

DOI: <http://dx.doi.org/10.21686/2410-7395-2018-3-51-60>

РОЛЬ МАЛОГО БИЗНЕСА В ЭКСПОРТЕ США

Н. С. Фризяк

Институт США и Канады РАН, Москва, Россия

В статье проанализированы тенденции и роль малого бизнеса в американском экспорте; основные направления внешнеэкономической политики в части поддержки малых предприятий, экспортирующих товары и услуги; формирование благоприятных условий для расширения экспортно ориентированного производства малыми предприятиями для преодоления барьеров по их доступу на зарубежные рынки. Отмечено, что наиболее быстрорастущим экспортным сегментом являются предприятия с числом занятых менее 50 человек, при этом развитие цифровых платформ стало одним из важнейших факторов их экспортной активности. Проанализированы оценки представителей малого бизнеса относительно условий и препятствий для развития экспортной деятельности; влияния соглашений о свободной торговле на возможности расширения экспортных операций. Малый бизнес обеспечивает значительную долю общего стоимостного объема американского экспорта (около трети) и имеет потенциал для укрепления своих позиций за рубежом. Показано, что на фоне протекционистских шагов действующей администрации Д. Трампа в Соединенных Штатах ведется активная работа по оптимизации политики освоения внешних рынков малыми предприятиями, в том числе в направлении координации усилий, предпринимаемых в данном направлении на всех уровнях власти.

Ключевые слова: малый бизнес, экспорт, США.

THE ROLE OF SMALL BUSINESS IN US EXPORTS

Nikita S. Frizyak

The Institute for USA and Canada Studies of Russian Academy
of Sciences, Moscow, Russia

The article analyzes small business exports trends; the obstacles in the field of the exports promotion in terms of both the number of small businesses that export and the value of existing small business exporters. The value of small business accounts for one-third of the US total exports, and units with less than 50 employees are leading in raising their exports. Special attention is paid for the influence of the digital engagement on small business' exports, considering that digital tools make it possible to expand overseas. It is pointed out that there are more barriers for small businesses exporting, comparing with larger ones; and they need help in a wide range of tools to make their business global. Some small companies feel exporting too expensive, or too difficult to be involved in the export process. While D. Trump made some protectionist steps, small business administration is required to perform several functions to support small businesses in their way to engage in international trade. It is also pointed out that agencies involved in supporting small businesses in their export process need coordination on federal, state, local levels.

Keywords: small business, exports, US

Изменения во внешнеэкономической политике США, принятие решений по защите от импорта, введение пошлин на целый ряд ввозимых видов продукции [11] происходят на фоне продолжающегося усиления борьбы за внешние рынки, поддержки национальных экспортеров [4]. Особое место в системе содействия американскому экспорту, учитывая значение малого бизнеса в экономике страны, занимают меры поддержки экспорта малых предприятий, которые охватывают различные этапы экспортной деятельности.

Развитие международной торговли в условиях глобализации привело к росту активности на внешних рынках всех хозяйствующих субъектов [2]. Поскольку в Соединенных Штатах, согласно Закону о малом бизнесе (1953), установлена высокая планка отнесения предприятий к малым (к числу малых предприятий отнесены предприятия, принадлежащие независимым владельцам, созданные для получения прибыли и не превышающие установленных размеров с занятостью до 500 человек), на поддержку со стороны государства могут рассчитывать около 29 млн единиц малого бизнеса.

По данным Администрации по делам малого бизнеса, в 2017 г. малые предприятия обеспечивали около 48% занятых в частном секторе; на них приходилось 97,7% числа экспортеров в стране; около трети стоимостного объема американского экспорта [13]. В некоторых штатах этот показатель выше. Например, в штате Техас 93% общего числа экспортеров составляют малые предприятия, которые обеспечивают около 38% всего стоимостного объема экспорта штата [14].

Стратегия поддержки малого бизнеса в Соединенных Штатах предусматривает особое направление – содействие выходу малых предприятий на внешние рынки с учетом ограниченности их ресурсов, а зачастую управленческих знаний, представлений об организационно-техническом сопровождении.

Поддержка малого бизнеса, ориентированная на экспорт, осуществляется посредством разнообразных программ, в том числе по предоставлению прямых кредитов заемщикам вне США, экспортных гарантий [5]; формированию благоприятных условий для расширения экспортно ориентированной производственной базы, преодоления барьеров по доступу на зарубежные рынки [6]. Кроме того, важное место отводится мониторингу экспортного потенциала малого бизнеса, изучению проблем, связанных с выходом малых предприятий на внешние рынки. Обобщение и анализ результатов опросов представителей малых предприятий способствует выявлению наиболее актуальных проблем, стоящих перед действующими и потенциальными экспортерами.

Масштабы и структура экспорта малых предприятий

В 2017 г. экспорт товаров и услуг из США превысил 2,26 трлн долларов, из которых 1,5 трлн долларов приходилось на товарную продукцию [10]. Около трети экспортной продукции приходится на сектор малого бизнеса [8]. При этом предприятия с числом занятых менее 100 обеспечивают 8,2% совокупного американского экспорта, а с числом занятых до 250 соответственно – около 15% (табл. 1).

Таблица 1

Доля предприятий малого бизнеса в объеме товарного экспорта и импорта США (2016)*, %

Число занятых на предприятиях, чел.	Доля предприятий в объеме экспорта, %	Доля предприятий в объеме импорта, %
1–19	3,1	4,8
20–49	2,5	3,5
50–99	2,6	3,6
100–249	6,7	5,2
250–499	4,7	5,6
500 и более	76,4	72,8
Число занятых не установлено	4,0	4,5
Всего	100	100

* Источник: Exports and Imports by Company Size. – Washington, US Census. – 2018. – February. – URL: <https://www.census.gov/foreign-trade/>

По данным Управления международной торговли США, представленным в докладе Администрации по делам малого бизнеса, из 304 тыс. компаний, экспортирующих товары, малые предприятия составляли 97,7% (297,5 тыс.) [13]. Из всего стоимостного объема экспорта (приближающегося к 0,5 трлн долл.) около 35% приходится на продукцию обрабатывающей промышленности.

Одним из ключевых драйверов увеличения экспорта во втором десятилетии стало использование цифровых технологий, резко повышающих реализацию экспортного потенциала малого бизнеса.

Исследования свидетельствуют о том, что в США наиболее быстрорастущий экспортный сегмент – предприятия с числом занятых менее 50 человек, в том числе благодаря развитию цифровых платформ [9].

Так, влияние развития цифровых платформ на экспортную деятельность малых предприятий показывает, что они стали важным фактором их экспортной активности. Цифровые устройства позволяют расширить круг потребителей как внутри страны, так и за рубежом.

По данным проведенных исследований, в среднем вероятность экспортной деятельности малых предприятий с продвинутой цифровой платформой значительно выше (около 43% потребителей их продукции – за пределами штата или страны) в сравнении с такими же по

размерам предприятиями с базовым уровнем цифровых технологий (28% потребителей их продукции – за пределами штата или страны).

Несмотря на значительные объемы экспорта малых предприятий, как на исполнительном, так и на законодательном уровне власти, в США перманентно обсуждаются вопросы наиболее оптимальных форм содействия развитию и реализации возможностей освоения внешних рынков малыми предприятиями. Подчеркивается, что экспортной деятельностью занимается менее 1% числа малых предприятий. Поскольку в Соединенных Штатах данными вопросами занимаются на всех уровнях власти, на заседании Комитета по делам малого бизнеса Палаты представителей (House Small Business Committee) 21 июня 2017 г. в центре внимания были вопросы координации усилий агентств по поддержке торговли малого бизнеса на федеральном, штатном, местном уровне с тем, чтобы устранить технические и иные барьеры на пути экспорта субъектов малого бизнеса, а также устранить дублирование мер поддержки [18].

В числе направлений, внесенных в План координации поддержки экспорта на федеральном и штатном уровне (*The Federal and State Export Promotion Coordination plan*), особо отмечена необходимость содействия подготовке специалистов в сфере международной торговли, активизации внедрения существующих партнерских программ; усиления межведомственного сотрудничества с целью расширения возможностей экспорта малыми предприятиями.

Взаимодействие государства и бизнеса, в том числе в направлении подготовки профильных специалистов, наблюдалось в США и ранее [1]. Но в свете изменения бюджетных приоритетов и сокращения расходов из федерального бюджета на образовательную подготовку данному направлению придается большое значение [7]. При этом важно устранить дублирование тех или иных мер различными структурами на всех уровнях власти. План координации поддержки экспорта на федеральном и штатном уровне призван также определить разрыв между необходимыми услугами и имеющимися ресурсами [15].

В ходе слушаний подчеркивалось, что «экспорт является критически важным компонентом долгосрочного экономического роста американской экономики» [16]. Необходимо также усилить поддержку малых предприятий, в том числе информационную, по обеспечению условий их выхода на внешние рынки [17].

В целях уточнения представлений о том, что же мешает малому бизнесу использовать возможности продвижения своих товаров и услуг в другие страны, регулярно изучаются данные, полученные непосредственно от малых предприятий, которые позволяют лучше понять характер факторов, условий, препятствующих выходу малых предприятий на внешние рынки не только в Соединенных Штатах, но и в других странах.

Выход на внешние рынки: намерения и препятствия

Для оценки состояния экспортной деятельности и выявления препятствий для ее дальнейшего развития крайне важны представления самих участников о свойственных малому бизнесу трудностях. В этом отношении показательны результаты опроса, проведенного Национальной ассоциацией малого бизнеса (*the National Small Business Association, NSBA*) и Ассоциацией экспортеров малого бизнеса (*the Small Business Exporters Association, SBEA*) совместно с экспертами по торговле компании *Livingston International*.

В числе респондентов были представители малого бизнеса, как те, кто уже принимает (или принимал) участие в экспортной деятельности, так и те, чья продукция остается на внутреннем рынке. На вопрос, продавали ли вы когда-либо товары или услуги за пределами Соединенных Штатов, 58% респондентов ответили утвердительно, 42% – отрицательно [19].

В период 2013–2016 гг. среди респондентов из числа экспортеров увеличилась доля тех, кто экспортирует товарную продукцию, и уменьшилась доля экспортеров услуг (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Роль товаров и услуг в экспорте малых предприятий из США*

Ответы респондентов	Доля ответивших, %	
	2013	2016
Экспорт товаров и услуг	30	26
Экспорт товаров	52	59
Экспорт услуг	18	15

* Источник: The Small Business Exporting Survey. – Washington, NSBA and SBEA. – URL: <http://www.nsba.bizwp-content/uploads/2016/04/Export-Survey-2016-Final.pdf>

По результатам проведенного опроса выяснилось, что наряду с 58% респондентов из числа представителей малого бизнеса, которые уже экспортировали товары и/или услуги, около половины респондентов из тех, кто не участвовал в экспортной деятельности, намерены заняться экспортом, если разрешатся стоящие перед ними в данной области проблемы. К числу последних, наиболее часто упоминаемых, относятся, например, вопросы, связанные с началом экспортной деятельности, а также недостаток знаний по ее организации существующим регуляторам.

К числу наиболее востребованных форм поддержки со стороны федерального правительства респонденты относят установление налоговых льгот, техническую помощь. Результаты опроса показали, что среди тех, кто не занимается экспортной деятельностью, около половины малых предприятий заинтересованы в экспорте при условии устранения ряда

препятствий, основным из которых был отмечен недостаток товаров и услуг, которые могли бы быть экспортированы (табл. 3).

Т а б л и ц а 3

Препятствия для экспорта товаров и услуг, отмеченные респондентами, не занимающимися экспортной деятельностью*

Препятствия для экспорта товаров и услуг, отмеченные респондентами	Доля респондентов, придерживающихся данного мнения, %
Отсутствие товаров и/или услуг для экспорта	39
Отсутствие представлений об экспортной деятельности и о том, с чего начать	37
Регуляторные барьеры	24
Отсутствие представлений о том, как использовать соглашения о свободной торговле	22
Недостаток финансовых средств	17
Потребуется гораздо больше времени в сравнении с продажами внутри страны	15
Неопределенность защиты прав интеллектуальной собственности	14
Необходимость больших затрат	13
Ограничения на формирование партнерств или требование учреждения партнерств с местным бизнесом	9
Несправедливые торговые практики	7
Другие препятствия	13

* Источник: The Small Business Exporting Survey. – Washington, NSBA and SBEA. – URL: <http://www.nsba.biz/wp-content/uploads/2016/04/Export-Survey-2016-Final.pdf>

Среди других основных препятствий – недостаток знаний по организации экспортной деятельности о регуляторах и барьерах.

Большая часть экспортеров из числа малых предприятий (59%) экспортирует только товарную продукцию, тогда как 41% – еще и услуги.

Динамика ключевых показателей экспорта малых предприятий показывает наряду с увеличением периода, в течение которого предприятия занимаются экспортной деятельностью, повышение доли экспорта в общих продажах, а также расширение круга стран назначения их экспорта.

Из стран назначения экспорта малых предприятий лидируют Мексика, Канада, Китай, Япония, Великобритания. На них приходится около 40% стоимостного объема экспорта малых предприятий из США [8].

В случае реализации договоренности, достигнутой в конце мая 2018 г. между США и Китаем о возможных мерах в целях сдерживания

торговой войны и заявленного намерения со стороны Китая по увеличению импорта американской продукции [20], американские малые предприятия могут существенно продвинуться в укреплении своих позиций на китайском рынке.

Среди рынков, обладающих наибольшим потенциалом для экспорта малых предприятий из США в будущем, респонденты отметили Северную Америку, северную часть Азиатско-Тихоокеанского региона, Южную Америку. Особо выделены страны, с которыми Соединенные Штаты заключили соглашения о свободной торговле. Подавляющее большинство респондентов ответили, что выигрывают от соглашений о свободной торговле, включая выход на новые зарубежные рынки и возможности расширения экспортных операций, лишь 5% – испытывают затруднения, связанные с этими соглашениями.

В оценках правительственной помощи, направленной на снятие барьеров для экспортной деятельности, большинство респондентов из числа тех, кто не занят экспортом, отметили деятельность Центров развития малого бизнеса (60% респондентов), программы экспортных кредитов Администрации по делам малого бизнеса (40%), программы содействия экспорту Министерства торговли США (30%).

В условиях курса Д. Трампа на защиту внутреннего рынка от иностранной конкуренции [12] представляется важным также отметить, что импортируемая продукция или материалы, согласно ответам подавляющего большинства представителей малого бизнеса, используются менее чем в 10% объема их экспорта.

Таким образом, на фоне заявленного, по сути, протекционистского курса действующей президентской администрации [3], который уже реализуется в ряде введенных в 2018 г. ограничений на уровне законодательной и исполнительной власти, заявлено о важности и необходимости оптимизации проэкспортной политики, охватывающей широкий круг форм и направлений поддержки производства и экспорта продукции малого бизнеса.

Список литературы

1. Государство и бизнес: стратегия взаимодействия в экономике XXI в. – М. : ИСКРАН, 2012.
2. Гришин В. И. и др. Международная торговля: вчера, сегодня, завтра. Коллективная монография / отв. ред. А. В. Шишкин. – М. : РУСАЙНС, 2017.
3. Дмитриев С., Королёв И. Контуры формирующейся внешнеэкономической программы США // Мировая экономика и международные отношения. – 2017. – № 10. – С. 25–36.

4. Лебедева Л. Ф. Трансконтинентальные партнерства на перепутье: фактор, риски, последствия. Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2017. – № 10 (4). – С. 54–69.

5. Лебедева Л. Ф. Позиции США в международной торговле на новом этапе глобальной конкуренции // Международная торговля и торговая политика. – 2015. – № 1 (1). – С. 6–18.

6. Международная торговая политика / под ред. Р. И. Хасбулатова. – М. : Юрайт, 2017.

7. США: Экономика и бюджетная политика. – М. : Весь мир, 2017.

8. A Profile of US Importing and Exporting Companies. – Washington, US Census. – 2017. – April 4. – URL: <https://www.census.gov/foreign-trade/>

9. McKinsey Digital Globalization: The New Era of Global Flows, 2016. – URL: <http://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/digital-globalization-the-new-era-of-global-flows>

10. Monthly US International Trade in Goods and Services. US Census Bureau. – Washington, 2018. – April 5.

11. National Security Strategy of the United States of America. – Washington, The White House, 2017, December. – URL: <https://www.whitehouse.gov/wp-content/2017/12/>

12. Republican Platform 2016. RNC. – Cleveland, Ohio, 2016. [https://prod-cdn-static.gop.com/media/documents/DRAFT_12_FINAL\[1\]-ben_1468872234.pdf](https://prod-cdn-static.gop.com/media/documents/DRAFT_12_FINAL[1]-ben_1468872234.pdf)

13. Small Business Profile. 2017. – Washington, SBA, 2017. – URL: <https://gov./files/business/sba.pdf>

14. Small Business Profile 2017. Texas. – URL: <https://gov.texas.gov/uploads/files/business/sba.pdf>

15. Small Business. House Small Business Committee. – Washington, 2017. – URL: <https://smallbusiness.house.gov/news/documentsingle.aspx?DocumentID=400066>

16. Small Business Trade Promotion. The US House of Representatives Created the First House Select Committee on Small Business. – Washington. – 2017. – June 21. – URL: https://smallbusiness.house.gov/uploadedfiles/6-21-17_hearing_memo.pdf

17. Small Business Programs International Trade. – Washington, SBA, 2017. – URL: <http://www.sba.gov/aboutsba/sbaprograms/internationaltrade/>

18. Small Business Committee Examines. How to Help Small Businesses Increase Exports. – Washington, House of Representatives. – 2017. – June 21. – URL: <https://smallbusiness.house.gov/news/documentsingle.aspx?DocumentID=400066>

19. The 2016 Small Business Exporting Survey. – Washington, NSBA and SBEA. – URL: <http://www.nsba.biz/wp-content/uploads/2016/04/Export-Survey-2016-Final.pdf>
20. US, China Agree to cut American Trade Deficit. Seattle Times. – 2018. – May 19. – URL: <https://www.seattletimes.com/business/us-and-china-pledge-work-toward-easing-trade-tensions/>

References

1. Gosudarstvo i biznes: strategiya vzaimodejstviya v ehkonomie XXI v. [Government and Business: Strategy in the US Economics XXI Century]. Moscow, ISKRAN, 2012. (In Russ.).
2. Grishin V. I. i dr. Mezhdunarodnaya trgovlya: vchera, segodnya, zavtra. Kollektivnaya monografiya [International Trade: Yesterday, Today, Tomorrow], edited by A. V. Shishkin, Moscow, RUSCIENS, 2017. (In Russ.).
3. Dmitriev S., Korolev I. Kontury formiruyushchejsya vneshneehkonomicheskoy programmy SSHA [Contours of Emerging US Foreign Trade Program]. *Mirovaya ehkonomika i mezhdunarodnye otnosheniya* [International Economy and International Relations], 2017, No. 10, pp. 25-36. (In Russ.).
4. Lebedeva L. F. Transkontinental'nye partnerstva na pereput'e: faktor, riski, posledstviya [Transcontinental Partnerships at the Crossroads: Factors, Risks, Consequences]. *Kontury global'nyh transformacij: politika, ehkonomika, pravo* [Outlines of Global Transformations: Politics, Economics, Law], 2017, No. 10 (4), pp. 54-69. (In Russ.).
5. Lebedeva L. F. Pozicii SSHA v mezhdunarodnoy trgovle na novom eh tape global'noy konkurencii [US International Trade Position at The New Stage of Global Competition]. *Mezhdunarodnaya trgovlya i trgovaya politika*, [International Trade and Trade Policy], 2015, No. 1 (1), pp. 6-18. (In Russ.).
6. Mezhdunarodnaya trgovaya politika [International Trade Policy], edited by R. I. Hasbulatov. Moscow, Yurayt, 2017. (In Russ.).
7. SSHA: Ehkonomika i byudzhetskaya politika. [US: Economy and Budget Policy]. Moscow, Ves' mir, 2017. (In Russ.).
8. A Profile of US Importing and Exporting Companies. Washington, US Census, 2017, April 4. Available at: <https://www.census.gov/foreign-trade/>
9. McKinsey Digital Globalization: The New Era of Global Flows, 2016. Available at: <http://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/digital-globalization-the-new-era-of-global-flows>
10. Monthly US International Trade in Goods and Services. US Census Bureau. Washington, 2018, April 5.

11. National Security Strategy of the United States of America. Washington, The White House, 2017, December. Available at: <https://www.whitehouse.gov/wp-content/2017/12/>
12. Republican Platform 2016. RNC. Cleveland, Ohio, 2016. Available at: [https://prod-cdn-static.gop.com/media/documents/DRAFT_12_FINAL\[1\]-ben_1468872234.pdf](https://prod-cdn-static.gop.com/media/documents/DRAFT_12_FINAL[1]-ben_1468872234.pdf)
13. Small Business Profile. 2017. Washington, SBA, 2017. Available at: <https://gov./files/business/sba.pdf>
14. Small Business Profile 2017. Texas. Available at: <https://gov.texas.gov/uploads/files/business/sba.pdf>
15. Small Business. House Small Business Committee. Washington, 2017. Available at: <https://smallbusiness.house.gov/news/documentsingle.aspx?DocumentID=400066>
16. Small Business Trade Promotion. The US House of Representatives Created the First House Select Committee on Small Business. Washington, 2017, June 21. Available at: https://smallbusiness.house.gov/uploadedfiles/6-21-17_hearing_memo.pdf
17. Small Business Programs International Trade. Washington, SBA, 2017. Available at: <http://www.sba.gov/aboutsba/sbaprograms/internationaltrade/>
18. Small Business Committee Examines. How to Help Small Businesses Increase Exports. Washington, House of Representatives, 2017, June 21. Available at: <https://smallbusiness.house.gov/news/documentsingle.aspx?DocumentID=400066>
19. The 2016 Small Business Exporting Survey. Washington, NSBA and SBEA. Available at: <http://www.nsba.biz/wp-content/uploads/2016/04/Export-Survey-2016-Final.pdf>
20. US, China Agree to cut American Trade Deficit. Seattle Times, 2018, May 19. Available at: <https://www.seattletimes.com/business/us-and-china-pledge-work-toward-easing-trade-tensions/>

Сведения об авторе

Никита Сергеевич Фризяк
младший научный сотрудник Центра
социально-экономических исследований
Института США и Канады РАН.
Адрес: Институт США и Канады РАН,
123995, Москва, Хлебный пер., д. 2/3.
E-mail: shyter777@gmail.com

Information about the author

Nikita S. Frizyak
Junior Researcher of the Center
for Social-Economic Studies
of The Institute for USA and Canada
Studies of Russian Academy of Sciences.
Address: Institute for USA and Canada
Studies of Russian Academy of Sciences,
2/3 Khlebny per, Moscow, 123995,
Russian Federation.
E-mail: shyter777@gmail.com