

рынка с 51 до 259; период 1996-2001 гг. - их уменьшением до 114, обусловленным аннулированием лицензий в связи с несоблюдением требований законодательства и самоликвидацией; с 2002 г. тенденция к сокращению количества профучастников, наблюдавшаяся с 1996 г., приостановилась, и в 2003 г. их число составило 126¹². В наборе услуг, предлагаемых институтами посредников, доминируют посреднические, депозитарные и консультационные (табл. 3).

Из приведенных данных видно, что за период с 1999 по 2002 г. количество лицензий уменьшалось по всем видам профессиональной деятельности. За 2002 г. вдвое снизилось число профучастников, имеющих лицензии на осуществление деятельности инвестиционного фонда. Впервые в 2001 г. выданы лицензии на осуществление доверительной (трастовой) деятельности по ценным бумагам.

Таким образом, анализ внутренних факторов, воздействующих на развитие фондового рынка, подтверждает, что для дальнейшего его развития и совершенствования необходимо предпринять ряд общепринятых мер, таких как совершенствование законодательства, осуществление эффективной приватизации, изменение налоговой политики, создание развитой институциональной инфраструктуры, расширение спектра фондовых инструментов. Потенциал развития фондового рынка Республики Беларусь - в расширении круга участников, в увеличении количества открытых акционерных обществ, созданных в процессе приватизации, в повышении квалификации профессиональных посредников.

¹ См.: Рафалович С.М., Мороз Л.Н. Рынок ценных бумаг: проблемы становления и правового регулирования. Мн., 1996. С. 20.

² См.: Миркин Я. Рынок ценных бумаг России: воздействие фундаментальных факторов, прогноз и политика развития. М., 2002. С. 75.

³ См.: Рынок ценных бумаг / Под ред. проф. В.С. Золотарева. Ростов н/Д., 2000. С. 16.

⁴ См.: Рынок ценных бумаг / Под общ. ред. Е.М. Шелег. Мн., 2000. С. 17; Тихонов Р.Ю. Рынок ценных бумаг. Мн., 1999. С. 141-142.

⁵ См.: Рынок ценных бумаг Республики Беларусь и тенденции его развития / Под ред. В.М. Луцко, А.Ю. Семенова, В.А. Котовой. Мн., 2001. С. 238-239; Тарасов В. Белоруссия выбирает европейскую модель фондового рынка // Рынок ценных бумаг. 1997. № 5. С. 57.

⁶ См.: Краткий статистический сборник: Республика Беларусь в цифрах. 2004. Мн., 2004.

⁷ См.: Рынок... С. 17.

⁸ См.: Отчет о работе Комитета по ценным бумагам при Совете Министров Республики Беларусь за 2003 год // Материалы Комитета по ценным бумагам при Совете Министров Республики Беларусь. 2004. С. 34.

⁹ Рубцов Б.Б. Зарубежные фондовые рынки: инструменты, структура, механизм функционирования. М., 1996. С. 17.

¹⁰ См.: Отчет... С. 33.

¹¹ См.: Миловидов В.Д. Паевые инвестиционные фонды. М., 1996. С. 21.

¹² См.: Отчет... С. 15.

Поступила в редакцию 19.01.2005.

Владимир Леонидович Ключа - доктор экономических наук, профессор, проректор по учебной работе, заведующий кафедрой экономической теории.

Инна Викторовна Рубель - соискатель кафедры экономических наук Республиканского института высшей школы.

Н.П. ХВЕСЕНЯ

ЗНАЧЕНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Рассматривается природа малой фирмы и роль малого бизнеса в экономике Республики Беларусь; анализируется состояние инновационного предпринимательства; оцениваются транзакционные издержки организации малой фирмы и определяются направления их снижения.

The paper considers the nature of a small firm and the role of small business in the economy of the Republic of Belarus. It analyses the state of innovative entrepreneurship, estimates transaction costs of the creation of a small firm and determines the ways of their reduction.

Предприятия самых разных размеров действуют в экономике любой страны. Их появление в соответствии с институциональной исследовательской традицией объясняется наличием и сокращением транзакционных издержек. Производство между индивидами может вестись на основе контрактов через ценовой

механизм, тем не менее организуются фирмы, которые имеют более низкие внутрифирменные издержки, чем издержки рыночных трансакций. Экономное выполнение операций фирмой приводит к иерархизации экономических отношений, когда ее руководство отдает приказы своим подчиненным. Иерархия основана не на ценовых сигналах, а на власти. Количество фирм в отрасли и их размеры увязываются с экономией трансакционных издержек. Р. Коуз писал, что размеры фирмы (при прочих равных условиях) будут увеличиваться, если:

а) издержки организации растут медленнее с умножением организуемых трансакций;

б) меньше ошибок делает предприниматель и медленнее растет их число с умножением организуемых трансакций;

в) понижается (или меньше растет) цена предложения факторов производства с ростом размера фирмы.

Однако, чем больше трансакций организует предприниматель, тем вероятнее их разнообразие. Данный процесс является «добавочной причиной» падения эффективности с ростом размера фирмы. Изобретения, позволяющие пространственно сблизить факторы производства, все новшества, которые улучшают технику управления, создают тенденцию к увеличению размеров фирмы¹.

Последователь Р. Коуза О. Уильямсон обозначил цель и результат функционирования экономических институтов в условиях рыночной экономики - это минимизация трансакционных издержек. «Минимизация трансакционных издержек достигается путем дифференцированного закрепления трансакций за структурами управления ими - неодинаковыми по своим способностям к адаптации и по затратам на их функционирование»².

Исследования основываются на сравнительном институциональном анализе. Сравняются предельные трансакционные издержки рыночной организации продукции с предельными издержками функционирования фирмы. Если издержки координирования деятельности экономических субъектов в рыночной системе (поиск информации о ценах, о контрагентах хозяйственных сделок, затраты на заключение договоров, контроль за исполнением и т. д.) окажутся больше издержек функционирования фирмы (согласование планов между высшими структурами и низшими, контроль за их выполнением, измерение выполняемых рабочими операций и т. д.), организация фирмы является продуктивной.

Таким образом, выбор конкретного способа организации института зависит от затрат на его функционирование, поэтому малые предприятия генетически присущи рыночной экономике. Обозначим конкретные причины их появления и развития. В малой фирме быстро и адекватно принимаются и контролируются решения в силу оперативности информации и работе напрямую с небольшим количеством людей. Координационные процессы упрощаются, и минимизируются ошибки. С расширением фирмы увеличивается количество операций внутри нее, что чревато искажением информации и потерей контроля. Технически организовать малую фирму проще: требуется меньше бюрократических процедур и юридических услуг.

В большой фирме пропадает «предпринимательский дух»: с ее укрупнением возрастает сеть правил, детальных инструкций, регулирующих каждое место работника. Последний подчиняется указаниям, поскольку действует механизм административного принуждения и узаконенных санкций. Зарегулированность отношений приводит к косности, потере инициативы и энтузиазма членов большого коллектива.

Пристальное внимание к развитию малых форм бизнеса в развитых странах объясняется еще и потребностью преодолеть отчуждения людей друг от друга, отчуждения от природы. Личное общение работников, преодоление авторитарности отношений способствует гуманизации и «очеловечиванию» производства. Посредством малых предприятий рассредоточиваются техногенные нагрузки на природу, что соответствует социально значимой цели - охране окружающей среды.

Малая фирма имеет высокую адаптацию к рыночной среде и гибко, динамично реагирует на рыночный спрос. Небольшой коллектив гораздо быстрее

воспринимает и генерирует новые идеи. В экономически развитых странах малые специализированные фирмы (венчурные компании) вносят ощутимый вклад в инновационные процессы. По данным Национального научного фонда США, результативность разработок небольших компаний вдвое выше, чем у крупных³.

В экономике любой страны у малых предприятий есть свои ниши для развития. Прежде всего, этот сегмент рынка, где размер предприятия не играет существенную роль, а значит, эффект масштаба не может оказать воздействия на средние издержки и цену продукции. Примером тому может служить сфера услуг, создание программ для ЭВМ.

Вторая ниша связана с производством мелкосерийной продукции. Малые предприятия выступают в роли партнеров крупных компаний: поставляют им узлы, детали, комплектующие изделия. Например, доля субподрядчиков в общем объеме производства обрабатывающей промышленности Германии составляет около 30 %⁴.

Нишевая специализация определяется выпуском продукции технологически превосходящей конкурента. Ученые, анализирующие инновационный путь развитых стран, отмечают, что радикальные новшества довольно часто появляются в мелких инновационных фирмах и рискованных компаниях (например, такие как микропроцессор, персональный компьютер, интерферон, средства программного обеспечения и др.).

Нишевая специализация предполагает не борьбу с крупным конкурентом, а определение таких сфер деятельности, которые или не доступны для крупных фирм, либо не представляют существенного интереса в силу специфичности деятельности и незначительности по масштабам.

Малый бизнес снимает во многом проблему безработицы в разных слоях общества. В большинстве экономически развитых стран не менее половины всех занятых работают на малых предприятиях. Отметим еще одну из важнейших функций малого бизнеса - антимонопольную. В странах с рыночной экономикой последний является носителем конкурентного начала: способствует снижению уровня цен, поддерживает структурную гибкость экономики, особое внимание уделяет потребительскому спросу. Во всех экономически развитых странах принято и действует антимонопольное законодательство, регулирующее условия конкуренции и защищающее интересы малого бизнеса. Учитывая экономическую и социальную значимость малых предприятий, последние в количественном отношении представляют собой крупнейший сектор в странах с рыночной экономикой, и на их долю приходится до 70 % ВВП.

Представляется возможным и необходимым реформировать экономику Республики Беларусь посредством развития малого бизнеса и реструктуризации крупных предприятий. Значимость малых предприятий для экономики страны отражают следующие основные экономические показатели их деятельности в таблице⁵.

Удельный вес малых предприятий в основных экономических показателях работы предприятий и организаций Республики Беларусь, %

Показатели	Годы			
	2000	2001	2002	2003
среднесписочная численность работников	8,1	8,2	8,4	9,7
валовой внутренний продукт	6,7	6,5	7,2	8,2
выпуск товаров и услуг	7,3	6,8	7,6	7,9
инвестиции в основной капитал	6,5	6,6	6,9	8,4
розничный товарооборот торговых предприятий	7,0	8,6	9,1	9,2

На протяжении последних четырех лет доли малых предприятий в ВВП страны и занятости населения практически не изменяются. Ядром переходной экономики Беларуси остается крупное отечественное производство. О значимости малых предприятий в стране «говорит» показатель плотности малых предприятий на 1000 человек, занятых в экономике. В 2003 г. число малых предприятий на 1000 человек составило 7,1. Если соотносить этот показатель с Евросоюзом, то он равен 45, в Польше - 35, в США - около 80⁶.

Особенностью развития малых предприятий частной формы собственности в Беларуси стала ориентированность на торгово-посредническую деятельность. Бизнес сосредоточивается в основном на «коротких деньгах». Удельный вес малых предприятий в торговле и общественном питании - 42,4 % и низкий - в науке и научном обслуживании - 1,3 %. Последний показатель отражает их слабую инновационную деятельность. В объеме продукции, произведенной малыми предприятиями в 2003 г., наука и научное обслуживание составляют 0,8 %. В развитых странах инновационная функция реализуется как в кооперации с крупными предприятиями, так и в самостоятельной инновационной деятельности. В экономике этих стран около 10 % предприятий от общего числа малых и средних занимается научно-инновационной деятельностью⁷.

Состояние инновационного предпринимательства в Республике Беларусь отражает неспособность малого бизнеса конкурировать с зарубежными аналогами. Такая ситуация во многом объясняется узким рынком высокотехнологичной продукции в силу низкой платежеспособности населения и предприятий, слабой восприимчивостью общества к инновационной продукции. Одна из причин заключается в неумении продвигать свой продукт на внутреннем и внешнем рынках. Остальные причины увязываются с общими трудностями развития предпринимательства в стране - высоким уровнем финансового и макроэкономического риска, несовершенством законодательства, недостатком финансовых средств, нарастающими проверками.

Отечественный рынок заполнен зарубежными продуктами питания, одеждой, обувью, бытовой техникой. Даже с учетом издержек по импорту, которые несут малые предприятия и «челноки», импортная продукция остается дешевле. Министерство статистики и анализа Республики Беларусь не рассчитывает структуру экспорта и импорта основных видов товаров в соответствии с размерами предприятий. В статистическом сборнике «Малое предпринимательство Республики Беларусь» отражается производство важнейших видов промышленной продукции малыми предприятиями. Наибольший удельный вес в республиканском объеме производства занимают следующие виды продукции: электротовары, деревообрабатывающие станки, персональные ЭВМ, пиломатериалы, садовые домики и наборы строительных деталей, санитарно-гигиенические изделия, белье постельное, перо-пуховые изделия, сорочки, макаронные изделия⁸.

Анализ производства важнейших видов промышленной продукции малыми предприятиями Республики Беларусь и соотнесение с самым конкурентоспособным белорусским экспортом, который сконцентрирован в четырех кластерах: металлы и материалы, транспорт, пищевые продукты и напитки, текстиль и одежда, позволяет сделать вывод, что конкурентоспособность малого бизнеса сосредоточена на ресурсо- и трудоемких видах продукции, средне- и низкотехнологичных.

Белорусский союз предпринимателей и нанимателей имени профессора М. Кунявского проанализировал структуру экспорта. Из общего объема экспортной выручки наибольший удельный вес приходится на нефтепродукты - 31,2 %, на двигатели, насосы, котлы, вентиляторы, нагреватели и другое оборудование - 10,7 %, средства наземного транспорта и их части - 5,9 %, древесину и изделия из нее - 5,4 %, полимерные материалы, пластмассы и изделия из них - 4,8 %, мебель и постельные принадлежности - 3,6 %, изделия из черных металлов - 3,2 %, электрические и оборудование, их части - 2,6 %. Номенклатура экспортных товаров составляет около 100 товарных групп⁹.

Основными рынками сбыта для белорусских малых предприятий являются местные. Конкурентный экспорт географически ориентируется на Россию и еще на две-три страны. По итогам 2003 г. объем внешней торговли малых предприятий составил 4710 млн долл., а прирост - 29,7 % к 2002 г. Однако в 2003 г. сохранилось отрицательное сальдо внешней торговли малых предприятий, которое составило -1620,6 млн долл.¹⁰

Основной источник формирования внешнеторгового дефицита, относящегося к малому бизнесу, - это ввоз продуктов нефтепереработки, материалов, комплектующих изделий. Объем внешней торговли Республики Беларусь в

2003 г. составил 21 469,2 млн долл., при этом удельный вес малых предприятий равен 22 %. Отсюда следует, насколько значимы и важны стимулы для внедрения инноваций, способность и возможность субъектов хозяйствования выпускать конкурентоспособную продукцию.

Малый бизнес в Республике Беларусь сталкивается со множественностью барьеров на пути своего становления и развития. Использование институционального подхода позволяет оценить трансакционные издержки его организации. Затраты на подготовку, заключение и реализацию сделок составляют значительные суммы. В США и странах Западной Европы на покрытие трансакционных издержек в настоящее время приходится до 50 % стоимости производимых товаров и услуг. Можно предположить, что в Республике Беларусь барьеров входа на рынок намного больше, чем в экономически развитых странах. Специальных исследований и расчетов в стране не ведется, поэтому анализ анкетного опроса позволяет обозначить неблагоприятные факторы: криминализация бизнеса; правовая незащищенность, чрезмерная регламентация его деятельности; низкий уровень доверия к партнерам (только 1/3 предпринимателей доверяют своим партнерам); негативное отношение к этой социальной группе со стороны населения (восприятие предпринимателей как постоянных нарушителей закона)¹¹.

Институциональная трансформация в переходный период требует определения рыночных правил и четкого их соблюдения.

Снижению трансакционных издержек малых предприятий могла бы содействовать реальная помощь государства. Хотя на уровне правительства принята Программа государственной поддержки малого предпринимательства на 2002-2005 годы, последняя оказывает слабое влияние на развитие малого бизнеса. Создание государственных правовых норм, отвечающих институциональной трансформации, и контроль за их соблюдением, безусловно, влияют на предпринимательскую деятельность в переходной экономике страны, тем не менее малый бизнес должен основное внимание уделять потребителям, если не хочет потерпеть неудачу. Крупная компания в большей степени сфокусирована на самой себе: внутреннем бюджете, внутренних ресурсах, внутренней политике. Однако успешные предприниматели «воспринимают потребителя в живом и интерактивном режиме; сами наполняются его энергией, узнают о его ошибках, своевременно получают от него сигналы и новые идеи. На основании таких живых контактов предприниматели и строят свой бизнес, предполагают способы решения потребительских проблем, которые позволяют учитывать бюджет потребителей, которым они располагают, их общее отношение к бизнесу и формировать большую лояльность к своей продукции»¹².

Итак, использование институционального подхода к изучению природы фирмы позволяет объяснить формирование малых форм хозяйствования, выявить факторы, сдерживающие развитие малого бизнеса в Республике Беларусь, и определить направления снижения трансакционных издержек малых предприятий. Принимаемые в стране меры должны быть направлены как на увеличение количества малых предприятий, так и на их эффективное развитие. Таким образом, могут быть обеспечены условия для повышения конкурентоспособности белорусской продукции и улучшения ее положения на мировом рынке.

¹ См.: Коуз Р. Фирма, рынок и право. М., 1993. С. 44.

² Уильямсон О. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая трансакция». СПб., 1996. С. 52.

³ См.: Муравьев А.И., Игнатьев А.М., Крутик А.Б. Малый бизнес. СПб., 1999. С. 28.

⁴ См.: Там же.

⁵ См.: Малое предпринимательство Республики Беларусь 2004. Мн., 2004. С. 8.

⁶ См.: Белецкая М. Состояние и перспективы развития малого бизнеса // Белорусская думка. 2003. № 11. С. 15-19.

⁷ См.: Смолбоун Д., Слонимский А.А., Лицкевич О.С. и др. Технологические инновации в сфере малого предпринимательства Беларуси. По материалам эмпирического исследования // Белорусский экономический журнал. 2002. № 4. С. 84.

⁸ См.: Малое предпринимательство... С. 68-70.

⁹ См.: Ориентация на Запад и на Восток // Белорусский рынок. 2004. 6 сент. № 35. С. 19.

¹⁰ См.: Малое предпринимательство... С. 43.

¹¹ См.: Лынькова Т. Социальный портрет белорусского предпринимательства // Экономический вестник. 2002. Вып. 2. № 4. С. 614-635.

¹² Сливотски А., Моррисон Д. Маркетинг со скоростью мысли. М., 2003. С. 37.

Поступила в редакцию 26.10.2004.

Наталья Павловна Хвесеня - кандидат экономических наук, доцент кафедры теоретической и институциональной экономики.

Т.О. ВЕРЕЩАКА

РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ СТИМУЛИРОВАНИЯ ЭКСПОРТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Рассматривается международный опыт в области развития экспорта и современные методы его стимулирования.

The article is devoted to the international experience in the field of export promotion & its modern methods.

Развитие экспорта является важным элементом торговой политики и означает проведение активной внешнеторговой деятельности, что особенно актуально для государств с переходной экономикой и развивающихся стран. Стимулирование экспорта это, как правило, лишь один из этапов торговли и применяется в определенных социально-экономических и политических условиях. В развивающихся странах эта политика проводилась на различных стадиях их индустриализации, что предопределило специфику форм и методов ее осуществления¹. Полученный опыт представляет определенный интерес для экономической теории и практики и позволяет вывести некоторые общие закономерности причин, факторов и результатов стимулирования экспорта.

Отметим основные факторы, оказывающие влияние на развитие экспорта: условия импорта, политика в области промышленности, иностранных инвестиций и обменного курса.

Стимулирование экспорта тесно связано с мероприятиями в области импортного регулирования, которые могут оказать прямое воздействие на цену и качество товара, производимого на экспорт, через снижение импортных пошлин, отмену количественных ограничений ввозимого товара.

Экспортное продвижение во многом определяется уровнем промышленного производства. Торговая политика по стимулированию экспорта включает в себя и развитие национального, в том числе экспортного, производства. Государство может целенаправленно воздействовать на развитие отдельных экспортных отраслей, производств, регионов.

Важным направлением стимулирования экспорта является комплекс мер, направленных на привлечение прямых иностранных инвестиций (ПИИ). Политика привлечения ПИИ предусматривает создание специальных экспортных зон, снижение налогов для экспортирующих предприятий с иностранными инвестициями или включение в их деятельность в качестве обязательного условия "экспортной" составляющей. Так, например, Таиланд в начале 1980-х гг. разрешал мажоритарное участие иностранцев только в экспортных производствах, а не ориентированных на внутренний рынок (при 100 % экспорте разрешалось создание производств, полностью принадлежащих иностранцам). Такие фирмы могли владеть землей, для них не было целого ряда ограничений, действовавших для других. В настоящее время значительная часть таиландского экспорта производится на предприятиях с иностранным участием. При этом также заметно повысилась доля промышленных изделий в его структуре. Польша, проводя шоковую политику реформ, передала во владение иностранным компаниям около 30 % приватизированных государственных предприятий, на которые в настоящее время приходится более 50 % экспорта страны.

Степень остроты проблемы в отношении необходимости стимулировать экспорт во многом зависит от установления реального эффективного обменного курса. Некоторые страны не считали нужным прибегать к поощрительным мерам в отношении экспорта на микроуровне, но активно и успешно использовали валютный курс как средство макроэкономического стимулирования. Опыт сви-