому наилучшим считаем минимальное значение.

Случаи несвоевременной доставки указывают на ненадежность перевозчика, их большое число снижает рейтинг компании. Значит, оптимальное значение – минимальное.

Рентабельность компании положительно влияет на рейтинг, так большая ее величина предпочтительна. Таким образом, наилучшее значение – максимальное.

Коэффициент автономии оказывает отрицательное влияние на суммарный рейтинг, так как чем более зависима компания от кредитов, тем меньше у нее шансов вызвать доверие потребителя. Поэтому оптимальное значение – минимальное.

Время работы на рынке указывает на наличие опыта у компании, т.е. чем оно больше, тем выше рейтинг компании. Оптимальное значение – максимальное.

Суммарный тоннаж с увеличением его значения увеличивает рейтинг перевозчика. Оптимальное значение – максимальное.

Оценка потребителей определяет популярность компании, чем она выше, тем более вероятен выбор этого перевозчика. Оптимальное значение – максимальное.

Результаты расчетов во всем критериальным показателям представлены в табл.3.20.

Таблица 3.20 - Нормированные величины критериальных показателей

Наименование компании	Стоимость услуги, \$	Время рейса, сут.	Случаи несохранной доставки, %	Случаи несвоевременной доставки, %	Рентабельность, %	Коэффициент автономии	Время работы на рынке, лет	Суммарный тоннаж, т	Оценка потребителей, баллы
ООО Белая птица	1,0	0,925	1,0	0,986	1,000	1,0	0,3	0,826	0,9
ООО Белая птица	0,903	1,0	0,308	1,0	0,945	0,429	0,2	0,296	0,8
Эмонс Экспедиция СООО	0,857	0,922	0,250	0,166	0,497	0,732	1,0	0,826	1,0
Алевтранс СООО	0,859	0,887	0,271	0,176	0,570	0,371	0,2	0,524	0,9
ООО Неонком	0,878	0,797	0,426	0,288	0,299	0,307	0,3	1,0	1,0

Источник: собственная разработка

Осуществляем расчет рейтингов потенциальных перевозчиков по формуле: $R_k = \sum_i \gamma_i \cdot z_{ik}$, $k=1, K$

где R_k - рейтинг k-го перевозчика;

z_{ik} - значение i-го критериального показателя для k-го перевозчика.

$$R_1 = 0,319 \cdot 1,0 + 0,096 \cdot 0,925 + 0,071 \cdot 0,732 + 0,199 \cdot 1,0 + 0,152 \cdot 0,986 + 0,029 \cdot 1,0 + 0,017 \cdot 1,0 + 0,044 \cdot 0,3 + 0,031 \cdot 0,826 + 0,042 \cdot 0,9 = 0,931$$

Рейтинги всех компаний представлены в таблица 3.21.

Таблица 3.21 - Рейтинги компаний

Наименование компании	Рейтинг
ООО Белая птица	0,931
ООО Белая птица	0,755
Эмонс Экспедиция СООО	0,623
Алевтранс СООО	0,567
ООО Неонком	0,647

Источник: собственная разработка

Полученные результаты свидетельствуют о том, что наибольший рейтинг получило ООО «Белая птица» - 0,931. Таким образом, именно эта компания с точки зрения выдвинутых критериев является наилучшей и именно с ней будет в дальнейшем работать ООО «ПромАвтоМасла». Рассмотрим причины, которые привели к столь высокому рейтингу компании.

Поскольку потребитель предъявил очень высокие требования к стоимости услуг, именно этот критерий сыграл решающую роль в выборе того или иного перевозчика. Как видно из расчетов ООО «Белая птица» смогло предложить клиенту наиболее выгодные условия заключения контракта и гибкую систему скидок, в результате чего по стоимости услуг данный перевозчик занял лидирующую позицию, причем с большим отрывом от конкурентов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Малый и средний бизнес – это тип предпринимательской деятельности с законодательно закрепленными критериями, субъекты которого с полной экономической ответственностью на инициативной основе принимают решения и рациональным образом соединяют факторы производства с целью получения дополнительного дохода, ориентируясь в основном на локальный рынок.

Анализ зарубежных методологических подходов к оценке влияния малого бизнеса на социально-экономическое развитие показал, что данный сектор экономики оказывает влияние на социально-экономические процессы в различных странах.

2. Сектор малого и среднего бизнеса в Беларуси сегодня является одним из самых динамичных и перспективно развивающихся в отечественной экономике. Но, несмотря на весьма динамичное развитие основных показателей деятельности предпринимательского сектора в стране многие индикаторы ниже прогнозируемых, например, имеет место отрицательная динамика удельного веса обрабатывающих предприятий в общей численности организаций МСП.

Одной из основных проблем является то, что частные малые предприятия и государственные предприятия не находятся в равных конкурентных условиях. Государственные предприятия имеют лучший доступ к ресурсам, финансам и государственным закупкам. Кроме того, некоторые важные потребительские рынки и рынки сделок между бизнесом открыты только для госпредприятий, в то время как частные малые предприятия не имеют к ним доступа.

Во внешнеторговой деятельности малого и среднего бизнеса наблюдается рост доли оборотов, как экспорта, так и импорта товаров. При этом, данному сектору экономики удастся выходить на положительное внешнеторговое сальдо в торговле товарами (кроме кризисных 2010, 2014-2015 гг.). По стране, в целом, внешнеторговое сальдо товарами отрицательное.

Таким образом, малые и средние предприятия являются обычными компаниями, отличающимися от остальных только в силу своего размера. Основными факторами, влияющими на их рост и производительность, являются макроэкономические условия и нормативно-правовая среда. Исходя из этого, любая политика, направленная на решение проблем малого бизнеса и стартапов,

должна, прежде всего, основываться на уже реализованных мерах по созданию общих условий их развития.

Исходя из этого, главной рекомендацией для Беларуси становится воздержание от чрезмерной концентрации государственных ресурсов на реализацию специализированных мер поддержки малого и среднего бизнеса и переориентация их на восстановление макроэкономической стабильности и улучшение нормативно-правовой базы. Существует множество примеров эффективности проведения подобной политики. Этот опыт имеет важное значение для Беларуси, поскольку по мере преобразования государственных предприятий в современные конкурентные компании сектор малого предпринимательства сможет компенсировать неизбежное сокращение занятости в государственном секторе.

3. Общество с ограниченной ответственностью «ПромАвтоМасла» занимается оптовой торговлей маслами и запчастями для автомобилей.

Основной целью деятельности «ПромАвтоМасла», является извлечение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов учредителей общества.

Анализ показателей хозяйственной деятельности, позволяет сделать вывод об ухудшении финансово положения ООО «ПромАвтоМасла».

После проведенного анализа особенностей организации и исполнения импортных сделок ООО «ПромАвтоМасла» можно сделать следующие выводы:

- каждая внешнеэкономическая сделка проходит три этапа: подготовка, заключение и исполнение контракта;

- первый этап включает в себя мониторинг рынка аналогичных товаров и потенциальных поставщиков, в итоге составляется проект контракта с выбранным поставщиком;

- второй этап включает в себя разработку текста импортного контракта, его согласование и подписание;

- третий этап - этап исполнения сделки, является наиболее специфическим. Каждая сделка имеет свои особенности, включает в себя различные операции, и включает в себя различные субъекты.

- закупка сырья производится с привлечением следующих посреднических организаций: транспортно-экспедиторской фирмы, осуществляющей контроль за сохранностью груза в пути и за передачей оригиналов всех товаросопроводительных документов; страховой компании, страхующей груз от возникновения непредвиденных обстоятельств; банков, осуществляющих хранение и перевод денег между фирмами-партнерами.

Анализ внешнеэкономической деятельности показал, что реализация импортных товаров является прибыльной. За рассматриваемый период прибыль от продаж импортных товаров выросла. Все импортируемые виды товаров являются рентабельными, однако уровень их доходности несколько различается. Кроме этого наблюдается значительное изменение эффективности реализации импортных товаров в динамике. Наибольший удельный вес в общем объеме реализации составляют масла и запчасти для автомобилей.

Тем не менее, необходимо постоянно искать пути совершенствования, чтобы не отстать от конкурентов.

Можно предложены следующие пути повышения эффективности импорта:

- уменьшение себестоимости за счет увеличения объемов закупок и в связи с этим получения скидок у поставщика, а также уменьшения стоимости перевозки, приходящейся на единицу товара.

- уменьшение себестоимости за счет получения скидок у поставщика при использовании 100% предоплаты за импортируемый товар.

- уменьшение транспортных расходов за счет правильного выбора компании-перевозчика.

- поиск новых поставщиков. Перспективным направлением является импорт из Китая. Для упрощения торговли с Китаем необходимо совершенствовать таможенные процедуры с этой страной.

Для этого белорусским таможенными органами необходимо рассмотреть следующие вопросы:

- разработка и принятие единого документа по определению объема поставляемых товаров (с добровольным выбором метода измерения) как у поставщика, так и при проведении промежуточного независимого контроля на таможне, на складе потребителя, по единым таблицам учета;

- разработка отдельного положения, регламентирующего порядок применения упрощенного порядка декларирования;

- разработка документа, свидетельствующего о легальности происхождения гранита и природного камня;

- оптимизация таможенными органами мест временного хранения гранита и природного камня исходя из возможностей осуществления надлежащего таможенного контроля;

- внедрение в процесс таможенного оформления импортируемого гранита и природного камня мероприятий по контролю законности их происхождения;

- введение дифференцированных импортных пошлин в зависимости от сортности товара.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативно-правовые акты:

1. Закон Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. № 148-3 «О поддержке малого и среднего предпринимательства» // Официальный сайт Министерства экономики Республики Беларусь – 2018. [Электронный ресурс] - Режим доступа: – <http://nalog.by/> Дата доступа 10.02.2018.
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь : Кодекс Респ. Беларусь, 7 дек. 1998 г., № 218-3 : принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г. : одобр. Советом Респ. 19 нояб. 1998 г. : текст Кодекса по состоянию на 5 янв. 2013 г. // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.
3. О государственном регулировании внешнеторговой деятельности: Закон Респ. Беларусь, 25 ноября 2004 г., № 347-3 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018. – Дата доступа: 20.04.2018.
4. О таможенном тарифе: Закон Республики Беларусь, 03 февр. 1993г., № 2151-ХП: в ред. Закона Республики Беларусь от 13.11.2008г., № 449-3 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018. – Дата доступа: 27.04.2018.
5. О порядке определения таможенной стоимости товаров: Указ Президента Республики Беларусь, 31 июля 2006г., № 474 // Национальный реестр правовых актов республики Беларусь, 2006г., 1/7781.
6. О некоторых мерах по совершенствованию государственного регулирования внешнеторговой деятельности: Указ Президента Респ. Беларусь, 28 января 2006 г., № 57 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018. – Дата доступа: 16.04.2018.
7. О некоторых вопросах порядка перемещения отдельных видов товаров через таможенную границу Республики Беларусь: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 сентября 2008 г., № 1397 // Консультант Плюс:

Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018. – Дата доступа: 18.04.2018.

8. О некоторых мерах по совершенствованию государственного регулирования экспорта отдельных видов товаров, производимых в Республике Беларусь: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 10 июля 1998 г., № 1091 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018. – Дата доступа: 16.04.2018.

9. О лицензировании внешней торговли отдельными видами товаров: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 27 сентября 2006 г., № 1267 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018. – Дата доступа: 03.08.2018.

Специальная литература:

1. Алехнович А.В. Управление внешнеэкономической деятельностью Республики Беларусь: практ. пособие / А.В. Алехнович. – Минск: Амалфея, 2015. – 416 с.

2. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Внешнеэкономические связи: Учеб. Пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 544с.

3. Басовский Л.Е. Финансовый менеджмент: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 240 с.

4. Бабаев Ю.А. Бухгалтерский финансовый учет : учеб. для вузов / Ю.А. Бабаев, А.М. Петров, Л.Г. Макарова ; под ред. Ю.А. Бабаева. – М. : Вузовский учеб., 2013. – 576 с.

5. Бабаев Ю.А. Бухгалтерский финансовый учет : учеб. для вузов / Ю.А. Бабаев, А.М. Петров, Л.Г. Макарова ; под ред. Ю.А. Бабаева. – М. : Вузовский учеб., 2015. – 576 с.

6. Бусыгин А.В. Предпринимательство. М.: ИНФРА-М, 2008 -252 с.

7. Балашевич, М.И. Экономика малого бизнеса / М.И. Балашевич. – Минск: БГЭУ, 2015. – 231 с.

8. Беллендир М.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. – Хабаровск – НГАЭиУ, 2011. – 381 с.

9. Вабищевич С.С. Внешнеэкономическая деятельность в Республике Беларусь: правовые перспективы: Монография / С.С.Вабищевич. – Минск: Молодежное научное общество, 2005. – 231 с.

10. Владимирова М.П. Управление финансовыми ресурсами и оптимизация налогообложения на предприятии: Учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2010. – 130 с.

11. Гиляровская Л.Т. Экономический анализ: Учебник для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 615 с.

12. Гончаров А.И. Восстановление платежеспособности предприятия: модель оптимизации структуры // Финансы. – 2015. - №10. – С.68.

13. Грачев А.В. Организация и управление финансовой устойчивостью. Роль финансового директора на предприятии // Финансовый менеджмент. – 2015. - №1. – С.61.
14. Деловая среда в Беларуси. Исследование сектора малого и среднего бизнеса – 2015 г.// Исследовательский центр ИПМ - [Электронный ресурс] - Режим доступа: – <http://research.by/> Дата доступа 10.02.2016.
15. Донцова Л.В. Анализ финансовой отчетности: Учебное пособие. – М.: Дело и Сервис, 2010. – 336 с.
16. Ефимова О.В. Анализ финансовой отчетности: Учебное пособие. – М.: Омега-Л, 2011. – 408 с.
17. Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия: Учебник: 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2011 – 336 с.
18. Ионова А.Ф. Финансовый анализ: Учебник. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2011. – 624 с.
19. Кенэ Ф. «Избранные экономические сочинения». – М: Соцэкгиз, 1960. – 480 с.
20. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство. М: Социум, 2010. — 269 с.
21. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 768 с.
22. Клинов Н.Н. Реорганизация и ликвидация юридического лица. – СПб.: Питер, 2013. - 158 с.
23. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 640 с.
24. Мартышевская Е.А. Развитие малого бизнеса в Республике Беларусь.// Актуальные проблемы науки XXI века- Минский институт управления, -2015 –с.78-82
25. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения, 2-е издание. Т. 13. — М.: Политиздат, 1959.
26. Основные положения программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 гг. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: www.economy.gov.by/.doc. – Дата доступа: 11.02.2018.
27. О состоянии развития малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь в 2016 г.// Официальный сайт Министерства экономики Республики Беларусь – 2018 [Электронный ресурс] - Режим доступа: – <http://nalog.by/> Дата доступа 10.02.2018.
28. О состоянии развития микро- и малых организаций в Республике Беларусь в 2016 году //Официальный сайт Министерства экономики Республики Беларусь – 2018. [Электронный ресурс] - Режим доступа: – <http://nalog.by/> Дата доступа 10.02.2018.
29. О деятельности инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства// Официальный сайт Министерства экономики Республики Беларусь – 2018. [Электронный ресурс] - Режим доступа: – <http://nalog.by/> Дата доступа 10.02.2018.

30. О деятельности Белорусского фонда финансовой поддержки предпринимателей // Официальный сайт Министерства экономики Республики Беларусь – 2018. [Электронный ресурс] - Режим доступа: – <http://nalog.by/> Дата доступа 10.02.2018.
31. Поддержка малого бизнеса как фактор активизации предпринимательской деятельности в регионах. Современные финансовые и иные механизмы: спр.-аналит. материал / Г.П. Бадей, Т.П. Быкова, Н.К. Наумович, Свен-Олаф Невиак, Ж.К. Тарасевич, С.П. Шершнева. – Минск, 2015. – 180 с.
32. Питер Ф. Друкер. Практика менеджмента.- М.: Издательский дом «Вильямс», 2003.- 398 с.
33. Статистический сборник «Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь» // Национальный статистический комитет Республики Беларусь (официальный сайт) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://belstat.gov.by.](http://belstat.gov.by/) – Дата доступа: 10.02.2018.
34. Скрибо А. Экономическое положение малого и среднего бизнеса в 2013 году. //Дискуссионный материал Исследовательского центра ИПМ - RDP/12/06 - [Электронный ресурс] - Режим доступа: – [http://research.by//](http://research.by/) Дата доступа 10.02.2018.
35. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 1996.
36. Сэй Ж-Б. Трактат по политической экономии/ Ж-Б Сей; Экономические софизмы. Экономические гармонии – М: Дело, 2010.
37. Синельник, Л.В. История экономических учений: учебное пособие для аспирантов и студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 080100 "Экономика" и экономическим специальностям / Л. В. Синельник. – Москва: КноРус, 2014. – 282 с.
38. Шумпетер, Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. М.: Прогресс, 1982.
39. Шимов, В.Н. Словарь современных экономических и правовых терминов. – Минск: Амалфея, 2002. – 381 с.
40. Экономический анализ/Под ред. О.Н. Соколовой. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 320 с.
41. Экономическая теория: Учеб. пособие / И.В. Новикова, Г.А. Примаченок, В.А. Воробьев и др. Под ред. И.В. Новиковой. – Мн.: БГЭУ, 2014.
42. Экономическая теория / Под ред. В.Л. Ключни, И.В. Новиковой.- Мн.: Тетрасистемс, 2013. – 344 с.
43. Экономическая теория: Учебник для экономических специальностей вузов / Под ред. Н.И. Базылева, С.П. Гурко. – Мн.:БГЭУ, 2004. – 608 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ А

Таблица А.1 – Теоретические подходы к пониманию категории «предприниматель»

Автор	Суть теоретического подхода	Ценность данного подхода	Недостатки данного подхода
1	2	3	4
Р. Кан- тильон	Предприниматель – индивид, желающий купить по известной цене и продать по неизвестной. Действия такого рода не обязательно требуют производственной деятельности и не обязательно поглощают личные средства предпринимателя. Человек, подвергающий себя риску непостоянных доходов [35]	Введено понятие «предприниматель» Различаются функции предпринимателя, капиталиста-собственника, управляющего. Подчеркиваются способность предвидения и желание рисковать.	Прослеживается в основном спекулятивная функция деятельности предпринимателя, игнорируются производственный и социальный аспекты.

А. Смит	Предприниматель – активный человек, собственник капитала, который самостоятельно организует свою деятельность, вкладывая сбережения в дело, и ради получения прибыли идет на риск. Предприниматель рассматривается как константа экономической системы. Преследуя свои интересы, предприниматель в большинстве своем служит интересам общества [35].	Четко определены функции организатора своего дела и собственника капитала. Подчеркивается социальный аспект. Выделяется возможность производственной деятельности. Оговаривается природа прибыли.	Торговля – основная сфера деятельности предпринимателя. Не уделяется должного внимания роли предпринимателя в экономическом развитии. Предприниматель обязательно собственник капитала.
К. Маркс	Предприниматель – капиталист, одной из основных целей которого – получение сверхприбыли. «продавая товар по его стоимости, то есть как кристаллизацию всего количества труда, затраченного на товар, капиталист обязательно продаст его с прибылью» [37]	Предприниматель является собственником капитала, который он направляет на создание прибавочной стоимости с целью получения сверхприбыли.	Представление о предпринимателе как о капиталисте-эксплуататоре наемных работников.

Продолжение таблицы А.1

1	2	3	4
А. Маршалл	Функции управления производством выполняют именно предприниматели, которые рискуют и несут ответственность за соединение необходимых для производства капитала и труда [37].	Предприниматели – активные участники производства. Предприниматели не обязательно собственники.	Не уделяется внимания социальному аспекту. Не рассматривается новаторская функция предпринимателя.
Й. Шумпетер	Предприниматель – инноватор, функцией которого является осуществление новых комбинаций. Различаются понятия «предприниматель» и «капиталист» -	Среди прочих функций – организация производственного процесса. Подчеркивается новаторская функ-	Отвергается представление о предпринимателе как носителе рисков (так как не является собст-

	предприниматель не обязательно обладает правом собственности на какое-либо имущество. Предприниматель – это и не изобретатель, а скорее человек, который находит способы реализации изобретений [38] .	ция. Право собственности на любое «имущество» не является признаком предпринимателя.	венником).
Дж. М. Кейнс	Личные услуги предпринимателя и его помощников - труд, который является единственным фактором производства, действующим при наличии технологии, природных ресурсов, производственного оборудования и эффективного спроса .	Умение предпринимателя правильно соотносить между собой потребление и сбережение, способность к риску, активность.	Не рассматривается деятельность предпринимателя как отдельный фактор производства.
П. Ф. Друкер	Предприниматель создает новые ресурсы, приносящие богатство, с помощью постоянной работы, направленной на отказ от прошлого и высвобождение места для нового. Осуществляет постоянный поиск возможностей, превращая их в ценность для покупателя, а также он обеспечивает стратегическое размещение ресурсов [32].	Подчеркивается особая роль предпринимателя, основанная на инновационности, ориентации на потребителя, и др. Изменения для предпринимателя – источник достижения успеха	Допускается, что поведение предпринимателя не является рисковым.

Продолжение таблицы А.1

1	2	3	4
В.Д. Камаев	Предприниматель – определенное специфическое состояние человека с определенными наклонностями, порождаемое комбинацией социальных сил и социальных обстоятельств, а не специальным профессиональным обучением Существует иерархия предпринимателей - по мере перехода от 1 к 4 группе возрастает качественный уровень предпринимателей, изменяются мотивы их деятельности и уменьшается их количество.	Новый взгляд на предпринимателя как на специфическое состояние, порождаемое социальными факторами. Подчеркивается качественный уровень и в зависимости от этого редкость определенной личности.	Не придается особого значения профессиональному обучению предпринимателя. Представленная иерархия имеет весьма условный характер.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б.1 – Теоретические подходы к пониманию категории «предпринимательство»

Автор	Суть теоретического подхода	Преимущества данного подхода	Недостатки данного подхода
1	2	3	4
Р. Кантильон	Предпринимательство – вопрос предвидения и желания брать на себя риск, что не обязательно связано с вовлечением труда в некий производственный процесс, а также это отношения субъектов рынка по поводу купли и продажи товаров [37].	Впервые введен в научный оборот термин «предпринимательство». Вид деятельности, чертой которого является риск.	Игнорируется производственный аспект предпринимательской деятельности, рассматривается спекулятивный.
Ж.Б. Сэй	Предпринимательская деятельность – комбинирование трех	Предпринимательская дея-	Предпринимательство еще не

	факторов – земли, капитала, труда, а цель данной деятельности – получение предпринимательского дохода. В результате предпринимательской деятельности происходит перемещение экономических ресурсов из области низкой производительности и низких доходов в область более высокой производительности и дохода[36].	тельность стоит в центре производственного процесса и распределения и заключается в эффективном соединении труда, земли, капитала.	рассматривается как отдельный самостоятельный фактор производства.
А. Маршалл, Дж. Кларк	К уже известным трем факторам производства у А. Маршалла добавляется четвертый – организация. Джон Бейтс Кларк выделяет четыре основных фактора производства: капитал как деньги, капитал как средство производства и земля, предпринимательские способности и труд наемных рабочих [37]	Взгляд на предпринимательство как на фактор производства.	Не представлен комплексный взгляд на предпринимательство как возможный фактор экономического развития.
Йозеф Алоиз Шумпетер	Определяются ключевые характеристики предпринимательства: 1. Изготовление нового. 2. Внедрение нового. 3. Освоение нового рынка сбыта. 4.	Предпринимательство не называется «трудом» и характеризуется в первую очередь	Предпринимательская деятельность является таковой до тех пор, пока осуществляется новая
Продолжение таблицы Б.1			
1	2	3	4
	Получение нового источника сырья или полуфабрикатов, независимо от того, существовал этот источник прежде или нет. 5. Проведение соответствующей реорганизации [37]	новаторством в той или иной сфере, являясь источником всех изменений в экономике.	комбинация.
Ф. Х. Найт	Предпринимательство – рискованная деятельность, т.к. экономические субъекты действуют в условиях недостаточной информации, они берут на себя риск выявления и использования ресурсов, новых воз-	Предпринимательство отождествляется с рискованной, ответственной деятельностью в результате выявления новых	Не уделяется внимания роли предпринимательства в социальной сфере. Рассматривается лишь отдельные

	<p>возможностей, технологий и др. Суть свободного предпринимательства – концентрация двойкой ответственности: за принятие решений и за последствия их выполнения, что возможно в динамичной, неравновесной модели рынка.</p>	<p>возможностей использования ресурсов, и т.д. в условиях неравновесного состояния экономики.</p>	<p>аспекты предпринимательской деятельности, касающиеся рисков и их видов.</p>
<p>П. Ф. Друкер</p>	<p>Не каждый мелкий бизнес представляет предпринимательство. Предпринимательство – это скорее поведенческая, чем личностная особенность. Инновационность – особый инструмент предпринимательства [32].</p>	<p>Предпринимательству необходимо учиться, т.к. некомпетентность предпринимателя ведет к разорению. Предпринимательство и бизнес не синонимы.</p>	<p>Предпринимательство представлено определенным типом поведения, не всегда сопровождающимся риском</p>
<p>А.В. Бусыгин</p>	<p>Предпринимательство – это форма деловой активности, основанная на риске и инновационном подходе к системе экономических связей, при которых производство и поставка на рынок товаров ориентированы на получение предпринимательского дохода (прибыли) [7, с.183].</p>	<p>Предпринимательство рассматривается как многоаспектное явление, основной целью которого является получение прибыли.</p>	<p>Однако предпринимательство не рассматривается как фактор социально-экономической эффективности.</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Таблица В.1 – Методологические подходы к оценке влияния предпринимательского сектора на социально-экономическое развитие

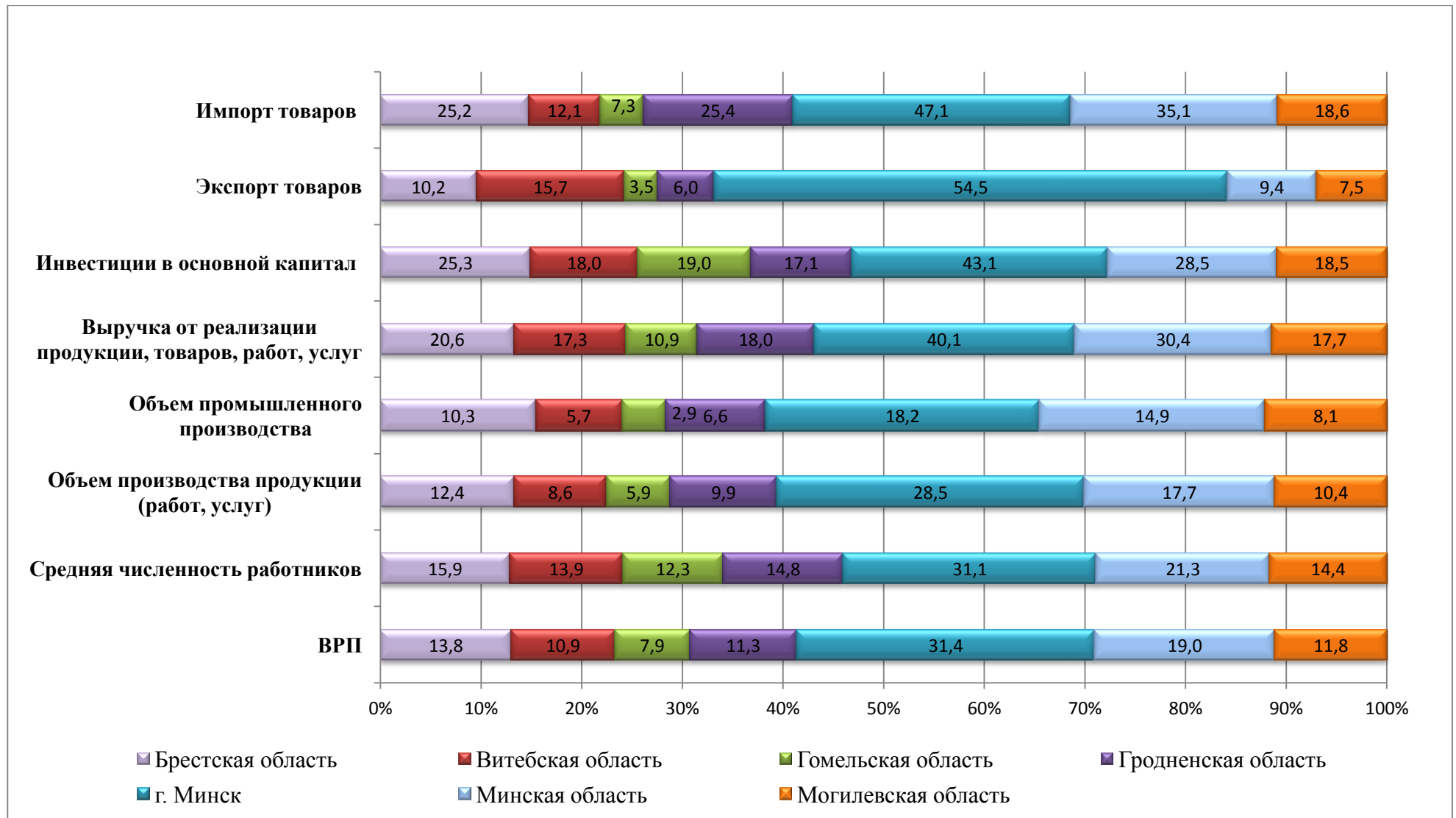
Автор	Содержание методологического подхода	Полученный результат
<p>С. Гавидел (S. Ghavidel), Г. Фаржади (G. Farjadi)</p>	<p>Цель: выявить влияние уровня развития предпринимательского сектора в стране на уровень безработицы и проверить гипотезы: Гипотеза 1: развитие предпринимательской деятельности способствует снижению уровня безработицы («Schumpeter» effect – эффект Шумпетера).</p>	<p>В результате исследования в большинстве случаев для развитых и развивающихся стран подтвердилась гипотеза 1 – эффект Шумпетера, а именно: развитие предпринимательской деятельности способствует снижению уровня безработицы в стране. Хотя в некоторых случаях имела место и</p>

	Гипотеза 2: рост уровня безработицы способствует развитию предпринимательской деятельности («shopkeeper» effect – эффект беженца).	вторая гипотеза.
А. ван Стел (A. van Stel), М. Карри (M. Carree), Р. Турик (R. Thurik)	Цель: выявить влияние предпринимательской деятельности на экономический рост страны (ВВП на душу населения). Гипотеза: предпринимательство является фактором экономического роста.	Эффект от предпринимательской деятельности оказался более значительным в группе относительно богатых стран и гораздо меньшим в группе развивающихся стран. Однако ученые приходят к выводу, что данные страны не в достаточной мере извлекают выгоду от предпринимательской деятельности и это вовсе не означает, что предпринимательство не следует поощрять в этих странах
П. Вонг (P. Wong), И. Пинг Хо (Y. Ping Ho), Е. Ауттио (E. Autio)	Цель: исследовать влияние роста числа предпринимательских фирм и технологических инноваций в виде отдельных детерминант экономического роста. Одна из гипотез: рост числа предпринимателей должен привести к увеличению экономического роста на национальном уровне. Для проверки гипотезы используется расширенная модель роста на основе производственной функции Кобба-Дугласа. Создание новых фирм и инновации вводятся в виде экзогенных детерминант национального экономического роста. В этой формулировке, создания новых рабочих мест и технологических инновации можно рассматривать как увеличения факторов производства, с технологическими инновациями представляющих капитал и создания	Подтвердилась гипотеза, что нововведение положительно влияют на рост ВВП, независимо от степени предпринимательства технологическая интенсивность инноваций оказывается значительным и позитивным фактором, определяющим рост ВВП. Не подтвердилась гипотеза, что более высокие уровни общего количества предпринимательских фирм (ТЕА) связаны с более высокими темпами роста ВВП. Не было обнаружено существенной связи между созданием новых фирм и инновациями. Только очень небольшая часть предпринимателей участвуют в истинный технологических инновации. Вывод: только определенные виды предпринимательской деятельности могут стимулировать экономический рост. Быстрый рост общего количества предпринимательских фирм не гарантирует по-

	новых рабочих мест является одной из форм предпринимательского капитала.	вышенную экономическую эффективность и быстрые темпы экономического роста.
Н.А. Соловьева, О.В. Конева	Цель: выявить влияние малого предпринимательства на экономику РФ Этапы методологического подхода: 1.Выявление основных направлений деятельности малого предпринимательства: масштаб развития и плотность распределения; вклад в социальную сферу страны; вклад в экономику страны; деловая активность; вклад в социально-экономическое развитие страны.	Анализ наглядно показал, что вклад малого предпринимательства в экономику еще в целом не столь велик. Полученные результаты предопределяют необходимость корректировки существующего подхода к организации государственной поддержки малого предпринимательства в России.
	2.Отбор ключевых показателей: доля малых предприятий в общей совокупности предприятий; доля малых предприятий в численности занятых; доля малых предприятий в ВВП страны.	
	доля выручки малых предприятий в общем объеме выручки предприятий; доля инвестиций малых предприятий в основной капитал страны. 3.Выбор методики агрегирования частных показателей в комплексный (предпочтение было отдано методу парных приоритетов). 4.Формирование критериев оценки степени развития малого предпринимательства и его вклада в экономику, а именно: 48,0% и выше – вклад малого предпринимательства в экономику страны высокий; от 24,0% до 47,0% – вклад малого предпринимательства в экономику страны средний; от 0 до 23,0% – вклад малого предпринимательства в экономику страны не значительный.	
В.Н. Нагих, С.А.Гараган, Н.В.Шира	Цель: выявить вклад малых предприятий в социально-экономическое развитие региона	Моделирование показало, что в наибольшей степени на значения выходных параметров модели

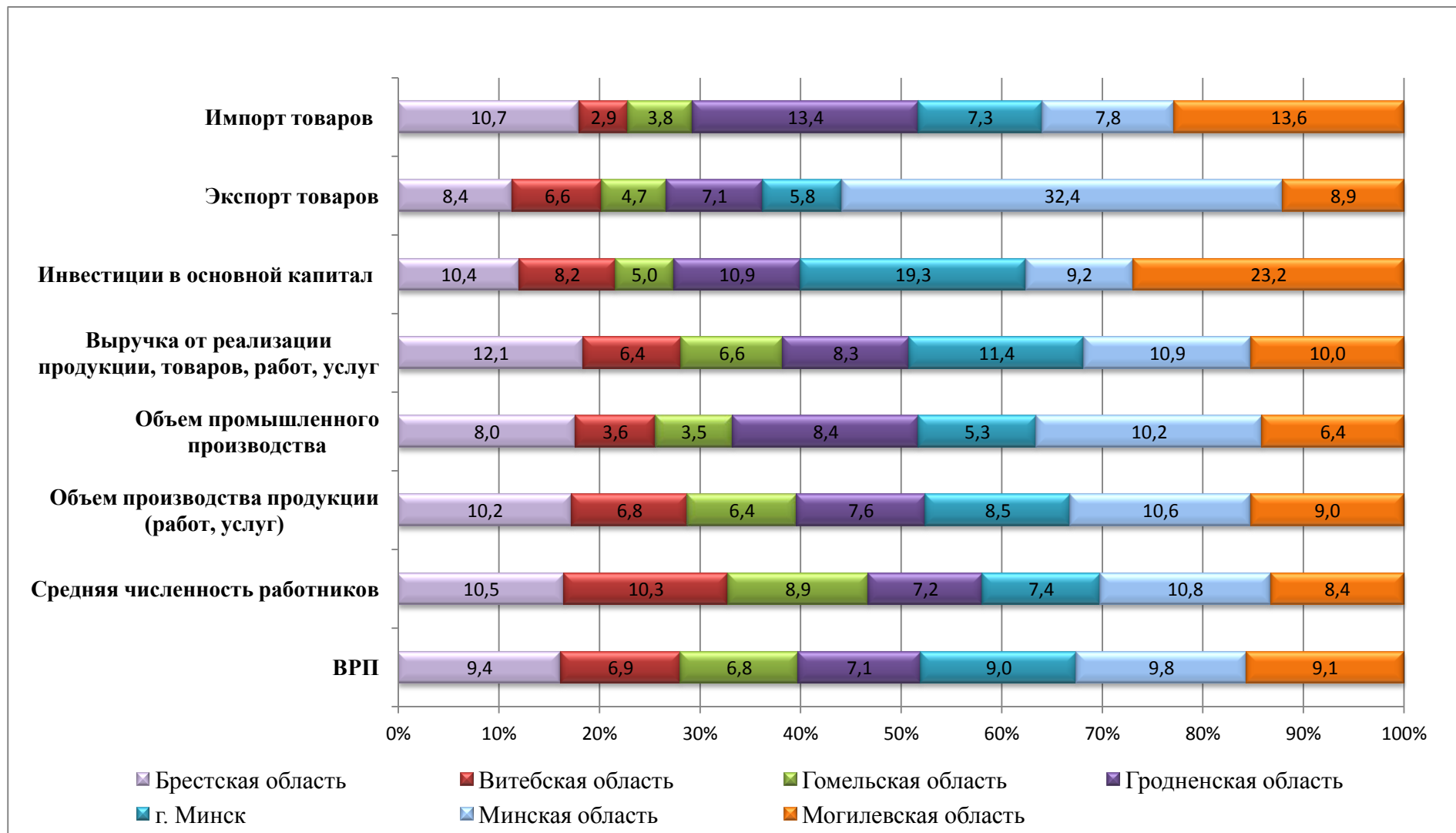
<p>бон А.И. Кар- пухин.</p>	<p>(на примере г. Москвы) и создать формализованный инструмент поддержки принятия решений по формированию государственной политики в сфере поддержки предпринимательства и управлению его развитием.</p>	<p>(сумма произведенной МП ВДС и сумма налогов, уплачиваемых в бюджеты), позволяющих оценить состояние и вклад данного сектора в экономику региона, влияют следующие входные параметры модели: выручка, себестоимость; фонд оплаты труда; численность занятых работников.</p>
	<p>Этапы агрегированной ситуационно-факторной модели (АСФМ):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. выбор дифференцированных и интегральных показателей, характеризующих состояние малого предпринимательства Москвы; 2. разработка математической модели состояния малого предпринимательства и его вклада в социально-экономическое развитие города; 3. разработка методов выявления факторов, влияющих на текущее состояние и тенденции развития малого предпринимательства; 4. моделирование вероятных ситуативных сценариев в зависимости от предполагаемых изменений законодательной и нормативной базы, макроэкономического окружения и других, внешних по отношению к МП факторов. 	

Примечание - Источник: собственная разработка



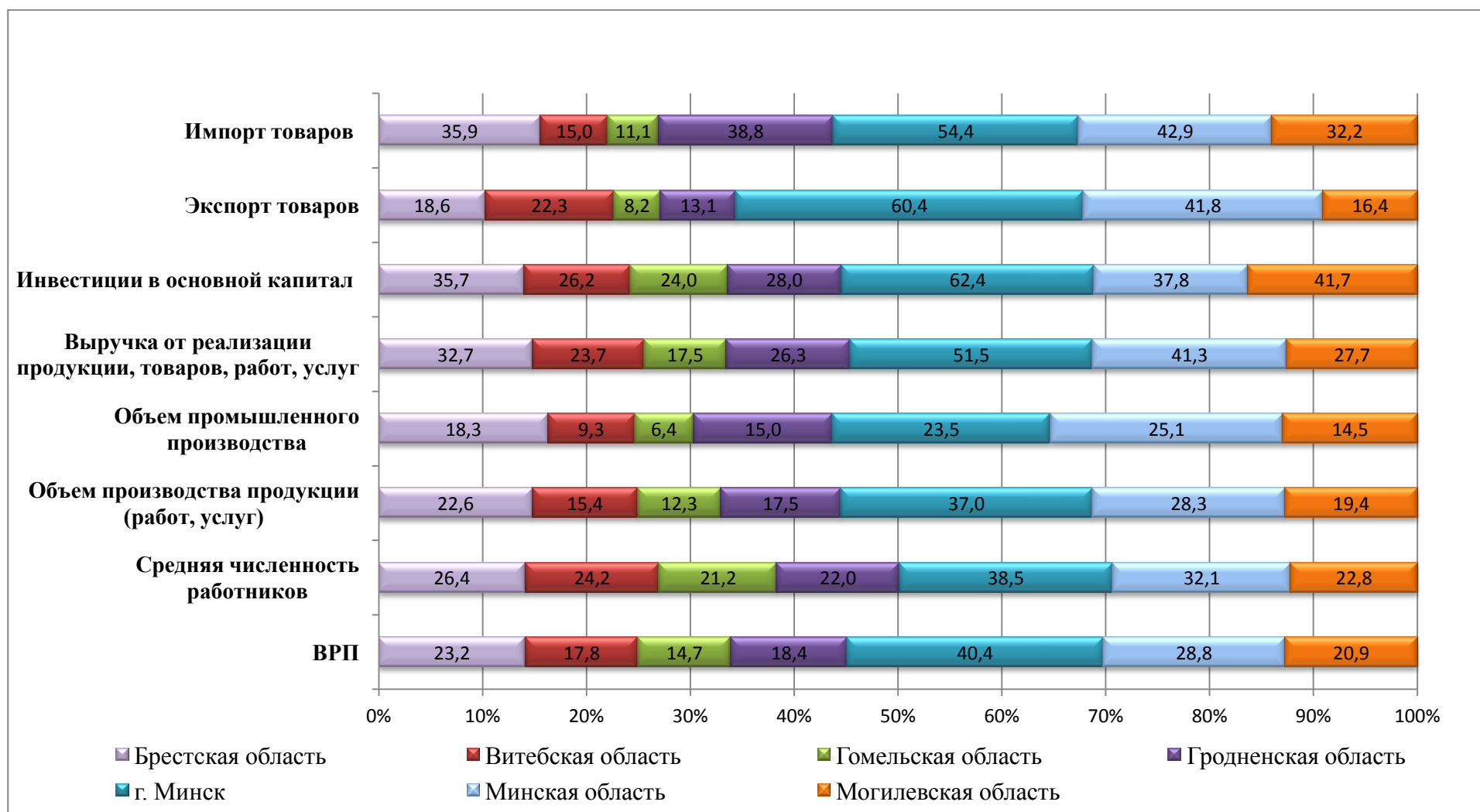
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Рисунок Г.1 – Удельный вес микроорганизмаций и малых организаций в основных экономических показателях развития областей и города Минска в 2016 г., в процентах к итогу по области

Источник: составлено автором на основании данных [].



ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Рисунок Д.1 – Удельный вес средних организаций в основных экономических показателях развития областей и города Минска в 2016 г., в процентах к итогу по области

Источник: составлено автором на основании данных [].



ПРИЛОЖЕНИЕ Ж. Рисунок Ж.1 – Удельный вес микроорганизаций, малых и средних организаций в основных экономических показателях развития областей и города Минска в 2016 г., в процентах к итогу по области

Источник: составлено автором на основании данных [].

Краткая характеристика критериев и также критериальных показателей выбора транспортной компании

Стоимость услуг. Этот показатель является одним из основных показателей, по которому большинство потребителей осуществляет свой выбор. Это, безусловно, связано с тем, что в условиях жесткой конкуренции каждая фирма стремится минимизировать свои издержки, чтобы товар, который она предложит покупателю, мог конкурировать с другими аналогичными товарами.

Критериальный показатель и критерий в данном случае совпадают. Расчетной формулой для определения критериального показателя будет следующая:

$$C = Q \cdot f,$$

где C - стоимость перевозки, \$;

Q - количество груза, представленного к перевозке, т;

f - ставка, \$/т;

Поскольку часть компаний предоставляет различные скидки, то эта формула приобретает вид:

$$C = Q \cdot f \cdot \left(1 - \frac{k}{100}\right),$$

где k - скидка к ставке, %.

Время перемещения груза. Данный критерий наряду со стоимостью услуги практически всегда учитывается потребителями при решении вопроса о выборе перевозчика. Критериальным показателем в данном случае мы принимаем время рейса одного судна, как величину средневзвешенную для каждой компании. Показатель будем определять по формуле:

$$t_p = t_x + t_{cm} = \frac{L - l_o}{\bar{V}_c} + \frac{L - l_o}{\bar{V}_o} + \frac{2l_o}{V_o} + \frac{2Q_c}{M_s},$$

Качество предоставляемых услуг. Этот показатель, на мой взгляд, необходимо учитывать при решении любых вопросов связанных с выбором той или иной услуги, так как погоня за низкими ценами очень часто может обернуться значительными потерями в качестве и убытками, связанными с оплатой неустоек. Критериальным показателем качества услуг выступает процент случаев несохранной доставки. Эти данные получены при сборе информации о компаниях и указаны в исходных данных.

Надежность времени прибытия. Это показатель, который характеризует компанию с точки зрения выполнения сроков доставки. Минимальные сроки доставки, которые будут определены по времени рейса еще не являются гарантией того, что они будут выполнены. Поэтому следует обратить внимание и на надежность времени прибытия. Выбор этого критерия связан также с тем, что в контракте купли-продажи заложен штраф в размере 0,3 % стоимости неотгруженного груза за каждый день просрочки, который будет обязан выплатить продавец покупателю. Критериальным показателем надежности времени прибытия будем считать процент случаев несвоевременной доставки, который был определен в ходе предварительного сбора информации о компаниях и указан в исходных данных.

Эффективность деятельности. Данный показатель не имеет прямого отношения к заключению договора перевозки и требованиям, выдвигаемым потребителем к перевозчику, однако он оказывает косвенное влияние на принятие решения и это влияние достаточно сильное. Связаны мои выводы с тем, что высокая эффективность деятельности компании для меня как потребителя ее услуг может стать дополнительным стимулом к выбору

именно этой компании. Как потребитель я склоняюсь к выбору той компании, которая более эффективно работает, в то время как низкий уровень этого показателя заставит меня задуматься над тем, почему данная компания не повышает эффективность своей работы и стоит ли доверять компании, которая не слишком хорошо организовала свою деятельность.

В качестве критериального показателя эффективности деятельности компании будем рассматривать рентабельность, определяемую по формуле:

$$P = \frac{D - R}{R} \cdot 100 \%,$$

где P - рентабельность компании, %;

D - доходы компании, тыс.руб.;

R - расходы компании, тыс.руб.

Финансовая независимость. Этот критерий характеризует зависимость фирмы от внешних займов. Он также не оказывает прямого воздействия на осуществление перевозки, но обращает на себя внимание потребителя, так как чем больше займов у компании, тем выше риск неплатежеспособности. Компания, которая является финансово зависимой в большей степени, чем другие, вызывает меньшее доверие потребителя. Финансовая независимость оговорит о возможности стабильной работы компании в различных кризисных ситуациях, когда необходимо погашать кредиты. Критериальным показателем финансовой независимости служит коэффициент автономии, который можно рассчитать по формуле:

$$K_{авт} = \frac{KЗ}{СС},$$

где $K_{авт}$ - коэффициент автономии;

$KЗ$ - кредиторская задолженность, тыс.руб.;

$СС$ - собственные средства, тыс.руб.

Опыт работы. Данный показатель является неоднозначным, так как наличие опыта не всегда свидетельствует о лучшей работе компании, молодые перспективные компании могут работать гораздо эффективнее, тех, которые уже упрочили свое положение на рынке. Однако опыт показывает, что компании с большим стажем работы лучше знают рынок, более прочно держат тот сегмент его, который завоевали, и могут предложить клиенту наилучшие варианты оказания услуг. Основываясь на этом положении, я принимаю опыт работы как один из критериев выбора перевозчика.

Опыт работы выражается критериальным показателем – время работы на рынке, который является заранее известным, исходя из информации, предоставленной компаниями.

Ранжирование критериев

Исходя из изложенного выше обоснования критериев выбора перевозчика, мы получили следующий набор этих критериев:

Стоимость услуги – K_1 ;

Время перемещения груза – K_2 ;

Качество предоставляемых услуг – K_3 ;

Надежность времени прибытия – K_4 ;

Эффективность деятельности – K_5 ;

Финансовая независимость – K_6 ;

Опыт работы – K_7

ПРИЛОЖЕНИЕ И

Расчет искомых весов критериев

Для этого сначала определяем среднюю геометрическую из чисел, записанных в строках:

$$b_i = \sqrt[n]{a_{i1} \cdot a_{i2} \cdot \dots \cdot a_{in}}, i = 1, n,$$

где n – количество критериев.

$$b_1 = \sqrt[10]{1 \cdot 5 \cdot 7 \cdot 3 \cdot 3 \cdot 7 \cdot 9 \cdot 7 \cdot 6 \cdot 7} = 4,749;$$

$$b_2 = \sqrt[10]{1/5 \cdot 1 \cdot 2 \cdot 1/3 \cdot 1/2 \cdot 5 \cdot 6 \cdot 2 \cdot 3 \cdot 3} = 1,431;$$

$$b_3 = \sqrt[10]{1/7 \cdot 1/2 \cdot 1 \cdot 1/5 \cdot 1/3 \cdot 5 \cdot 6 \cdot 2 \cdot 3 \cdot 2} = 1,055;$$

$$b_4 = \sqrt[10]{1/3 \cdot 3 \cdot 5 \cdot 1 \cdot 2 \cdot 5 \cdot 6 \cdot 5 \cdot 7 \cdot 5} = 2,965;$$

$$b_5 = \sqrt[10]{1/3 \cdot 2 \cdot 3 \cdot 1/2 \cdot 1 \cdot 5 \cdot 6 \cdot 4 \cdot 6 \cdot 5} = 2,268;$$

$$b_6 = \sqrt[10]{1/7 \cdot 1/5 \cdot 1/5 \cdot 1/5 \cdot 1/5 \cdot 1 \cdot 2 \cdot 2 \cdot 1/2 \cdot 1/2} = 0,432;$$

$$b_7 = \sqrt[10]{1/9 \cdot 1/6 \cdot 1/6 \cdot 1/6 \cdot 1/6 \cdot 1/2 \cdot 1 \cdot 1/3 \cdot 1/3 \cdot 1/5} = 0,25;$$

$$b_8 = \sqrt[10]{1/7 \cdot 1/2 \cdot 1/2 \cdot 1/5 \cdot 1/4 \cdot 1/2 \cdot 3 \cdot 1 \cdot 3 \cdot 2} = 0,662;$$

$$b_9 = \sqrt[10]{1/6 \cdot 1/3 \cdot 1/3 \cdot 1/7 \cdot 1/6 \cdot 2 \cdot 3 \cdot 1/3 \cdot 1 \cdot 1/2} = 0,462;$$

$$b_{10} = \sqrt[10]{1/7 \cdot 1/3 \cdot 1/2 \cdot 1/5 \cdot 1/5 \cdot 2 \cdot 5 \cdot 1/2 \cdot 2 \cdot 1} = 0,628.$$

Используя полученные данные, определяем удельные веса по формуле:

$$\gamma_i = \frac{b_i}{\sum_{i=1}^n b_i}, i = 1, n$$

$$\sum_{i=1}^{10} b_i = 4,749 + 1,431 + 1,055 + 2,965 + 2,268 + 0,432 + 0,25 + 0,662 + 0,462 + 0,628 = 14,902$$

$$\gamma_1 = \frac{4,749}{14,902} = 0,319;$$

$$\gamma_2 = \frac{1,431}{14,902} = 0,096;$$

$$\gamma_3 = \frac{1,055}{14,902} = 0,071;$$

$$\gamma_4 = \frac{2,965}{14,902} = 0,199;$$

$$\gamma_5 = \frac{2,268}{14,902} = 0,152;$$

$$\gamma_6 = \frac{0,432}{14,902} = 0,029;$$

$$\gamma_7 = \frac{0,25}{14,902} = 0,017;$$

$$\gamma_8 = \frac{0,662}{14,902} = 0,044;$$

$$\gamma_9 = \frac{0,462}{14,902} = 0,031;$$

$$\gamma_{10} = \frac{0,628}{14,902} = 0,042.$$

$$\sum_{i=1}^{10} \gamma_i = 0,319 + 0,096 + 0,071 + 0,199 + 0,152 + 0,029 + 0,017 + 0,044 + 0,031 + 0,042 = 1$$

ПРИЛОЖЕНИЕ К

Приводим расчет для компании.
тоимость услуги:

$$C = Q \cdot f \cdot \left(1 - \frac{k}{100}\right),$$

$$Q = 32\,000 \text{ т};$$

$$f = 20,81 \text{ \$/т};$$

$k = 4,5 \%$, так как партия груза превышает 10 000 т;

$$C = 32000 \cdot 20,81 \cdot \left(1 - \frac{4,5}{100}\right) = 635\,953,6 \text{ \$}$$

Время рейса:

$$t_p = \frac{L-l_o}{V_z} + \frac{L-l_o}{V_b} + \frac{2l_o}{V_o} + \frac{2Q}{M_g},$$

$$V_{z(b)} = \frac{\sum_{p=1}^P (D\chi_p \cdot V_{z(b)_p})}{\sum_{p=1}^P D\chi_p}, \quad p = 1, P$$

$$V_z = \frac{7300 \cdot 14,9 + 12494 \cdot 17,4 + 4911 \cdot 16,1 + 6450 \cdot 14 + 10830 \cdot 17,7}{7300 + 12494 + 4911 + 6450 + 10830} = 16,37;$$

$$V_b = \frac{7300 \cdot 16,4 + 12494 \cdot 20,3 + 4911 \cdot 16,5 + 6450 \cdot 15,0 + 10830 \cdot 20,6}{7300 + 12494 + 4911 + 6450 + 10830} = 18,44 ;$$

$$Q_c = \frac{\sum_{p=1}^P D\chi_p}{p}, \quad p=1, P$$

$$Q_c = \frac{7300 + 12494 + 4911 + 6450 + 10830}{5} = 8397 \text{ т};$$

$$t_p = \frac{1910 - 76}{16,37 \cdot 24} + \frac{1910 - 76}{18,44 \cdot 24} + \frac{2 \cdot 76}{10 \cdot 24} + \frac{2 \cdot 8397}{450} = 46,77 \text{ сут.}$$

Рентабельность:

$$P = \frac{D - R}{R} \cdot 100 \%,$$

$$D = 1232,73 \text{ тыс.руб.};$$

$$R = 835,77 \text{ тыс. руб.};$$

$$P = \frac{1232,73 - 835,77}{835,77} \cdot 100 \% = 47,5 \%$$

$$\text{Коэффициент автономии: } K_{авт} = \frac{KЗ}{СС},$$

$$KЗ = 253,68 \text{ тыс.руб.};$$

$$СС = 4620 \text{ тыс.руб.};$$

$$K_{авт} = \frac{253,68}{4620} = 0,055$$

$$\text{Суммарный тоннаж: } T = \sum_{p=1}^P D\chi_p, \quad p=1, P$$

$$T = 7300 + 12494 + 4911 + 6450 + 10830 = 41\ 985 \text{ т}$$

ПРИЛОЖЕНИЕ Л

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС

на 1 января 2018 года

Организация	ООО «ПромАвтоМасла»
Учетный номер плательщика	101513998
Вид экономической деятельности	торговая
Организационно-правовая форма	Общество с ограниченной ответственностью
Орган управления	Юридическое лицо без ведомственной подчиненности
Единица измерения	тыс.руб.
Адрес	г. Минск, ул. Ольшевского, 24-426

Активы	Код строки	На <u>31 декабря</u>	
		2017 года	На
1	2	3	4
I. ДОЛГОСРОЧНЫЕ АКТИВЫ			
Основные средства	110	514	553
Нематериальные активы	120	-	-
Доходные вложения в материальные активы	130	163	171
в том числе:			
инвестиционная недвижимость	131	163	171
предметы финансовой аренды (лизинга)	132	-	-
прочие доходные вложения в материальные активы	133	-	-
Вложения в долгосрочные активы	140	-	-
Долгосрочные финансовые вложения	150	50	42
Отложенные налоговые активы	160	-	-
Долгосрочная дебиторская задолженность	170	-	-
Прочие долгосрочные активы	180	-	-
ИТОГО по разделу I	190	727	766
II. КРАТКОСРОЧНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	210	872	1.349
в том числе:			
материалы	211	837	1.316
животные на выращивании и откорме	212	-	-
незавершенное производство	213	-	-
готовая продукция и товары	214	35	33
товары отгруженные	215	-	-
прочие запасы	216	-	-
Долгосрочные активы, предназначенные для реализации	220	-	-
Расходы будущих периодов	230	-	-
Налог на добавленную стоимость по приобретенным товарам, работам, услугам	240	-	1

Краткосрочная дебиторская задолженность	250	2.002	1.973
Краткосрочные финансовые вложения	260	-	-
Собственный капитал и обязательства	Код строки	На 31 декабря 2017 года	На
1	2	3	4
Денежные средства и их эквиваленты	270	3	-
Прочие краткосрочные активы	280	-	-
ИТОГО по разделу II	290	2.877	3.323
БАЛАНС	300	3.604	4.089
III. СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ			
Уставный капитал	410	5	5
Неоплаченная часть уставного капитала	420	-	-
Собственные акции (доли в уставном капитале)	430	-	-
Резервный капитал	440	-	-
Добавочный капитал	450	273	217
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	460	221	916
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	470	-	-
ИТОГО по разделу III	490	499	1.138
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Долгосрочные кредиты и займы	510	841	523
Долгосрочные обязательства по лизинговым платежам	520	-	-
Отложенные налоговые обязательства	530	-	-
Доходы будущих периодов	540	-	-
Резервы предстоящих платежей	550	-	-
ИТОГО по разделу IV	590	841	523
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Краткосрочные кредиты и займы	610	-	160
Краткосрочная часть долгосрочных обязательств	620	-	-
Краткосрочная кредиторская задолженность	630	2.262	2.266
в том числе:			
поставщикам, подрядчикам, исполнителям	631	1.553	1.845
по авансам полученным	632	-	-
по налогам и сборам	633	324	121
по социальному страхованию и обеспечению	634	50	26
по оплате труда	635	63	64
по лизинговым платежам	636	-	-
собственнику имущества (учредителям, участникам)	637	264	197
прочим кредиторам	638	8	13
Обязательства, предназначенные для реализации	640	-	-
Доходы будущих периодов	650	-	-
Резервы предстоящих платежей	660	-	-
Прочие краткосрочные обязательства	670	2	2
ИТОГО по разделу V	690	2.264	2.428
БАЛАНС	700	3.604	4.089

ПРИЛОЖЕНИЕ М

ОТЧЕТ о прибылях и убытках

за январь - декабрь 2017 года

Организация	ООО «ПромАвтоМасла»		
Учетный номер плательщика	101513998		
Вид экономической деятельности	торговая		
Организационно-правовая форма	Общество с ограниченной ответственностью		
Орган управления	Юридическое лицо без ведомственной подчиненности		
Единица измерения	тыс.руб.		
Адрес	г. Минск, ул. Ольшевского, 24-426		
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	010	10.598	10.320
Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг	020	(9.890)	(9.240)
Валовая прибыль (010-020)	030	708	1.080
Управленческие расходы	040	-	-
Расходы на реализацию	050	(1)	-
Прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг (030-040-050)	060	707	1.080
Прочие доходы по текущей деятельности	070	377	535
Прочие расходы по текущей деятельности	080	(501)	(548)
Прибыль (убыток) от текущей деятельности (±060+070-080)	090	583	1.067
Доходы по инвестиционной деятельности	100	76	312
в том числе:			
доходы от выбытия основных средств, нематериальных активов и других долгосрочных активов	101	-	-
доходы от участия в уставном капитале других организаций	102	-	-
проценты к получению	103	-	-
прочие доходы по инвестиционной деятельности	104	76	312
Расходы по инвестиционной деятельности	110	(20)	(260)
в том числе:			
расходы от выбытия основных средств, нематериальных активов и других долгосрочных активов	111	-	-
прочие расходы по инвестиционной деятельности	112	(20)	(260)
Доходы по финансовой деятельности	120	278	-
в том числе:			
курсовые разницы от пересчета активов и обязательств	121	-	-
прочие доходы по финансовой деятельности	122	278	-
Расходы по финансовой деятельности	130	(279)	-
в том числе:			
проценты к уплате	131	-	-
курсовые разницы от пересчета активов	132	-	-

и обязательств			
прочие расходы по финансовой деятельности	133	(279)	-
Наименование показателей	Код строки	2017 года	2016 года
1	2	3	4
Прибыль (убыток) от инвестиционной и финансовой деятельности (100-110+120-130)	140	55	52
Прибыль (убыток) до налогообложения ($\pm 090 \pm 140$)	150	638	1.119
Налог на прибыль	160	(117)	(202)
Изменение отложенных налоговых активов	170	-	-
Изменение отложенных налоговых обязательств	180	-	-
Прочие налоги и сборы, исчисляемые из прибыли (дохода)	190	-	-
Прочие платежи, исчисляемые из прибыли (дохода)	200	-	(1)
Чистая прибыль (убыток) ($\pm 150 - 160 \pm 170 \pm 180 - 190 - 200$)	210	521	916
Результат от переоценки долгосрочных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток)	220	56	57
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток)	230	-	-
Совокупная прибыль (убыток) ($\pm 210 \pm 220 \pm 230$)	240	577	973
Базовая прибыль (убыток) на акцию	250	-	-
Разводненная прибыль (убыток) на акцию	260	-	-