

ЭКСПОРТНАЯ ОРИЕНТИРОВАННОСТЬ БЕЛОРУССКИХ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Ирина Точицкая*

Резюме

В работе приведены результаты опроса МСП об их экспортной деятельности, намерении поставлять продукцию за рубеж и влиянии членства Беларуси в Евразийском экономическом союзе на ведение бизнеса и экономическое развитие страны. Согласно ответам респондентов, 36% предприятий являются экспортерами и 38.5% МСП имеют намерения начать поставлять продукцию за рубеж. В первую очередь потенциальные экспортеры ориентированы на традиционные рынки России, стран СНГ, Грузии и Украины. Такие предприятия нуждаются в особом внимании со стороны государства для поддержки и стимулирования их выхода на зарубежные рынки. Особенно это касается недавно созданных МСП, которым не хватает финансирования, знаний о рынках и внешнеэкономической деятельности, а также информационной поддержки.

Несмотря на то, что большая часть опрошенных МСП экспортеров, по-прежнему ориентирована на российский рынок, у компаний наблюдается тенденция к географической диверсификации экспорта. Больше трети МСП стараются вывозить продукцию как в страны СНГ, так и за его пределы. Проведенный опрос показал, что малые и средние предприятия экспортеры оказываются более экономически устойчивыми с точки зрения продаж и прибыли, они более позитивно оценивают свое экономическое положение и положение в отрасли, а также в большей степени ориентированы на расширение бизнеса по сравнению с теми, кто не вовлечен во внешнеэкономическую деятельность.

Опрос предприятий об участии Беларуси в евразийской экономической интеграции и выяснение их мнения относительно ее влияния на бизнес и развитие страны выявил снижение в 2020 г. удельного веса положительных оценок членства в данном интеграционном объединении. В 2020 г. только 45.5% МСП полагали, что в будущем участие в ЕАЭС позитивно отразится на их деятельности, в то время как в 2012 г. более 70% считали, что единое экономическое пространство положительно повлияет на бизнес. Опрос также выявил снижение доли респондентов, считающих, что евразийская интеграция окажет положительное влияние на экономику Беларуси. При этом перераспределение ответов произошло от положительных оценок в сторону отрицательных. В то же время анализ показывает, что ответы экспортеров и не экспортирующих предприятий различались. Первая из вышеназванных групп предприятий более позитивно оценивала и текущее, и будущее влияние евразийской интеграции на бизнес и на развитие страны.

* Ирина Точицкая – к.э.н., доцент, научный директор Исследовательского центра Исследовательского центра ИПМ, e-mail: tochitskaya@research.by.

Содержание

Введение.....	3
Экспортная ориентированность белорусских МСП	3
Описание выборки опрошенных предприятий.....	7
Состояние и динамика экспорта опрошенных МСП.....	9
Оценка предприятиями участия в евразийской интеграции на экономическом развитии страны и ведение бизнеса	15
Заключение.....	19

Дискуссионный материал Исследовательского центра ИПМ PDP/20/05



Исследовательский
Центр ИПМ



Center for
International
Private
Enterprise

пр-т Газеты «Правда» 11, комн. 315
220116, г. Минск, Беларусь
тел./факс: +375 (17) 378 4725
веб-сайт: <http://research.by/>
веб-сайт KEF: <http://kef.by/>
telegram: https://t.me/KEF_by
e-mail: research@research.by

© 2020 Исследовательский центр ИПМ

Позиция, представленная в документе, отражает точку зрения авторов, и может не совпадать с позицией организации, которые они представляют.

ВВЕДЕНИЕ

В последние годы вопросам повышения степени интернационализации малых и средних предприятий и их эффективной интеграции в мировую экономику уделяется все больше внимания, как в научной литературе, так и при разработке странами экономической политики. Выход на внешние рынки может быть важным источником обеспечения роста объемов продаж МСП, повышения конкурентоспособности и инновационности, что в конечном счете ведет к их большей экономической устойчивости. Для Беларуси, являющейся малой открытой экономикой с достаточно узким внутренним рынком, увеличение степени вовлеченности малых и средних предприятий во внешнеэкономическую деятельность должно быть одним из приоритетных направлений, как при формировании программ развития и поддержки данного сектора на государственном уровне, так и при разработке стратегий и приоритетных направлений деятельности самими МСП.

Для белорусского малого и среднего бизнеса одним из факторов, способствующих повышению степени интернационализации, является участие страны в Евразийском экономическом союзе, который начал действовать с 1 января 2015 г. В рамках ЕАЭС странами-членами должно не только обеспечиваться свободное движение товаров, услуг, капитала и рабочей силы, но и постепенная гармонизация торговой, инвестиционной, налоговой политик и макроэкономической политики. Это потенциально создает условия для упрощения доступа белорусского бизнеса на общий рынок, и открывает возможности для встраивания в цепочки добавленной стоимости со странами-партнерами. В связи с этим представляет интерес анализ степени участия белорусских МСП во внешнеэкономической деятельности, а также оценка бизнес сообществом возможных выгод и издержек от членства Беларуси в Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС). Начиная с 2012 г. Исследовательский центр ИПМ в рамках опроса малого и среднего бизнеса изучал внешнеэкономическую активность предприятий, а также их мнение относительно влияния членства в ЕАЭС на ведение бизнеса. Последний из таких опросов был проведен в 2020 г. Это дает возможность проанализировать, как динамику интернационализации белорусских МСП, так и изменение их взглядов на возможности, которые предоставляет Евразийский экономический союз. Изложение работы построено следующим образом: во втором разделе на основе данных Белстата анализируется экспортная ориентированность белорусского малого и среднего бизнеса в сравнении с другими странами. В третьем разделе описывается выборка опрошенных предприятий. В четвертом разделе изучается состояние и динамика экспорта участвовавших в опросе предприятий. В пятом разделе содержится оценка предприятиями участия ЕАЭС на экономическое развитие страны и ведение их бизнеса. В шестом разделе содержатся основные выводы.

ЭКСПОРТНАЯ ОРИЕНТИРОВАННОСТЬ БЕЛОРУССКИХ МСП

Повышение экспортной ориентации и степени интернационализации малого и среднего бизнеса рассматривается в качестве одно из важнейших приоритетов во многих программах развития данного сектора, разрабатываемых в различных странах. Например, в Европейском союзе одной из основных задач Программы «Конкурентоспособность предприятий малого и среднего бизнеса (COSME) (2014–2020) является содействие выводу МСП как на рынок ЕС, так и на мировой рынок для обеспечения их устойчивого роста. Малым и средним предприятиям предоставляется специальная финансовая и информационная поддержка для развития бизнеса на зарубежных рынках. Это связано с тем, что у МСП есть факторы, препятствующие их интернационализации, преодолеть которые достаточно сложно в силу определенных характеристик присущих данным предприятиям. В последние годы появилось много исследований, анализирующих

внутренние и внешние барьеры выхода малого и среднего бизнеса на внешние рынки. Например, к внутренним барьерам относят¹:

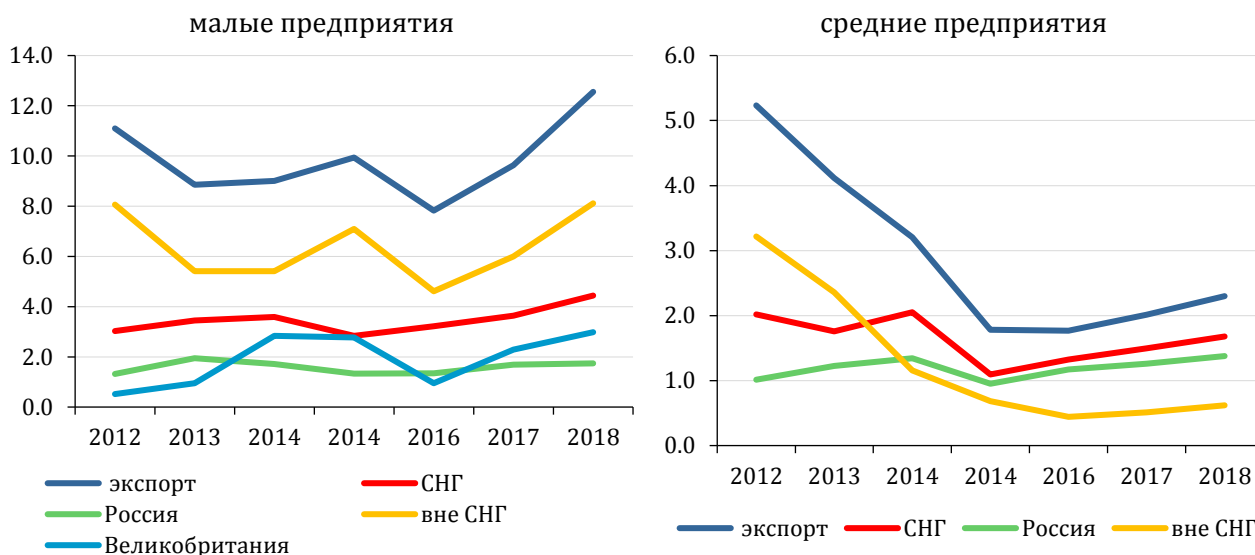
- отсутствие ресурсов, например, финансов и специалистов, которые могли бы заниматься экспортными операциями;
- отсутствие опыта осуществления внешнеэкономической деятельности;
- недостаток информации о потенциальных рынках и возможных рисках, а также сложность получения такого рода информации;
- отсутствие опыта и знаний в отношении ведения переговоров.

Основным внешним барьерами считаются:

- недостаточная защита и поддержка со стороны государства;
- адаптационные проблемы, связанные с выходом на внешние рынки;
- отсутствие специализированных внешнеторговых организаций, таких например как торговые дома, внешнеэкономические ассоциации, отраслевые торгово-сбытовые объединения и т.д. или же неумение работать с ними².

Анализ экспортной ориентации белорусских МСП показывает, что на динамику стоимостных объемов вывоза товаров за рубеж как малых, так и средних предприятий в большей степени оказывало влияние изменение поставок на рынки стран вне СНГ (рис.1). На данное географическое направление приходилась подавляющая доля экспорта малых предприятий (72.7% в 2012 г. и 64.6% в 2018 г. соответственно), в то время как традиционный для белорусских компаний российский рынок занимал не более 13.9% в 2018 г. и его «значимость» оказалась ниже, чем, например, у Великобритании (23.7% в 2018 г.). У средних предприятий удельный вес поставок вне СНГ также был существенным, однако он сильно сократился в 2012–2018 гг. (с 61.5% в 2012 г. до 27% в 2018 г.), и соответственно, доминирующим стал рынок России, доля которого увеличилась до 60% в 2018 г.

Рис.1. Стоимостные объемы экспорта белорусских МСП, млрд. USD



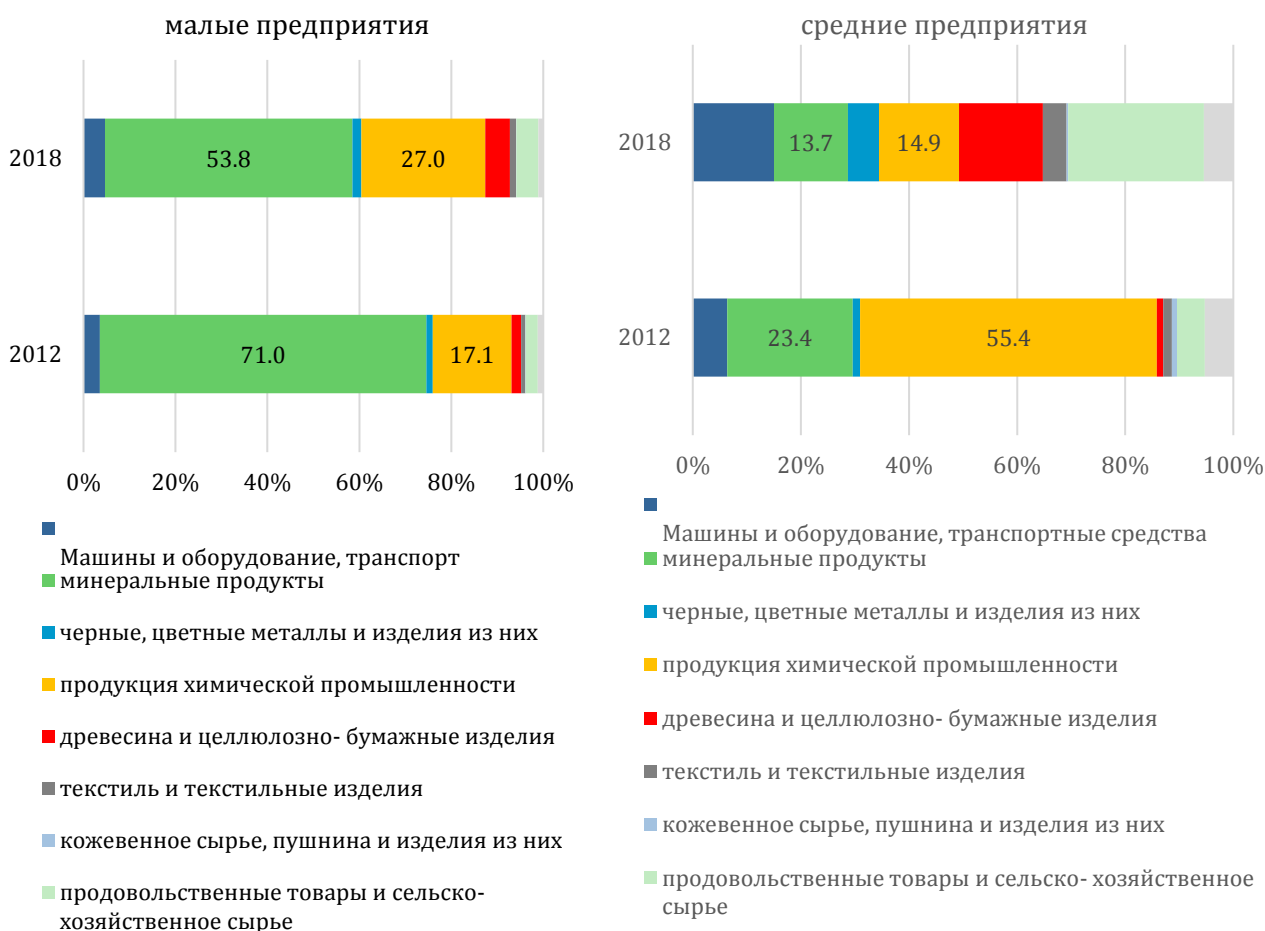
Источник: Белстат

¹ Paul, J., et al. (2017). Exporting challenges of SMEs: A review and future research agenda. Journal of World Business, 52(3), 327-342. Nakos, G., Brouters, K. D. (2002). Entry mode choice of SMEs in Central and Eastern Europe. Entrepreneurship Theory and Practice, 27(1), 47-63. Breckova, P. (2018). Export Patterns of Small and Medium Sized Enterprises. European Research Studies Journal, 21(1), 43-51.

² Paul, J. et al. (2017). Exporting challenges of SMEs: A review and future research agenda. Journal of World Business, 52(3), 327-342.

Такая ситуация объяснилась тем, что подавляющий удельный вес в экспорте малых предприятий занимали нефтепродукты и продукция химической промышленности (рис. 2) и, в частности, калийные удобрения (53.8% и 27% в 2018 г соответственно). Это в первую очередь было связано с тем, что классификационным критерием отнесения предприятия к субъекту малого или среднего предпринимательства служит только средняя численность работников за календарный год. В результате в число малых предприятий попадает, например, Белорусская калийная компания, являющаяся трейдером калийных удобрений и имевшая в 2018 г. выручку 6 трлн Br, а также Белорусская нефтяная компания и ряд других государственных структур, занимающихся торговлей минеральными и химическими продуктами.

Рис.2. Товарная структура экспорта МСП, %

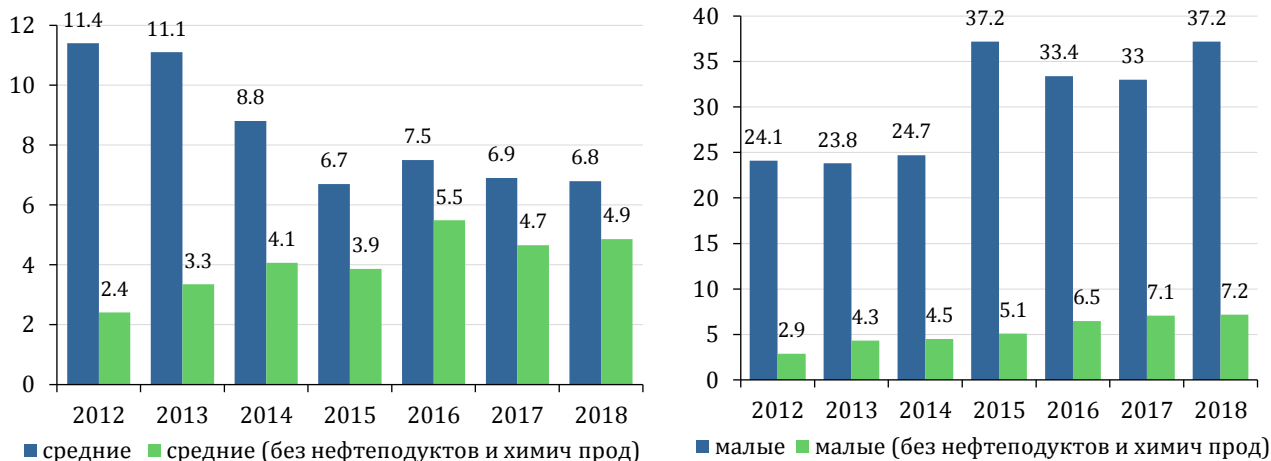


Источник: расчеты автора на основе данных Белстат

Такая ситуация искажает картину экспортной ориентированности белорусского малого и среднего бизнеса. При проведении корректировки объемов экспорта МСП и исключении из него двух данных групп товаров показатели удельного веса малых и средних предприятий в общем объеме поставок за рубеж существенно снижаются, особенно для малого бизнеса (рис.3). В целом, несмотря на рост доли предприятий данного сектора в экспорте, она оставалась незначительной и составляла в 2018 г. для малых предприятий 7.2%, а для средних – 4.9%. Однако при этом следует иметь в виду, что использовать данный показатель для оценки экспортной ориентированности МСП следует с осторожностью, принимая во внимание тот факт, что в 2018 году в общем объеме поставок за рубеж белорусских товаров 38.8% занимали нефтепродукты и химическая продукция, большую часть из которых составляли калийные удобрения. В связи с этим вовлеченность малого и среднего бизнеса во внешнеторговую деятельность была оценена также

на основе данных об удельном весе экспортеров в общем количестве МСП и доле экспорта в производстве продукции. Последний из вышеназванных показателей характеризует «экспортноемкость» производства, которая считается невысокой, если она меньше 20%.³

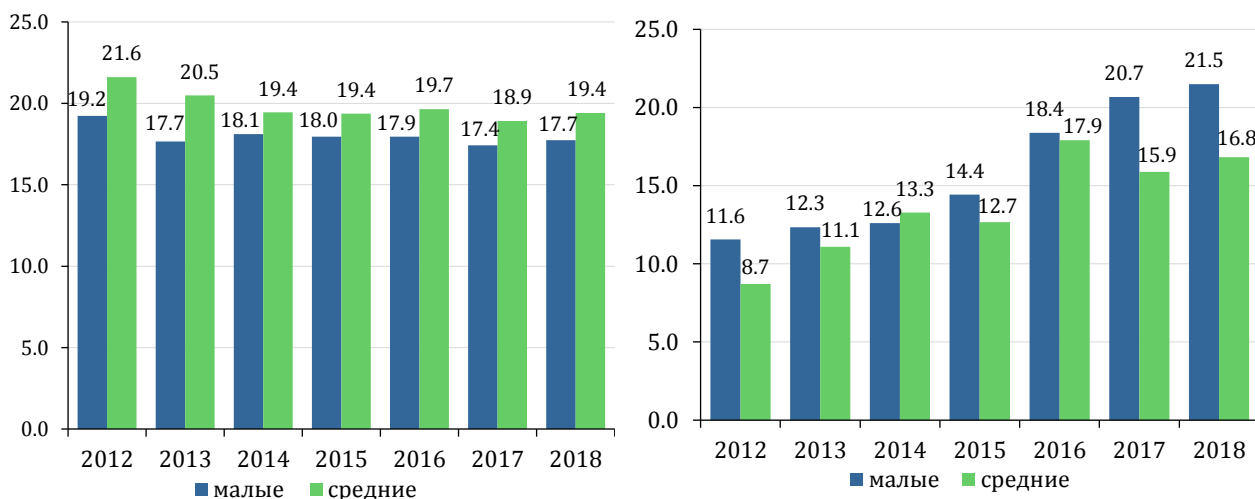
Рис.3 Удельный вес экспорта средних и малых предприятий в общем стоимостном объеме экспорта, %



Источник: расчеты автора на основе данных Белстат

Как показывают данные рис. 4, удельный вес экспортеров среди МСП снижался в 2012-2018 гг. как для малых, так и средних предприятий. Однако в 2018 г. наметилось незначительное изменение данного тренда, в результате 17.7% и 19.4% компаний соответственно вывозили свою продукцию на внешние рынки. В то же время доля экспорта в производстве продукции МСП за анализируемый период заметно увеличивалась и составила для малых предприятий в 2018 г. 21.5%, что свидетельствовало о невысокой экспортной ориентированности производства. Для средних предприятий данный показатель также рос в 2012-2015 гг., однако начиная с 2016 г. он стал снижаться.

Рис.4. Показатели экспортной деятельности МСП Беларуси в 2018 г.



а) удельный вес экспортеров в общем количестве МСП, %

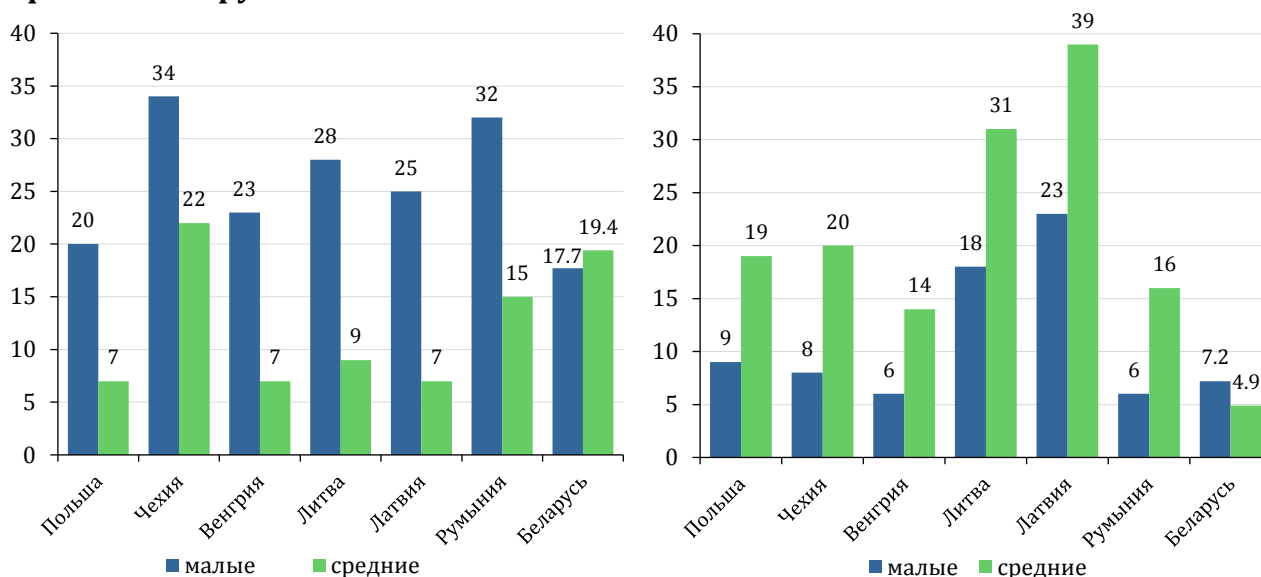
б) удельный вес экспорта в производстве продукции МСП, %

Источник: расчеты автора на основе данных Белстата и Национального банка Беларуси

³ Patrice Muller, et. al. (2018) Annual Report on European SMEs 2017/2018: Special Background Document on the Internationalisation of SMEs.

Сравнение данных с показателями экспортной деятельности МСП в ряде стран Центральной и Восточной Европы выявило, что, исходя из ряда параметров, белорусский бизнес пока в меньшей степени нацелен на расширение поставок продукции за пределы страны. Удельный вес экспортеров в общем количестве малых предприятий в Беларуси значительно ниже, чем у таких стран, как Чехия, Литва, Латвия, Румыния (рис.5). Несмотря на то, что доля экспортеров среди белорусских средних предприятий (19.4%) гораздо выше, чем у таких же компании в странах ЦВЕ, показатель удельного веса данных предприятий в общем объеме экспорта оказался существенно более низким для Беларуси по сравнению с анализируемыми странами. В целом, по данным Европейской комиссии только 25% МСП в Европейском союзе являются экспортерами⁴.

Рис.5. Показатели экспортной деятельности МСП стран Центральной и Восточной Европы и Беларуси



а) удельный вес экспортеров в общем количестве МСП, %

б) удельный вес МСП в общем экспорте, %

Примечание: данные по странам ЦВЕ приведены за 2017 г., по Беларуси за 2018 г. Экспорт МСП Беларуси не включает минеральные продукты и калийные удобрения.

Источник: расчеты автора на основе данных Белстата, Eurostat⁵

ОПИСАНИЕ ВЫБОРКИ ОПРОШЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В ежегодном опросе по проблеме развития малого и среднего бизнеса в Беларуси, проводимом Исследовательским центром ИПМ в 2020 г. приняли участие 400 предприятий, из которых 29.3% относятся к промышленности, 6.8% – к сельскому, лесному хозяйству и рыбоводству 22.8% – к торговле и ремонту, 17.5% – к строительству, 6% оказывают транспортные услуги, 3.8% – компьютерные услуги, 3.4% – финансовые услуги и осуществляют операции с недвижимым имуществом. Это в целом соответствует распределению МСП по видам экономической деятельности в Беларуси. Из опрошенных предприятий 65.4% работает на рынке более десяти лет и соответственно могут оценивать ведение бизнеса до и после евразийской интеграции с учетом того, что членство в ЕАЭС оказывает влияние как на внутренний рынок, например, через усиление конкуренции, установление общих технических регламентов и т.д., так и на условия поставки продукции на внешние рынки.

⁴ https://ec.europa.eu/growth/smes/access-to-markets_en

⁵ [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Shares by size class for exporting \(goods\) enterprises, 2017.png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Shares_by_size_class_for_exporting_(goods)_enterprises,_2017.png)

Среди опрошенных предприятий удельный вес экспортеров составлял 36%, при этом у 22.9% из них внешний рынок поставлялось более 50% произведенной продукции. Следует отметить, что доля экспортеров в выборке выше, чем удельный вес МСП, поставляющих продукцию за рубеж в их общем количестве в Беларуси.

Из опрошенных экспортеров у 54.9% МСП основным видом деятельности является промышленность, у 13.9% – торговля и ремонт, у 8.3% – строительство, 5.6% – транспорт и связь, у 3.5% – компьютерные услуги. В выборке также представлены экспортеры, осуществляющие финансовую деятельность и операции с недвижимостью, занимающиеся гостиничным и ресторанным бизнесом, а также сельским хозяйством (рис. 6).

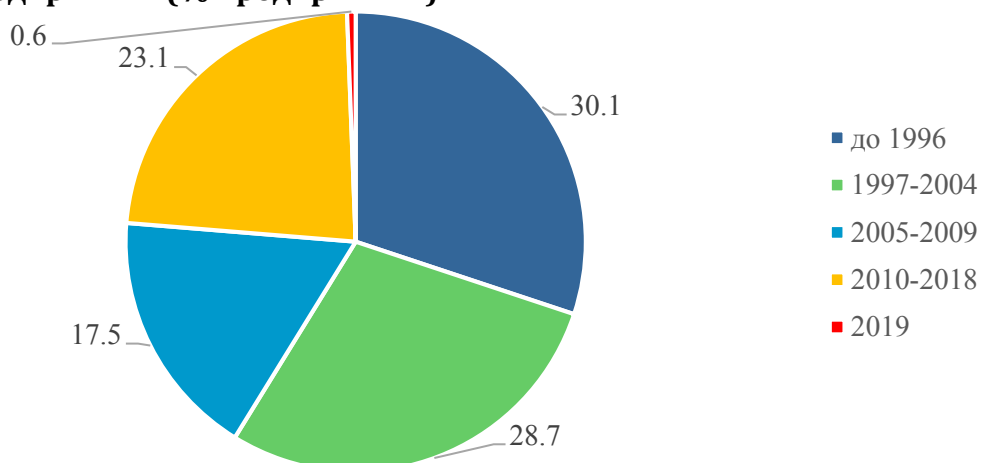
Рис. 6. Распределение опрошенных предприятий экспортеров по видам хозяйственной деятельности (% предприятий)



Источник: данные опроса предприятий, проведенного Исследовательским центром ИПМ в 2020 г.

Большая часть опрошенных МСП, поставляющих продукцию и услуги за рубеж (76.4%), созданы до 2010 г.⁶, в том числе 30.1% до 1996г., т.е. они имеют большой опыт работы как на внутреннем, так и на внешних рынках. Это позволяет оценивать их мнение не только относительно экспортного потенциала, но и влияния на их бизнес участия в евразийской интеграции, и в частности, в ЕАЭС.

Рис. 7. Распределение опрошенных МСП экспортеров по году основания предприятия (% предприятий)



Источник: данные опроса предприятий, проведенного Исследовательским центром ИПМ в 2020 г.

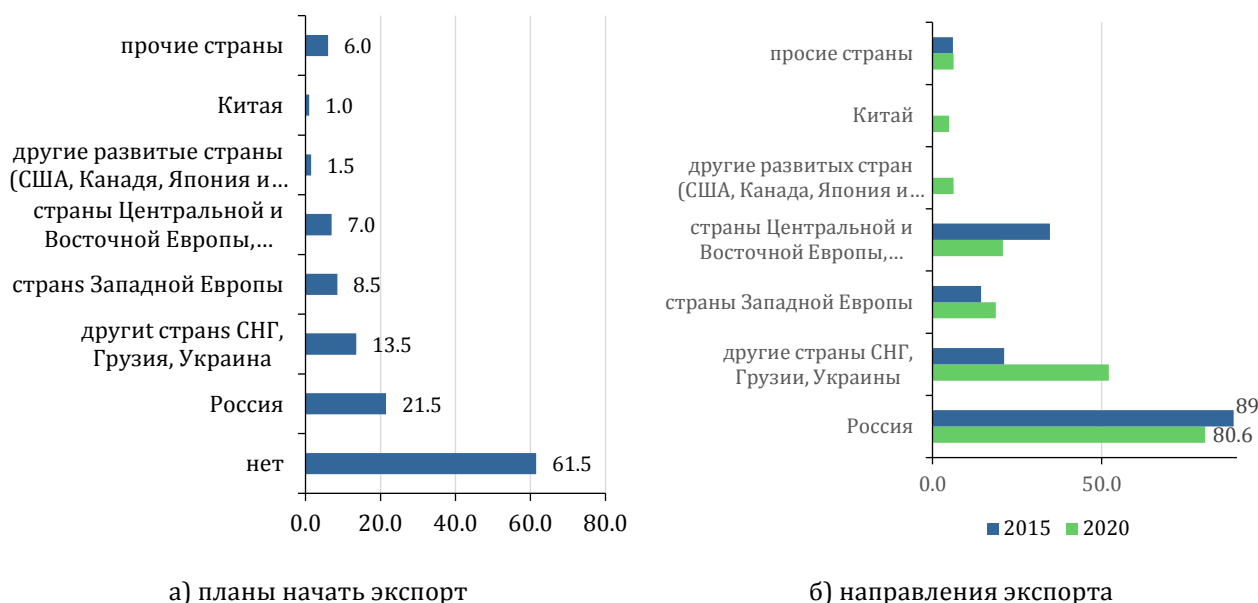
⁶ В 2010 г. вступил в силу Единый таможенный тариф и стал функционировать Таможенный союз Беларуси, Казахстана и России, к которому позже присоединились Армения и Кыргызстан.

Состояние и динамика экспорта опрошенных МСП

Как уже отмечалось ранее среди опрошенных МСП только 36% экспортировали свою продукцию или услуги. В связи с этим интерес представляло выявление потенциала увеличения количества предприятий, поставляющих продукцию за рубеж. Во многих странах особое внимание уделяется поиску компаний, имеющих внутренние резервы для экспорта. Это важно для понимания возможности роста вывоза товаров и услуг на внешние рынки в данном секторе как за счет тех, кто уже вовлечен в данную активность, так и включая компании, у которых это только в планах. Учет имеющихся тенденций важен при разработке государственных программ и мероприятий по поддержке экспорта малыми и средними предприятиями и по оказанию помощи в реализации имеющегося потенциала.

В рамках опроса не экспортирующим МСП задавался вопрос о их планах относительно возможности выхода на внешние рынки. Согласно ответам респондентов, 38.5% предприятий имеют такие намерения (рис. 8а), в первую очередь ориентируясь на традиционные рынки России, стран СНГ, Грузии и Украины, 35% опрошенных указали данные направления, в качестве потенциально возможных для поставок за границу. Для МСП интерес представляет также Европейский союз, причем в равной степени это относится как к странам Балтии, Центральной и Восточной Европы, так и Западной Европы. Как уже отмечалось ранее, такие предприятия нуждаются в особом внимании со стороны государства для поддержки и стимулирования их выхода на зарубежные рынки.

Рис. 8. Распределение опрошенных предприятий исходя из планов начать экспорт и направления экспорта (% предприятий)



Примечание. возможно несколько направлений экспорта

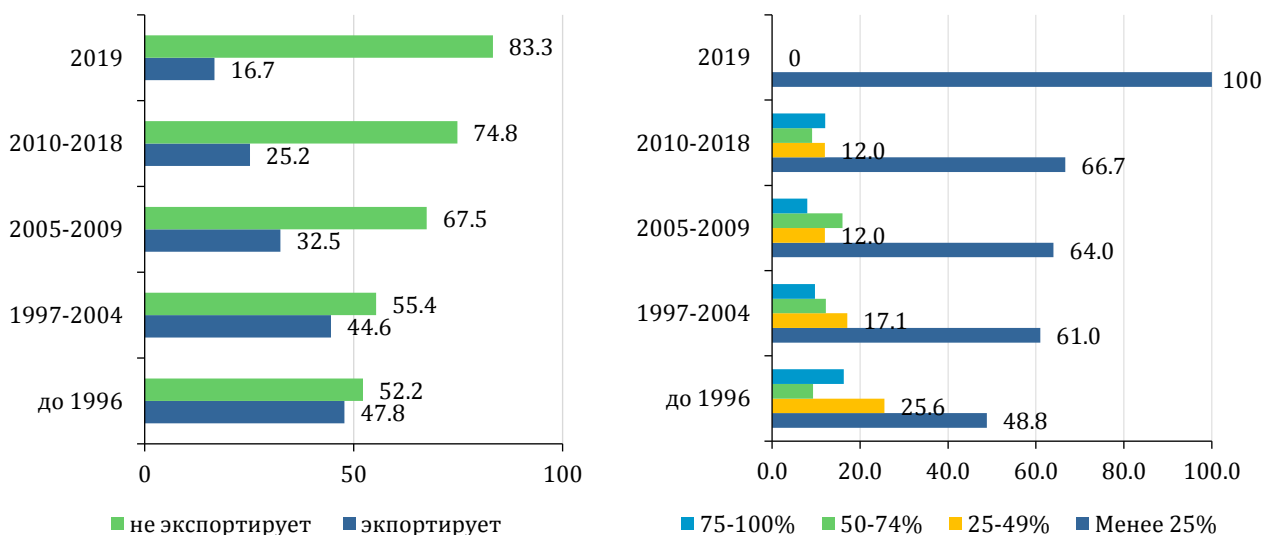
Источник: данные опроса предприятий, проведенного Исследовательским центром ИПМ в 2020 гг.

В последние годы в Беларуси на государственном уровне неоднократно подчеркивалась необходимость увеличения географической диверсификации экспорта. Для выяснения того, наблюдалась ли данная тенденция в секторе МСП, было проведено сравнение ответов, полученных в опросах 2020 и 2015 гг., относительно направления экспорта. Большая часть предприятий, поставляющих продукцию за рубеж, по-прежнему ориентирована на российский рынок, однако его удельный вес снизился с 89% в 2015 г. до 80.6% в 2020 (рис. 8б). При этом существенно (до 52.1%) выросло значение для экспорта других стран СНГ, включая страны ЕАЭС, Грузии и Украины. В тоже время удельный вес компа-

ний, поставляющих продукцию в страны Балтии, Центральной и Восточной Европы сократился с 34.7% в 2015 г. до 20.8% в 2020 г, а в страны Западной Европы он вырос. Китай, как экспортное направление, занимает незначительный удельный вес, на него указали только 4.9% от опрошенных предприятий. Однако положительным является тот факт, что не только крупные предприятия, но и малый и средний бизнес осваивает данный рынок. При этом следует иметь ввиду, что при опросе предприятия имели возможность указать несколько направлений экспорта, и больше трети МСП стараются диверсифицировать поставки вывоза продукцию как в страны СНГ, включая ЕАЭС, так и за его пределы.

Во многих исследованиях, посвященных экспортной активности МСП, в качестве одного из важных факторов, определяющих их интернационализацию, является количество лет, прошедших со времени создания. Как правило, чем «старше» компания, тем больше вероятность, что она будет вовлечена во внешнеэкономическую деятельность и тем выше ее экспортная активность. Исключение составляют МСП, предоставляющие информационно-телекоммуникационные и бизнес услуги, поскольку они могут быть ориентированы на поставки за рубеж с момента основания.⁷ Данные опроса малого и среднего бизнеса, проведенного Исследовательским центром ИПМ, также показывают, что существует связь между возрастом компании и ее экспортной активностью (рис. 9а). Среди МСП, созданных до 1996 г., почти половина (47.8%) поставляли продукцию на внешние рынки, у тех, кто начал работать в 1997–2004 гг., удельный вес экспортеров был также достаточно высоким и составлял 44.6%. В тоже время среди компаний, основанных в 2010–2018 гг., только 25.2% направляли товары и услуги за рубеж, а среди тех, кто открылся в 2019 г. таких было 16.7%.

Рис. 9. Распределение опрошенных предприятий исходя из года создания и доли экспорта в общем объеме продаж (% предприятий)



а) распределение МСП исходя из года создания

б) доля экспорта в общем объеме продаж, исходя из года создания МСП

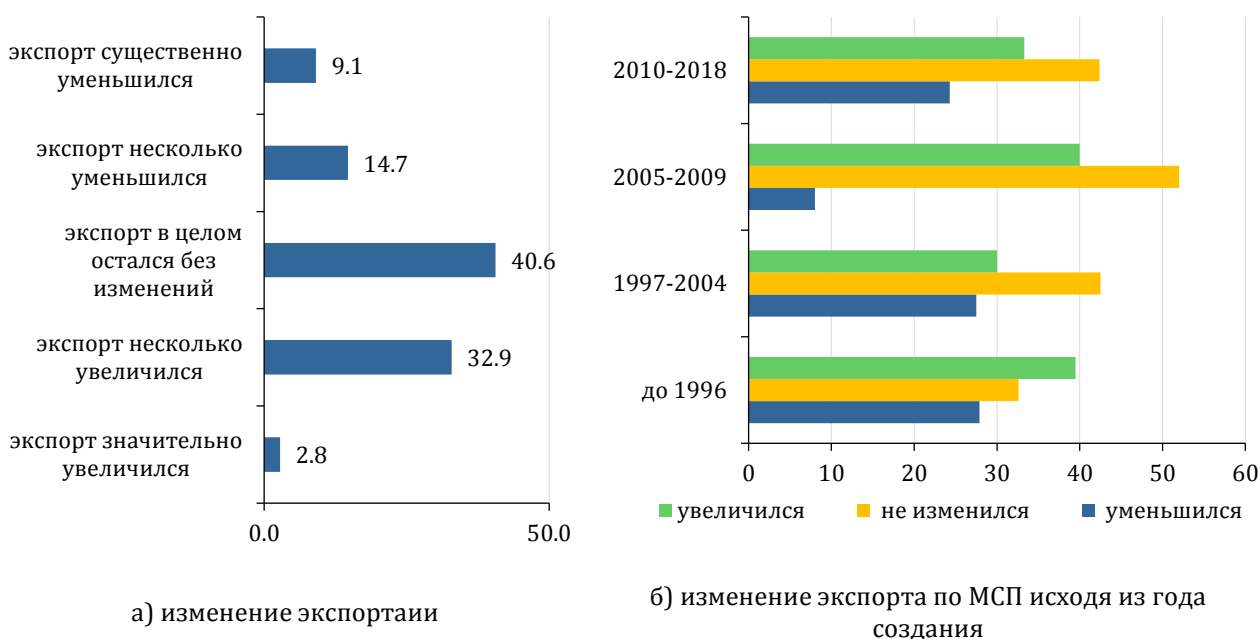
Источник: данные опроса предприятий, проведенного Исследовательским центром ИПМ в 2015 и 2020 гг.

Доля экспорта в общем объеме продаж у давно созданных предприятий также была выше, чем у «новичков». У четверти МСП, чей возраст превышает 24 года, экспорт занимал до 50% в продажах, а у 16.3% составлял от 75 до 100%. Чем «моложе» было предпри-

⁷ European Commission (2014). Drivers of SME Internationalisation: Implications for Firms Growth and Competitiveness. Background Study for the European Competitiveness Report. European Commission, Brussels.

ятие, тем более низким у него был удельный вес экспорта. Например, у 66.7% МСП, созданных в 2010-2018 гг., за рубеж вывозилось менее 25% реализованной продукции и услуг. Это соответствует данным опросов малого и среднего бизнеса⁸, полученных в других странах, и свидетельствует о том, что чем старше предприятие, тем больше у него опыта, желания расширять рынки и инвестировать в продажи за границей. Молодые и вновь созданные предприятия в большей степени ориентированы на внутренний рынок, и им часто не хватает финансирования, знаний о рынках и внешнеэкономической деятельности, а также информационной поддержки. В целом по опрошенным предприятиям показатель экспортостоемости (export intensity) находился на среднем уровне у 17.7% предприятий⁹, а у 22.9% он был высоким¹⁰

Рис. 10. Распределение опрошенных предприятий исходя из изменения экспорта в 2019 г. (% предприятий)



Источник: данные опроса предприятий, проведенного Исследовательским центром ИПМ в 2020 гг.

В 2019 г. опрошенные предприятия отмечали положительные тенденции в динамике экспорта. Только 23.8% респондентов ответили, что их поставки за рубеж сократились, в то время как 35.8% указали на увеличение продаж на внешних рынках (рис. 10а). Однако для большинства компаний оно было незначительным, поскольку только 2.3% из них констатировали существенный рост экспорта. Наибольший удельный вес МСП, увеличивающих поставки за границу, был среди предприятий, созданных в 2005-2009 гг. (40%) и до 1996 г. (39.5%). Однако в последней из вышеназванных групп больше всего компаний также констатировали и сокращение экспорта (27.9%), в то время, как среди тех, кто начал работать 10-15 лет назад, таких было только 8% (рис.10б). Это отчасти объясняется тем, что в данной группе отмечалась более высокая географическая диверсификация поставок товаров и услуг на внешние рынки, и выше чем в других группах была доля экспорта в другие страны СНГ, Украину и Грузию, а также в страны Балтии и Центральной и Восточной Европы.

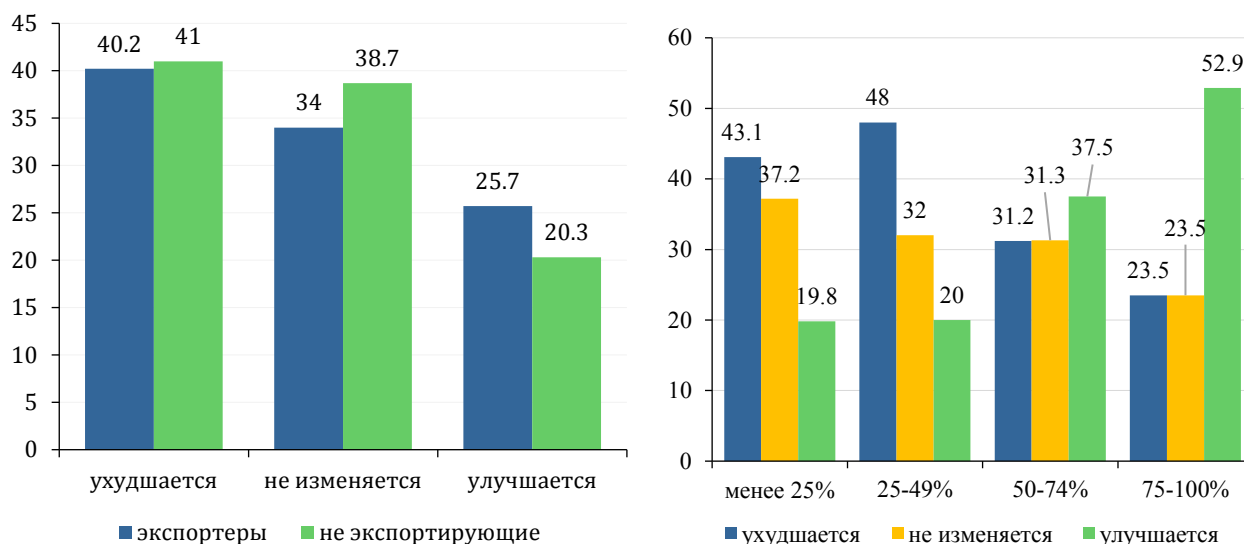
⁸ Daniel Seens (2015). SME Profile: Canadian Exporters. Small Business Branch and Analysis Directorate Industry Canada.

⁹ составлял 25–49% в общем объеме продаж

¹⁰ составлял свыше 50%

Ряд эмпирических исследований показывает, что малые и средние предприятия, вывозящие товары и услуги на внешние рынки, оказываются более экономически устойчивыми и конкурентоспособными по сравнению с теми, кто не вовлечен во внешнеэкономическую деятельность.¹¹ В связи с этим было проведено сопоставление ответов экспортеров и не экспортирующих МСП на вопросы о положении в отрасли, экономическом состоянии предприятия, изменении объемов продаж и планах относительно расширения бизнеса.

Рис. 11. Распределение ответов предприятий на вопрос об изменении положения в отрасли (% предприятий)



а) положение в отрасли

б) положение в отрасли у экспортирующих МСП, исходя из объемов экспорта в продажах

Источник: данные опроса предприятий, проведенного Исследовательским центром ИПМ в 2020 гг.

Как показывают результаты опроса, в целом экспортеры немного более позитивно оценивали положение в отрасли, 25.7% из них считали, что оно улучшается, в то время как среди работающих на внутренний рынок таких было 20.3% (рис. 11а). Вместе с тем, удельный вес тех, кто отвечал, что положение ухудшается был значительно выше и почти одинаков в обеих группах (40.2 и 41% соответственно), существенно превышая долю оптимистично настроенных предприятий.

Анализ распределения ответов экспортеров исходя из года создания предприятия, показал, что наиболее позитивно ситуацию в отрасли оценивали те, кто преимущественно работал на внешние рынки (от 75-100% экспорта в общем объеме продаж). Об улучшении говорили 52.9% таких предприятий, в то время как среди тех, у кого экспорт составлял менее четверти от продаж, только 19,8% отмечали, что ситуация улучшается (рис. 11б). При этом более оптимистично оценивали положения в отрасли предприятия, поставляющие товары на рынки вне СНГ. Например, среди экспортеров в страны Западной Европы 33.3% отмечали положительные изменения, среди компаний, вывозящие товары в Китай – 42.9%, другие развитые страны – 55.6%. В тоже время оценивая ситуацию в экономике и экспортеры, и не экспортирующие МСП были более пессимистичны в своих оценках, 48.6 и 47.3% соответственно полагали, что она ухудшается, а на ее улучшение указали только 19.4 и 14.9% опрошенных.

¹¹ ITC (2016). SME Competitiveness Outlook 2016: Meeting the Standard for Trade. Geneva, ITC, XXXVIII, 324 p.; Daniel Seens (2015). SME Profile: Canadian Exporters. Small Business Branch and Analysis Directorate Industry Canada.

И экспортеры, и предприятия, работающие только на внутренний рынок, считали, что условия ведения предпринимательской деятельности в большей степени не изменились в прошлом году, однако среди МСП поставляющих продукцию за рубеж было меньше тех, кто полагал, что они ухудшились (18,9% по сравнению с 23% у не экспортирующих). При этом 25-27.7% компаний с растущим экспортом отмечали улучшение условий предпринимательской деятельности за прошедший год.

Как уже отмечалось ранее, в ряде исследований отмечалось, что выход на внешние рынки положительно сказывается на показателях деятельности МСП. Например, опросы малых и средних компаний Канады показали, что у экспортирующих предприятий доходы были в среднем в два раза выше, чем у не экспортирующих. При этом наблюдалась прямая корреляция между доходами и долей экспорта в общем объеме продаж. Экспортеры также намного больше инвестировали в НИОКР, и среди них, по сравнению с не экспортирующими предприятиями, была выше доля тех, кто вкладывал средства в информационно-телекоммуникационные технологии и обучение персонала.¹²

Как свидетельствуют данные опроса Исследовательского центра ИПМ, белорусские МСП, поставляющие продукцию на внешние рынки, более позитивно, чем те, кто не был вовлечен во внешнеэкономическую деятельность, оценивали ряд параметров, характеризующих работу предприятия. По мнению 51.3% экспортеров, экономическое состояние их компании было хорошим, и только 5.6% полагали, что оно плохое (рис. 12а). Среди не экспортирующих предприятий 41% считал экономическое положение хорошим, противоположной точки зрения придерживались 9%. При этом, чем выше была доля экспорта в общем объеме продаж, тем более позитивными были оценки. Среди тех, у кого она составляла 75-100%, экономическое положение охарактеризовали как хорошее 82.4%, в то время как лишь 48.9% МСП с долей экспорта в продажах менее 25% придерживались того же мнения (рис. 12б). Следует также отметить, что 56.5–75% предприятий¹³, указавших на хорошее экономическое положение (из них 6.4% ответили, что улучшение является значительным), также отмечали рост поставок их продукции или услуг на внешние рынки.

В то же время в ответах на вопрос об изменении экономического положения за последний год не отмечалось существенной разницы между экспортирующими и не экспортирующими предприятиями. Улучшение фиксировали 38.2% предприятий из первой группы и 41.4% из второй, ухудшение – 20.9% и 20.3% соответственно.

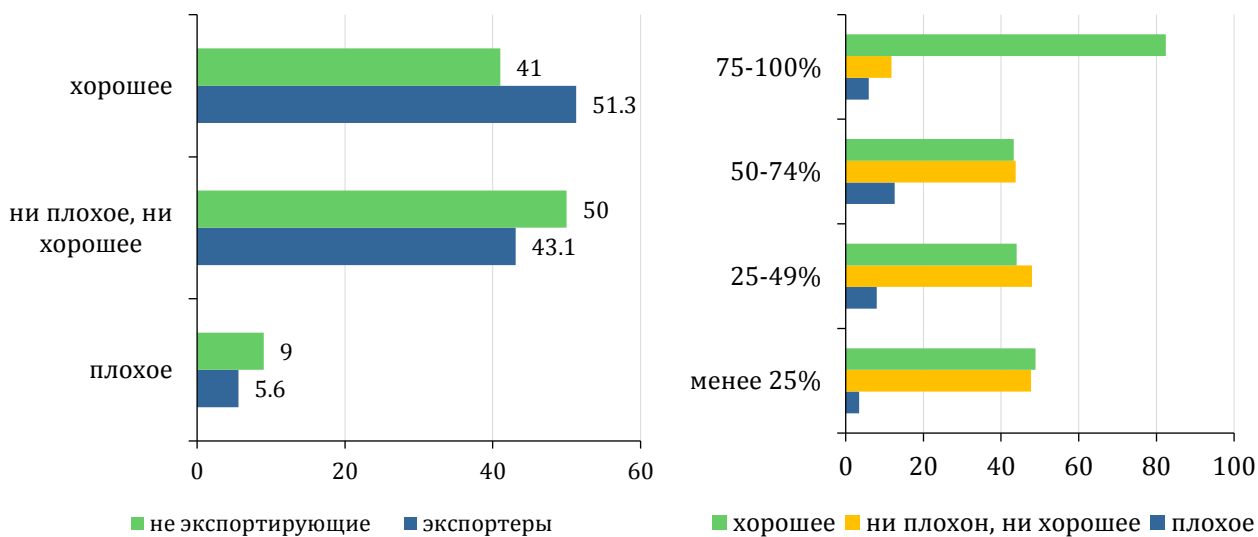
Более детализированные вопросы, касающиеся экономического состояния, выявили, что белорусские МСП экспортёры более оптимистично, по сравнению с не экспортирующими компаниями оценивали прежде всего изменение объема продаж и прибыли в 2019 г. Рост первого из двух вышеназванных показателей отмечали 46.9% предприятий, поставляющих товары и услуги за рубеж, в то время как среди работающих только на внутренний рынок таких было только 40.4% (рис.13а). При этом среди тех, у кого экспорт составлял более 50%, об увеличении продаж заявляли 50.1% респондентов.

Среди вывозящих за границу свою продукцию белорусских МСП также более высокой была доля компаний, у которых наблюдался рост прибыли. На это указали 44.1% экспортеров, а среди не экспортирующих предприятий этот показатель увеличился только у 33.8% (рис. 13б).

¹² Daniel Seens (2015). SME Profile: Canadian Exporters. Small Business Branch and Analysis Directorate Industry Canada.

¹³ в зависимости от года создания и объема экспорта в продажах.

Рис. 12. Распределение ответов МСП на вопрос об экономическом состоянии предприятия (% предприятий)

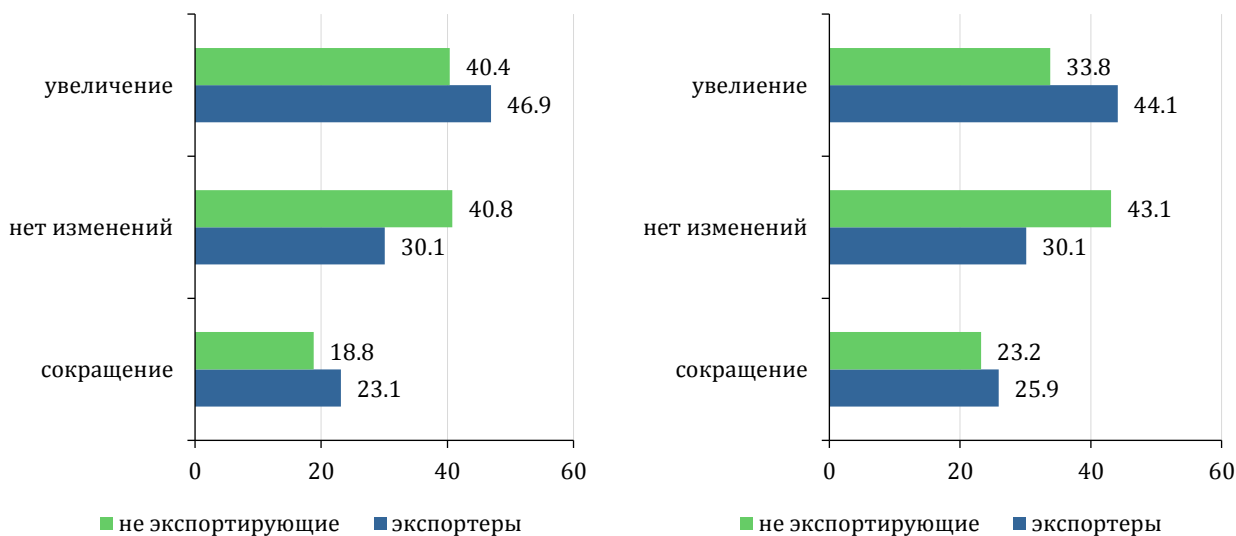


а) экономическое состояние предприятия

б) экономическое состояние предприятия экспортеров, исходя из объемов экспорта в продажах

Источник: данные опроса предприятий, проведенного Исследовательским центром ИПМ в 2020 гг.

Рис. 13. Распределение ответов МСП на вопрос об изменении объемов продаж и прибыли (% предприятий)



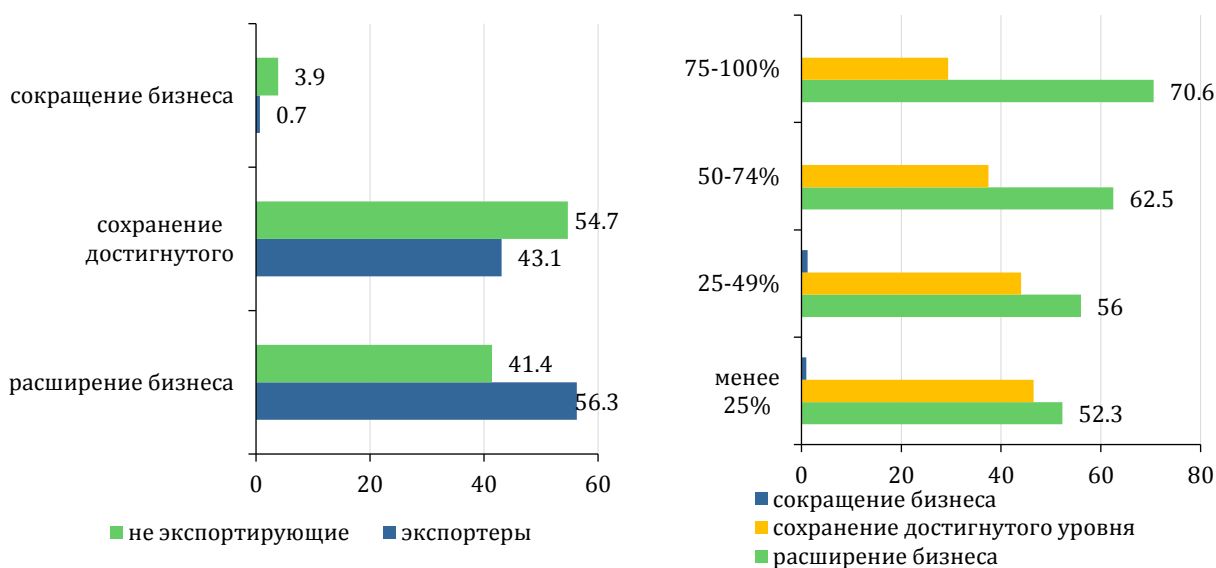
а) изменение объема продаж

б) изменение прибыли

Источник: данные опроса предприятий, проведенного Исследовательским центром ИПМ в 2020 гг.

При ответах на вопрос о том, на решение каких задач ориентировано предприятие 56.3% экспортеров ответили, что их планы связаны с расширением бизнеса, в то время как среди компаний, работающих на внутренний рынок, только 41.4% респондентов отмечал, что данная стратегия имеет отношение к их бизнесу (рис. 14а).

Рис. 14. Распределение ответов МСП на вопрос о планах развития предприятия (% предприятий)



а) планы развития предприятия

б) планы развития предприятия исходя из доли экспорта в продажах

Источник: данные опроса предприятий, проведенного Исследовательским центром ИПМ в 2020 гг.

Ответы предприятий, поставляющих продукцию на внешние рынки, в свою очередь, различались в зависимости от доли экспорта в продажах. Чем выше был данный показатель, тем больше было компаний, ориентированных на расширение бизнеса (рис. 14б). Например, такие планы были у 70.6% МСП, имеющих удельный вес экспорта в продажах 75-100%. В большей степени на расширение бизнеса были ориентированы предприятия, поставляющие товары в Китай (71.4%), других развитых стран (США, Япония, Канада и др.) (77.4%), стран Западной Европы (66.7%), Центральной, Восточной Европы и Балтии (63.3%), в то время, как только 56% экспортирующих в Россию ответили, что такая стратегия развития компании входит в их планы.

ОЦЕНКА ПРЕДПРИЯТИЯМИ УЧАСТИЯ В ЕВРАЗИЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СТРАНЫ И ВЕДЕНИЕ БИЗНЕСА

Данные опросов 2013–2020 гг. позволяют проанализировать, как изменялось мнения МСП о влиянии участия Беларуси в евразийской интеграции на ведение бизнеса. Как показывают данные табл. 1, удельный вес положительных ответов в 2020 г. существенно снизился по сравнению с 2013г. Это может быть связано с рядом факторов, во-первых, можно предположить, что это на ответы МСП повлияла экономическая ситуация в России, где наблюдались низкие темпы роста экономики¹⁴, и внутреннего спроса, что негативно отразилось на экспортерах. Во-вторых, вероятно ожидания, связанные с интеграционными инициативами, были самыми высокими в 2011–2012 гг., также более ощутимым было реальное влияние интеграции (например, улучшение доступа на рынок и т.д.) на МСП. В-третьих, в последние годы бизнес все чаще высказывал мнение о «пробуксовке» по ряду направлений, например, отмечая отсутствие прогресса в снижении нетарифных барьеров. Это, в свою очередь, привело к существенному росту доли тех, кто посчитал, что участие Беларуси в евразийской интеграции не влияет на их бизнес. Если в 2013 г. так ответили только 13.7% респондентов, то в 2015 г. – уже 51.4%.

¹⁴ В 2019 г. рост ВВП составил 1.3% и был самым низким с 2016 г., производственная активность замедлялась во втором полугодье, а реальные располагаемые доходы населения выросли только на 0.8%.

Удельный вес тех, кто считал, что влияние было отрицательным, снизился с 23.3% в 2013 г. до 13.9% в 2020 г. Это можно объяснить отчасти тем, что в 2013 г. в Беларуси началось введение техрегламентов Таможенного союза о безопасности продукции легкой промышленности, оказавшее негативное влияние на работу предпринимателей, занимающихся реализацией данной продукцией. Следует также иметь ввиду, что вступление России в ВТО в августе 2012 г. привело к снижению импортных тарифов на ряд товаров и усилению конкуренции как на внутреннем, так и на российском рынке. Все это могло сказаться на мнении респондентов, обусловив высокую долю отрицательных ответов в 2013 г. Начиная с 2014 г. удельный вес предприятий, посчитавших, что евразийская интеграция негативно сказалась на их бизнесе, снижался, однако в 2020 гг. он увеличился на 1.9 процентных пункта по сравнению с 2015 г.

Таблица 1. Мнение респондентов о том, как повлияло участие Беларуси в евразийской интеграции (Таможенном союзе, ЕЭП, ЕАЭС) на ведение бизнеса, %

	2013	2014	2015	2020
Положительно	62.9	44.8	44.2	38.6
Отрицательно	23.3	13.1	12.0	13.9
Не влияет	13.8	42.1	43.8	47.5

Источник: данные опросов предприятий, проведенных Исследовательским центром ИПМ.

Мнение респондентов о влиянии евразийской интеграции на их бизнес в будущем, также изменилось с течением времени (табл. 2). В 2020 г. наблюдался один из самых низких показателей положительных оценок. Вероятно, это связано с высокими ожиданиями МСП относительно возможностей, которые интеграция могла бы перед ними открыть. Однако поскольку они реализовались не в полной мере, наблюдалось уменьшение оптимизма предприятий по данному поводу.

Перераспределение ответов респондентов в 2020 г. от положительных и нейтральных ответов произошло в сторону отрицательной оценки. В результате 18.3% опрошенных считали, что евразийская интеграция может негативно сказаться на их бизнесе, в то время как в 2015 г. их было только 13.9%.

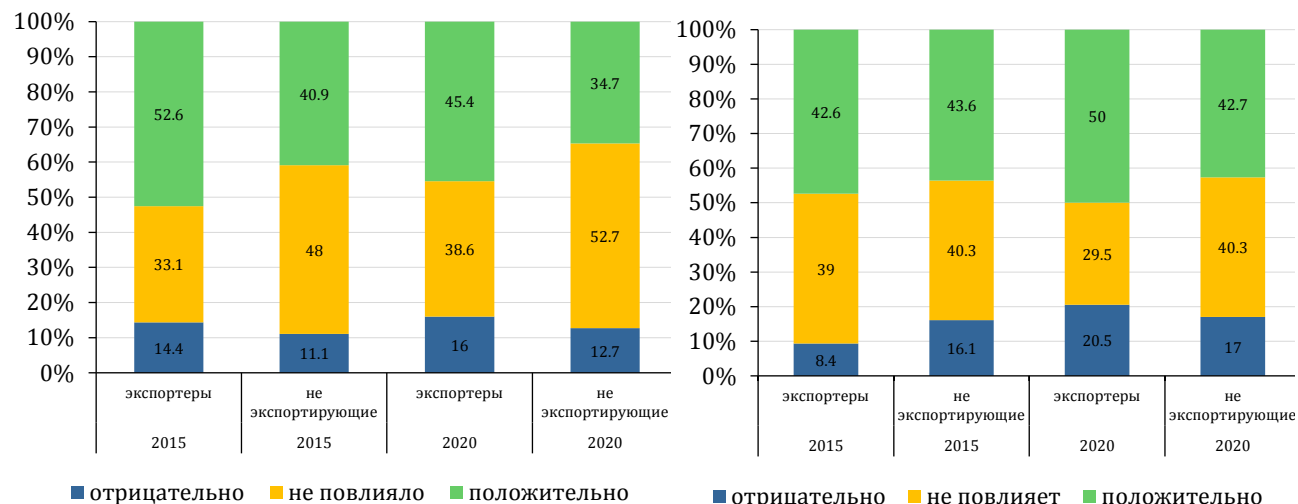
Таблица 2. Мнение респондентов о том, как повлияет на ведение бизнеса евразийская интеграция, %

	2012	2013	2014	2015	2020
Положительно	70.3	57.1	44.6	46.2	45.5
Отрицательно	11.2	30.3	14.8	13.9	18.3
Не влияет	18.5	12.6	40.6	39.9	36.2

Источник: данные опросов предприятий, проведенных Исследовательским центром ИПМ.

Как показывает анализ, ответы экспортеров и не экспортирующих предприятий различались. Первая из вышеназванных групп предприятий более позитивно оценивала и текущее, и будущее влияние евразийской интеграции на бизнес (рис 15а). В 2020 г. 45.4% предприятий экспортеров считало, что она положительно сказалась на их бизнесе. При этом среди МСП, поставляющих продукцию за рубеж, увеличился удельный вес тех, кто позитивно оценивал влияние в будущем (42.6% в 2015 г. и 50% в 2020 г.). В целом, и экспортеры, и не экспортирующие предприятия полагали, что в перспективе евразийская интеграция более благоприятно скажется на их бизнесе, чем на момент проведения опроса (рис.15б).

Рис. 15. Распределение ответов МСП на вопрос о влиянии участия в ЕАЭС на ведение бизнеса (% предприятий)



а) как повлияло на ведение бизнеса

б) как повлияет на ведение бизнеса

Источник: данные опросов предприятий, проведенных Исследовательским центром ИПМ в 2015 и 2020 гг.

В проводимом в 2015 г. и 2020 гг. опросах МСП предлагалось высказать мнение о том, как повлияло и как повлияет участие Беларуси в евразийской интеграции на экономическое развитие страны (табл. 3). Сравнение результатов ответов показывает снижение удельного веса положительных оценок относительно влияния как в будущем (44.6% в 2020 г. по сравнению с 51.5% в 2015 г.), так и на момент проведения опроса (36.6% в 2020 г. по сравнению с 47.9% в 2015 г.). Отчасти на оценках МСП могли сказаться получившие широкий резонанс проблемы, возникшие в белорусско-российских экономических отношениях в связи с поставками энергетических товаров, и в частности, нефтепродуктов, а также ограничительная политика России в отношении белорусской продукции, например, продовольственных товаров. В пользу этого свидетельствует и то, что перераспределение ответов от положительных оценок произошло в сторону отрицательных. Удельный вес предприятий, полагающих, что влияние евразийской интеграции на экономическое развитие страны в будущем будет негативным увеличилось до 16.3% в 2020 г, нейтральным его считают 39.1% МСП. При рассмотрении и анализе данных оценок также необходимо учитывать, что они делались на фоне низких темпов роста экономики, наблюдаемых как в России, так и в Беларуси. Это могло сказаться на ответах предприятий по поводу влияния интеграции как на их бизнес, так и на экономическое развитие страны.

Таблица 3. Мнение респондентов о воздействии евразийской интеграции на экономическое развитие страны, %

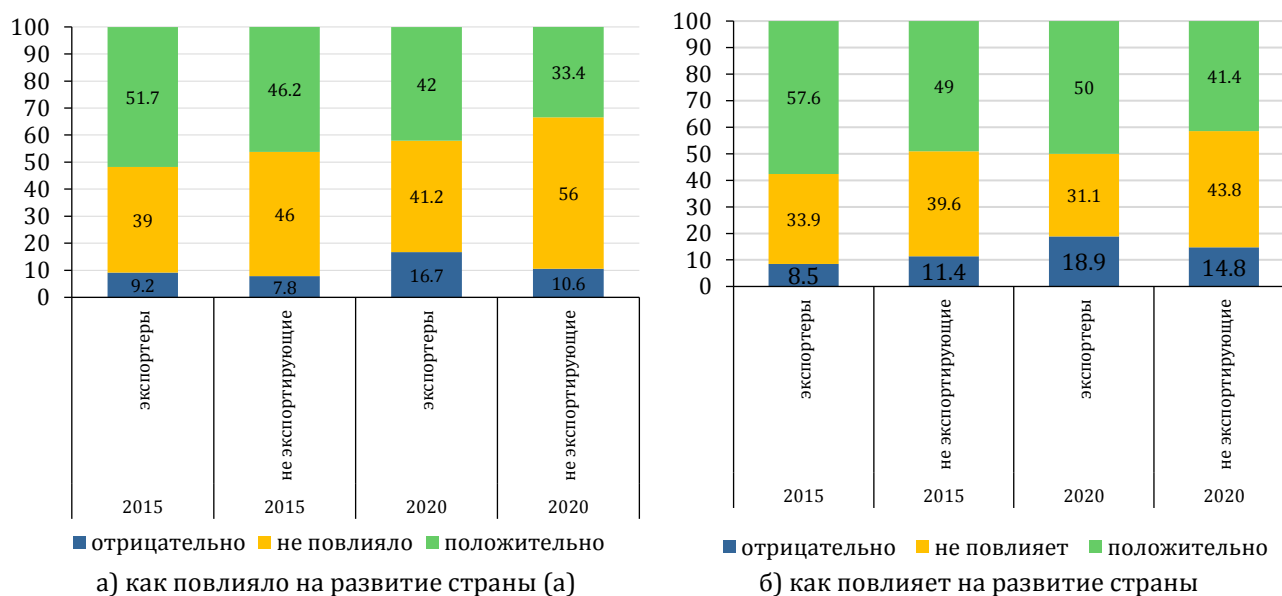
	2015 г.		2020 г.	
	как повлияло	как повлияет	как повлияло	как повлияет
Положительно	47.9	51.5	36.6	44.6
Отрицательно	8.1	10.5	12.9	16.3
Не влияет	44.0	38.0	50.5	39.1

Источник: данные опросов предприятий, проведенных Исследовательским центром ИПМ в 2015 и 2020 гг.

Сравнение ответов экспортеров с предприятиями, работающими на внутренний рынок, выявило различие в восприятии ими евразийской интеграции в контексте экономического развития Беларуси. Оценки МСП, поставляющие продукцию за рубеж, были более позитивными. Однако удельный вес тех, кто придерживался такого мнения, заметно снизился. В 2020 г. только 42% экспортеров полагало, что евразийская интеграция положительно повлияла на экономическое развитие Беларуси, в то время как в 2015 г. так

считало 51.7% предприятий. Среди предприятий, работающих на внутренний рынок, удельный вес позитивно оценивающих ситуацию составлял 46.2% и 33.4% соответственно (рис.16а). Суждения не экспортирующих МСП относительно будущего влияния на экономику страны сместились от положительных оценок в сторону нейтральных (рис 16 б). Среди предприятий, поставляющих продукцию за рубеж, также отмечалось заметное снижение тех, кто полагал, что воздействие будет позитивным (с 57.6% в 2015 г. до 50% в 2020 г), и при этом наблюдался рост удельного веса компаний, считающих, что оно будет негативным (с 8.5% до 14.8% соответственно).

Рис. 16. Распределение ответов МСП на вопрос о влиянии участия в ЕАЭС на экономическое развитие страны (% предприятий)



Источники: данные опросов предприятий, проведенных Исследовательским центром ИПМ в 2015 и 2020 гг.

С целью более подробного изучения особенностей ведения бизнеса МСП в контексте интеграции особое внимание уделялось доступности внешних рынков. При ее исследовании в первую очередь изучалось мнение МСП, занимающихся экспортом товаров или услуг. Все опрошенные предприятия экспортеры признают, что доступность рынка стран, участвующих в евразийской интеграции выше, чем других рынков. Среди МСП, вывозящих продукцию за рубеж, удельный вес считающих рынок стран ЕАЭС труднодоступным, почти не изменился в 2020 г. по сравнению с 2015 г. и составил всего 11.8% (табл.4). в то время как доля тех, кто не видит проблем с доступом немного увеличилась до 59.5%. Сопоставление результатов двух опросов показывает рост удельного веса экспортеров, по мнению которых, рынки стран ЕС являются труднодоступными (44,5% в 2020 г.). В отношении других стран мнение предприятий стало немного более позитивными, и доля тех, кто считает, что попадание на них сопряжено с большими сложностями, незначительно уменьшилась. При этом перераспределение ответов произошло в пользу высокой доступности, на которую указали 16.8% респондентов (15.2% в 2015 г).

Для получения более точных оценок доступности рынков стран, участвующих в евразийской интеграции, по сравнению с другими странами, отдельно были рассмотрены ответы предприятий, которые экспортируют продукцию и в страны ЕАЭС, и по другим географическим направлениям – своего рода «универсальных» экспортеров. Это позволило узнать мнение тех, кто может сопоставить барьеры на пути движения своей продукции как в государства-участницы евразийской интеграции, так и в прочие страны. Как свидетельствуют данные табл. 5, на высокую доступность поставок в страны ЕАЭС по-прежнему указывали около 70% опрошенных предприятий, экспортирующих товары по разным географическим направлениям. Причем этот показатель был

заметно выше, чем у тех, кто вывозит товары только в страны ЕАЭС (56.5%). Это говорит о том, что евразийская интеграция действительно снимает барьеры на пути движения продукции МСП, о чем, в частности, свидетельствуют ответы тех предприятий, которые в равной степени конкурентоспособны как в государствах ЕАЭС, так и в прочих странах.

Таблица 4. Мнение респондентов экспортеров о доступности рынков для экспортной продукции (% предприятий)

	2015			2020		
	ЕАЭС	рынки стран ЕС	другие страны	ЕАЭС	рынки стран ЕС	другие страны
низкая доступность	11	40.7	42.4	11.8	44.5	40.5
умеренная доступность	31.4	41.5	42.4	28.7	36.8	42.7
высокая доступность	57.6	17.8	15.2	59.5	18.7	16.8

Источник: данные опросов предприятий, проведенных Исследовательским центром ИПМ в 2015 и 2020 гг.

Таблица 5. Мнение респондентов-экспортеров, имеющих широкую географию поставок, о доступности рынков для экспортной продукции (% предприятий)

	2015			2020		
	ЕАЭС	рынки стран ЕС	другие страны	ЕАЭС	рынки стран ЕС	другие страны
низкая доступность	14.9	34.9	24.8	5.6	33.4	16.7
умеренная доступность	15.0	35.1	50.0	25.0	36.1	61.1
высокая доступность	70.1	30	25.2	69.4	30.5	22.2

Источник: данные опросов предприятий, проведенных Исследовательским центром ИПМ в 2015 и 2020 гг.

Важно отметить также, что «универсальные» экспортеры гораздо более позитивно, чем компании, поставляющие продукцию в ЕАЭС, оценивали доступность рынков стран ЕС и других стран. В 2020 г. 30.5 % опрошенных из первой группы полагали, что нет особых проблем с попаданием на рынки Европейского союза (30% в 2015 г). Это может быть связано с тем, что сложность выхода на данные рынки преувеличивается теми, кто поставляет продукцию преимущественно на традиционные рынки ЕАЭС, и в частности, Россию.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Среди опрошенных предприятий только 36% экспортировали свою продукцию или услуги. Однако, согласно ответам респондентов, 38.5% МСП имеют намерения начать поставлять продукцию за рубеж. В первую очередь они ориентированы на традиционные рынки России, стран СНГ, Грузии и Украины, 35% опрошенных указали данные направления, в качестве потенциально возможных для поставок за границу. Европейский союз также представляет интерес для МСП, причем в равной степени это относится как к странам Балтии, Центральной и Восточной Европы, так и Западной Европы. Такие предприятия нуждаются в особом внимании со стороны государства для поддержки и стимулирования их выхода на зарубежные рынки. Особенно это касается недавно созданных МСП, которым не хватает финансирования, знаний о рынках и внешнеэкономической деятельности, а также информационной поддержки.

Большая часть опрошенных МСП, поставляющих продукцию за рубеж, по-прежнему ориентирована на российский рынок (80.6% в 2020). Однако при этом у компаний наблюдается тенденция к географической диверсификации экспорта, и больше трети МСП ста-

раются вывозить продукцию как в страны СНГ, так и за его пределы. В частности, заметно увеличилась доля предприятий, отправляющих товары и услуги помимо России в страны СНГ, Грузию и Украину, а также страны Западной Европы. Несмотря на то, что только 4.9% опрошенных назвали Китай, как экспортное направление, положительным является тот факт, что не только крупные предприятия, но и малый и средний бизнес осваивает данный рынок.

Проведенный опрос показал, что малые и средние предприятия экспортеры оказываются более экономически устойчивыми с точки зрения состояния продаж и прибыли, более позитивно оценивают свое экономическое положение и положение в отрасли, а также в большей степени ориентированы на расширение бизнеса по сравнению с теми, кто не вовлечен во внешнеэкономическую деятельность. Это соответствует эмпирическим исследованиям, свидетельствующим на примере ряда стран, что показатели экономической деятельности и, в том числе конкурентоспособность, у экспортеров, как правило выше.

Опрос предприятий об участии Беларуси в евразийской экономической интеграции и выяснение их мнения относительно ее влияния на бизнес и развитие страны выявил снижение в 2020 г. удельного веса положительных оценок членства в данном интеграционном объединении. Это можно объяснить как низкими темпами экономического роста в России, которая является основным экспортным рынком для белорусской продукции, так и тем фактом, что изменения, связанные с интеграционными инициативами, ощущались предприятиями в наибольшей степени после создания Таможенного союза, т.е. в 2011–2012 гг. Потом, с одной стороны, у предприятий возникло своего рода «привыкание» к ним, а с другой, по ряду направлений интеграция стала «пробуксовывать», например, прогресс в снижении нетарифных барьеров был недостаточным.

В 2020 г. только 45.5% МСП полагали, что в будущем участие в ЕАЭС позитивно отразится на их деятельности, в то время как в 2012 г более 70% считали, что единое экономическое пространство положительно повлияет на бизнес. Это вероятно связано с тем, что ожидания МСП относительно возможностей, которые интеграция могла бы перед ними открыть были очень высокими. Однако поскольку они реализовались не в полной мере, наблюдалось уменьшение оптимизма предприятий по данному поводу. Опрос также выявил снижение доли респондентов, считающих, что евразийская интеграция окажет положительное влияние на экономику Беларуси. При этом перераспределение ответов произошло от положительных оценок в сторону отрицательных. Отчасти это может быть обусловлено проблемами, возникшими в белорусско-российских экономических отношениях в связи с поставками энергетических товаров, и в частности, нефтепродуктов, а также ограничительной политикой России в отношении белорусских товаров, например, продовольствия. В то же время анализ показывает, что ответы экспортеров и не экспортирующих предприятий различались. Первая из вышеназванных групп предприятий более позитивно оценивала и текущее, и будущее влияние евразийской интеграции на бизнес и на развитие страны. Следует отметить, что полученные результаты оценок по ЕАЭС могут также свидетельствовать о недостаточной осведомленности предприятий о том, что подразумевает та или иная оговоренная в Договоре о Евразийском союзе интеграционная инициатива. Поэтому им сложно оценить в полной мере степень ее влияния на бизнес. К тому же ряд инициатив имеют долгий срок имплементации, что также затрудняет оценку.

Опрошенные предприятия экспортеры признают, что доступность рынка стран, участвующих в евразийской интеграции выше, чем других рынков. Причем, около 70% респондентов, поставляющих товары по разным географическим направлениям, отмечают высокую доступность рынка ЕАЭС, в то время как среди тех, кто вывозит продукцию только в страны данного интеграционного объединения, так считают только

56.5%. Более высокий процент положительных оценок среди предприятий, которые могут сравнивать легкость попадания на рынки в разных странах, говорит о том, что евразийская интеграция действительно снимает барьеры на пути движения продукции МСП.

Следует также отметить, что экспортеры, имеющие широкую географию поставок, гораздо более позитивно, чем компании, вывозящие продукцию только в ЕАЭС, оценивали доступность рынков ЕС и других стран. Таким образом, сложность выхода за пределы ЕАЭС возможно преувеличивается теми МСП, которые поставляют продукцию преимущественно на традиционные рынки, и в частности, Россию.