

Хозяйственные общества, к которым относятся ООО и АО, являются наиболее популярными организационно-правовыми формами как в РБ, РФ, так и в зарубежных странах. АО является наиболее сложной формой и используется для объединения крупного капитала, а ООО ориентировано на субъекты малого предпринимательства и широко используется в сфере малого и среднего бизнеса более чем в 25 государствах.

Преимущества и недостатки, присущие самой конструкции ООО, довольно подробно описаны в научной литературе. Поэтому более актуальной является проблема соответствия законодательного регулирования деятельности ООО условиям хозяйствования в РБ, с одной стороны, и степень унификации законодательства РБ с другими странами (прежде всего с РФ), с другой, что является необходимым условием для создания единого экономического пространства.

1. В соответствии с законодательством РБ УФ ООО должен составлять не менее 1600 евро (не менее 400 евро для ОДО). Установленная величина минимального уставного фонда является завышенной для условий РБ (в РФ величина УФ для ООО не менее 100 МЗП), однако это можно объяснить тем, что одной из основных функций УФ является гарантия кредиторам по обязательствам общества. В то же время отсутствие ограничений на соотношение денежных и неденежных вкладов в УФ, а также возможность использования УФ на хозяйственную деятельность автоматически сводят основную функцию УФ практически к нулю. Например, в Германии УФ запрещено использовать на хозяйственную деятельность, а в США и некоторых других странах понятие УФ вообще отсутствует.

Для условий РБ представляется нецелесообразным полная отмена УФ, однако необходимо уменьшение минимальной его величины и установление соотношения между денежными и неденежными вкладами, а также упорядочение оценки неденежных вкладов в УФ.

2. В мировой практике широкое распространение получили ООО одного лица (например, Германия, Франция, Венгрия, Болгария). Новый ГК РФ также предусматривает возможность создания ООО одним лицом. Такая форма является очень удобной для ограничения риска и ответственности и исключает необходимость преобразования ООО в другую форму при сосредоточении всех паев участников в одних руках. По законодательству РБ в данном случае необходимо преобразование в унитарное предприятие. Поэтому целесообразно разрешить создание ООО одного лица в целях избежания лишних организационных расходов.

3. Одним из основных мотивов при создании обществ является заинтересованность участников в делах своего предприятия. По сравнению с мировой практикой белорусский закон об обществах допускает большую свободу в формировании органов управления обществом. Участники могут создавать любые органы управления, определять их компетенцию и т.д., что делает форму ООО особенно привлекательной для мелких и средних обществ.

4. Анализ прав и обязанностей, ответственности, определенных в Законе "О предпринимательстве в РБ", свидетельствует, что статус предпринимателя в сфере хозяйственной деятельности за незначительными исключениями (полная имущественная ответственность по обязательствам) не отличается от статуса юридического лица, что является одним из феноменов белорусского законодательства. Права предпринимателя практически одинаковые с правами юридических лиц не только по сферам деятельности, но и в вопросах найма работников, заключения договоров, выбора партнеров, взаиморасчетов и в других вопросах, что в совокупности с более простой процедурой регистрации, системой налогообложения делает эту форму осуществления предпринимательской деятельности наиболее популярной в сфере малого и среднего бизнеса наряду с ООО.

Таким образом, практика регулирования организационно-правовых форм предпринимательской деятельности в РБ предоставляет вполне приемлемые условия для осуществления деятельности как в форме юридического лица — ООО, так и без образования юридического лица.

*А.В. Таранов*  
БСХА (Горки)

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА ЛЬНОПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКИ**

Развитие экспорта льнопродукции очень сильно зависит от состояния льняной отрасли, которая в настоящее время переживает не самые лучшие времена. Сокращение посевных площадей и валового сбора льна явилось причиной неполного использования мощностей льнозаводов, сокращения производства льноволокна. Сокращение внутреннего рынка сбыта вызвало снижение рентабельности перерабатывающих предприятий. Острой проблемой является налаживание стабильного экспорта льнопродукции на мировой рынок.

Неправильная политика закупок привела к тому, что льнозаводы всячески уклоняются от поставок своей продукции в Оршу, используя любую возможность для сделок с посредниками или иностранными покупателями. Например, в 1997 г. из запланированных 30 тыс. т льноволокна на комбинат было поставлено только 21,6 тыс. т. В то же время 12,4 тыс. т льнозаводы предпочли направить на экспорт и еще 11,2 тыс. т реализовать различным коммерческим структурам. В 1999 г. при госзаказе в 48 тыс. т собрано только 20,5 тыс. т льноволокна. Рост доли экспортных поставок в общем объеме реализации проходил на фоне уменьшения поставок в так называемое дальнее зарубежье.

За последние 10 лет объем проданного за пределы республики льноволокна упал более чем в 10 раз — с 36 тыс. т в 1990 г. до 2,4 тыс. т. в 2000 г. Такое резкое снижение объемов экспорта льноволокна связано с политикой, проводимой странами ЕС. Мировой рынок льнопродукции географически сконцентрирован, в основном, в Европе (83 % от общего потока льнопродукции) и определяется конъюнктурой в странах ЕС. Необходимо отметить, что данный рынок не является открытым, поскольку экспортеры из стран Восточной Европы могут оказать сильное влияние на структуру льняной отрасли ЕС, ориентированную на экспорт. Получилось так, что ЕС было выгодно импортировать нашу льнопродукцию, которая была среднего качества и имела относительно низкие цены. Однако по достижению сбалансированного состояния подотрасли ЕС принял меры по защите интересов местных производителей, что и отразилось на снижении поставок льнопродукции из Беларуси.

Необходимо увеличивать экспортные поставки в дальнее зарубежье. Именно это направление дает наибольшую прибыль от реализации льнопродукции (экспорт тканей в дальнее зарубежье приносит 70 % прибыли, а в страны СНГ — 3 %). Однако добиться увеличения объемов экспорта на практике очень не просто из-за сложившейся ситуации на мировом рынке, в странах ЕС, а также внутри республики.

Во-первых, экспорт льняных тканей в страны ЕС квотируется в размере 670—700 т, что ниже производственных мощностей Оршанского льнокомбината. Поэтому мы теряем 50—100 т экспортной продукции, что могло бы дополнительно принести 40—100 тыс. дол. Кроме этого, экспорт облагается налогом на импорт в размере 11,3 %, что существенно сокращает спрос на нашу продукцию и ведет к потере прибыли. Ситуация осложняется отсутствием активной маркетинговой политики со стороны наших предприятий-экспортеров.

В последнее время льнокомбинат сильно зависит от иностранных поставщиков сырья, доля которых в выработке тканей достигает 30—40 %. Для избежания затоваривания собственным сырьем необходимо активно вести поиск новых покупателей, формировать спрос, владеть информацией о рынках и конкурентах.

В Беларуси внешнеэкономическая деятельность с льнопродукцией носит нецентрализованный характер. Большая часть продукции уходит через иностранных посредников (25 % чистой прибыли). Необходимо устранить это промежуточное звено, препятствующее развитию экспорта.

В то же время во Франции и в Голландии на рынке представлены несколько крупных кооперативов и организаций на кооперативных началах, способных реально отстаивать интересы своих членов. Централизация максимально выражена именно на стадии сбыта, так как позволяет сконцентрировать средства и усилия на этом важнейшем и высокзатратном (50 % всех затрат) этапе. Кооперативная форма организации выступает наиболее надежным гарантом интересов сельхозпроизводителей на рынке. Только крупная форма позволяет содержать маркетинговую службу, которая в состоянии иметь полную информацию о ситуации на рынке. Такой подход позволяет определить наиболее надежных, постоянных и по возможности близких к конечному потребителю.

Важным условием для успешной работы сбытовой кооперации является наличие собственного финансового центра, учитывающего особенности производственного цикла и финансового оборота в сельском хозяйстве. Такую поддержку на первых порах может оказать государственная банковская система.

С целью расширения экспортной базы необходимо провести сегментацию рынков. Это позволит внедриться в небольшие, но приносящие стабильную прибыль ниши (производство специальных сортов бумаги, медицинской ваты и перевязочных материалов, внутренней обивки автомобильных салонов). В Западной Европе льняное семя, кроме подготовки семенного материала, используется в десятках других вариантов (добавки в хлебобулочные изделия и др.).

Таким образом, можно сделать вывод, что дальнейшее увеличение экспортных поставок льнопродукции невозможно без перестройки внешнеэкономической деятельности на основе централизованной сбытовой организации, которая была разработана и проверена уже в 1913—1916 гг. в России.