

МАГИСТРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

«Управление бизнесом» 5А340401

САБИТОВА ЭВЕЛЕНА

“Мировой опыт развития малого бизнеса”

ВВЕДЕНИЕ

Важнейшими приоритетными направлениями в условиях демократизации и обновления общества, реформирования и модернизации страны являются обеспечение опережающего развития частного сектора, увеличение его доли в экономике страны, а также необходимость углубления и расширения масштабов работы по развитию некоего бизнеса и фермерства. Президентом И.А.Каримовым в докладе «Об итогах социально-экономического развития республики в 2007- году и важнейших приоритетах углубления экономических реформ в 2008 году» определены важнейшие приоритеты экономической программы на 2008 год. Среди них одним из основных приоритетов является – всестороннее поддержка ускоренного развития малого бизнеса и частного предпринимательства, решение на этой основе проблем занятости населения и повышения благосостояния людей.¹

Актуальность работы заключается в том, что малый бизнес общепризнан наиболее подвижной и быстро реагирующей сферой рынка, ориентированной на удовлетворение текущих потребностей населения и составляющей основную силу предпринимательства. Одним из существенных преимуществ малых предприятий является их способность проникать в неэффективные для крупных предприятий ниши экономики.

С годами становления новой, "узбекской" модели экономики, в основу стратегического развития которой легло создание многоукладной экономики, приоритет был отдан частной собственности и малому бизнесу. Как отмечал Президент Республики Узбекистан И. А. Каримов: Говоря о либерализации в сфере экономики, в первую очередь имеем в виду коренное решение ключевого вопроса - вопроса собственности, и формирования на этой основе класса собственников. Если говорить другими словами, нам надлежит реализовать цель, которую поставили перед собой, - формирование многоукладной экономики, в которой ведущую роль занимает частная собственность. Наличие в стране преобладающего класса собственников служит гарантом стабильности и благополучия в обществе"².

С учётом роли малого бизнеса в Узбекистане принят ряд

¹ И.А.Каримов. Доклад «Об итогах социально-экономического развития республики в 2007 году и важнейших приоритетах углубления экономических реформ в 2008 году» Т. «Народное слово» 9 февраля 2008 г

² Доклад Президента Республики Узбекистан И. Каримова на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан "Наша главная цель- демократизация и обновление общества, реформирование и модернизация страны" Т. «Народное слово», 28 января 2005 год.

законодательных и нормативных актов, регламентирующих его развитие и создающих основу для его государственной поддержки. За годы независимости создана и расширяет сферу своей деятельности рыночная инфраструктура, призванная содействовать развитию малых предприятий.

О приоритетности и первостепенной значимости развития МБ в Республике свидетельствуют создаваемые ведомства, специализированные институты рыночной инфраструктуры, деятельность которых направлена на поддержку и стимулирование МП, такие как Палата товаропроизводителей и предпринимателей Узбекистана, Ассоциация фермерских хозяйств, объединяющая малых производителей в сельской местности, Республиканский координационный совет по стимулированию развития частного предпринимательства. С 1998 года наряду с фермерскими хозяйствами начали развиваться дехканские хозяйства, создаваемые на базе личных подсобных хозяйств населения. Финансовую поддержку деятельности малых предприятий осуществляют такие организации, как "Бизнес Фонд", "Тадбиркорбанк", Страхование агентство "Мадад" и другие.

Вместе с тем, возможности малых предприятий в производственной деятельности пока ещё недооценены и используются далеко не полностью, что и обусловило выбор данной темой, где изучаются проблемы создания и развития малого и среднего бизнеса зарубежом, а также возможности применения мирового опыта в Узбекистане.

Целью работы является рассмотрение, изучение, и анализ опыта развития малого и среднего бизнеса в зарубежных странах с различным уровнем экономического развития, а также путей применения этого опыта в развитии частного предпринимательства и малого бизнеса в условиях реформирования и модернизации экономики Узбекистана.

Основными задачами являются:

- Оценка роли и места малого бизнеса в экономическом развитии страны в целом.
- Рассмотрение общетеоретических основ создания малого бизнеса и частного предпринимательства.
- Особенности развития малого бизнеса в Узбекистане.
- Изучение опыта поддержки малого бизнеса в разных странах.
- Определение сферы эффективного применения зарубежного опыта в практике развития малого бизнеса и частного предпринимательства.

➤ Аспекты возможности применения и использования японского опыта развития малого бизнеса в Узбекистане.

➤ Рассмотрение современных тенденций и перспективы участия субъектов малого бизнеса во внешнеэкономической деятельности Республики Узбекистан в условиях либерализации экономики.

Степень изученности. Проблемы становления и развития малых предприятий, современные условия их функционирования наиболее ярко освещены в исследованиях западных ученых-экономистов.

Наиболее известные публикации по данной работе выполнены А.Хиршманом, Х.Ченери, Х.Хьюзом, А.Крюгером, У.Ростом и другими. Данная тематика также нашла отражение в исследованиях ученых стран СНГ, среди которых хотелось бы выделить Л.И.Абалкина, И.Фаминского, В.И. Филиппова и других. Вопросам малого бизнеса посвящены также работы ученых Узбекистана: Д.К.Ахмедова, Л.Х.Расулева, А.М.Алимова и других.

Функционирования малых предприятий в нашей стране, в особенности их внешнеэкономическая деятельность, в условиях переходной экономики, достаточно эффективна, тогда как в предпринимательских кругах имеется потребность в конкретных рекомендациях и действенных мерах по урегулированию вопросов экспортной ориентации и импортозамещения, исследования малого бизнеса и частного предпринимательства и его составляющие.

Предмет и объект исследования. Объектом исследования данной работы является сектор малого и среднего бизнеса ряда развитых и развивающихся стран, а также сектор малого бизнеса Узбекистана. **Предмет** исследования — принципы развития малого и среднего бизнеса в данных странах, государственные программы и инициативы по поддержке субъектов «малого и среднего бизнеса, как за рубежом, так и в Узбекистане.

Методика и методология исследования. В процессе написании данной работы были использованы труды Президента Республики Узбекистан И.А. Каримова, труды отечественных и зарубежных авторов, статистические данные о развитии малого и среднего бизнеса, материалы периодической печати и сети Интернет.

Научная новизна исследования. Новизной работы является то, что в данной работе рассматриваются и обобщаются принципы развития и поддержки малого и среднего бизнеса в различных по уровню развития сферах. А также анализируется развитие данного сектора в Узбекистане, и на основе проведенного анализа, рассматриваются предложения по применению международного опыта в Узбекистане.

Практическая значимость и внедрение результатов исследования. Материал настоящей работы может быть использован субъектами малого бизнеса для ознакомления с принципами развития данного сектора за рубежом, а также использован как дополнительный материал для предметов по предпринимательству и международному бизнесу.

Результаты исследования. В результате исследований, проведенных в процессе данной работы, были выработаны предложения по дальнейшему реформированию системы поддержки малого бизнеса в Узбекистане, по применению успешных государственных программ и инициатив, проведенных в зарубежных странах, в нашей стране.

Краткое обобщение выводов и заключение. Большинство рассмотренных мер по поддержке малого предпринимательства могут представлять интерес для Узбекистана. При этом большой интерес вызывают меры институциональной поддержки процесса становления малого и среднего предпринимательства в развитых странах. Кроме этого, большой интерес представляет созданная во многих странах нормативно-правовая база становления и развития малого и среднего бизнеса и ее адаптация. Несомненный интерес представляют структура, содержание и механизм действия различных государственных нормативно-правовых актов, регламентирующих создание и функционирование малых и средних предприятий, организацию антимонопольной деятельности по защите прав и интересов субъектов малого бизнеса, страхование рисков частных предпринимателей, работа саморегулируемых общественных организаций по поддержке малого и среднего предпринимательства. Применение данного

международного опыта и дальнейшее реформирование системы поддержки малого и среднего предпринимательства в Узбекистане, безусловно, приведет к улучшению условий ведения бизнеса в нашей стране, ускорит процессы рыночных преобразований и повысит уровень инициативности предпринимателей республики.

Вступив на путь глубоких экономических и социальных преобразований. Узбекистан с первых лет независимости проводит курс на формирование многоукладной национальной экономики, составной частью которой выступает малое бизнес и частное предпринимательство, формирующее класс собственников.

Осознавая огромный потенциал малого бизнеса и его особую роль в становлении рыночных отношений, государство принимает, безусловно прогрессивные законы, включая Закон Республики Узбекистан "О гарантиях свободы предпринимательской деятельности", указы Президента и решения правительства, направленные на укрепление правовой базы, создание системы сильных стимулов и гарантий для субъектов предпринимательской деятельности.

В последние годы в Узбекистане значительно облегчена система налогообложения субъектов малого и среднего бизнеса, существенно упрощен порядок открытия, учета и отчетности малых предприятий активизировалась работа по защите от вмешательства в их финансово-хозяйственную деятельность со стороны местных органов власти и контролирующих органов.

Среди проблем об углублении экономических реформ, о которых подробно говорит Президент нашей страны И.А. Каримов в своем фундаментальном труде "Узбекистан по пути углубления экономических реформ", особое место занимает проблема развития малого бизнеса. Перестройка централизованной экономики показала, что малое предпринимательство играет ключевую роль в новой экономической системе. Поэтому она требует изучения опыта высокоразвитых стран с целью

избрания соответствующей и подходящей модели для Республики Узбекистан.

Учитывая, что каждая страна на различных этапах экономического развития использует свои специфические подходы к развитию МСП, трудно выбрать какие-то конкретные формы и методы развития МСП. В такой ситуации изучение и правильное понимание принципов организации работы малого предпринимательства в развитых и развивающихся странах может помочь в моделировании эффективной системы политической, социальной и экономической поддержки малого предпринимательства в Республике Узбекистан.

Всесторонний учет исторических, экономических и социальных факторов становления малого бизнеса в разных странах с развитой сферой малого предпринимательства, правильная оценка степени развития различных экономик, общности культуры, уровня развития рынка капитала, рабочей силы позволяет сделать вывод о наличии целого ряда схожих условий становления малого бизнеса в Узбекистане и за рубежом. Такая работа позволит выбрать примененные другими странами и самые оптимальные для Узбекистана методы развития малого бизнеса.

В этой работе производится анализ программ и инициатив по поддержке развития малого предпринимательства и бизнеса, как в ключевых развитых, так и в некоторых развивающихся странах. Выделяются главные принципы работы различных правительств и государств с малым бизнесом. В последней главе приведена информация о настоящем состоянии малого предпринимательства Узбекистана и даны комментарии о возможности применения рассмотренного в работе международного опыта развития малого бизнеса в Узбекистане.

Структура и содержание работы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Также прилагаются таблицы и графики, анализирующие динамику и текущее состояние развития малого бизнеса в Узбекистане и за рубежом.

ГЛАВА I. МАЛЫЙ БИЗНЕС И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ

1.1. СУЩНОСТЬ МАЛОГО БИЗНЕСА И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В экономике развитых стран одновременно функционируют крупные, средние и малые предприятия, а также осуществляется деятельность, базирующаяся на личном и семейном труде.

Размеры предприятий зависят от специфики отраслей, их технологических особенностей, от действия эффекта масштаба. Есть отрасли, связанные с высокой капиталоемкостью и значительными объемами производства, и отрасли, для которых не требуются предприятия больших размеров, а напротив, именно малые оказываются более предпочтительными.

Для современной экономики характерна сложная комбинация различных по масштабам производств: крупных с тенденцией к монопольным структурам и небольших, складывающихся под влиянием многих факторов.

С одной стороны, устойчивой тенденцией научно-технического прогресса является концентрация производства. Именно крупные фирмы располагают большими материальными, финансовыми, трудовыми ресурсами, квалифицированными кадрами. Они способны вести крупномасштабные научно-технические разработки, которые и определяют технологический прогресс.

С другой стороны, в последнее время выявился небывалый рост предприятий малого и среднего бизнеса, особенно в сферах, где пока не требуется значительных капиталов, больших объемов оборудования и кооперации множества работников. Малых и средних предприятий особенно много в наукоемких видах производства, а также в отраслях, связанных с производством потребительских товаров и оказанием услуг.

Эффективное функционирование малых форм производства определяется рядом их преимуществ по сравнению с крупным производством: близость к местным рынкам и приспособление к запросам клиентуры; производство малыми партиями (что невыгодно крупным фирмам); исключение лишних звеньев управления и т.д. Малому производству способствуют дифференциация и индивидуализация спроса в

сфере производственного и личного потребления.

Развитие производства предприятий малого бизнеса создает благоприятные условия для оздоровления экономики, поскольку развивается конкурентная среда, создаются дополнительные рабочие места, активнее идет структурная перестройка, расширяется потребительский сектор. Кроме того, развитие малого бизнеса ведет к насыщению рынка товарами и услугами, к повышению экспортного потенциала, лучшему использованию местных сырьевых ресурсов.

Все мелкие и средние предприятия можно условно разделить на две группы. *Первая группа* — предприятия, прямо или косвенно связанные с крупным бизнесом. Оставаясь юридически самостоятельными, они работают по контракту с крупными предприятиями. Для этой группы предприятий характерны: специализация на производстве ограниченного круга деталей и узлов (что избавляет крупные предприятия от их производства в своих цехах); более низкие издержки производства, позволяющие крупному бизнесу экономить свои ресурсы; гибкость производства, способствующая его быстрой переналадке, смене моделей. Наконец, предприятия малого бизнеса в условиях нового этапа научно-технического прогресса выступают, с одной стороны, как экспериментаторы для крупных фирм, а с другой — как фирмы, обслуживающие новые товары, созданные крупными предприятиями.

Ко *второй группе* относятся предприятия малого бизнеса, непосредственно конкурирующие с предприятиями крупного бизнеса и друг с другом на рынке. Предпосылками для бурного развития предприятий этой группы являются: способность быстро реагировать на требования рынка и удовлетворять возникающий спрос на товары и услуги; существенно меньший по размерам стартовый капитал, что позволяет свободнее маневрировать по сравнению с более сильными соперниками; стремление заполнить ниши, которые по различным причинам не выгодны крупным фирмам; и наконец, ценовая политика крупных фирм, диктующих рынку довольно высокие цены.

Малый бизнес играет важную роль в развитии экономики многих стран. В странах Европейского сообщества (ЕС), в США и Японии на малые и средние предприятия приходится около 50% общей численности занятых. Их доля в ВВП превышает 50% (табл. 1.1).

Таблица 1.1

Масштабы развития предприятий малого бизнеса в России и в зарубежных странах³

Страны	Количество малых и средних фирм		Число занятых, млн. чел.	Доля малых и средних фирм, %	
	тыс. ед.	в расчете на одну тыс. жителей		в общей численности занятых	в ВВП
Великобритан	2930	46	13,6	49	50-53
Германия	2290	37	18,5	46	50-54
Италия	3920	68	16,8	73	57-60
Франция	1980	35	15,2	54	55-62
Страны ЕС	15 777	45	68	72	63-67
США	19 300	74,2	70,2	54	50-52
Япония	6450	49,6	39,5	78	52-55
Россия	836,6	5,65	8,1	9,6	10-11

Вместе с тем, как видно из табл. 1.1, развитие малого бизнеса в России существенно отстает в сравнении с рядом развитых стран. В составе важнейшего итогового показателя — ВВП доля малых и средних предприятий в России составляет лишь 10—11%, в то время как в развитых странах — 50—60%.

Малый бизнес в рыночной экономике - является ведущим сектором,

³ Блинов А. Условия регулирования малого // Экономист.- 1999.- №2. – С. 75.

определяющим темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта, доказательством чего является статистика, свидетельствующая, что во всех развитых странах на долю малого и среднего бизнеса приходится 60 - 70% ВВП. Малые и средние предприятия составляют свыше 98% общего числа предприятий почти в каждой стране OECD (Организация Экономического Сотрудничества и Развития) и почти половину или более общей занятости. Вот почему абсолютное большинство развитых государств мира всемерно поощряет деятельность малого и бизнеса и частного предпринимательства. В мировой экономике функционирует огромное количество Малых фирм, компаний и предприятия. Например, в Индии число малых фирм и частых предприятий превышает 12 млн., а в Японии 9 млн. На долю малого и среднего бизнеса, например, только в США приходится почти половина прироста национального продукта и две трети прироста новых рабочих мест. Но дело не только в этом, частное предпринимательство, оперативно реагируя на изменение конъюнктуры рынка, придает рыночной экономике необходимую гибкость, формирует конкурентную среду, что для нашей в прошлом высокомонополизированной экономики имеет первостепенное значение. Нельзя также забывать, что МБ и ЧП оказывают меньшее воздействие и на экологическую обстановку, способствуют прорыву по ряду важнейших направлений НТП, прежде всего в области электроники, кибернетики и информатики. Но прежде, чем рассматривать сектор МБ и ЧП необходимо выяснить, что мы понимаем под этим. Сам термин "малый бизнес и частное предпринимательство" обладает целым рядом определений, и в мире нет единого, принятого для всех стран определения. Определения широко варьируются среди стран - наиболее общие критерии, используемые в большинстве стран - занятость и/или размер капитала. В странах Европейского Союза, например, малые предприятия определяются с точки зрения занятости (менее чем 500 служащих для средних предприятия, до 100 - для малых, и менее 10 - для микро-предприятия), оборота от деятельности (менее 40 млн. евро для средних предприятия, менее 7 млн. - для малых), и активов (менее 27 млн. евро и до 5 млн. евро соответственно). В (Соединенных Штатах Америки наоборот, стандарты размера были установлены для типов хозяйственной деятельности или промышленности. Аналогичная процедура

используется в Японии. Эти страны делают упор на различие между производством и сферой услуг МБ и ЧП. Некоторые страны различают автономные МП и те, которые связаны с большими предприятиями или группами, или опознают МП с точки зрения структуры управления (например, персональное участие владельца или семейная собственность).

В целом, МП создают от 15 до 50% добавленной стоимости в мировом производстве с небольшим различием в разрезе отдельных стран. Средняя продолжительность жизни МП составляет около 6 лет. Но число новых предприятий всегда превышает число закрывшихся. Все малые довольно быстро реагируют на внешние условия и видоизменяют конечную продукцию, следуя за спросом, осваивая новую продукцию. Например, малые предприятия в Японии способны завершить опытное производство в течении недели, в то время как на крупных предприятиях это заняло бы гораздо больше времени. Развитие малых и средних предприятий в странах переходного периода как, например, странах центральной и восточной Европы было менее важным для политиков с позиции значимости по сравнению с другими аспектами экономических реформ в ранний период. Сегодня можно уже с уверенности говорить о признании ведущей роли МП в Польше, Венгрии и Чешской Республике. Статистика последних лет показывает функционирование более одного миллиона МП в Польше (1,057,102), более полмиллиона в Венгрии (519,502) и около 700 000 в Чешской Республике. Важно, что большинство этих предприятия были созданы в течение переходного периода. Значение большинства МП является не просто экономическим: МП предлагают свободу выбора. В то время как нерыночная экономика отличается доминирующей ролью некоторых крупных предприятий-монополистов, МП является отличительной характеристикой всецело свободных рыночных отношений. Свобода, подразумеваемая в МП несовместима с плановой экономической системой. Кроме того, теоретический фон плановой экономики полностью базировался на таких показателях и стандартах, в которых не было отведено место для МП, что означало, что командная система будет еще более безрезультатной в случае существования сектора МБ и ЧП. Следует подчеркнуть, что предприниматели заинтересованы в политической и экономической стабильности общества, без чего им невозможно осуществлять свою

деятельность и получать доход. Именно поэтому предприниматели будут всячески способствовать консолидации общества, - а это одна из важнейших задач государства. Кроме того, у государства и предпринимательства есть и другие общие цели:

- наиболее полное удовлетворение потребности людей в товарах и услугах (предприниматели реализуют товар (услугу) и получают прибыль, а государство заинтересовано в развитии отечественного производства, внедрении новых технологий, получении налогов);

- «повышение конкурентоспособности товаров и услуг, расширение экспорта, занятие достойного места на мировом рынке, выход на международный уровень.

Из вышеизложенного следует, что **государство и предпринимательство – союзники**, они нуждаются в поддержке друг друга. Учитывая важную роль, которая принадлежит МБ в реформировании национальной экономики и становления среднего класса собственников в нашей стране, в Республике сделано немало, чтобы превратить МБ и динамично развивающийся сектор национальной экономики. Однако на пути становления малого бизнеса в Республике Узбекистан стоит немало объективных и субъективных трудностей политического, экономического и организационного характера. Одной из них является слабое знание работниками государственных, корпоративных и общественных организаций Узбекистана и самими предпринимателями богатого зарубежного опыта становления и развития МБ. Если в развитых странах мира в настоящее время для МБ и ЧП созданы практически все необходимые условия для становления и развития, то в странах с переходной рыночной экономикой процесс институционального и функционального обеспечения МБ и ЧП только начинает набирать обороты и приобретать цивилизованный характер. Сказанное, в первую очередь, относится к вопросам финансово-экономической и имущественной поддержки предприятий малого бизнеса. Наличие вышеизложенного делает необходимым всестороннее изучение зарубежного опыта поддержки и развития МБ и ЧП, а также быстрого и широкого внедрения в практику работы малых предприятий Узбекистана результатов и практических рекомендаций, полученных в процессе исследования.

1.2. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ, СОЦИАЛЬНЫЕ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Для формирования малого бизнеса необходимы определенные экономические, социальные, правовые и другие условия. Экономические условия — это:

- предложение товаров и спрос на них;
- виды товаров, которые могут приобрести покупатели;
- объемы денежных средств, которые могут быть истрачены на покупки;
- избыток или недостаточность рабочих мест, рабочей силы, влияющие на уровень заработной платы работников, т.е. на их возможность приобретать товары.

На экономическую обстановку существенно влияют наличие и доступность денежных ресурсов, уровень доходов на инвестированный капитал, а также величина заемных средств, необходимых предпринимателям для финансирования своих деловых операций, которые готовы предоставить им кредитные учреждения.

Всем этим занимается множество организаций, составляющих инфраструктуру рынка, с помощью которой предприниматели могут устанавливать деловые взаимоотношения и вести коммерческие операции.

К таким организациям относятся:

- банки, оказывающие финансовые услуги;
- поставщики, организующие снабжение сырьем, материалами, полуфабрикатами, комплектующими изделиями, энергией, машинами и оборудованием, инструментом и др.;
- оптовые и розничные продавцы, предоставляющие услуги по доведению товаров до потребителя;
- специализированные фирмы и учреждения, оказывающие профессиональные юридические, бухгалтерские, посреднические услуги;
- агентства по трудоустройству, занимающиеся подбором рабочей силы;
- учебные заведения, обучающие рабочих и специалистов-служащих;
- прочие агентства — рекламные, транспортные, страховые и т.п.;

- средства связи и передачи информации.

Элементы процесса функционирования малого бизнеса представлены в табл. 1.2

Таблица 1.2

Элементы процесса функционирования малого бизнеса

<i>Определение и оценка возможностей малого бизнеса</i>	<i>Разработка бизнес-плана</i>	<i>Определение потребности в ресурсах</i>	<i>Управление предприятием малого бизнеса</i>
<p>Продолжительность бизнеса Рынок для реализации бизнеса</p> <p>Анализ конкуренции Ценность бизнеса для рынка и предприятия Риск и прибыль, которые содержит бизнес Предпринимательские знания, навыки, желания</p>	<p>Раздел I Вступление Описание бизнеса Содержание плана</p> <p>Раздел II 1. Описание предприятия (резюме) 2. Анализ отрасли 3. План производства 4. План маркетинга 5. Финансовый план 6. Организационный план 7. Операционный план Заключение. Расчет эффективности</p>	<p>Определение необходимых ресурсов Определение имеющихся ресурсов</p> <p>Идентифицирование потребности в ресурсах Определение поставщиков необходимых ресурсов Разработка подхода к поставщикам</p>	<p>Разработка стиля управления Внедрение системы контроля Разработка организационных процедур</p> <p>Регулярное проведение SWOT-анализа (сильные стороны, слабые, возможности и угрозы, их оценка) Определение факторов успеха</p>

Вплотную к экономическим примыкают социальные условия формирования малого бизнеса. Прежде всего это стремление покупателей приобретать товары, отвечающие определенным вкусам и моде. На разных этапах потребности могут меняться. Существенную роль в формировании потребностей играют нравственные и религиозные нормы, зависящие от социально-культурной среды. Они оказывают прямое воздействие на образ жизни потребителей и опосредованно — на их спрос на товары. Социальные условия влияют на отношение индивидуума к работе, что в

свою очередь влияет на его отношение к величине заработной платы и к условиям труда, предлагаемым бизнесом.

От своей деятельности предприниматель должен получать удовлетворение. Он участвует в решении социальных вопросов, касающихся его сотрудников (охраны их здоровья, сохранения рабочих мест и др.).

Важную роль в формировании малого бизнеса играют подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров. Речь идет об организации обучения современным методам ведения предпринимательской деятельности, обучения и переобучения кадров, о стажировке в зарубежных странах, об организации подготовки и переподготовки преподавательских кадров для обучения предпринимателей, о создании сети консультативных центров, проводящих профессиональный отбор и ориентацию кадров сектора малого бизнеса, и т.п.

Любая предпринимательская деятельность функционирует в рамках соответствующей правовой среды. Поэтому большое значение имеет создание необходимых правовых условий, к которым относятся наличие законов, регулирующих предпринимательскую деятельность, создающих наиболее благоприятные условия для ее развития.

Правовые нормы должны обеспечивать:

- упрощенную и ускоренную процедуру открытия и регистрации предприятий малого бизнеса;
- защиту предпринимателей от государственного бюрократизма;
- совершенствование налогового законодательства в направлении мотивации производственной предпринимательской деятельности, развития совместной деятельности предпринимателей Узбекистана с предпринимателями зарубежных стран. Сюда входят также создание региональных центров поддержки предприятий малого бизнеса, усовершенствование методов учета и форм статистической отчетности. Большое значение имеет подготовка законодательных инициатив по вопросам правовых гарантий малого бизнеса, включая право на собственность и соблюдение договорных обязательств.

Примером может служить складывающаяся в течение многих лет система законов, действующих в сфере малого бизнеса в США. Приведем лишь некоторые из них⁴ (табл. 1.3).

Обосновывая необходимость государственного регулирования предпринимательской деятельности, Ф. Котлер называет три основные причины, в силу которых появились соответствующие законодательные акты:

- необходимость защитить фирмы друг от друга. «Предприниматели в один голос превозносят конкуренцию, но, когда затрагивают их собственные интересы, пытаются нейтрализовать ее»⁵. Отсюда принятие законов, предотвращающих проявления недобросовестной конкуренции;
- необходимость защиты потребителей от недобросовестной деловой практики. Этим объясняется направленность законов против тех фирм, которые, оставшись без присмотра, могут начать выпускать плохие товары, лгать в рекламе, вводить в заблуждение посредством упаковки и уровня цен;
- необходимость защиты высших интересов общества от разнузданности предпринимателей. Как очень мягко указывает Ф. Котлер, «ведь предпринимательская деятельность не всегда обеспечивает нам лучшее качество жизни»⁶.

Рыночная экономика, несмотря на ее многие положительные черты, не способна автоматически регулировать все экономические и социальные процессы в интересах общества в целом и каждого гражданина в отдельности. Она не обеспечивает социально справедливое распределение дохода, не гарантирует право на труд, не поддерживает социально незащищенные слои населения. Не решает рыночная экономика и многие другие актуальные проблемы.

Обо всем этом должно позаботиться государство путем создания механизма государственного воздействия на предпринимательскую деятельность. То, на что другие страны затрачивали десятилетия, России предстоит пройти за значительно более короткий срок

⁴ Котлер Ф. Основы маркетинга /Пер. с англ. — СПб.: АО «Коруна», АОЗТ «Литера Плюс». - 1994. - С. 131-133

⁵ Котлер Ф. Цит. Произв. С. 130.

⁶ Там же.

Таблица 1.3

Законы, действующие в сфере малого бизнеса в США

Закон	Основные положения закона
Антитрестовский закон Шермана (1890 г.)	Запрещение (а) «монополий или попыток монополизации», а также (б) «договоров, разного рода объединений и сговоров, направленных на ограничение торговли между штатами или внешней торговли»
Закон о доброкачественности пищевых продуктов и медицинских препаратов (1906 г.)	Запрещение производства, продажи или транспортировки фальсифицированных или неправильно маркированных продуктов или лекарств в рамках межштатовой торговли. В 1938 г. заменен Федеральным законом о пищевых продуктах, медикаментах и косметических средствах. В 1958 и 1962 гг. в него внесены ужесточающие поправки
Закон об учреждении Федеральной торговой комиссии (1914 г.)	Учреждение комиссии — специализированного органа с широкими полномочиями по расследованию и пресечению действий, подпадающих под юрисдикцию ст. 5, которая провозглашает, что «недобросовестные методы конкуренции в торговле являются незаконными»
Закон Клейтона (1914 г.)	Дополнение к закону Шермана, запрещающее отдельные виды практической деятельности (определенные разновидности ценовой дискриминации, включение в соглашения пунктов, ограничивающих действия партнера, использование ограничительной практики сбыта, владение акциями других корпораций и установление совместных директоров)
Закон Уилера Ли (1938 г.)	Запрещение недобросовестных и обманных действий и приемов независимо от того, наносится ли при этом ущерб конкуренции; учреждение юрисдикции Федеральной торговой комиссии над рекламой пищевых продуктов и медикаментов
Закон об отражении истины на упаковке и в маркировке товаров (1966 г.)	Введение правил на упаковку и маркировку товаров широкого потребления. Обязал производителей указывать точное содержание упаковки, имя изготовителя и точное количество содержимого
Закон о безопасности потребительских товаров (1972 г.)	Учреждение Комиссии по проблемам безопасности потребительских товаров и наделение ее правом введения стандартов безопасности на товары широкого потребления и санкций за несоблюдение этих стандартов
Закон о добросовестной практике взимания долгов (1978 г.)	Объявление незаконными докучливое преследование или жестокое обращение с людьми, распространение лживых заявлений или использование недобросовестных методов при сборе долгов

1.3. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ПОДДЕРЖКА МАЛОГО БИЗНЕСА И ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УЗБЕКИСТАНЕ.

Важнейшим условием социально-экономического развития Узбекистана при переходе к рыночным отношениям является государственная поддержка предпринимательства. Бизнес, не ощущающий понимания государством своих насущных проблем, лишенный стратегических перспектив, уверенности в своих перспективах и надежной защиты своих законных интересов, значительно снижает инвестиционную активность, ищет защиты своих интересов в локальном теневом лоббировании и построении коррупционных схем.

Малое предпринимательство страны обладает огромным потенциалом. Основные направления малого бизнеса — это торговля, общественное питание, финансовые и туристические услуги. Сельское хозяйство практически мощностью приватизировано, а доля сельского хозяйства в Узбекистане очень значительна. Велика доля малого бизнеса в производстве текстиля. Дальнейшее развитие экономики Узбекистана определяется развитием отраслей, в которых Узбекистан имеет сравнительные преимущества. Если будут развиваться такие отрасли, как текстиль, и если наряду с этим будет осуществляться правильная макроэкономическая, т.е. монетарная и фискальная политика, то перспективы развития узбекской экономики весьма обнадеживающие. Текстиль — это такая отрасль, где продукция более-менее унифицирована. Технология производства одежды и тканей уже отработана, и весь бизнес заключается в том, чтобы снизить издержки производства. Если учесть, что рабочая сила в Узбекистане дешевая и к тому же в наличии имеются достаточные сырьевые ресурсы, то понятно, что узбекская продукция конкурентоспособна на мировом рынке. Сейчас экспорт текстиля растет и растет значительно. В Узбекистане есть много совместных предприятий с турецкими, корейскими, китайскими и западноевропейскими компаниями, которые работают и успешно экспортируют продукцию. В отрасли растет удельный вес малого бизнеса в валовом производстве.

Доля иностранного капитала на душу населения в Узбекистане ниже, чем в Казахстане, Азербайджане или других странах СНГ. Но если брать абсолютное значение, то можно сказать, что иностранные инвестиции оказывают заметное влияние на экономику Узбекистана. Положительную

основную роль в привлечении иностранных средств играет благоприятный инвестиционный климат. Значительную роль в улучшении инвестиционного климата сыграли такие меры как предоставление льгот и налоговых каникул. Так, комментируя Указ главы государства от 11 апреля 2006 года «О дополнительных мерах по стимулированию привлечения прямых частных иностранных инвестиций», Национальное агентство информатизации отмечает, что по объектам, включенным в инвестиционную программу на 2001-2006 годы, иностранным инвесторам реализовано пакетов акций и объектов на 156 миллионов долларов США и почти на три с половиной миллиарда сумов. В текущем году благодаря принимаемым правительством мерам в этом направлении усиливается инвестиционная активность. Согласно заключаемым договорам только в этом году показатель освоения инвестиций может составить 50 миллионов долларов США..

В настоящее время стоимость договоров, подписанных с заинтересованными предпринимателями, превысила 32 миллиона долларов США. Освоены из них 12,5 миллиона долларов, что в два раза больше, чем за тот же период предыдущего года.

Необходимо отметить, что инвестиционная политика, проводимая, правительством по привлечению иностранных инвестиций и создание благоприятного инвестиционного климата дала свои результаты: в 2004 году наблюдалось «редкое —1,5 раза увеличение вложений в нашу экономику прямых иностранных инвестиций, особенно в такие отрасли, как нефтяная, газовая, текстильная промышленность»⁷.

Президент И.А.Каримов в своем докладе на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса в качестве основных приоритетов выдвинул (наряду с другими важными приоритетами) такие задачи как, углубление рыночных реформ и дальнейшую либерализацию экономики, обеспечение опережающего частного сектора, увеличение его доли в экономике республики.⁸ Создание совместных предприятий (СП) с зарубежным капиталом - является одним из важнейших условий осуществления этих задач. И здесь большие надежды возлагаются на Указ

⁷ См.: И.А. Каримов. Наша главная цель - демократизация и обновление общества, реформирование и модернизация страны. 28.01.2005, Т., «Узбекистан», 2005, с. 42.

⁸ Доклад И.А. Каримова на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса, 28.01.2005 г. «Народное слово», 28.01.2005 г.

Президента Республики Узбекистан⁹, основной целью которого является дальнейшее улучшение инвестиционного климата в стране, широкого привлечения частных прямых иностранных инвестиций для реализации программ приватизации, создания новых рабочих мест в трудоизбыточных регионах республики, а также обеспечение надежной правовой защиты и гарантий для зарубежных инвесторов.

Основной объем инвестиций направляется на развитие базовых отраслей экономики и сфер, определяющих место нашей республики на мировом рынке. Существенная их доля приходится на такие отрасли, как нефтегазовая, текстильная и производство продуктов питания.

С 1 июля 2005 года действует порядок применения мер правового воздействия в отношении субъектов предпринимательства только через суд. Это способствовало тому, что не только местные предприниматели, но и открывшие свое дело в нашей стране иностранные инвесторы будут иметь твердую правовую базу для более свободной деятельности.

Период разгосударствления определил весь контекст первого этапа экономических реформ в Узбекистане, господствующей в политической элите стала точка зрения, что саморегулирующие начала рынка приведут хозяйственную систему страны в состояние адекватному мировым тенденциям. Однако и тогда уже, хоть и крайне робко, звучали предупреждения, что эффективного рынка без регулирующего начала государства быть не может, что наиболее ответственная роль должна быть именно в переходное время. Как заметил Президент нашей республики дело перехода нельзя отдавать на откуп самому рынку. Нельзя пытаться воспользоваться преимуществами еще не существующего института.

Совершенно очевидно, что содержание и интенсивность функций государства зависят от конкретно-исторического положения страны. Они имеют значительную специфику для этапа активных реформ и в республике Узбекистан. Ключевая функция государства при этом состоит в создании условий для формирования и развития высокоэффективного рыночного хозяйства. При этом должны тщательно учитываться многоукладный характер экономики, сильные тенденции смешения теневой экономики с экономикой реальной, проникновения теневых отношений в механизмы

⁹ Указ Президента республики Узбекистан «О дополнительных мерах по стимулированию привлечения прямых частных иностранных инвестиций». 11.04.2005 г. - «Правда Востока», 12 апреля 2005 г. (№ 72).

государственного управления. Более сильными, чем это привычно для развитых стран, здесь остаются традиции ожидания защитных функций со стороны государства. К такой защите и опеке были приучены не только массы населения, но и целые отрасли экономики, особенно стратегически и социально значимые.

Необходимость государственного вмешательства в деятельность субъектов МБ ставит перед государством целый ряд задач. Это отражается в следующих функциях государства по регулированию и поддержке деятельности субъектов МБ:

1. Одной из главных функций государства являются, создание нормативно - законодательной базы регулирования деятельности субъектов МБ, благоприятных условий их функционирования, а также охрана прав частной собственности и защита свободной конкуренции.

2. Государство должно координировать деятельность и взаимоотношения субъектов МБ с другими хозяйствами, предприятиями, организациями и органами государственной власти.

3. Используя различные экономические и институциональные рычаги, государство должно всячески способствовать стимулированию предпринимательской деятельности субъектов МБ и повышения экономической эффективности производства.

4. Государство даёт гарантии по обеспечению общественными товарами и услугами (объектами социальной инфраструктуры образованием, медицинскими услугами и культурными мероприятиями).

5. Не менее важной функцией государства является содействие в создании производственной инфраструктуры, оказывающей различные услуги по обслуживанию производственно-хозяйственной деятельности предпринимателей.

6. Для защиты отечественных производителей от иностранных экспортёров, государству желательно осуществлять разумную протекционистскую политику и одновременно поощрять экспортоориентационную деятельность.

7. Не менее важной функцией является содействие в подготовке, переподготовке и повышении квалификации кадров для МБ, а также в поддержке различных центров и научно-исследовательских учреждений, занимающихся проблемами МБ.

8. Оптимизация влияния внешних эффектов, которые не выражаются в денежной форме, а рынок на них должным образом не реагирует. Речь обычно идёт о минимизации внешних эффектов отрицательного свойства, например загрязнение окружающей среды.

Однако существует целый ряд негативных факторов, сдерживающих процесс его развития. Это - не раз отмечавшиеся в СМИ и специальных аналитических работах, налоговый прессинг, усложненность системы налогообложения, проблемы сбыта продукции отечественных товаропроизводителей, недостаточность стартового капитала, трудности с материально-техническим обеспечением, недостаток объективной информации о динамике и конъюнктуре рынка, административные преграды, давление со стороны криминальных структур и многие другие факторы.

Данные социологического опроса предпринимателей, осуществленного центром изучения общественного мнения "Ижтимоий фикр" по теме "Экономические реформы в Узбекистане: взгляд предпринимателя", показали, что для успешного развития малого бизнеса Узбекистана необходимо:

- а) совершенствование правовой базы;
- б) ужесточение финансовой и налоговой системы страны;
- в) ограждение предпринимателей от произвола местных органов власти.

Мнения опрошенных предпринимателей можно охарактеризовать следующим образом:

- 1) основание для перехода в предпринимательство - стремление само реализоваться и таким путем достичь успеха в жизни;
- 2) недостаточно эффективна система обучения предпринимательской деятельности;
- 3) созданные государством структуры поддержки субъектов предпринимательства действуют разрозненно: возникают сложности получения всей информации, необходимой для развития различных направлений предпринимательской деятельности;
- 4) что для достижения успеха предпринимателю необходимо иметь хорошую материально-техническую базу, современные технологии;

5) в стране выгоднее всего заниматься предпринимательской деятельностью в сфере услуг

Главными факторами, препятствующими эффективному развитию предпринимательской деятельности, укреплению частного сектора экономики, по мнению опрошенных, являются:

- ✓ бюрократизм и волокита в государственных органах власти
- ✓ высокий размер налогов и их большое количество
- ✓ несовершенство законов, правовой базы
- ✓ взяточничество, вымогательство
- ✓ незащищенность внутреннего рынка от иностранной продукции, отсутствие протекционистской политики по отношению к отечественным производителям
- ✓ вмешательство в деятельность частных предприятий представителей госструктур.

Большое значение для нормальной и успешной работы частного сектора экономики имеет действующая в стране система и механизм налогообложения таможенных сборов. Они могут стимулировать предпринимательскую деятельность, а могут и создавать препятствия, ведущие к угасанию активности предпринимателей. Также отрицательно сказывается на деятельности предпринимателей несовершенство правовой базы. Две трети опрошенных (64,1%) сказали, что в республике лишь частично созданы необходимые правовые и политические условия для их нормальной жизни.

Следует отметить важные и существенные меры, принимаемые правительством в целях уничтожения вышеперечисленных недостатков, удаления административных, экономических и структурных барьеров, возникающих перед МБ – локомотива развивающейся рыночной экономики, потенциально богатого государства с учетом поэтапного осуществления инфраструктурных реформ (в банковской, налоговой, таможенной и судебной системах).

Таблица 1.4

Основные показатели уровня развития МП

Показатели	Ед.изм.	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Удельный вес малого бизнеса в ВВП	%	31,0	33,8	34,6	35,0	35,6	36,2
малых предприятия и микрофирма	%	13,1	14,8	15,7	16,5	18,6	20,7
Количество действующих юридических лиц	тыс.ед.	149,3	177,7	215,7	210,1	237,5	245,3
Численность занятых в хозяйствующих субъектах.	тыс.чел	745,3	801,8	931,2	1045,1	1349,0	1458,3

Источник: Государственный комитет РУз по статистике

ГЛАВА II. МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА И ОПЫТ РАЗВИТИЯ, МАЛОГО БИЗНЕСА

2.1. РАЗВИТИЕ И ПОДДЕРЖКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В США

США всегда характеризовались как страна большого бизнеса, но и малый бизнес там всегда существовал. Американские ученые любят повторять, что костяк американской экономики — большой бизнес, а мускулы — малый бизнес, а в последние годы многие мелкие фирмы являются и мозгами американского бизнеса. До 70-х гг. малый бизнес в США считался среднеразвитым. Но и здесь в начале 80-х гг. наблюдается процесс активизации малого бизнеса, что выразилось не только в увеличении его численности, но и в количестве и качестве производимых им товаров и услуг. Достаточно привести такие данные; в 60-х гг. ежегодно создавалось 95—100 тыс. новых предприятий, в 70-х — 250—300 тыс. в 80-90-е гг. - 600-700 тыс.

Почти весь крупный бизнес начинался с малых фирм, получавших небольшую прибыль, но собственник-менеджер предприниматель нашел новые пути использования ресурсов для открытия новых предприятий или изобрел уникальный метод продвижения товара или услуги на рынок. Согласно определению малого бизнеса по Администрации Малого Бизнеса Правительства США (АМБ), около 98% всех американских фирм все еще малые. Эти предприятия выпускают около половины национального продукта и предоставляют рабочие места почти половине рабочих страны. Они также создают новые рабочие места. Малый бизнес подстегивает конкуренцию и приносит много новых товаров на рынок. Потребители имеют богатый выбор благодаря малому бизнесу. Малые фирмы производят товары и оказывают услуги вместе со многими, делающими и то другое. Сегодня около 20% от всех работающих являются

индивидуалами, а 80% работают на другие фирмы.

Годовой бюджет администрации США по поддержке малого бизнеса – 800 миллионов долларов США. На прямые кредиты из них направляется не более 5%, остальное – на формирование пакетов финансовых гарантий кредитов, правовую и организационную поддержку «частников». Администрация США, крупнейший государственный потребитель товаров и услуг в мире, все государственные закупки до 100 тысяч долларов обязана делать у малых предприятий. Более того, федеральный закон о малом бизнесе США требует отдавать малому бизнесу ровно 23% государственных контрактов. В реальности этот показатель не превышает 20%, но и это составляет 540-50 миллиардов в год. В Евросоюзе малые предприятия численностью менее 250 человек составляют 99% всех компаний, в США – 99.7%. В отличие от многих развивающихся стран, в США и ЕС 60-80% прироста рабочих мест обеспечивает малый бизнес.

Во многих развитых странах на долю МСБ приходится до 60-70 % ВВП. В США МСБ дает почти половину прироста национального продукта в частном секторе (за исключением сельского хозяйства) и две трети прироста новых рабочих мест. Такие показатели являются результатом того, что государство всемерно поощряет деятельность малого бизнеса.

Главное отличие между малыми и крупными формами бизнеса – их отраслевое распределение. Крупные компании доминируют в транспорте, банковском деле и страховании, малые же специализируются на строительстве, торговле и бизнес-услугах. Но эта граница исчезает. Прежде всего, из-за развития субподрядных контрактных работ (аутсорсинг outsourcing). Мелкий бизнес, таким образом, дополняет бизнес крупных компаний, особенно в области специализации отдельных производств и в инновационных разработках.

Малые компании ежегодно образуются в огромном количестве, но большая их часть не проживает и трех лет. Но на место исчезнувших тут же приходят новые. Доля малого бизнеса в экономике страны давно стала

макроэкономическим индикаторам, отражающим тенденции ее развития. Например, в 2002 году, в период экономической стагнации, было создано около 550 тыс. новых фирм, а закрылось 584.5 тыс. компаний. Самыми эффективными малыми компаниями в США являются фирмы, возглавляемые женщинами. Из более чем 23 млн. малых предприятий в США 9 млн. компании принадлежит женщинам. А показатели роста этих компаний (в 2002 году – 14%) вдвое опережают средний уровень по стране — в последние годы «женские» бизнес стабильно обгоняют рост экономики США в целом.

Современная политика малого бизнеса в Соединенных Штатах ведет свое начало также с образования вышеупомянутой Администрации Малого Бизнеса (АМБ) в 1953 году. Основной причиной содействия малому бизнесу было получение экономической прибыли, хотя за созданием этого ведомства стоили также и политические мотивы.

Основным средством поддержки малого бизнеса является предоставление капитала и кредитов, что также сочетается с целями политики малого предпринимательства в США. Основопологающей целью этих программ является оказание поддержки предпринимательской деятельности, сопряженной с риском, которая сама по себе невозможна без традиционного рынка. В то время как стрержнем политики АМБ является кредитное поручительство, ведомство также предлагает целевые ссуды, налоговые стимулы или кредиты, содействие в заключении федеральных контрактов, техническую помощь, а также финансирование новых предприятий, связанное с риском. Участие в акционерном капитале компании оказывает гораздо более значительную поддержку для стартовой и предпринимательской деятельности, чем поддержка для существующих малых предприятий, чтобы поддержать их деятельность или модернизировать их средства производства.

АМБ является крупнейшим финансовым спонсором малого бизнеса в США, располагая займами, гарантиями займов и инструментами венчурного

капитала на сумму более 45 млрд. долларов, в дополнение к кредитам на случай чрезвычайных бедствий на сумму 5 млрд. Как было уже отмечено выше, годовой бюджет АМБ составляет 800 млн. долларов. Хотя эта сумма составляет 6/100 от одного процента федерального бюджета, АМБ является одной из крупнейших кредиторов США.

Американская политика считает, что малый бизнес - это потенциально новаторское предпринимательство, которое создает и поддерживает динамизм в экономике. Помимо мер, направленных на устранение негибкости рынка, в США были сделаны попытки устранить также трудности бюрократического характера, которые испытывают на себе малые предприятия. В 1970-е годы возрастает озабоченность несоизмеримыми трудностями, испытываемыми малыми предприятиями при соблюдении правительственных законов, особенно тех, которые касаются налогов и найма на работу. Для облегчения положения, в эти политики вносились поправки в течение 1980-х годов с целью уменьшения числа ограничений, налагаемых на малые предприятия. Закон контролируемого благоприятствования 1980 года предназначался для освобождения малых предприятий от выполнения некоторых правительственных предписаний, необходимых для осуществления предпринимательской деятельности.

В ходе истории малый бизнес стал символом американских ценностей. Политика малого бизнеса в США, таким образом, отразила сильную приверженность к идеям свободной конкуренции и по своей природной сущности противостоит вмешательству со стороны правительства. Вмешательство правительства в экономику обычно рассматривается, как тенденция помешать компаниям работать с максимальной эффективностью. Таким образом, установки, вносящие разные толкования в среду малого бизнеса, намеренно устранялись. Конечно же, значительную роль в проведении данных политик сыграла АМБ.

Все основные государственные (федеральные) программы поддержки

малого предпринимательства осуществляются непосредственно АМБ. Цель этих политик и программ поддержки в целом заключается в содействии, консультировании и защите интересов малого бизнеса, создании свободной рыночной конкуренции и поддержки и укреплении экономики США в целом. Рассмотрим конкретнее некоторые аспекты деятельности и программы по поддержке предпринимательства, осуществляемые АМБ.

Важным направлением деятельности АМБ является помощь малым предприятиям в обеспечении участия в поставках для федерального правительства. По оценкам АМБ в 2002 финансовом году объем государственных заказов в секторе малого предпринимательства достиг около 42-46 млрд. долларов США (не менее 23% от общего объема бюджетных расходов на поставки по контрактам правительства США). Принимая во внимание заказы администраций штатов и местных органов управления, сектор малого предпринимательства выполняет до 35% всех государственных контрактов. Для широкого вовлечения малого предпринимательства в деятельность по участию в реализации таких контрактов, а также с целью развития конкуренции на рынке поставок для правительств, АМБ совместно с другими федеральными агентствами разработали ряд специальных программ, описание которых приводится ниже.

Программа **«Расширение круга поставщиков»** направлена на расширение исторически сложившегося узкого круга поставщиков агрегатов, узлов, компонентов и запасных частей по госзаказам. Это позволяет создать и улучшить конкурентную среду, а также достичь существенной экономии бюджетных средств.

Программа **«Предпочтительные подрядчики»** способствует расширению возможностей участия МП в обеспечении поставок для федерального правительства путем идентификации новых малых предприятий с позиций возможности их привлечения для реализации госзаказов. На основании Закона о Малом Предпринимательстве осуществляется специальный надзор за деятельностью таких предприятий.

Программа **«Субконтрактация»** обеспечивает возможность максимального участия МП в реализации больших федеральных заказов в качестве субподрядчиков или субпоставщиков, работающих с крупными предприятиями и корпорациями.

Программа **«Привлечение женских предприятий к участию в государственных поставках»**, используя Многоаспектные программы помощи и обучения, готовит женщин-предпринимателей к деятельности на рынке заказов федерального правительства.

Вопросы инновационной политики, способствующей широкому привлечению научно-технического потенциала малого бизнеса, решает ряд общенациональных программ, финансируемых из национального бюджета. Кроме того, множество инновационных проектов инвестируется из частных источников и различных венчурных фондов. В ряду наиболее эффективных мероприятий федерального масштаба можно назвать программу **«Инновационные исследования в МП»** (Small Business Innovation Research SBIR). Эта программа служит для продвижения инновационных идей малого бизнеса в интересах научно-технического развития по тематике крупнейших федеральных министерств и национальных агентств.

По мнению некоторых ученых, политика поддержки малого бизнеса на государственном уровне в Соединенных Штатах является относительно слабой. По этой причине, государственные и местные власти активно содействуют малым предприятиям с целью местного и регионального экономического развития. Стремясь поддержать налоговую базу, государственными властями предлагаются малым предприятиям программы обучения, консультаций, финансирования и конверсии. Возможно, благодаря интересам политических группировок политика малого бизнеса в США выстояла, несмотря на всевозможные многочисленные ограничения.

2.2. РАЗВИТИЕ И ПОДДЕРЖКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СТРАНАХ ЕС

Европейский Союз (ЕС) представляет собой самое крупное экономическое сообщество в мире, на долю которого приходится около четверти мирового производства товаров и международной торговли. В ЕС • сформирован единый внутренний рынок и осуществляется переход к экономическому, валютному и политическому союзам. Малые и средние предприятия в ЕС занимают подавляющую долю в таких отраслях, как оптовая и розничная торговля, пищевая промышленность, строительство (от десяти до четырех пятых от общего числа предприятий в этих отраслях), обеспечивая две трети общего количества занятых и внося свыше половины вклада в общий товарооборот ЕС. Кроме того, в настоящее время ЕС является примером новой модели регионального объединения стран, где регулирование экономической и политической жизни осуществляется на национальной основе и одновременно на более высоком надгосударственном уровне.

В последние годы ускорились концентрация и централизация капитала в странах Европы, например, в стальной промышленности Бельгии, нефтяных концернах Испании, в АПК Дании и Нидерландов, а также концернах стали, фармацевтики, деревообработки Швеции, в часовой промышленности Швейцарии, в автомобильной промышленности Германии. Важнейшая черта концентрации и централизации капитала состоит в том, что разорение многих мелких и средних фирм не привело к исчезновению малого бизнеса. Он выжил, проявил способность к воспроизводству и вызвал интерес к себе со стороны крупных концернов. Мелкие и средние фирмы отыскивают специализированные ниши, где выступают субподрядчиками концернов в крупносерийном производстве. В Западной Европе примерно половина продукции обрабатывающей промышленности изготавливается на мелких и средних предприятиях. Не являясь монополями, они все свои усилия

направляют на приспособление к внутренним условиям производства и сбыта. Транснациональные корпорации предоставляют им возможность первыми апробировать новую продукцию, чтобы самим перейти к массовому производству. Место разоряющихся мелких фирм занимают новые, таким образом идет их воспроизводство.

В целом политика ЕС в отношении МСП основывается на так называемом вертикальном и горизонтальном подходе к решению проблем их создания и функционирования.

Вертикальный подход выражается в непосредственных мероприятиях, ориентированных исключительно на МСП. Эти мероприятия подготавливаются и осуществляются Генеральным директором XXIII Европейской Комиссии (политика в отношении предпринимательства, коммерции, туризм и социальная экономическая деятельность) в сотрудничестве с Европейским парламентом, Экономическим и социальным советом, представительскими организациями МСП в органах ЕС и другими службами Комиссии ЕС.

Горизонтальный подход базируется на защите интересов МСП в других сферах деятельности ЕС (таких, как политика в области исследований и технических разработок, региональная политика, международные отношения и т.д.) и укреплении позиций МСП в соответствующем виде деятельности.

Как известно, одной из главных задач Европейского Союза является претворение в жизнь принципа «социального и экономического слияния», направленного на установление равенства возможностей для регионов с различным уровнем развития, а также для разных социальных групп. Этот принцип подразумевает, что менее развитые регионы и менее обеспеченные слои общества в ЕС следует поддерживать в первую очередь.

Учитывая важность МСП для экономической структуры ЕС, можно утверждать, что успешная интеграция экономики внутри Союза во многом зависит от развития МСП. Поэтому кроме важности «макроэкономических»

позиций, следует помнить о роли МСП на региональном уровне, когда малые и средние предприятия способствуют экономическому развитию и росту занятости в менее развитых регионах. Для успешного развития МСП должны оптимально сочетаться две линии: макроэкономическая (в плане общей политики) и микроэкономическая (предпринимательская).

Главными целями надгосударственного регулирования и поддержки малого и среднего предпринимательства являются: укрепление единого внутреннего рынка, интернационализация предпринимательской деятельности на уровне предприятий, устранение административных барьеров и создание единого экономического пространства в ЕС путем унификации законодательной базы по малому бизнесу, усиление взаимодействия стран-членов ЕС по созданию экономического и валютного союзов в рамках ЕС.

Национальная политика в странах-членах ЕС имеет своей целью предоставление лучших условий для бизнес-деятельности, увеличения конкурентоспособности и роста. При этом заметен уход от «тяжелой» поддержки в форме займов и дотаций и переход к «мягкой» поддержке в форме консультационных услуг.

Все страны-члены ЕС имеют хорошо развитую сеть организаций по регулированию и поддержке развития малого и среднего предпринимательства. Некоторые из них являются государственными учреждениями или учреждениями, имеющими государственную поддержку, и другие являются частными.

Что касается государственных учреждений, то во всех странах ЕС ответственность распределена между несколькими министерствами или между специальными отделами по МСП внутри министерств. Как правило, политика по развитию малого и среднего предпринимательства ведется Министерством экономических дел и/или Министерством промышленности и торговли. Но и другие министерства ведут работу по поддержке МСП (например, Министерство занятости, Министерство экономики, Центр общественной технологии, специальные общественные банки и др.), чья

деятельность связана с оказанием помощи МСП в вопросах занятости, обучения, международной торговли, развития и т.д. Такое распределение ответственности между несколькими министерствами требует большой координации деятельности всех стран в рамках ЕС.

Для расширения межфирменного сотрудничества в начале 80-х гг. было создано Бюро по сближению предприятий, имеющее свои представительства не только в странах ЕС, но и в 20 других странах мира. Через сеть своих отделений Бюро получает заявки компаний различных стран и устанавливает между ними контакты по интересующим их проблемам. В 1985 г. Совет ЕС принял рекомендации по упрощению административных процедур, необходимых для организации и функционирования МСП, а в 1987 г. КЕС основала сеть Европейского информационного центра для обеспечения малых и средних предприятий сведениями о внутреннем рынке. Сейчас в странах-членах ЕС действует 210 таких инфоцентров и 14 корреспондентских центров в других странах. Их основной функцией является сбор запросов малых и средних фирм с предложениями по сотрудничеству. Важно, что с 1993 г. МСП имеют возможность пользоваться услугами любых отделений банков во всех странах ЕС и получать выигрыш от сближения цен в условиях конкуренции на финансовых рынках.

Также отмечают, что скорость реакции и работы, адаптации к рынку и уровень новаторства малых предприятий Европы считаются низкими по сравнению, например с уровнем развития и мобильности малых предприятий США. Согласно данным, только «4% европейцев сейчас проходят стадию создания собственного предприятия или уже основали его за последние четыре года». В то же время, данный показатель для США составляет свыше 10%.

В то время как американские фирмы быстро анализируют возможности рынка для своего быстрого решения, в Европе многие деловые люди не претворяют в жизнь своих идей и не выходят на рынок. Думаю, что это

связано со значительными различиями в историческом развитии и становлении США и Европы, а также отсутствием многих прогрессивных методов и программ поддержки малого предпринимательства, имеющих в США, в Европе.

Для решения данной проблемы в конце прошлого года Комиссия Европейского Союза приняла программу предпринимательской инициативы, которая в странах ЕС должна стать основой для действий законодателей, предприятий и органов власти.

Но, тем не менее, опыт развития предпринимательства отдельных Европейских стран представляет собой интересные и относительно эффективные инициативы по поддержке предпринимательства. Данный опыт Европейских стран рассмотрен ниже по отдельным странам.

Малый бизнес в Германии. Как и в других странах Западной Европы, вплоть до середины 70-х гг. основной упор в ФРГ делался на поощрение крупных хозяйственных единиц. Переориентация государственной политики на малый бизнес связана, прежде всего, с возможностью последнего предоставлять новые рабочие места, а вся экономическая политика 80-х гг. была направлена на рост занятости и стабилизацию экономического роста. В начале 90-х гг. на мелких и средних предприятиях ФРГ было сосредоточено две трети всего занятого населения страны.

Особенностью немецких мелких и средних предприятий является их роль главной «кузницы» высококвалифицированных кадров. На этих предприятиях 4/5 всей молодежи получают квалификацию, а подавляющее большинство (65—70%) выпускников высшей школы предпочитают начинать свою трудовую деятельность на мелких и средних фирмах.

Еще одна особенность малого предпринимательства ФРГ — развитие инновационного малого бизнеса на региональном уровне. Речь идет о стимулировании технологического перевооружения среднего звена. Для этого в начале 80-х гг. были созданы консультационные пункты при палате промышленности и торговли и комиссия по стимулированию

технологического трансферта, которая планирует деятельность 16 высших учебных заведений и оказывает помощь мелким предприятиям в данном районе. Поэтому неудивительно, что мелкие и средние фирмы производят значительную часть открытий и изобретений, обеспечивающих немецким товарам конкурентоспособность на мировых рынках.

Кроме того, в финансировании НИОКР доля частных фирм составляет 63%, из них 17% приходится на мелкие и средние предприятия. Если же взять показатель доли расходов на НИОКР в обороте предприятия, то и здесь мелкие фирмы впереди: эта доля для мелких фирм (менее 100 человек) составила 6,1% против 4,8% для очень крупных фирм (более 10 тыс. человек). И расходы на НИОКР в расчете на одного занятого у мелких и крупных фирм также сопоставимы — 10,1 тыс. марок и 8,9 тыс. марок соответственно, хотя для средних фирм (100—499 человек) этот показатель значительно ниже и составляет всего 5,6 тыс. марок.

Создается и соответствующая инфраструктура: технологические центры, исследовательские институты, транспортная сеть и т.д. В результате в ФРГ ежегодно возникает 250—400 новых венчурных фирм, что является неплохим результатом, хотя и расценивается немецкими экономистами как недостаточное количество.

Такому положению способствует постоянное внимание государства к технологической инфраструктуре. Еще в 1978 г. федеральное правительство утвердило «Общую концепцию научно-технической политики» в отношении мелких и средних фирм, в которой были определены формы и механизм технической помощи этим предприятиям. В 1989 г. боннское правительство разработало новую концепцию стимулирования научных исследований в мелких и средних предприятиях. По сравнению с предыдущей программой здесь большее значение придается предоставлению информационных и консультационных услуг в новых технологических областях, перестройке профессионального обучения, особенно повышению квалификации кадров, занятых в инновационном бизнесе.

Специалисты следующим образом определяют экономическое значение мелкого и среднего бизнеса в Германии:

- как работодателя, сосредоточившего 2/3 всего занятого населения;
- как производителя продукции и услуг, составляющих почти половину валового внутреннего продукта;
- как катализатора научно-технического прогресса, на долю которого приходится 2/5 всех инвестиций и более половины зарегистрированных патентов;
- как источника обучения, охватывающего 85% всех имеющихся мест производственного обучения.

Малый бизнес в Италии. Италия считается страной малого бизнеса, хотя такой статус она приобрела только после начала индустриализации. До начала 50-х гг. Италия сохраняла преимущественно аграрную структуру, и существовало только несколько крупных промышленных концернов. Индустриализация, проходившая в Италии в 50—60-е гг., затронула лишь базовые отрасли производства, а потребности растущего внутреннего рынка потребительских товаров удовлетворялись продукцией тысяч мелких и средних предприятий.

Скачок в развитии малого бизнеса в Италии, так же как и в других странах, приходится на середину 70-х — начало 80-х гг. и связан не только с количественным ростом мелких фирм, но и с увеличением их доли в общей занятости и в общем объеме производства. В условиях кризиса международной валютной системы, резкого удорожания сырья и энергии, стремительного развития инфляции крупные корпорации оказались не в состоянии проявить определенную степень технологической и производственной гибкости, страдали от нехватки капитала, усиления бюрократизма в управлении, падения эффективности и производительности. В условиях жесткой дефляционной политики крупные фирмы стали сдавать свои позиции на рынке, а мелкие благодаря большей маневренности,

гибкости, склонности к риску стали занимать их место на рынке. Совпавшая по времени микроэлектронная революция открыла перед малым бизнесом новые возможности повышения эффективности и производительности.

Неожиданное возрождение малого бизнеса оказалось достаточно благоприятным для экономики страны, в том числе и для создания рабочих мест. С 1975 по 1984 г. 78% всех новых рабочих мест были созданы малым бизнесом. По мнению экспертов, в основе успеха малого бизнеса в этот период лежали традиционные факторы:

- низкие издержки производства;
- использование дешевой рабочей силы;
- низкая активность профсоюзов;
- применение гибких систем использования рабочей силы и дифференциация заработной платы в условиях наличия большой резервной армии труда.

Для современных мелких предприятий, особенно связанных с научно-техническим прогрессом, нужна и высококачественная экономическая среда, поскольку они нуждаются в широком доступе к обширным и разнообразным ресурсам — финансовым, технологическим, сырьевым, информационным. Для итальянских мелких предприятий как раз основные трудности и возникают в этой сфере, поскольку они преимущественно действуют не в крупных индустриальных районах страны, а на периферии, где отсутствует культура модернизации и обновления.

Специфика итальянского малого бизнеса наиболее ярко демонстрирует его зависимость от внешней среды. В Италии выделяются три экономических района с совершенно отличительной друг от друга экономикой и инфраструктурой, а отсюда и совершенно разными моделями развития малого бизнеса:

Северо-Западный - самый развитый экономический район Италии (Милан, Турин, Генуя) характеризуется наличием крупных промышленных предприятий, а мелкие и средние фирмы обслуживают крупный бизнес по

многим направлениям и потому играют подчиненную роль.

На Юге — самом отсталом в экономическом отношении районе — и крупные и мелкие предприятия находятся на низком уровне, хотя правительство и делало попытки индустриализации этого района, но безуспешно.

Северо-Восточный и Центральный районы — это районы, где малый бизнес развивается автономно, независимо от крупного бизнеса, и тысячи мелких и средних предприятий занимаются традиционными для Италии производствами (одежда, обувь, трикотаж, керамическая плитка и др.), известными во всем мире.

Итак, с середины 80-х гг. малый бизнес в Италии переживает тяжелые времена, что не может не вызвать озабоченности в правительственных кругах. Комиссия по изучению проблем мелких и средних предприятий при министерстве промышленности Италии предложила программу содействия малому бизнесу, в которой акцент делается на инновационной деятельности, а также на изыскании новых финансовых возможностей для его развития.

В 1989 г. вступил в силу **Закон о финансировании и инновациях в мелкий бизнес**. Согласно этому закону были введены кредитование закупок прогрессивной техники и технологии, налоговые отсрочки при расширении НИОКР и другие меры по поддержке малого бизнеса. В частности, превращение государственных финансовых институтов в акционерные общества должно способствовать обеспечению условий для взаимодействия малого бизнеса с рынком капиталов. Важным являются и фискальные стимулы: ускоренная амортизация (только для мелких и средних предприятий) и освобождение от налогов на реинвестированные прибыли.

Малый бизнес во Франции. Во Франции, так же как и в Италии, всплеск развития малого бизнеса пришелся на середину 70-х гг., вернее, даже на 1973 г. - год первого «нефтяного шока» - и до кризиса начала 80-х гг., затем последовал небольшой спад в его деятельности, но в период подъема мелкий бизнес продолжал успешно действовать.

Это свидетельствует о том, что возрождение малого бизнеса в 70—80-е гг. являлось закономерной и долговременной тенденцией, корни которой кроются в переоценке личностного фактора и противопоставлении всякого рода «гигантомании» предприятий «человеческого размера».

Многие экономисты считают, что в основе возрождения малого бизнеса лежат различные факторы морального, социального, экономического и политического характера. В послевоенные десятилетия такие моральные ценности, как индивидуальная инициатива и предпринимательство, отошли на задний план, уступая навыкам, необходимым для работы на конвейере крупных фирм. Наблюдается также тенденция к децентрализации управленческой ответственности на крупных фирмах, к созданию филиалов, использованию субподрядных работ, что стимулирует развитие мелких предприятий. Среди экономических факторов выделяется такой, как развитие сферы услуг, наиболее пригодной для мелкого предпринимательства, а также наличие безработицы в связи со структурной перестройкой крупного бизнеса, которая вынуждает работников создавать собственное дело.

Во Франции мелкие и средние предприятия в меньшей степени обеспечены капиталом, чем аналогичные фирмы в США, Германии, Великобритании и Японии. Так, собственные фонды французских мелких и средних предприятий составляют 60% американского уровня, 65 — немецкого, 70 — британского и 80% японского. Поэтому французское правительство оказывает помощь на региональном уровне либо предприятиям с оборотом свыше 300 млн. франков, либо вновь созданным фирмам. Существуют также региональные премии (10—40 тыс. франков) для поддержания занятости, региональные гарантийные фонды и другие формы поддержки этих предприятий.

Хотя другие ученые предсказывают трудные времена для малого бизнеса и предпринимательства Европы. Возрастающее старение европейского населения станет, по оценке Европейской Комиссии, снижать масштабы предпринимательской деятельности. Возрастная группа, 25-34-

летних, которые при создании новых фирм проявляют особую активность, в последующие десятилетия будет сокращаться. По имеющимся оценкам, в ближайшие десять лет треть предпринимателей в ЕС отойдет от дел. Если у них не окажется приемников, то в год станут исчезать около 600 тыс. предприятий и 2,4 млн. рабочих мест. Семейные фирмы будут передаваться служащим или посторонним лицам. Многие европейцы предпочитают лучше создать новую фирму, чем взять в свои руки старую, Поэтому находить приемников станет все труднее. На решение этих проблем малого бизнеса и предпринимательства и направлена вышеупомянутая программа, принятая Комиссией Европейского Союза.

Программа включает в себя пять стратегических областей: поддержку предпринимательства, стимулирование людей к предпринимательской деятельности, поддержку предприятий с целью их роста и повышения конкурентоспособности, улучшение финансовых потоков, а также создание правовой и административной обстановки, способствующей работе малых и средних фирм. Наряду с этими общими требованиями план действий содержит пакет так называемых основных мер, осуществление которых уже начато в рамках действующих программ ЕС. Так, Комиссия требует включить обучение предпринимательству в учебные планы всех школ. Ожидается, что эти меры по стимулированию малого предпринимательства должны воспрепятствовать тому, чтобы по налоговым или правовым причинам, а также из-за отсутствия приемников, конкурентоспособные малые предприятия Европейского Союза приходилось закрывать.

В рамках специальной программы «Европартнерство» генеральным директором Комиссии ЕС были проведены мероприятия по установлению сотрудничества малых и средних предприятий из наименее развитых регионов ЕС с компаниями ведущих стран-членов ЕС, а созданная в 1983 г. Европейская ассоциация венчурного капитала способствует созданию и развитию малых совместных фирм. Комиссией ЕС сформирован также новый

комитет, включающий официальных лиц и представителей деловых кругов от каждой страны-члена ЕС, ответственных за упрощение процедур в сфере предпринимательства. Важное внимание уделяется развитию «духа предпринимательства» как привлекательной деятельности и инструмента борьбы с безработицей и неполной занятостью населения.

Таким образом, в ЕС проводится активное регулирование малого и среднего бизнеса и оказывается широкое содействие его развитию с использованием форм и методов, учитывающих потребности европейской интеграции.

2.3. РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ

Наряду с опытом развития малого и среднего предпринимательства развитых стран, интересен для изучения также и опыт развивающихся стран. Для многих стран с менее развитой экономикой малый бизнес является не только фактором дальнейшего стабильного экономического развития, но и гарантом социального спокойствия, относительно быстрого решения проблем безработицы и других социальных вопросов. В этом интересен особенно опыт развития малого и среднего предпринимательства стран с переходной экономикой, так как Узбекистан также переживает переходный период в экономике. Изучение положительного опыта подобных Узбекистану стран будет способствовать повышению эффективности работ самих субъектов малого предпринимательства, а также эффективности мер проводимых в Узбекистане по развитию данной группы предпринимателей.

Политика поддержки предпринимательства и МСП в Венгрии. В конце 90-х годов МСП в Венгрии работают в условиях растущей перестраивающейся экономики. Стабильный экономический рост обуславливался приватизацией и расширившимся частным сектором экономики. Доля частного сектора в конце 1997 года в стране достигала 70% и доля МСП в ВВП составляет 56.8%. Число МСП насчитывало 998 264 предприятий включая 965 754 микро-, 26 738 малых и 4 851 средних предприятий. Около 600 тысяч лиц занимаются индивидуальной трудовой деятельностью. 97% действующих предприятий являются микро предприятиями. Структура частного сектора аналогична структурам стран ЕС. 99.8% всех предприятий являются МСП. Однако в Венгрии доля микро предприятия несколько выше, чем в странах с развитой рыночной экономикой. 35% МСП работают в сфере торговли, 15% в производстве, 9% и строительной деятельности, 41% в сфере услуг.

В соответствии с Постановлением Правительства № 2207/1997 ведется процесс гармонизации законодательства по определению критериев МСП с критериями ЕС. Это связано с адаптацией методики ЕС - так называемый *acquis communautaire*.

С начала 1989 года - который считается началом переходного процесса каждое правительство считало своим долгом разработать и усовершенствовать национальную политику и программу развития предпринимательства и МСП. Третье правительство на базе гражданской коалиции 17 декабря 1998 года приняло Постановление Правительства № 1161/1998 о средней стратегии развития микро-, малых и средних предприятий.

Правительство назначило Министерство Экономики ответственным для координации государственной политики поддержки и развития предпринимательства и МСП. В качестве форума для формирования стратегии и согласования программ был создан Совет по Развитию Предпринимательства. Министерство Экономики в процессе осуществления стратегической и регулирующей работы опирается на сотрудничество торговых палат, представительных органов - таких, как VOSZ (Национальная ассоциация предпринимателей) и IPOSZ (Палата промыслов и ремесел) - и Венгерский фонд развития предпринимательства. В дополнение правительство создало Институт по развитию малого бизнеса, задачей которого является наблюдение за развитием МСП.

Малый и средний бизнес в Корее. Интересен для изучения также и опыт Южной Кореи по стимулированию малого бизнеса и предпринимательства. Эта страна достигла большого экономического роста, и безусловно большую роль в этом сыграл малый и средний бизнес Кореи.

К концу 2001 года в республике Корея общее число малых и средних предприятий составило 2,9 миллиона, Больше одиннадцати миллионов людей работают в малом бизнесе. Это 85,6% трудоспособного населения Южной Кореи. В 2002 году малые предприятия экспортировали 42%

продукции от всего общего экспорта Кореи. Сумма экспорта составила 68,3 миллиарда долларов.

Основная структура Корейской политики в области малого и среднего бизнеса была сформирована в 1966 с принятием Законодательного Акта о малых и средних предприятиях. Были выделены отдельные отрасли, в которых могли работать только представители малого бизнеса, и доступ большим корпорациям был запрещен. Политика в области МСП в 80-е годы, также уделяла большое внимание защите отдельных сфер бизнеса для малых предприятий, отбору и поддержке предприятий, подающих надежды. В конце 80-х годов, фокус внимания переместился на развитие технологий. Наиболее значительными аспектами в политике Кореи в области МСП в 90-е годы явилось развитие гибких венчурных предприятий с акцентом в технологической сфере.

Ведущей организацией поддержки малого предпринимательства в Корею является Администрация Малого и Среднего Предпринимательства. Штаб-квартира этой организации состоит из головного офиса, четырех бюро и двадцати одного управления. В Корею другие правительственные организации также отвечают за МСП: Президентская комиссия по МП, Министерство Торговли, и другие. В 1966 году существовало только 10 приоритетных мер, или инструментов направленных на развитие МСП, к 2003 году таких мер стало 59. Например, "policy funding" - займы, выдаваемые правительством малым и средним предприятиям. Денежные средства, выделяемые 13-ю министерствами, в общей сумме составляют 5 млрд. долларов. В стране развита финансовая система поддержки предпринимателей. Для решения проблем, связанных с административными барьерами, в середине 90-х годов был принят закон о снижении административных барьеров для предприятий. В Корею существуют три организации по гарантии кредитов: Корейский Фонд гарантии кредитования в области технологий, Региональный фонд кредитных гарантий и Кредитный гарантийный фонд. Эти организации получают ежегодное

финансирование от правительства (Администрация МСБ) и банков. Если предприниматель хочет получить в банке займ на создание предприятия или для расширения бизнеса и у него нет достаточного залогового имущества, чтобы обеспечить займ, то сначала он подает свой бизнес-план на рассмотрение в организацию по гарантии кредитов. Организация рассматривает бизнес-план и некоторые другие факторы, такие как личная кредитная история предпринимателя, и принимает решение относительно выдачи кредита и в каком размере. Предприниматель получает гарантию, и по этому документу может получить кредит в банке, размер первоначального кредита не превышает 80 тыс. долларов и зависит от назначения.

ГЛАВА III. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЯПОНСКОГО ОПЫТА РАЗВИТИЯ ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УЗБЕКИСТАНЕ И УЧАСТИЕ МБ И ЧП В РАЗВИТИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРАНЫ

3.1. АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЯПОНСКОГО ОПЫТА РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В УЗБЕКИСТАНЕ

Большой практический интерес у организаторов МБ и ЧП в Узбекистане вызывает японский опыт финансово-кредитной, лизинговой, информационной и консалтинговой поддержки малых предприятий, менеджерской, маркетинговой и правовой подготовки их руководителей, а также содействие внешнеэкономической деятельности и налаживания связей этих предприятий с крупными отечественными и зарубежными компаниями.

Предметом особого изучения должны стать вопросы участия государства в создании и развитии широкой сети инфраструктурных институтов Японии, обеспечивающих становление и устойчивое функционирование малых предприятий за счет принятия ими на себя части рисков частных предпринимательских структур.

Еще одним важным резервом успешного становления отечественного МСБ могло бы стать творческое использование успешно зарекомендовавшей себя в Японии системы взаимодействия общегосударственных органов управления и муниципальных органов власти, ближе всех стоящих к субъектам этого бизнеса. Впечатляющие успехи в развитии МСБ в послевоенной Японии стали возможными благодаря тому, что они базировались не только на методах государственной поддержки МСБ, но использовании богатых возможностей корпоративных структур, общественных организаций и средств массовой информации. С учетом данного обстоятельства важным предметом научного осмысления является

созданная здесь уникальная система вовлечения в процесс поддержки МСБ корпоративных структур, общественных организаций и средств массовой информации, дополняющих усилия государственных органов управления, значительно ускоряющих адаптацию малых и средних предприятий к условиям рынка, а также нахождение оптимальных вариантов практического применения имеющегося в этом отношении опыта в Узбекистане.

Значительный аналитический интерес представляет творческая систематизация богатого опыта организации государственными органами власти Японии взаимовыгодного производственного, инвестиционного и торгово-экономического сотрудничества МСБ с крупными зарубежными компаниями, способствовавшего беспрецедентному в мировой практике прорыву этой страны в различных сферах научно-технического прогресса.

Еще один перспективным, на наш взгляд, использованием японского опыта может считаться заимствование элементов позитивной практики применения инструментов финансовой поддержки МСБ, которые оказываются специализированным учреждениями Японии, включая инновационные банки, инвестиционные и венчурные фонды лизинговые и страховые компании.

Особый интерес руководителей и специалистов в области организации МСБ Узбекистана должен вызывать успешно зарекомендовавший себя, апробированный в течении многих лет функционирования японских общественных организаций по поддержке МСБ, снимающихся не только отстаиванием прав предпринимателей, обеспечением страхования их рисков, но и формированием позитивного общественного мнения в отношении класса честных собственников. Учреждение по опыту Японии широкой сети организаций подобного профиля в Узбекистане должно, на наш взгляд, стать один из приоритетных направлений институционального развития отечественного МСБ. Его практическое воплощение даст возможность не только защитить законные права предпринимателей, поднять престиж класса частных собственников в

глазах населения страны, но и повысить эффективность регулирования предпринимательской деятельности.

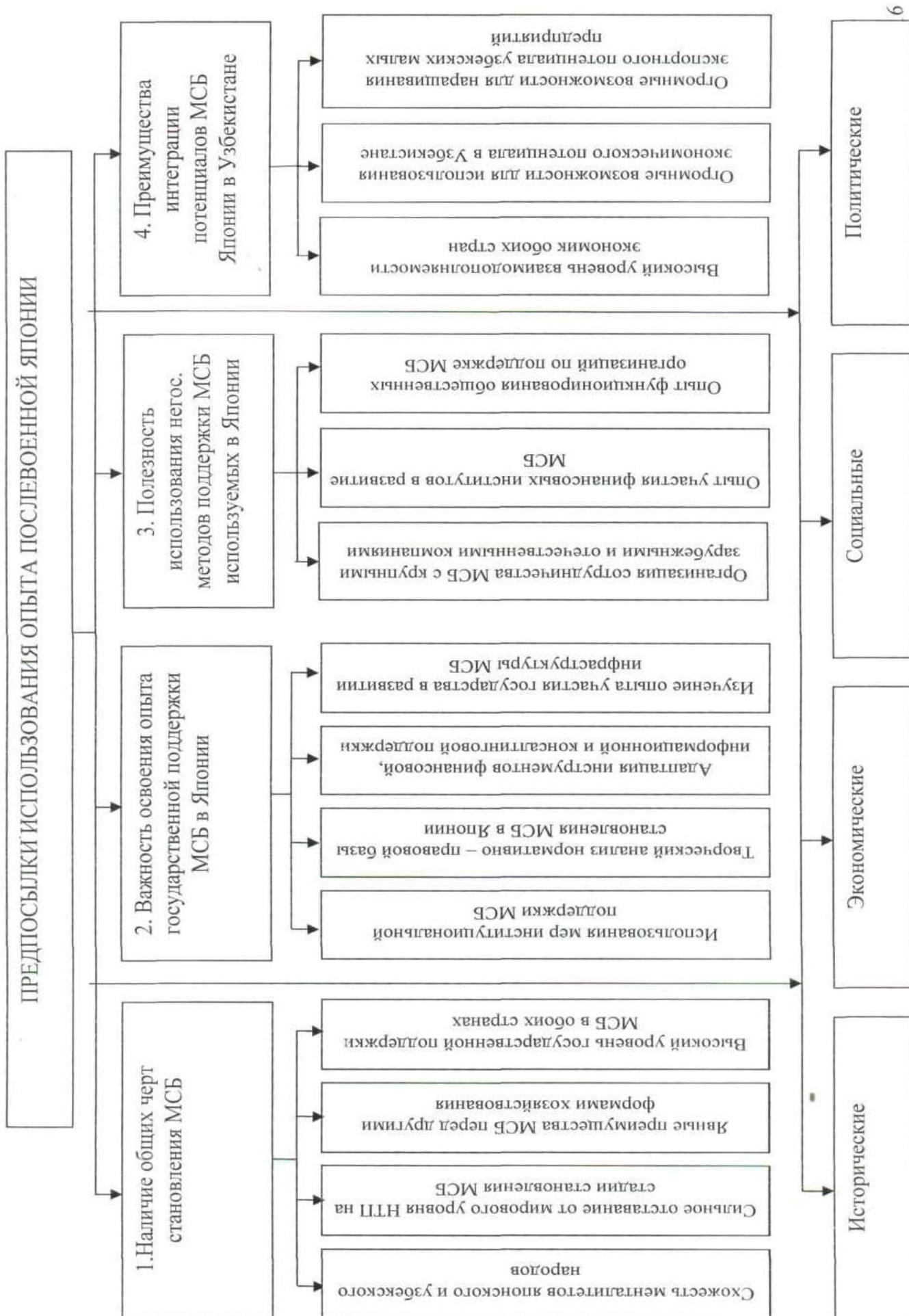
Исследование с научных позиций различных аспектов передового опыта Японии в области поддержки и развития МСБ и его практическое применение в Узбекистане открывает благоприятные перспективы еще в одном направлении - интеграции финансового экономического, производственно-технического и социально-экономического потенциалов этого сектора национальных экономик обеих стран. В частности, большие возможности таится в широком использовании на предприятиях МСБ Узбекистана франчайзинга, лизинга наукоемкого и высокотехнологического мини-оборудования ведущих японских фирм, а также в подключении этих предприятий к сбыту продукции японских фирм посредством сетевого маркетинга.

Внедрение результатов аналитических проработок по исследованию с научных позиций передового японского опыта поддержки МСБ будет способствовать расширению эффективности торгово-экономических, инвестиционных и иных партнерских связей отечественных предпринимательских структур с японскими правительственными и деловыми кругами. С другой стороны, это расширит возможности для японских фирм использовать потенциал МСБ для проникновения на емкий рынок товаров и услуг Узбекистана.

Японский опыт свидетельствует - политику поддержки МСБ в Узбекистане следует строить на четком осознании ее многофункционального характера, понимании того, что и успешное развитие этого сектора экономики возможно лишь при комплексном сочетании институционального, финансового и имущественного содействия, при наличии специальной инфраструктуры, устранении неоправданных бюрократических перепонов, надежном обеспечении защиты прав предпринимателей.

Успешное использование богатого японского опыта поддержки и

развития МСБ несомненно будет способствовать углублению рыночных преобразований развитию процесса становления среднего класса собственников и дальнейшему углублению демократических реформ в Республике Узбекистан.



3.2.ВКЛАД ПРЕДПРИЯТИЙ МЧБ УЗБЕКИСТАНА В РАЗВИТИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Одной из основ современного этапа реализации внешнеэкономической политики Узбекистана является развитие экспорта малого бизнеса и частного предпринимательства, которое наряду с проведением структурных преобразований в хозяйственной деятельности, позволит нашему обществу активнее интегрироваться в мировое хозяйство.

Эффективное реформирование экономики республики просто невозможно без дальнейшего увеличения вклада предприятий МЧБ в развитие приоритетных отраслей промышленности, повышения эффективности производства, создания новых и развития существующих производственных мощностей, ориентированных как на внутренний, так и на внешний рынки.

В целом, существуют следующие основные направления в развитии внешнеэкономической деятельности малых предприятий:

Во-первых, это высокая экспортная ориентация малых и средних предприятий (МСП) зарубежных стран, характеризующаяся от 20% до 47% всей производимой ими продукции в странах Европейского Союза, 30% и 40% в отраслях машиностроения Японии и США.

Во-вторых, в последнее время всё больше наблюдается тенденция вовлечения МСП в процесс международной передачи технологий и инвестиций. Например, в Италии в течении 90-х годов количество малых предприятий-инвесторов увеличилось в 4 раза и достигло 44,7% от общего количества итальянских инвесторов.

В - третьих, возросла роль малых и средних предприятий во внутриотраслевой специализации и кооперации производства. Так, в развитых странах многие предприятия специализируются на производстве различных узлов, деталей, комплектующих изделий,

используемых крупными фирмами в отраслях автомобилестроения, авиастроения, электроники. Доля поставок МСП в Японии и Франции составляет от 20 до 50% всей производимой ими продукции.

В-четвёртых, усложняется стратегия малых и средних предприятий в применении ими методов и форм проникновения на мировой рынок. В мировой практике, при наличии стабильных покупателей за рубежом, МСП сами осуществляют экспорт. Несмотря на это, определённая часть продукции малых предприятий продвигается на мировые рынки через посредников. Например, в Японии Генеральные торговые дома (General Trade Companies) осуществляют через сети своих отделений и представительств экспорт и импорт МСП, финансируют экспортно-импортные операции малых производителей.

При анализе международного опыта поддержки внешнеэкономической деятельности малых предприятий необходимо упомянуть об их объединении и кооперации в рамках специализированных союзов. Благодаря такой кооперации МСП избегают издержек, связанных с недостаточностью организационных и экономических ресурсов, эффективно проявляют свои возможности в вопросах унификации, стандартизации и сертификации производимой ими продукции. Так, в Италии, Индии, Бразилии, Турции распространение получили отраслевые и территориальные союзы малых предприятий-экспортёров.

Одним из немаловажных факторов поддержки МСП при осуществлении их экспортной деятельности является создание эффективных методов финансирования перспективных производств. Так например, в этих целях в США совместными усилиями SBA (Администрация малого бизнеса), Министерства торговли и ЭКСИМ-банка открыто 19 центров содействия экспорту, осуществляющих предварительный отбор кандидатов на получение капитала для реализации экспортоориентированных проектов. Вместе с тем они кредитуют и внешнеторговые операции малого бизнеса.

Поддержка внешнеэкономической деятельности малых и средних

предприятий является важной составляющей экономической политики любого государства. При этом используется множество организационно-экономических форм поддержки, начиная информационным обеспечением субъектов МСП (компьютерные базы данных внешнеторговой информации) и заканчивая предоставлением помощи финансового характера (льгот по уплате налогов и таможенных сборов, кредитование экспортной деятельности).

Перечисленные выше тенденции характерны в большей степени развитым странам. При этом, внешнеэкономическая деятельность предприятий малого бизнеса стран с переходной экономикой имеет свои особенности и специфику, несмотря на то, что на данном этапе экономического развития они находятся на стадии становления.

В последние годы в нашей республике особое внимание уделяется внешнеэкономической деятельности малого бизнеса и частного предпринимательства.

Согласно данным Государственного комитета по статистике Республики Узбекистан общее количество действующих субъектов МЧБ составило 240 632 предприятия (*данные на 01.02.06г.*), из которых общее количество предприятий МЧБ, осуществлявших внешнеторговую деятельность составило 3781 (*или лишь 1,6% от всего количества фактически действующих МЧБ*). Данный факт указывает на всё ещё незначительную роль малого и частного бизнеса во внешнеэкономической деятельности предприятий республики.

Доля МЧБ во внешнеторговом обороте республики по итогам 2005 года составила 16%. В 2003 году данный показатель составлял 13%.

Рост внешнеторгового оборота МЧБ в 2005 году по сравнению с 2003 годом составил 1,9 раза, что было обеспечено за счет роста экспорта в 2,1 раза.

Следует отметить, что в среднем ежегодный прирост количества МЧБ республики, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность,

колеблется в пределах 16 - 21% (по данным 2003, 2004, 2005 гг.).

Основная товарная номенклатура экспорта субъектов МЧБ в 2006 году, представлена следующими товарными позициями:

- текстильные материалы и текстильные изделия (*х/б пряжа, вата и изделия из неё, коконы шелкопряда, отходы хлопка, х/б ткани, шелк - сырец, шерсть, шелковые отходы, не тканые материалы, трикотажные изделия*) или 59,2% от общего объёма экспорта предприятий МЧБ;

- услуги (*транспортно-экспедиторские, туристические услуги, строительные работы, услуги ж/д и воздушного транспорта, юридические, бухгалтерские, управленческие и консультативные услуги, коммуникационные услуги и др.*) - 12,5%;

- минеральные продукты (*продукты переработки нефти, электроэнергия*) - 9,7%;

- автомобили, тракторы, части и оборудование к ним - 4,8%;

- готовые пищевые продукты (*томатная паста, алкогольные и безалкогольные напитки и уксус, фруктовые соки, джемы и др.*) - 4%;

- продукция химической промышленности - 2,6%;

- машины, оборудования и механизмы - 2,1%.

В целом на долю перечисленных товарных позиций приходится 95% от всего объёма («спорта МЧБ республики осуществленный в 2005 году.

Экспортный режим для субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства Республики максимально либерализован. На сегодняшний день в Республике Узбекистан действуют ряд, нормативно-правовых актов, создающих благоприятные условия для стимулирования экспорта. Так, согласно статье 72 Налогового кодекса Республики Узбекистан экспорт за СКВ товаров, а также выполняемых вне территории Республики Узбекистан услуг, включая поставки в страны Содружества Независимых Государств, если иное не предусмотрено международными договорами Республики Узбекистан, облагаются налогом на добавленную стоимость по нулевой ставке.

Согласно статье 80 Налогового кодекса поставка товаров на экспорт, за исключением отдельных товаров, перечень которых определяется Кабинетом Министров Республики Узбекистан, освобождается от уплаты акцизного налога.

Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан "О параметрах государственного бюджета Республики на 2005г." № 610 от 28.12.2004г. предусматривает снижение ставки налога на доход и налога на имущество в зависимости от объёма экспорта продукции. Так, для предприятий-экспортёров, у которых доля экспорта товаров (работ, услуг) собственного производства за свободно конвертируемую составляет:

- ✓ от 15 до 30 процентов в общем объёме реализации установленные ставки налога на доход и налога на имущество снижаются на 30%;
- ✓ от 30 и более процентов в общем объёме реализации установленные ставки налога на доход и налога на имущество снижаются в 2 раза.

Порядком осуществления хозяйствующими субъектами обязательной продажи выручки в иностранной валюте в приложении № 1 к Постановлению Кабинета Министров Республики Узбекистан № 245 от 29.06.2000г. "О мерах по дальнейшему развитию и укреплению внебиржевого валютного рынка" предусмотрено освобождение от обязательной продажи валютной выручки, поступающей от экспорта товаров (работ, услуг) собственного производства микрофирм и малых предприятий.

Положение "О порядке уведомления о создании юридическими лицами Республики Узбекистан предприятий зарубежом или о долевом участии в их уставных фондах (капиталах)" №1012 от 27 февраля 2001г устанавливает право юридических лиц республики И целях развития зарубежной инфраструктуры внешней торговли и расширения внешнеэкономических связей создавать предприятия за рубежом.

Указ Президента Республики Узбекистан "О создании представительств Торгово-промышленной палаты Республики Узбекистан в зарубежных странах" № УП-3617 от 7 июня 2005г. предусматривает

создание представительств Торгово-промышленной палаты в зарубежных странах, в первую очередь, в Республике Корея, Китайской Народной Республике, Российской Федерации и Федеративной Республике Германия в виде торгово-инвестиционных домов, что позволит укрепить торгово-экономические связи между отечественными и зарубежными предпринимателями и увеличить объёмы экспорта продукции МЧБ. Несмотря на факты поступательного роста объемов экспорта МЧБ республики, все еще имеют место диспропорции в географии распределения предприятий экспортеров МЧБ в разрезе регионов, объемов их экспорта, чрезмерной концентрации МЧБ -участников ВЭД в отдельно взятых регионах, в неполной мере реализуются резервы республики в вопросах экспорта свежей плодоовощной продукции и продукции ее переработки.

В настоящее время в Министерстве внешнеэкономических связей, инвестиций и торговли Республики Узбекистан проводится целенаправленная работа по выявлению экспортных возможностей предприятий МЧБ в приоритетных отраслях экономики. Анализ показывает, что, значительные экспортные резервы заложены в области экспорта свежей и переработанной плодоовощной продукции.

Согласно статистическим данным в 2005 году в Республике Узбекистан было произведено 5 млн. 350 тыс. тонн свежей плодоовощной продукции, том числе 3,3 млн. тонн различных овощей (62%), 846 тыс. тонн плодов и ягод (15%), 590 тыс. тонн бахчевых культур (11%), 577 тыс. тонн винограда (10%).

Основным торговым партнёром по экспорту свежей плодоовощной продукции из Республики Узбекистан является Российская Федерация - на её долю приходится, до половины экспортируемой продукции.

Для удовлетворения собственных нужд республике необходимо не более половины ежегодно выращиваемой на её территории плодоовощной продукции, а остальная её часть традиционно экспортируется в свежем виде или перерабатывается. По оценочным данным экспортный потенциал

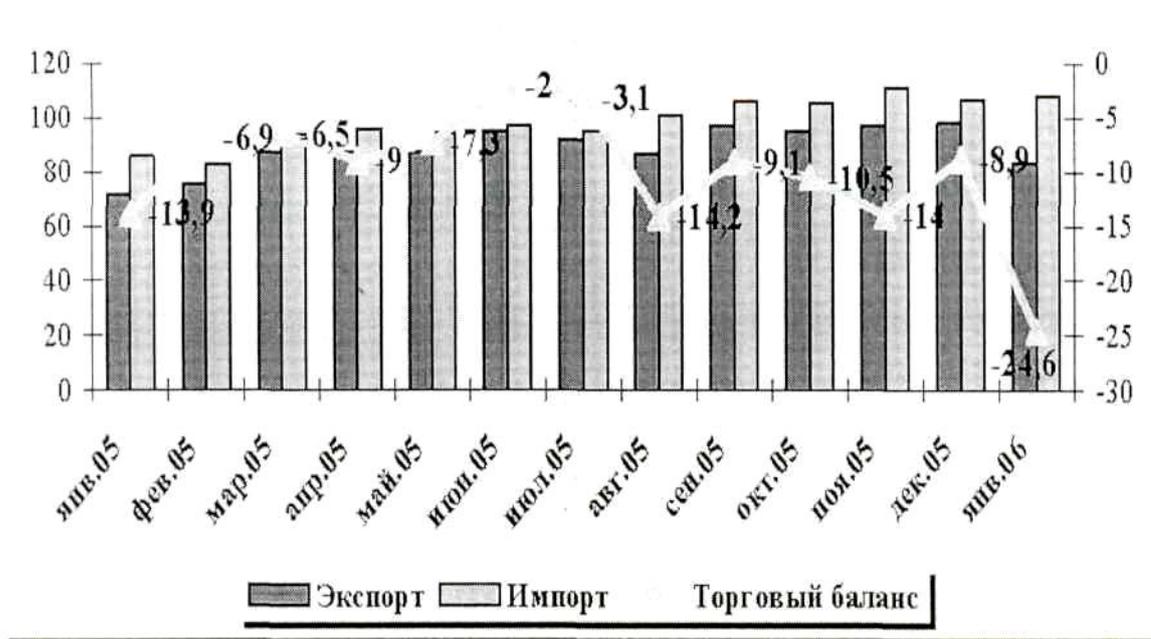
плодоовощной продукции Республики Узбекистан составляет порядка 5 млрд. долл. США.

Доля малых предприятий в ВЭД в региональном аспекте, (%)

Регионы	Доля экспорта МП в валовом экспорте		Доля импорта МП в валовом импорте	
	2004	2005	2004	2005
Республика Узбекистан	6,9	7,3	33,0	32,7
Республика Каракалпакистан	10,8	6,6	29,6	36,2
Андижан	6,0	4,2	24,7	5,6
Бухара	7,4	4,1	70,1	61,1
Джизах	4,8	4,2	81,0	91,5
Кашкадарья	2,8	2,5	27,7	20,2
Навоий	0,4	0,2	1,5	2,1
Наманган	36,6	64,0	62,3	64,9
Самарканд	32,9	31,7	58,2	41,7
Сурхандарья	6,0	6,5	82,4	82,2
Сирдарья	3,6	1,9	79,0	70,1
Ташкент	4,2	19,4	37,9	42,0
Фергана	12,4	19,0	41,4	42,1
Хорезм	13,6	7,7	58,8	72,5
г. Ташкент	11,7	6,5	34,0	34,8

Источник: Госкомстат Р.Уз.

**Объем экспорта и импорта, торгового дефицита ЕС-25, январь 2005г
– январь 2006 г. (в млрд. евро)**



Источник: Eurostat: Euro-indicators, News release

Динамика роста мирового ВВП и экспорта товаров, 2000-2005 гг. (в %)



Источник: WTO

Так, для оказания практического содействия в экспорте плодоовощной продукции при Государственных акционерных внешнеторговых компаниях Министерства ВЭСИиТ были созданы компании по её продвижению на внешние рынки. На данный момент созданы ООО "Агроэкспорт" в 9 регионах Республики, ведётся регистрация учредительных документов ещё в 5 оставшихся регионах республики.

При непосредственном участии структурных и региональных подразделений Министерства ВЭСИиТ разработаны среднесрочные региональные программы привлечения иностранных инвестиций на период 2006 - 2008 годы (РПШИИ) на основе анализа демографического, производственного, экспортного и инвестиционного потенциалов страны. В данных программах значительное место уделено развитию сектора малого и частного бизнеса, увеличению его экспортного и производственного потенциалов, доли в общем экспорте предприятий республики.

По инициативе Министерства ВЭСИиТ начата разработка и реализация Программ по развитию производства, переработки и экспорта плодоовощной продукции в Самаркандской, Ташкентской, Кашкадарьинской и Ферганской областях на базе внедрения пилотных проектов. В целом на сегодняшний день подготовлен 21 инвестиционный проект с общей предварительной стоимостью 13,562 млн. долл. США. Всего за счет реализации предлагаемых проектов объем производства и переработки плодоовощной продукции составит 55 тыс. тонн, прогнозный экспорт составит порядка 11,0 млн. долл. США.

Анализ внешнеэкономической деятельности предприятий МЧБ республики в разрезе регионов предоставил возможность выявить ряд объективных и субъективных причин, которые препятствуют увеличению объемов экспорта товаров, услуг (работ), производимых предприятиями малого и частного бизнеса республики. Ниже приведены результаты данного анализа.

Одними из основных причин, препятствующих увеличению объемов

экспорта МЧБ являются:

– несоответствие уровня технического оснащения предприятий МЧБ современным требованиям мирового рынка;

Одним из наиболее важных вопросов является уровень технического оснащения и новизна оборудования (технологии), используемого предприятиями МЧБ. Общеизвестно что уровень качества продукции, производимой предприятиями МЧБ, напрямую зависит от уровня технологий и состояния оборудования. Отсутствие у предприятия достаточных финансовых средств в СКВ, трудный процесс получения кредитных ресурсов по международным кредитным линиям, все это негативно сказывается на процесс обновления технических мощностей и внедрения передовой технологии и НОУ-ХАУ.

- несоответствие качества выпускаемой предприятиями МЧБ продукции, современным требованиям мирового рынка, а также трудности, связанные с внедрением международных стандартов качества на предприятиях МЧБ (высокие расходы в СКВ);

На снижение конкурентоспособности выпускаемой продукции, выраженной в несоответствии качества и товарного вида продукции требованиям мирового рынка (*отсутствие соответствующей мировым стандартам упаковки и штрих кодирования*) накладывается высокая себестоимость, которая значительно возрастает из-за высоких транспортных тарифов.

Другим фактором, задерживающим внедрение международных систем контроля качества (ISO 9000) на предприятиях МЧБ является отсутствие достаточных денежных средств, в том числе в СКВ, необходимых для их внедрения.

- относительно малые объемы товаров и услуг (работ), производимых предприятиями. МЧБ, объемы которых не позволяют обеспечить рентабельность экспортных операций;

Как показывает анализ хозяйственной деятельности предприятий

МЧБ, эти предприятия не могут во многих случаях выйти на требуемый объем экспорта, что могло бы обеспечить уровень рентабельности производства.

- наличие требований по предоплате и банковских гарантий при осуществлении экспортных поставок;

Существующая в республике нормативная база, регулирующая экспортную деятельность требует от отечественных предприятий, включая предприятия МЧБ, наличия предоплаты за поставляемую продукцию в размере не менее чем 15% от общей стоимости контракта, или' банковских гарантии или страхования от политических/коммерческих рисков.

В этой связи, хотелось бы отметить, что дальнейшее развитие ВЭД МЧБ требует осуществления ряда мер направленных на расширение экспортных возможностей субъектов МЧБ, а именно:

-оказание содействия субъектам МЧБ в осуществлении маркетинговых исследований внешних рынков с целью обеспечения ее сбыта, а также приведения ее технических параметров в соответствии с требованиями внешнего рынка;

-реализация комплекса мер, направленных на возобновление традиционных рынков сбыта продукции МЧБ, в первую очередь в странах СНГ, Балтии и др.;

-решение вопросов внедрения международных систем управления качеством и сертификации продукции на предприятиях МЧБ совместно с заинтересованными министерствами и ведомствами республики;

-выработка и внедрение конкретных мер по повышению уровня конкурентоспособности выпускаемой продукции МЧБ с целью обеспечения ее успешной реализации на внешнем рынке;

-оказание практической помощи предприятиям МЧБ в поиске и налаживании контактов с потенциальными импортерами выпускаемой МЧБ продукции, ее предконтрактной проработки и контрактации;

- обеспечение **создания эффективной внешнеторговой инфраструктуры** по продвижению продукции МЧБ на внешних рынках путем создания «торговых домов за рубежом», в том числе дистрибьюторских и дилерских каналов сбыта;

- **расширение спектра услуг по предоставлению технико-информационной поддержки** по вопросам ВЭД, таможенного законодательства зарубежных стран, требований по качеству продукции и ее сертификации, предъявляемых в странах импортерах;

- **создание специализированной базы данных** с целью оперативного предоставления заинтересованным отечественным производителям всей необходимой информации по внешнеторговым операциям и минимизации затрат на маркетинговые услуги;

- **оказание содействия в проведении выставок и презентации**, в том числе региональных по презентации экспортного и производственного потенциалов субъектов малого и частного бизнеса республики;

- **создание специализированных информационных и аналитических материалов**, в том числе изданий, мультимедийных разработок, презентации в глобальной сети Интернет направленных на широкое ознакомление зарубежных деловых кругов, с имеющимся экспортным и производственными потенциалом МЧБ республики;

- **отслеживание существующей законодательной и нормативной базы** республики и за рубежом (традиционных рынках сбыта продукции МЧБ) регулирующей ВЭД, в первую очередь экспортной деятельности МЧБ с целью обеспечения прозрачности их применения и выработки конкретных практических мер по защите интересов субъектов МЧБ на территории республики и за рубежом

3.3. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ УЧАСТИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН В УСЛОВИЯХ ЛИБЕРАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ.

В условиях либерализации экономики и в связи с возможным вступлением Узбекистана в ВТО в нашей стране проводится активная политика повышения конкурентоспособности внутренних производителей. Государство способствует планомерному выходу отечественных производителей звена МБ на внешний рынок.

В свете глобализации мировой экономики в последние годы малые предприятия, освоившие новые формы и методы международного сотрудничества, начали доказывать свое право на участия в системе ВЭД. В странах с переходной экономикой, внешнеэкономическая деятельность субъектов МБ развивается, имея свои особенности и специфику, несмотря на то что, на данном этапе экономического развития они находятся на стадии становления. В нашей стране созданы все организационно-экономические возможности и механизмы стимулирования. Прирост субъектов МП, участвующих в экспортно-импортных операциях в 2005 году составлял 11,6% по сравнению с соответствующим периодом прошлого года, что свидетельствует о расширении их внешнеэкономической деятельности на зарубежном рынке. Хотя, во внешнеэкономической деятельности МБ преобладают импортные операции, связанные с ростом поставок машин и оборудования под реализацию инвестиционных проектов МБ, существует неиспользованный потенциал и для роста экспорта предприятий МБ, особенно в сфере сельского хозяйства, пищевой и легкой промышленности, туризма и автомобилестроения.

Узбекистан обладает мощным ресурсным сельскохозяйственным потенциалом. По производству томат-пасты Узбекистан входит в первую пятерку мировых производителей, а по производству сухофруктов - в

первую десятку. Так же известно что, ранее Узбекистан являлся самым крупным поставщиком плодоовощной продукции на рынки бывших союзных республик. Сейчас ситуация в этом отношении далека от оптимальной. За последние годы наиболее динамично развивалась именно сфера сельского хозяйства, где в настоящее время сконцентрирована основная часть субъектов МБ - 40,2%. Наблюдается стабильный рост экспорта поставок переработанной сельскохозяйственной продукции.

В период 2007-2012 года в Узбекистане планируется выделить на развитие текстильной промышленности около двух млрд. долларов США. В связи с этим имеется потенциал роста экспорта за счет создания малых предприятий по производству готовых швейных и трикотажных изделий. В условиях Узбекистана для малого предпринимательства это направление бизнеса привлекательно более низкими издержками и относительно несложным технологическим процессом.

Имеются возможности расширения экспорта продукции МБ и за счет развития субподрядных отношений МБ с предприятиями автомобилестроения. На сегодняшний день, созданы и функционируют 7 спутников СП УзДЭУ-авто, освоены несколько десятков видов комплектующих для легковых автомобилей. В отрасли существует еще неиспользованный потенциал.

Вместе с тем необходимо отметить, что экспортный потенциал малого бизнеса реализуется далеко не полной мере.

Важнейшей проблемой, сдерживающей значимое расширение экспорта отечественной продукции, является практическое отсутствие отечественной школы формирования систем качества на базе ISO 9000.

Среди других причин, препятствующей росту экспорта МБ и такие, как недостаток информации по конъюнктуре внешних рынков, недостаточная прозрачный механизм организации экспорта, монополизация и бюрократическая волокита при продвижении товаров и услуг на экспорт, не знание требований на качество и стандарты

экспортируемой продукции, низкое качество упаковки, недостаточное количество торговых домов и представительств узбекских структур за рубежом.

Для более полной реализации экспортного потенциала МБ, необходимо внедрить единый механизм информационного обеспечения по конъюнктуре зарубежных рынков. Вопросы дальнейшего развития ВЭД малого бизнеса потребуют осуществление дополнительных организационно-экономических мер.

Указ Президента Республики Узбекистан от 7.07.2004 года "О создании Торгово-промышленной палаты Узбекистана" явилось своевременным ответом на многочисленные вопросы, которые возникли на сегодняшний день. В частности целью создания Торгово-промышленной палаты Узбекистана является создание благоприятных условий для дальнейшего развития частного предпринимательства, совершенствования бизнес среды, содействие налаживанию деловых связей предпринимателей республики с иностранными партнёрами, активному продвижению отечественных товаров и услуг на внешние рынки, широкому привлечению в республику иностранных инвестиций для создания новых, технического перевооружения и модернизации действующих производств, обеспечивающих выпуск готовой конкурентоспособной продукции. Успешная реализация данного Указа со стороны правительства нашей республики с участием заинтересованных организаций приведет к решению многочисленных вопросов, в частности и вышеперечисленных, ибо это требует немало усилий, времени и финансов.

Обобщая вышеотмеченное, можно констатировать, что на сегодняшний день международная торговля становится движущей силой развития как большого, так малого бизнеса, а также экономики страны в целом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Провозгласив после обретения Узбекистаном государственной независимости курс на социально ориентированную рыночную экономику, руководство республики установило в числе главных приоритетов перехода к ней формирование и расширение частного сектора в национальном хозяйстве, создание нового класса собственников, всемирную поддержку развития и укрепление малых предприятий. В одном из выступлений на заседании Кабинета Министров Президент Республики Узбекистан И. А. Каримов отметил: «...малый и средний бизнес, частное предпринимательство должны стать не только основным звеном в нормировании валового внутреннего продукта страны, но и важнейшим фактором занятости и источником доходов населения, обеспечения национального благосостояния»¹⁰. За более чем 13-летний период развития Узбекистана в качестве самостоятельного государства, МСБ превратился в весьма важный фактор социально-экономического прогресса. Достаточно отметить, что за этот период численность его субъектов, персонала и вклад в ВВП продемонстрировали прирост в десятки раз. Только за последний 4-5 лет этот прирост по показателю численностью субъектов, как видно из таблицы 1, оказался почти двукратным. В настоящее время на долю МСБ приходится около 9/10 общей численности хозяйствующих субъектов, свыше 1/2 занятых в национальной экономике и 1/3 объема ее валового продукта. Попутно отметим, что реальная, фактическая доля МСБ в экономике Узбекистана, на наш взгляд, еще выше, поскольку официальные данные о состоянии МБ в республике не учитывают ту весьма значительную часть оборотов его субъектов (составляющую , по некоторым оценкам - около 1/2)¹¹ , которая не приходит по стандартным банковским каналам.

Сравнительный анализ данных таблицы свидетельствует о несхожести

¹⁰ Экономическое обозрение. 2001. №8-9.-С12

динамик показателей, характеризующих развитие МБ, обращает на себя внимание опережающий (причем, namного) прирост численности субъектов МБ по сравнению с их персоналом и долей в ВВП Узбекистана (за 1999-2005гг. - в 1.9 и 1.2 раза соответственно). Заметны также существенные различия в роли МБ в конечной продукции отдельных отраслей национальной экономики (достигшие в первом полугодии 2006г. почти шестикратной величины:) 14.2 % в индустрии и 85% в сельском хозяйстве). Приходится констатировать также некоторое обладание (правда не по всем параметрам) позиций МБ в экономике в указанным выше полугодии по сравнению с 2005г.

Оценивая вклад МБ в развитии национальной экономики, следует иметь в виду, что регистрируемый официальной статистикой его рост не всегда отражает истинное положение дел, поскольку значительная часть этого роста происходит, на наш взгляд, за счет перевода ряда предприятий из категории крупных в разряд малых. Косвенным подтверждением данного тезиса является то, что с учетом поправки на уровень инфляции, согласно оценке экспертов, реального роста объемов продаж товаров и услуг добились в 2003 г. 12%, в 2005г. 21% всех субъектов. Несмотря на почти двукратное увеличение, доля предприятий, добившихся прироста, пока невелика , вчетверо уступая удельному весу субъектов МБ, не добившихся такого прироста.

Роль сектора МБ в Узбекистане можно оценить на фоне международных сравнений (при всей их условности) прежде всего со странами, решающими схожие с нашей республикой задачи перехода к рыночным отношениям в экономике. В 2004 г. В расчете на 1. тыс. жителей в Узбекистане приходилось около 9 субъектов МБ, что выше по сравнению с Казахстаном и Россией, где аналогичный показатель составил порядка 7. вместе с тем, данный показатель по-прежнему в несколько раз ниже возможного, поскольку в Японии, например, он составляет порядка 48, а в

¹¹ Деловая среда в Узбекистане глазами представителей МСБ. 2002г

странах, ЕС колеблется от 37 до 46. В то же время в Узбекистане значительно выше, чем в большинстве стран с переходной экономикой, участие государства в структуре собственности субъектов МБ (в 2004 г. менее 2/5 их общей численности относились к категории частных по сравнению например, с менее чем 2% в Болгарии).

Рост численности зарегистрированных субъектов МБ в Узбекистане сопровождается повышением доли тех из них, которые относятся к категории действующих - с 81.7% в 2002г. до 88.0% в 2003г. И 90.1% в 2005г. Эта тенденция является проявлением улучшения как общеэкономической среды, так и мер поддержки предпринимательства в республике. Вместе с тем, существенные региональные различия данного показателя, достигшего в 2005 г. максимума в Сырдарьинской области (96.7%) и минимума в г. Ташкенте (79,1%) свидетельствует о наличии значительных резервов дальнейшего совершенствования условий деятельности отечественных субъектов МБ.

При оценке значимости малого бизнеса важна не только, и даже не столько динамика качества его субъектов, сколько то, в каких секторах национальной экономики они развиваются. Вместе с тем, здесь не может быть каких-либо единых, унифицированных для всех стран критериев. В этой связи мы не можем согласиться с критикой составителей одного из аналитических отчетов по Узбекистану насчет того, что в Узбекистане, в отличие от других стран с переходной экономикой, где рост числа МБ происходит за счет производственных не сельскохозяйственных и оказывающих услуг предприятий значительная часть этих предприятий «функционирует в торговле и сельском хозяйстве» а «в промышленности практически не отмечается роста МБ с 2003 по 2004гг.».

Относительно Японского опыта развития малого и среднего бизнеса и аспектов его использования в Узбекистане можно сделать следующие выводы:

- Большой практический интерес у организаторов МБ в Узбекистане вызывает японский опыт финансово-кредитной, лизинговой, информационной и консалтинговой поддержки малых предприятий, менеджерской, маркетинговой и правовой подготовки их руководителей, а также содействие внешнеэкономической деятельности и налаживания связей этих предприятий с крупными отечественными и зарубежными компаниями.
- Предметом особого изучения должны стать вопросы участия государства в создании и развитии широкой сети инфраструктурных институтов Японии, обеспечивающих становление и устойчивое функционирование малых предприятий за счет принятия ими на себя части рисков частных предпринимательских структур.
- Еще одним важным резервом успешного становления отечественного МБ могло бы стать творческое использование успешно зарекомендовавшей себя в Японии системы взаимодействия общегосударственных органов управления и муниципальных органов власти, ближе всех стоящих к субъектам этого бизнеса.
- .Впечатляющие успехи в развитии МБ в послевоенной Японии стали возможными благодаря тому, что они базировались не только на методах государственной поддержки МБ, но и использовании богатых возможностей корпоративных структур, общественных организаций и средств массовой информации. С учетом данного обстоятельства важным предметом научного осмысления является созданная здесь уникальная система вовлечения в процесс поддержки МБ корпоративных структур, общественных организаций и средств массовой информации. дополняющих усилия

государственных органов управления, значительно ускоряющих адаптацию малых и предприятий к условиям рынка, а также нахождение оптимальных вариантов практического применения имеющегося в этом отношении опыта в Узбекистане

- Значительный аналитический интерес представляет творческая систематизация богатого опыта организации государственных органами власти Японии взаимовыгодного производственного, инвестиционного и торгово-экономического сотрудничества МБ с крупными зарубежными компаниями, способствовавшего беспрецедентному в мировой практике прорыву этой страны в различных сферах научно-технического прогресса.
- Еще одним перспективным, на наш взгляд, направлением использования японского опыта может считаться заимствование элементов позитивной практики применения инструментов финансовой поддержки МБ, которые оказываются специализированным учреждениями Японии, включая инновационные банки, инвестиционные и венчурные фонды, лизинговые и страховые компании.

Особый интерес руководителей и специалистов в области организации МБ Узбекистана должен вызывать успешно зарекомендовавший себя, апробированный в течении многих лет функционирования японских общественных организаций по поддержке МБ, занимающихся не только отстаиванием прав предпринимателей, обеспечением страхования их рисков, но и формированием позитивного общественного мнения в отношении класса честных собственников. Учреждение по опыту Японии широкой сети организаций подобного профиля в Узбекистане должно, на наш взгляд, стать **одним из приоритетных направлений институционального развития отечественного МБ**. Его практическое воплощение даст возможность не только защитить законные

права предпринимателей, поднять престиж класса частных собственников в глазах населения страны, но и повысить эффективность регулирования предпринимательской деятельности.

Исследование с научных позиций различных аспектов передового опыта Японии в области поддержки и развития МБ и его практическое применение в Узбекистане открывает благоприятные перспективы еще в одном направлении - **интеграции финансово-экономического, производственно-технического и социально-экономического потенциалов этого сектора национальных экономик обеих стран.** В частности, большие возможности остаются в широком использовании на предприятиях МБ Узбекистана *франчайзинга, лизинга наукоемкого и высокотехнологического мини-оборудования ведущих японских фирм, а также в подключении этих предприятий к сбыту продукции японских фирм посредством сетевого маркетинга.*

Внедрение результатов аналитических проработок по исследованию с научных позиций передового японского опыта поддержки МБ будет способствовать расширению эффективности торгово-экономических, инвестиционных и иных партнерских связей отечественных предпринимательских структур с японскими правительственными и деловыми кругами. С другой стороны, это расширит возможности для японских фирм использовать потенциал МБ для проникновения на емкий рынок товаров и услуг Узбекистана.

Японский опыт свидетельствует - политику поддержки МБ в Узбекистане следует строить на четком осознании ее многофункционального характера, понимании того, что успешное развитие этого сектора экономики возможно лишь при комплексном сочетании институционального, финансового и имущественного содействия, при наличии специальной инфраструктуры, устранении неоправданных бюрократических препон, надежном обеспечении защиты прав предпринимателей.

Успешное использование богатого японского опыта поддержки и развития МБ несомненно будет способствовать углублению рыночных преобразований, развитию процесса становления среднего класса собственников и дальнейшему углублению демократических реформ в Республике Узбекистан.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

I. ЗАКОНЫ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

1. Закон Республики Узбекистан «О гарантиях свободы предпринимательской деятельности» от 25.05.2000 г.

II. УКАЗЫ И ПОСТАНОВЛЕНИЯ ПРЕЗИДЕНТА РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

1. Указ Президента Республики Узбекистан 14.06.2005 г. N УП-3618 О мерах по ускорению реализации приоритетных направлений в сфере углубления рыночных реформ и дальнейшей либерализации экономики
2. Указ Президента Республики Узбекистан 11.04.2005 г. N УП-3594 О дополнительных мерах по стимулированию привлечения прямых частных иностранных инвестиций
3. Постановление Президента Республики Узбекистан 10.03.2005 г. N ПП-24 О программе по реализации целей и задач демократизации и обновления общества, реформирования и модернизации страны
4. Постановление Президента Республики Узбекистан 11.03.2005 г. N ПП-26 О мерах по упорядочению экспортно-импортных операций
5. Постановление Президента Республики Узбекистан 18.04.2005 г. N ПП-58 О мерах по дальнейшему развитию сотрудничества с Республикой Индия

III. ПОСТАНОВЛЕНИЯ КАБИНЕТА МИНИСТРОВ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

1. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан №189 от 31 мая 2002 года "О дополнительных мерах по унификации импортных таможенных пошлин".

IV. ТРУДЫ ПРЕЗИДЕНТА РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

1. И.А.Каримов «Об итогах социально-экономического развития

республики в 2007 году и важнейших приоритетах углубления экономических реформ в 2008 году» «Народное слово» 12.02.08 (№21).

2. И.А Каримов. "Укрепление Законодательной базы развития страны – основной критерий нашей деятельности". Доклад на пятом пленарном заседании Сената Олий Мажлиса РУз. Т.: "Народное слово" №39 25 февраля 2006.

3. И.А Каримов. "Закрепляя достигнутые результаты, последовательно стремиться к новым рубежам" Доклад на заседании Кабинета Министров, посвященном итогам социально - экономического развития в 2005 году и важнейших приоритетах углубления экономических реформ в 2006 году. Народное слово. №29 11 февраля 2006/

4. И.А. Каримов. Наша главная цель- демократизация и обновление общества, реформирования и модернизация страны. Т. "Узбекистан". 2005 г., с. 30.

5. Каримов И.А. Узбекистонда демократик узгаришларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамияти асосларини шакллантиришнинг асосий йуналишлари. Иккинчи чакирик Узбекистан Республикаси Олий Мажлисининг 9-сессиясидаги маъруза, 2002 йил 29 август

6. Каримов И.А. "Узбекистан XXI асрга интиломда" Т. Узбекистон, 1999

V. ВЕДОМСТВЕННЫЕ НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ

1. Постановление Агентства по внешним экономическим связям, Министерства финансов, Государственного таможенного комитета Республики Узбекистан от 11 ноября 2004 года №№ ЭГ-01/10-4238, СР/13-01/3-46/128, 01-02/20-35 "О внесении дополнений в Перечень стран, с которыми подписаны Соглашения о торгово-экономическом сотрудничестве с предоставлением режима наибольшего благоприятствования". *(Зарегистрировано Министерством юстиции Республики Узбекистан 14 января 2005 г. Регистрационный № 426-4).* СОБРАНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН.-№2(138). 2005 г

VI. УЧЕБНИКИ

6.1. Изданные в Республике Узбекистан.

- Шодиев Р.Х. "Жахон иктисодиёти" Т., "Шарк", 2005.

6.2. Изданные в России.

- Вольского В.В. Социально-экономическая география зарубежного мира. М Дрофо 2005.
- Друзик Я .М. Мировая Экономика: страны, регионы, континенты. Москва: Экономистъ, 2004г
- Комаров М.П. "Инфраструктура регионов мира": учебник. - СПб: Изд. 2006
- Колесов В.П. Международная конкурентоспособность России. М.: МГУ ТЕИС, 2006г.
- Колесов В. Мировая экономика. Экономика зарубежных стран. Учебник. М., Дело, 2005г.
- Киреев А. Международная экономика. Москва, Дело, 2006
- Кудров В.М. Мировая Экономика. Учебник. Москва, Дело 2006
- Ломакин В.К. Мировая Экономика Москва Дело 2007 (735стр)
- Николаева И.П. "Мировая экономика" Учеб. пособие для вузов М., Юнити, 2006г.
- Пашковская. И. Европейская экономическая и валютная интеграция. М., Международные отношения, 2005г
- Экономика США: Учебник Под ред. Супяна В.П. СПб Питер 2005

6.3. Изданные за рубежом.

- Д. Дж. Речман, М.Х. Мескон "Современный бизнес" М. 2006г.

VII. УЧЕБНЫЕ ПОСОБИЯ

7.1. Изданные в Республике Узбекистан.

- Назарова Г.Г., Хайдаров Н.Х. Халқаро иқтисодий муносабатлар.

Укув кулланма. ТДИУ, 2005 .

- Назарова Г.Г., Халилов Х.Х., Эштаев А.А. ва бошкалар. Жахон иктисодиёти. Укув кулланма. ТДИУ, 2005.

7.2 Изданные в России.

- Спиридонов И.А. Мировая экономика. Уч. пос. М.: Инфра, 2004
- Погорлецкий А.И Экономика зарубежных стран. Санкт- Петербург, 2003

VIII. НАУЧНЫЕ СТАТЬИ И МОНОГРАФИИ

8.1.Изданные в Республике Узбекистан.

- А.Бекмурадов ва бошкалар. Узбекистан иктисодиётини либераллаштириш йилларида. 5-кисм. Ташки иктисодий сиёсат: савдо ва инвестициялар оқимлари - Тошкент, ТДИУ, 2005 й. .
- Назарова Г.Г., Назарова Р.Р., Юсупов А.С, Жахон иктисодиётига интеграциялашув: тажриба ва амалиёт. Т. ТДИУ, 2005
- Назарова Г.Г., Халилов Х.Х., Ахмедов И.А., Азимов А.Э.,Германия Федератив Республикаси иктисодиёти. (илмий -оммобоп рисола).Т. ТДИУ, 2005 .
- Бобожонов Б.Р. "Региональная экономическая политика Японии", материалы Международной научно-практической конференции на тему "Развития юридических, экономических и педагогических наук в ВУЗе", ТГЭУ, 2004.

8.2. Изданные в России

- Эштаев А.Основные принципы управления персоналом в США и Японии., Материалы XVII Плехановских чтении., - М.:, 2004

8.3. Изданные за рубежом

- Arisava Hiromi. Theory of Industrial Control in Japan. 1967.P.42
- Takamiya Susumi.Essence of small and medium enterprises. 1975. page206

- Yamanka Tokutaro. Theory of Industrial Policy. 1960. Page. 269-273.
- Fudzita Keiso. Essence of small and medium enterprises. 1995. page 131.
- Ushio Shinzo. Theory of Small and Medium Enterprises. 1951. page 194.
- Suemsu Genroku. Regulation of Small and Medium Enterprises. 1956. page 140.

IX. СТАТИСТИЧЕСКИЕ ИСТОЧНИКИ

- "Статистика вчера сегодня и завтра", ж-л Экономическое обозрение №8 2005
- Европейский Союз. Справочник путеводитель. Буторина О. М., 2003г. Страны мира., "ФАН" Т,2004
- Отчет о деятельности ГАК "Узбекенгилсаноат" за 2005 г.

X. ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

www.k2kapital.ru - финансовые рынки, новости, аналитики, цены.

www.gov.uz — Официальный сайт Правительства Республики Узбекистан

www.mfer.uz — сайт Министерства внешних экономических связей, инвестиций и торговли Республики Узбекистан

www.jahon.mfa.uz — сайт Министерства иностранных дел Республики Узбекистан

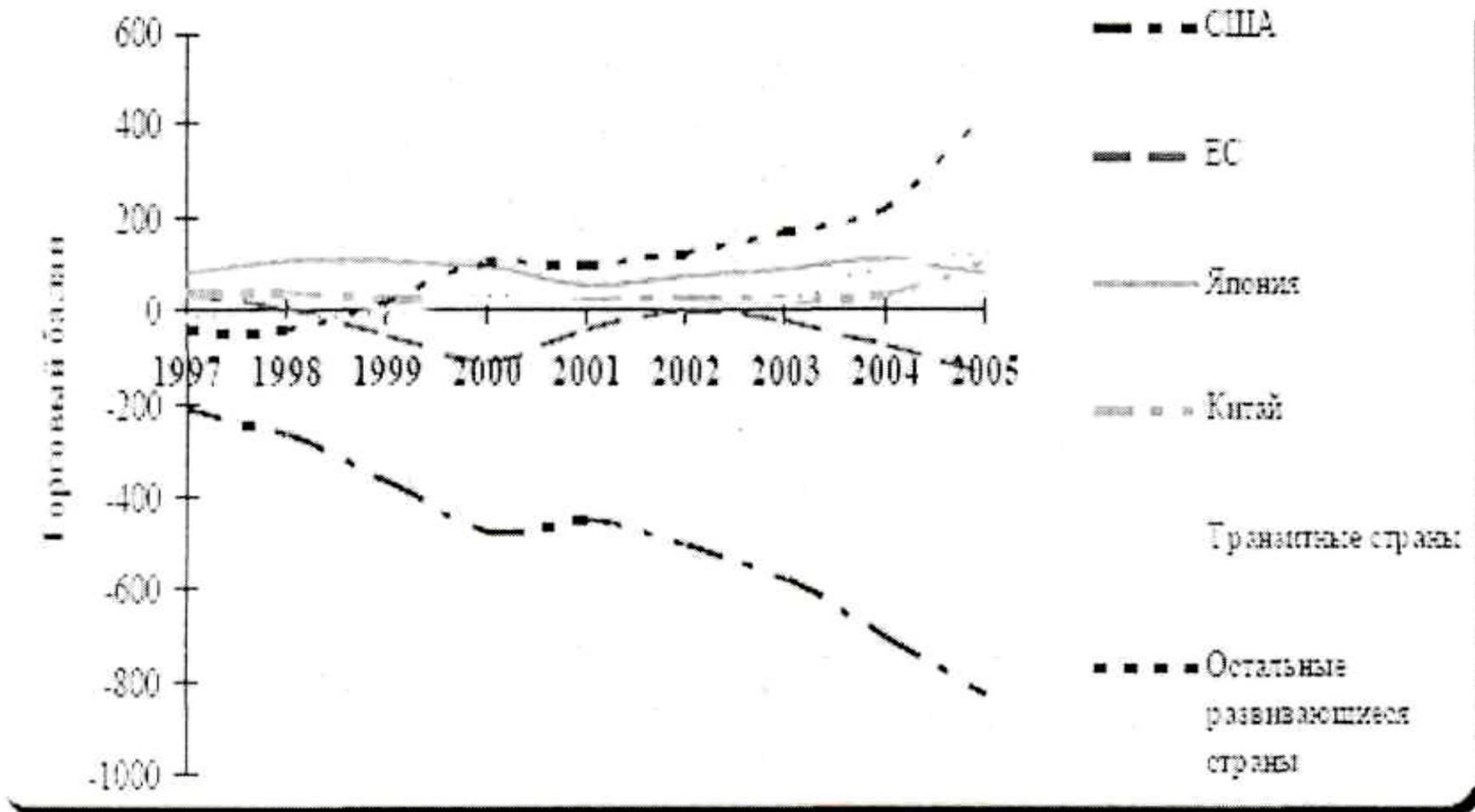
www.edu.uz - сайт Министерства Высшего и среднего специального образования Республики Узбекистан

www.unctad.org — сайт UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development)

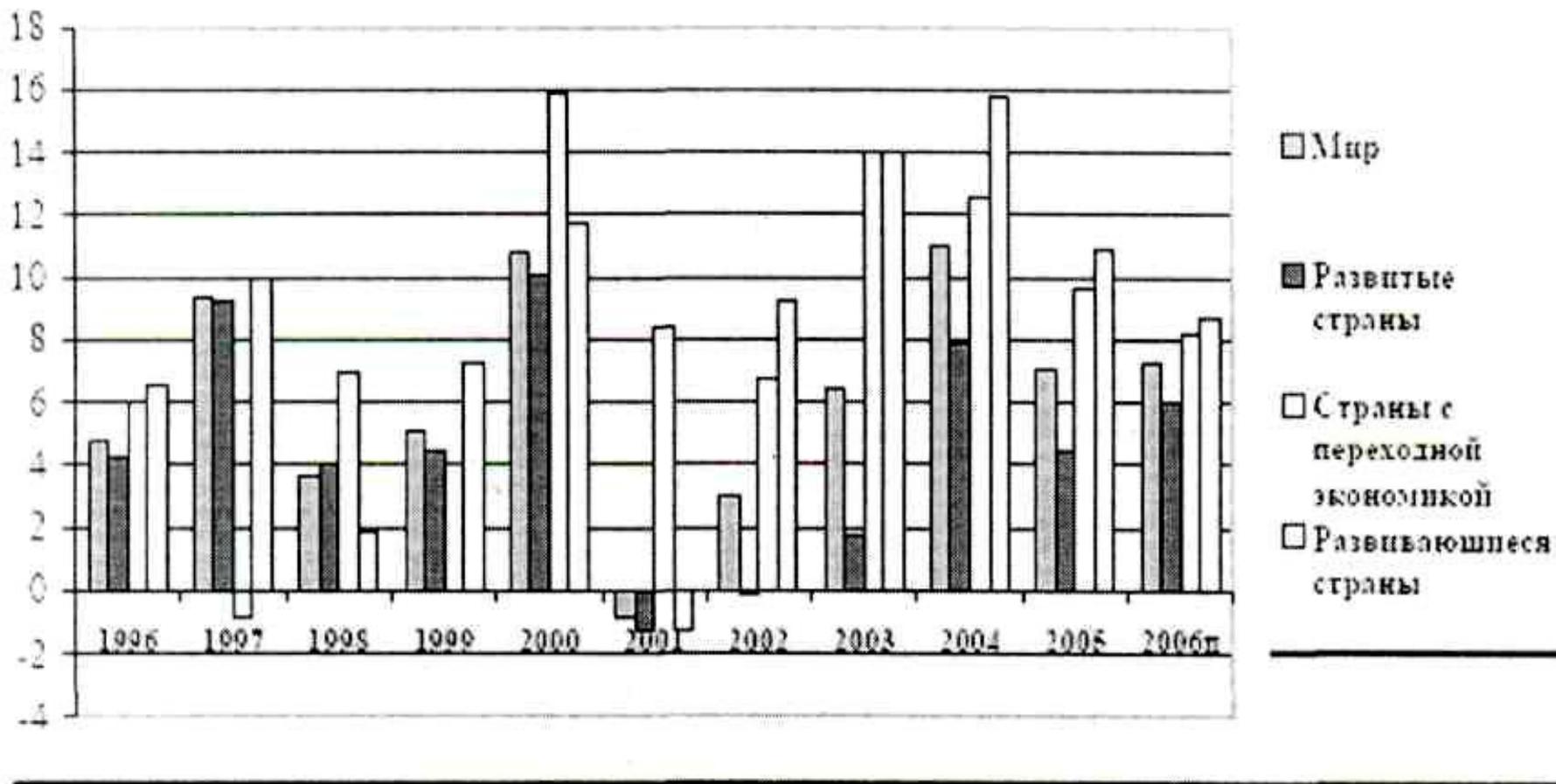
www.mgimo.ru — сайт МГИМО

www.tseu.uz - сайт ТГЭУ

УВЕЛИЧЕНИЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ДИСПРОПОРЦИЙ В МИРОВОЙ ТОРГОВЛЕ (В МЛРД. ДОЛЛ.)

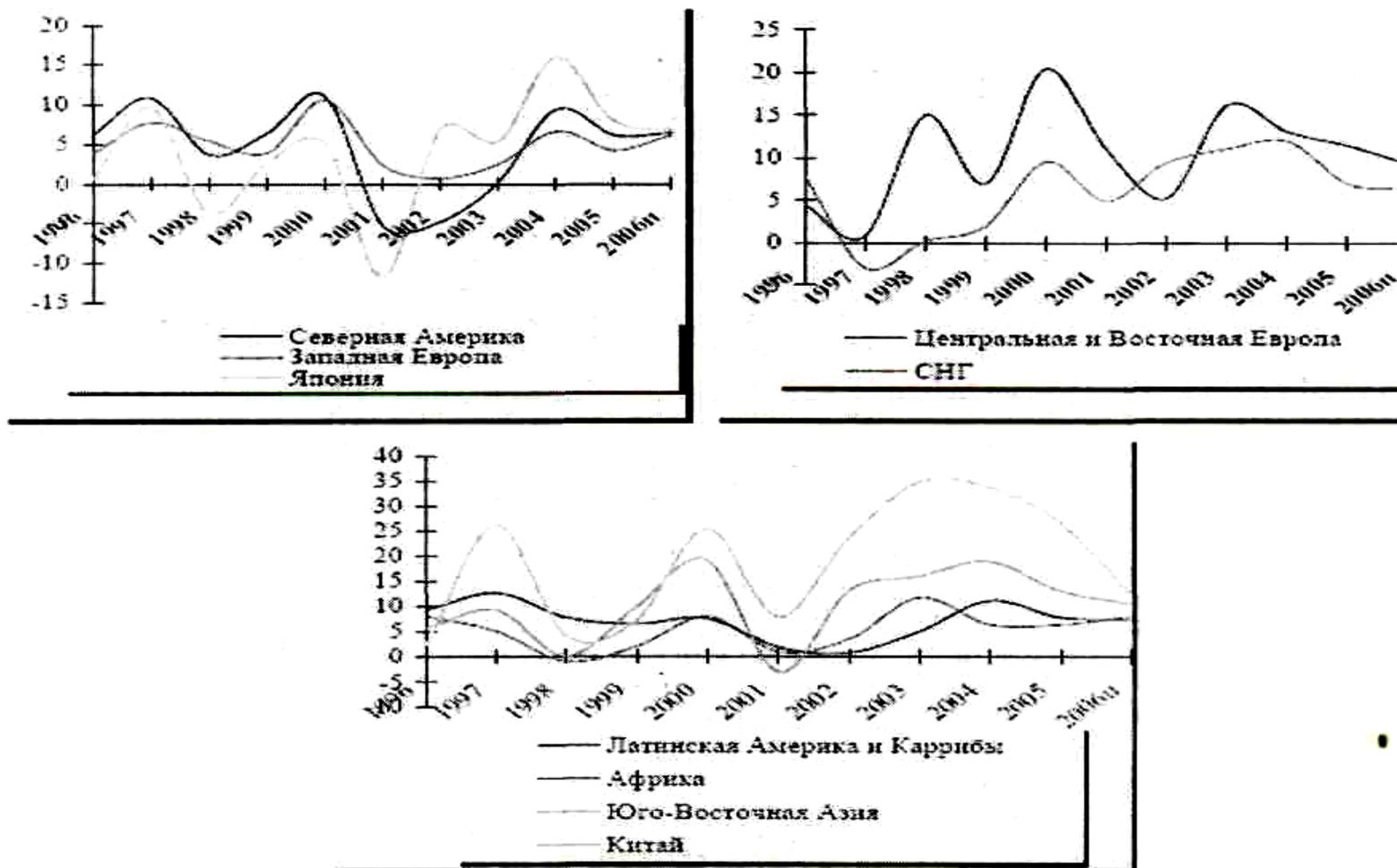


ТЕМПЫ РОСТА МИРОВОГО ЭКСПОРТА ПО ГРУППАМ СТРАН, 1996-2006 ГГ. (В %)



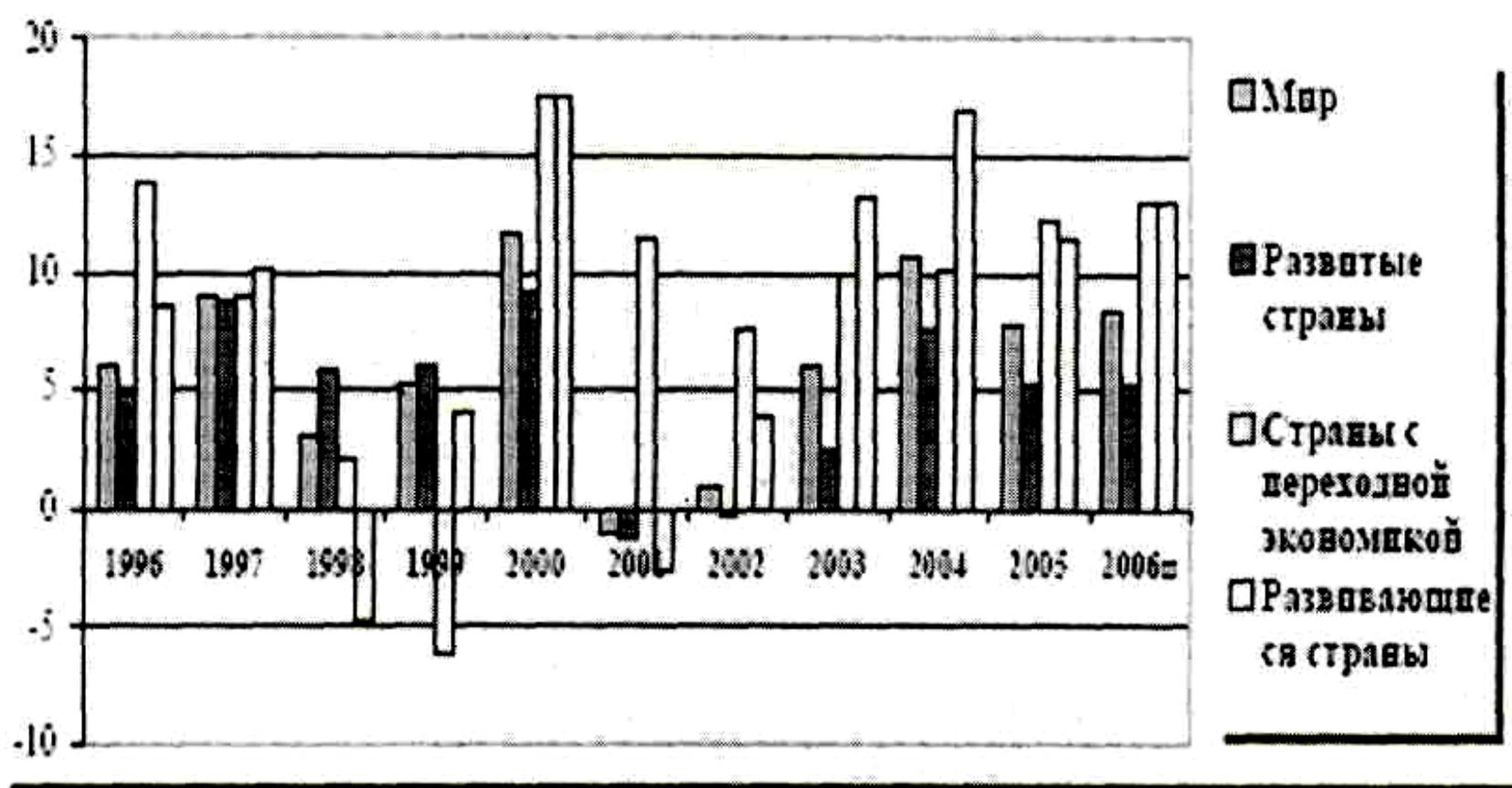
Источник: WTO

ТЕМПЫ РОСТА ЭКСПОРТА ПО ОСНОВНЫМ РЕГИОНАМ МИРА, 1996-2006 ГГ. (В %)



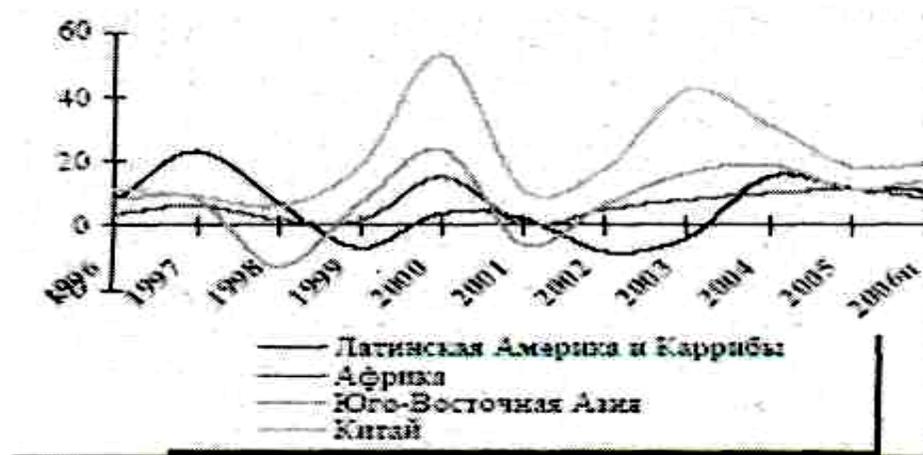
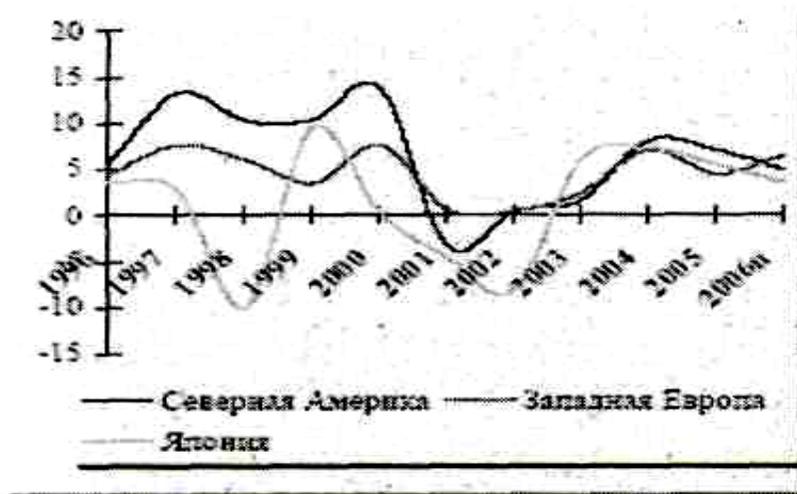
Источник: WTO

ТЕМПЫ РОСТА МИРОВОГО ИМПОРТА ПО ГРУППАМ СТРАН, 1996-2006 ГГ. (В %)



Источник: составлено по данным ООН

ТЕМПЫ РОСТА ИМПОРТА ПО ОСНОВНЫМ РЕГИОНАМ МИРА, 1996-2006 ГГ. (В %)



Источник: построено по данным ООН

