

Мале та середнє підприємництво в експортноорієнтованій стратегії розвитку України

Юлія Євдокимова*

АНОТАЦІЯ. Стаття висвітлює суттєву роль малого та середнього підприємництва в економічному розвитку України в її виході на світову арену за допомогою експортного потенціалу. Наголос робиться на різноманітних методах, шляхах і напрямках економічної політики щодо вдосконалення експортної діяльності дрібних підприємств. Зокрема звертається увага на підтримку з боку держави, міжнародних організацій, а також об'єднань підприємців-експортерів. Обов'язковим, на думку автора, є аналіз світового досвіду заходів поліпшення та стимулювання малого й середнього експортного бізнесу. Автор звертається не лише до досвіду економічно розвинутих країн, а й до таких, що перебувають або колись перебували на такому політико-економіко-соціальному етапі, на якому тепер перебуває Україна. Наводиться перелік елементів політики вдосконалення експортного підприємництва та їхня сутність, а також перспектива подальшого розвитку.

КЛЮЧОВІ СЛОВА. Глобалізація, експорт, державна зовнішньоекономічна політика, малі та середні підприємства, малий і середній бізнес, експортний потенціал, підприємництво, об'єднання підприємств-експортерів, кредитування, страхування ризиків, гарантування кредитів, організаційна підтримка, нормативно-законодавча підтримка, фінансова підтримка, спрощена система оподаткування, гарантування експортних контрактів, інформаційно-консультаційна підтримка.

Глобалізація економічного розвитку всіх господарських і соціальних сфер життя сучасного суспільства

* Євдокимова Юлія Ігорівна закінчила 2004 року Академію муніципального управління, з 2004 р. — аспірант за спеціальністю «Економічна теорія» кафедри економіки Академії муніципального управління м. Києва. Сфера наукових інтересів: роль малого та середнього бізнесу у формуванні експортного потенціалу країни. Опублікувала низку наукових праць із питань: стимулювання експортного потенціалу малого бізнесу (на прикладі урядових програм Сполучених Штатів Америки); сутність малого та середнього підприємництва та його значення для розвитку експортного потенціалу країни; механізм підтримки малих і середніх експортних підприємств та шляхи його вдосконалення в Україні; світовий досвід розвитку експортного потенціалу малого й середнього бізнесу та його використання в Україні. Була учасником II Всеукраїнської міждисциплінарної науково-практичної конференції «Бар'єри та можливості розвитку малого і середнього бізнесу в Україні»; III Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні»; є фіналісткою III Конференції молодих науковців «Сучасна міжнародна економічна політика» (конкурс статей молодих учених).

має одним зі своїх результатів формування глобальної конкуренції. Це означає: наявність потенційних можливостей для будь-якої української фірми вільно маневрувати по всьому простору світового господарства. Серед головних причин і факторів, що спонукають до поглиблення участі економіки України в міжнародному поділі праці, є насамперед висока питома вага експорту у ВВП.

Досить зазначити, що третина національного виробництва України опосередковується дією зовнішніх економічних відносин. Це свідчить про важливість даної сфери у системі життєзабезпечення держави, її виходу з надзвичайно важкої і глибокої кризи. Найприйнятнішою для України є експортно-орієнтована модель економічного розвитку, що передбачає всебічне використання світових ринків як вагомого додаткового фактора економічного зростання. Взаємодія зі світовим господарством має спиратися на комплексну, гнучку і динамічну державну зовнішньоекономічну політику, основою якої є максимальна господарська свобода безпосередніх виробників та експортерів товарів і послуг.

Входження України у світову економіку виявилось болісним. Хитка українська економіка включилася в міжнародну торгівлю в ролі явного аутсайдера. І ситуація складається поки що не на користь України, бо на відміну від інших держав Центральної Європи, наша країна залишається експортером переважно сировини та напівфабрикатів.

Світові тенденції розвитку міжнародної торгівлі вказують на те, що малі та середні підприємства держав з ринковою економікою дедалі більше впливають на структуру зовнішньоекономічної діяльності: дрібним компаніям легше виходити та працювати на зовнішніх ринках завдяки їхній мобільності у пристосуванні в умовах жорсткої загальносвітової конкуренції. Для країн з транзитивною економікою одним з найважливіших чинників процесу інтеграції у світогосподарські зв'язки є створення сприятливого середовища для функціонування власне малого і середнього бізнесу (далі – МСБ), що, здійснюючи зовнішньоторговельні операції, виконують такі завдання: а) зменшення фінансового та операційного ризиків експортної діяльності великих компаній (доволі часто дрібні фірми

створюються як додаткові структури при великих підприємствах для виходу на нові ринки). Якщо великий бізнес це – «скелет» сучасної економіки, то середні та малі підприємства – «м'язи» організму господарювання; б) пропозиція нових робочих місць і більш високої винагороди для своїх працівників: «експортні галузі забезпечують у середньому на 15 % вищу зарплату, ніж в інших галузях»¹; в) роль рушійної сили науково-технічного прогресу; г) можлива альтернатива сировинно-орієнтованому експорту (сфера послуг та інноваційне виробництво). Труднощі з експортом зумовлені тим, що світовий ринок «покритий» місцевими та транснаціональними виробниками – ніхто не хоче поступатися місцем. Дається взнаки і низька якість нашої продукції. Конкурентоспроможність може забезпечуватися на основі стратегій, що враховують особливі переваги України в тому, що стосується знань і досвіду, накопичених завдяки історичним, географічним та культурним особливостям. У цьому контексті розвиток сектора виробничих послуг у сукупності з обробним та агропромисловим секторами може сам по собі створити експортний потенціал у сфері послуг. Переваги можливо отримати на основі традиційніших послуг (транспорту, туризму), сучасних інформаційних послуг і послуг у сфері дальнього зв'язку тощо.

МСБ відіграв суттєву роль в ослабленні, а іноді й подоланні розвинутих країнами притаманної великому капіталу тенденції до монополізації та стримування науково-технічного прогресу (далі – НТП), адже: дрібні та середні фірми виявляються сприйнятливішими до НТП; їхні розміри дозволяють швидше та дешевше робити технічне переозброєння, прискорюється процес упровадження й апробування нових технологій; вони найбільшою мірою вособлюють ідеї ринкової системи; організація менеджменту тут суттєво відрізняється від тієї, яка практикується у великих корпораціях; характерна відсутність багатоступеневої системи управління, яка породжує її бюрократизацію. Але недоліками однаково залишаються: високий рівень нестійкого становища на ринку; залежність від великих

¹ Бочан І. О. Приватний сектор сучасної економіки (інституціональний підхід). — Львів: Армія України, 2000. — С. 99.

компаній; складності у залученні додаткових фінансових ресурсів тощо.

Отже, необхідним для України є усвідомлення ролі дрібних фірм в експортному потенціалі країни та визначення головних напрямів удосконалення і підтримки їхньої діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчує, що питанням розвитку малих та середніх фірм як у цілому в розвинутих країнах, так і у формуванні експортного потенціалу держави зокрема, надається велике значення, а уряди країн з транзитивною економікою та тих, що розвиваються, даній проблемі приділяють незначну увагу, хоча в останні роки роль дрібного експортного підприємництва починає усвідомлюватися (табл. 1 і 2). Так, зокрема частка малих і середніх підприємств в експорті Польщі становить близько 50 %. Для країн СНГ характерна недооцінка ролі підприємництва: обсяг експорту на кожного мешканця Білорусії дорівнює лише близько 700 доларів США, тоді як у розвинутих країнах ці показники більші, ніж у 20 разів².

Таблиця 1

Значення малого та середнього підприємництва в країнах з різним економічним розвитком

Країна	Країни ЄС	США	Японія	Польща	Узбекистан	Росія	Україна
Внесок малого і середнього підприємства у ВВП, %	від 50 до 67	від 50 до 52	від 52 до 55	більше 60	близько 29,1	від 10 до 11	від 9 до 9,5

Таблиця 2

Країна	Країни ЄС	США	Японія	Польща	Чехія	Росія	Україна
Частка МСП у загальній кількості	Від 46 до 73	54	78	56	60	9,6	5,7

² Ляшенко В. И., Хахулин В. В., Ляшенко С. В. Поддержка субъектов малого предпринимательства в России, Украине и других странах СНГ. — Луганск: Альма-матер, 2005. — С. 399—401.

кості за- йнятих, %								
------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

Можна виокремити таких вітчизняних і зарубіжних авторів, які розглядають ці проблеми: Багрову І. В., Бочана І. О., Будкіна В. С., Варналій З. С., Власюка В. Є., Гальчинського А. С., Ганечка І. Г., Гетьмана О. О., Громяка С. І., Добжанського Р. В., Карбовника С. М., Кожевіну Н. Д., Крижанівського М. М., Лапусту М. Г., Ліманського Анджея, Кейт Лістер, Литвиненко В. М., Ляшенко В. І., Ляшенко С. В., Майера Дж., Олесневича Д., Редіну Н. І., Руденка Л. В., Філіпенка А. С., Тома Харніша, Хахуліна В. В., Чоботаря С. І. та ін., а татож авторів публікацій у журналах «Віче», «Мале підприємство», «Малий і середній бізнес»: Білика Р., Яковлева В., Бондаренка В., Глухівського М., Данілішина В., Костецького В., Полешка А. та ін.

Але, на думку автора, проблема розвитку малого та середнього експортного бізнесу висвітлюється досить поверхово, а іноді й однобічно. Зокрема, найчастіше звертається увага на світовий досвід розвинутих країн і досить рідко коли на досвід країн з транзитивною економікою чи такою, що розвивається, які досягли певних результатів у даній сфері. Адже уряд України не завжди може використовувати досвід Америки чи Японії за сучасних економічних, політичних і суспільних умов у нашій країні.

Так, Варналій З. С. виокремлює такі типи моделей участі держави у розвитку дрібного підприємництва:

1) ліберальна американська модель (втручання держави лише в ті аспекти, які не в змозі регулювати ринок);

2) неоліберальна німецька модель (значна увага приділяється соціальній спрямованості дії ринку, існує розгалужена система соціальних виплат);

3) європейсько-кейнсіанська модель, що характерна для Італії, Франції, Австрії (державі приділяється першочергова роль);

4) соціал-демократична шведська модель (роль держави виявляється у соціальній сфері, політиці зайнятості та соціального забезпечення, регулюванні трудових відносин тощо);

5) японська модель (держава проводить політику вирівнювання доходів та ефективного використання національного менталітету)³.

Тому у своїх дослідженнях автор спирається не лише на досвід розвинутих країн, а й звертається до політики урядів країн з транзитивною економікою та економікою, що розвивається (від Канади, США, Японії, Великої Британії, Франції, Нідерландів, Бельгії, Ірландії, Німеччини, Іспанії, Португалії, Данії, Греції, Італії, до територіально близьких Україні: Польщі, Словенії, Угорщини, Чехії; а також до країн СНД – Азербайджану, Узбекистану, Казахстану, Росії тощо).

Ще одним недоліком є те, що визначна роль у політиці вдосконалення розвитку дрібних експортних фірм належить державним органам влади, натомість мало уваги приділяється участі самих підприємців, їх об'єднань. Якщо і згадується про об'єднання підприємств-експортерів, то не зазначається, що саме вони мають робити і як співпрацювати з органами влади. Зокрема, Бочан І. О. зазначає, що в теорії та на практиці існують два основні підходи до підтримки розвитку малого і середнього підприємництва в перехідній економіці⁴.

За першого підходу на ранніх стадіях формування ринку малий та середній бізнес потребують серйозної підтримки як від державних органів, так і від громадських об'єднань підприємців. При цьому зусилля слід спрямовувати не на адміністративно-директивне регулювання, а на створення системи підтримки. Пізніше, коли сформується ринок, елементи державного протекціонізму щодо дрібного бізнесу послаблюються. За другого підходу малі та середні підприємства (далі – МСП) розвиваються завдяки власним можливостям, а державна підтримка, якщо застосовується, то тільки у пріоритетних сферах, які визначаються урядом та ґрунтуються на економічній діяльності. Цей підхід закладений у Концепції державної політики розвитку малих підприємств в Україні.

³ Варналій З. С. *Мале підприємництво: основи теорії і практики*. — 3-тє вид. — К.: Т-во «Знання», КОО, 2005. — С. 98.

⁴ Бочан І. О. *Приватний сектор сучасної економіки (інституціональний підхід)*. — Львів: Армія України, 2000. — С. 167—168.

Під час визначення стратегії вдосконалення розвитку дрібного експортного підприємництва практично всі автори перелічують її основні елементи, але не враховують можливості використання кожного з них на даному економічно-політичному етапі розвитку України. А це, на думку автора, є найважливішим для ефективного функціонування даної системи.

Малі та середні експортні підприємства – це самостійні суб'єкти господарювання, створені на різноманітних майнових основах для виробництва продукції, виконання робіт чи надання послуг на експорт з метою задоволення суспільних потреб і отримання прибутку; ці компанії є юридичними особами і мають основні параметри, які не перевищують встановлених законодавством

меж. За оцінками експертів Світового банку, тільки в країнах, що розвиваються, існує близько 50-ти визначень МСП. Спроба уніфікувати це поняття зроблена в Європейській Співдружності, де 1996 року були прийняті нові рекомендації щодо визначення даного терміна. Згідно з ними, виокремлюють чотири критерії: чисельність персоналу, середньорічний обіг, загальний баланс та незалежність. За цими факторами розрізняють: а) середні підприємства, де кількість працівників – до 250 осіб, максимальний середньорічний обіг – 40 млн євро або загальний річний баланс, що не перевищує 27 млн євро; б) малі підприємства, на яких від 10 до 49 осіб перебувають у трудових відносинах із власником, максимальний середньорічний обіг – 7 млн євро або загальний річний баланс, що не перевищує 5 млн євро; в) мікропідприємства, що забезпечують робочими місцями не більше 10 найманих працівників, а обмеження річного обігу та балансу відсутні.

Державна система регулювання експортної діяльності МСП включає широку низку інструментів – фінансових, фіскальних, технологічних, інформаційних, цінних, законодавчо-нормативних, організаційних, соціально-психологічних тощо (схема 1).

Схема 1

Інструменти впливу на розвиток малого та середнього експортного підприємництва

Матеріальна допомога	Адміністративна допомога	Соціально-інформаційна допомога
– фінансова	– нормативно-законодавча	– освітня
– фіскальна	– організаційна	– консультаційна
– технологічна	– цінова та ін.	– маркетингова

Залежно від соціально-економічного становища країни уряд може обирати, який інструмент буде базовим, який найнеобхіднішим, і як усі перелічені складові підтримки малого та середнього експортного підприємства мають взаємодіяти. Відмінності в постановці тактичних цілей і в організації їх досягнення в різних періоди розвитку визначаються насамперед тим, як у кожній конкретній країні вдається максимально компенсувати слабкі сторони дрібного експортного бізнесу, мінімізувати їх і водночас максимізувати переваги. Зокрема розвинуті країни більше уваги приділяють фінансовим та інформаційним елементам, адже правову та організаційну базу вони вже створили.

До фінансових інструментів можна віднести: кредитування експорту; експортні гарантії; страхування; державні субсидії та гранти; пільгові кредити. Зпоміж фіскальних стимулів можна виокремити податкові знижки, податкові канікули, прискорену амортизацію, експортно-промислові зони, податковий кредит на експорт, податковий кредит на інвестиції тощо. Від держави може йти і технологічна підтримка – сприяння трансферу технологій, послуги патентування та допомога у формалізації «ноу-хау», підтримка адаптації продукції та технологій до умов іншої країни, контроль якості, раціональна система стандартизації, сертифікації та метрології. Формування правового середовища, нормативно-законодавчий елемент підтримки малого та середнього експортного підприємства забезпечує невеликим компаніям економічну свободу, права, гарантії, які дозволяють вести законний бізнес. Нормативно-правові акти мають бути виважені та не суперечити один одному, визначати роль і місце експортних фірм у процесі демократичної трансформації українського суспільства. Організаційним елемен-

том підтримки підприємництва є створення відповідних інститутів та організацій: для втілення нормативних актів та різноманітних програм розвитку експортного потенціалу дрібного бізнесу; отримання, узагальнення, координації інформації про стан експортного МСП в Україні та інших країнах; кредитування та страхування невеликих фірм, що ведуть експортну діяльність, тощо. Відносно маркетингової підтримки, то необхідним є: надання інформації щодо окремих зовнішніх ринків; сприяння участі в міжнародних виставках, ярмарках, конференціях; організація торговельних та інвестиційних місій; професійні консультації; пошук потенційних партнерів; проведення навчальних семінарів, здійснення тренувальних програм. Необхідною є організація на державному та приватному рівнях юридичної освіти для представників дрібних фірм, включення до програм навчальних закладів таких дисциплін, як філософія і теорія підприємницької діяльності, основи організації малих підприємств. До інших інструментів державної політики підтримки малого та середнього експортного підприємництва відносять: лібералізацію ліцензійної політики, регулювання курсу обміну валюти; контролювання цін на ресурси, необхідні для експортного виробництва; регулювання тарифної політики природних монополій; спрощення доступу та адміністративних процедур під час інвестування, пільговий доступ до ресурсів, протекційні тарифи та квоти, пільги у валютному регулюванні, програми стимулювання експорту. Також необхідним є створення системи зовнішньоторговельної інформації, а саме – розгалуженої мережі інформаційно-консультативних служб, що змогли б забезпечити оперативне надання інформації в зручній для клієнта формі; це створення кількох центрів сприяння експорту, у яких концентрувалася б повна база даних українських підприємств і їх торгових партнерів з питань комерційних заявок та пропозицій, нормативно-правових і законодавчих актів з метою надання послуг суб'єктам підприємницької діяльності у сфері експорту тощо.

Перейдімо від теорії до практики, а саме – до реальних дій стимулювання малого та середнього експортного підприємництва урядами країн з різним рівнем

економічного розвитку і з'ясування можливості та доцільності використання даного світового досвіду урядом України.

Стосовно фінансового елемента підтримки дрібного експортного бізнесу, то для України це досить складне питання внаслідок дефіциту коштів. Заходи державного впливу на збільшення фінансових можливостей МСП можна поділити на три групи: 1) прямі заходи, 2) непрямі заходи та 3) фінансування через товариства ризикового капіталу.

До прямих заходів належать: субсидії (регіональні премії для створення підприємства, у разі створення робочих місць, допомога для наймання безробітного); позики, що повертаються в разі успіху; позики з пільговими відсотками; гарантійні державні фонди (держава має бути найважливішим гарантом для дрібного експортного підприємництва); допомога, що надається спеціалізованими фінансовими установами (позики на створення, влаштування, лізинг). До непрямих заходів можна віднести: податкові знижки та пільги (повне звільнення нових підприємств від податків на прибуток протягом перших двох років роботи, на 75% – на третьому році, на 50% – на четвертому році, на 25% – на п'ятому; знижки для підприємств, які мають намір укоренитися на іноземному ринку; знижки на витрати, пов'язані з професійною підготовкою кадрів тощо). Фінансування МСП через товариства ризикового капіталу відіграє велику роль, насамперед у розвинутих країнах.

Як вже зазначалося, фінансова підтримка МСП – найголовніше питання для розвинутих країн. Зокрема в Японії діє двоступенева система страхування ризиків, що складається з державної корпорації страхування кредиту та 52 префектурних асоціацій. Так, у разі банкрутства дрібних фірм усі фінансові зобов'язання переходять до однієї з названих асоціацій, а державна корпорація відшкодовує їй 70–80 % суми страхування. У Великій Британії мала фірма може скористатися банківським короткостроковим фінансуванням на підставі прийнятої та взятої до виконання низкою банків «Програми малого експорту». Департамент гарантій експортних кредитів здійснює повне кредитне страхування торговельних угод. Чесько-моравський банк га-

рантій і розвитку надає малим і середнім підприємствам гарантії під⁵ середньо- і довгострокові інвестиційні кредити. Рівень гарантій може сягати 70 % обсягу кредиту. На запаси й експлуатаційні витрати може бути використано максимально до 40 % кредиту; експлуатаційні кредити – під кредити на придбання запасів і експлуатаційні витрати, пов'язані з проектом. Максимум – на чотири роки, їх розмір обмежений п'ятдесятьма відсотками суми кредиту; лізинг – надається на погашення платежів клієнта по лізингу, максимум – до 70% суми кредиту. Крім того, однією з основних програм фінансової підтримки в Чехії є програма «Кредит», замовником якої є Міністерство промисловості і торгівлі. Ця програма існує для малих підприємств, кількість працівників у яких не перевищує 50 осіб, і спрямована на підтримку експорту⁶.

Дуже важливе значення має вплив **податкової політики** на розвиток МСП. Так, малі підприємства Польщі мають можливість працювати за спрощеною системою оподаткування, що характеризується передусім низьким податковим тиском, а також супроводжується простими формами звітності у податкових органах. Спрощена система оподаткування у Польщі передбачає такі форми⁷: по-перше, «tax card» – різновид фіксованого податку, величина якого залежить од податкової ставки; по-друге, єдина сума прибуткового податку для деяких видів прибутків фізичних осіб та єдина сума податку на облікований прибуток. Податкова ставка залежить од виду діяльності, розміру фірми за кількістю працівників, мешканців у населеному пункті, в якому базується фірма. Можливість обрати таку форму оподаткування є у підприємців, які ведуть діяльність у певних краях Польщі, визначених Міністерством фінансів. Підприємці, які оподатковуються за цією формою, також не сплачують податок на додану вартість. Єдина сума прибуткового податку поширюється на такі окремі види діяльності, як готельний сервіс, виготовлення та продаж ре-

⁵ Добжанський Р. В. Роль держави у підтримці та розвитку малого і середнього бізнесу європейських країн та перспективи України. — К.: Редакції загально педагогічних газет, 2003. — С. 65.

⁶ Там само. — С. 68.

⁷ Чоботар С. І. Польська економіка на межі тисячоліть: труднощі, успіхи, перспективи. — К.: Хрещатик, 2002. — С. 118.

місницьких виробів тощо. Ставка податку є диференційованою для різних видів діяльності, але в межах 3–10 %. Отже, підприємець за цією системою самостійно вираховує суму єдиного податку та щомісяця сплачує її. Спрощена система оподаткування діє і в Україні, але поряд з позитивними результатами вона може певною мірою призвести до ускладнення стосунків фірми та банку, оскільки банки не довіряють компаніям, які, звертаючись по кредит, не можуть надати повної звітності щодо поточного продажу, доходів і витрат. Незважаючи на те, що перелік продуктів, які пропонують банки, є досить великий і має понад 30 найменувань, лише деякі з них знайшли своїх користувачів у групі дрібного бізнесу (близько 40 % малих і середніх підприємств мають доступ до банківського кредиту). Це пов'язано з високим рівнем формалізму і бюрократизації процедур. Серйозною перешкодою залишається розмір і вид необхідних забезпечень. Серед «вузьких місць банків» можна назвати: бюрократичне ставлення, надмірні формальності, тривалий строк розгляду заяви, вартість кредиту, повільне обслуговування та розрахунок. Усі ці обставини змушують уряд звернути особливу увагу на розвиток гарантування за кредитами для невеликих компаній. Наприклад, система гарантійних установ у Польщі почала створюватися із середини 90-х років і включає місцеві та крайові фонди. Одним із фінансових інструментів підтримки експорту в Польщі стало гарантування Державною скарбницею забезпечення експортних контрактів. Згідно з постановою від 07.07.94 було створено Корпорацію забезпечення експортних кредитів (KUKЕ S. A.), яка мала на меті виконання таких завдань, як забезпечення коштами для пошуку закордонних ринків збуту, страхування ризику експортних контрактів від зміни курсів валют, надання гарантій у галузі виробництва товарів на експорт тощо. Місія KUKЕ – підтримка страхуванням і гарантіями експортерів та організацій, які фінансують експорт вітчизняних продуктів і послуг. Це дає можливість підприємствам обмежити ризик, пов'язаний з їх діяльністю, забезпечити безпеку обороту, збільшувати продажі та завойовувати нові ринки збуту. KUKЕ також пропонує і спеціалізовані послуги, пов'язані зі страховою діяльністю: вивчення, аналіз та оцінка ризику; може від імені

суб'єктів господарювання здійснювати дії, метою яких є одержання належних платежів. Корпорація страхує як короткострокові, так і середньо- та довгострокові заборгованості з експорту. Експортери можуть застрахуватися від неплатежів своїх боржників у зв'язку з комерційним, політичним, неринковим ризиком. КУКЕ підписала низку контрактів з польськими комерційними банками про визнання ними страхового полісу Корпорації, які, у свою чергу, слугують аргументом для надання експортних кредитів. Завдяки цьому банки можуть пропонувати експортерам кредити за пільговою кредитною ставкою⁸.

Для України важливим напрямом фінансової допомоги може бути підтримка з боку міжнародних організацій. І в цьому теж може допомогти досвід інших країн. Так, банки Узбекистану проводять активну роботу щодо опанування кредитних ліній ЄБРР, Азіатського банку розвитку, МФК, Кредитної агенції розвитку Німеччини та інших міжнародних фінансових інститутів. Першочергове фінансування за рахунок іноземних кредитів отримують інвестиційні проекти, спрямовані на виробництво конкурентоспроможної та експортно-орієнтованої продукції чи послуг. В Україні Державний експортно-імпорتنний банк України спільно з МБРР здійснює проект розвитку експорту. Проект має сприяти розвитку експортних можливостей вітчизняних виробників товарів і послуг за допомогою їх кредитування, а також надання технічної допомоги (грантового фінансування). Крім того, проводяться короткострокове кредитування поповнення обігових коштів строком до 18 місяців та довгострокове кредитування інвестиційних проектів строком до 5 років⁹. У листопаді 1998 р. ЄБРР розпочав в Україні Програму мікрокредитування. Ця програма є розширенням кредитної лінії для малого та середнього підприємництва, що існує в Україні з 1995 року і має обсяг 120 млн доларів. Метою програми є створення сприятливих умов для отримання банківських кредитів.

⁸ Українсько-польська економічна співпраця: досвід і перспективи. Збірник наукових праць / За наук. ред. проф., д-ра екон. наук Анджея Ліманського і проф., д-ра екон. наук Дмитра Штефаніча. — Тернопіль; Катівце, 2004. — С. 77—83.

⁹ Руденко Л. В. Розрахункові та кредитні операції у зовнішньоекономічній діяльності підприємства. — К.: Лібра, 2002. — С. 225—226.

Особлива увага приділяється тим бізнес-групам, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність¹⁰.

Отже, в Україні допомога надаватися у вигляді кредитування та гарантування страхування від ризиків у разі виходу на міжнародні ринки. Також можливим є створення крайових фондів підтримки експорту, які б формувалися за рахунок централізованих вкладів, місцевих бюджетів та залученого приватного капіталу. Розв'язанню проблеми кредитування дрібних фірм з урахуванням їхніх особливостей сприяло б створення системи так званих малих банків, тобто банків зі зменшеним статутним фондом, що спеціалізуються лише на обслуговуванні малих і середніх підприємств. Крім того, пропонується створення асоціацій чи об'єднань малих банків за збереження їхньої самостійності для зміцнення позицій та розширення можливостей ширших кредитних програм. Важливою фінансовою допомогою можуть бути іноземні інвестори, які мають великий досвід роботи на міжнародних ринках, що дає можливість з їхньою допомогою ефективніше реалізовувати український товар і послуги за межами нашої країни, а також створювати стратегічні альянси між українськими та іноземними підприємствами.

Одним з елементів удосконалення розвитку МСЄП є *нормативно-законодавчий*. Для України добрим прикладом може слугувати у цьому напрямі досвід як розвинутих країн, так і близьких до соціально-економічного стану нашої країни. У всіх розвинутих країнах мале та середнє підприємництво спирається на міцну законодавчу базу (наприклад, у США існує 8 законів, спрямованих на підтримку малого бізнесу¹¹).

У цілому створено необхідну законодавчо-нормативну базу для діяльності малого підприємництва у Казахстані: закон «Про державну підтримку малого підприємництва» від 19.06.97, указ президента «Про заходи щодо посилення державної підтримки та активізації розвитку малого підприємництва» від 06.03.97. В Узбекистані в грудні 1995 року було прийнято закон «Про стимулювання розвитку малого та приватного під-

¹⁰ Там. само. — С. 236—238.

¹¹ Добжанський Р. В. Роль держави у підтримці та розвитку малого і середнього бізнесу європейських країн та перспективи України. — К.: Редакція загально педагогічних газет, 2003. — С. 13.

приємництва», у травні 2000 року – «Про гарантії свободи підприємницької діяльності», у 2004 році – закон «Про приватне підприємство». Закони, прийняті з урахуванням світового досвіду та рекомендацій міжнародних інститутів, створили правову базу для ведення бізнесу в Азербайджані. Серед них: закони «Про підприємницьку діяльність», «Про державну реєстрацію юридичних осіб», «Про державну підтримку малого підприємництва» тощо. Три прийняті державні програми – «Державна програма розвитку підприємництва в Азербайджанській Республіці (1993–1995 роки)», «Програма державної підтримки малого і середнього підприємництва в Азербайджанській Республіці (1997–2000 роки)», «Державна програма розвитку підприємництва в Азербайджанській Республіці (2002–2005 роки)» – відіграли значну роль у розвитку даної сфери, визначили стимулювання малого та середнього бізнесу пріоритетним напрямком економічної політики Азербайджану. Величезне значення у справі захисту прав підприємців у країні має указ президента Азербайджанської Республіки «Про запобігання випадкам, що заважають розвитку підприємництва» від 28.09.02, згідно з яким було скасовано різноманітні структури, які здійснюють контрольні та перевірочні функції при центральному і місцевому виконавчому органі влади, встановлено заборону на втручання правоохоронних органів у справи приватного сектора, створено оперативний зв'язок з підприємцями тощо.

В Україні Указом Президента від 29.07.97 було створено Державний комітет з питань розвитку підприємництва. Велике значення для розвитку дрібного бізнесу мали укази Президента 2000 р. «Про введення єдиної державної регуляторної політики у сфері підприємництва», «Про заходи по забезпеченню підтримки і подальшого розвитку підприємницької діяльності», «Про сприяння підготовці управлінських кадрів для сфери підприємництва» і т. д.

Для вдосконалення законодавчого поля в Україні потрібні:

- 1) розробка й ухвалення Верховною Радою України: цілісної повномасштабної Концепції державної політики розвитку підприємництва, яка має ґрунтуватися на праві на законну підприємницьку діяльність і визначати роль та місце саме експортного дрібного підпри-

емництва у процесі реалізації експортної стратегії економічного розвитку; законодавчих актів про умови дозволу громадської допомоги підприємцям і нагляду за такою допомогою, а також — про засади підтримки регіонального розвитку тощо. Це надалі може стати підґрунтям і для зведення всіх чинних нормативно-правових актів та тих, що перебувають на стадії проекту, у Кодекс «Про малий і середній бізнес», в якому обов'язково має бути відображеним значення підприємництва в експортній діяльності країни;

2) розробка проектів стратегій та програм розвитку національного експортного бізнесу на найближчі роки. Законодавство країни має не лише декларувати право на існування малих і середніх експортних підприємств, а й визначати стратегію підтримки їх як з боку держави, так і з боку об'єднань підприємств-експортерів, громадських асоціацій, міжнародних організацій, іноземних та вітчизняних інвесторів тощо. До програм необхідно включити питання контролю за ефективним використанням коштів і виконанням заходів з державної та недержавної підтримки МСЄП. Але й на стратегії зупинятися не слід;

3) наступний етап — побудова тактичних дій. Для цього можна запропонувати тендер серед підприємців, їхніх об'єднань та освітніх, наукових закладів.

Наступним елементом удосконалення експортної діяльності малих і середніх підприємств є *організаційний*. Доцільним є звернення до досвіду розвинутих країн, що досягли в цьому питанні певних успіхів. У Франції було створено підрозділи з питань малого та середнього підприємництва при управліннях зовнішньоекономічних відносин. Збільшення частки експорту цих фірм (приблизно до 40%) у загальному обсязі експорту країни відбулося внаслідок побудови оптимальної організаційної структури системи регулювання, до якої входять висококоординовані інститути органів державного управління та різноманітні галузеві об'єднання підприємств.

У Канаді об'єднуються зусилля центральних і місцевих установ щодо вдосконалення міжнародного маркетингу. Створено міжвідомчий комітет за участю заступників міністрів, що отримав широкі повноваження у сфері формування політики підтримки експорту малого та середнього бізнесу (з 1995 року активно впрова-

джує свою Програму). Згідно з Програмою, у складі Департаменту закордонних справ було створено центр вивчення можливостей міжнародного бізнесу, що виконує функції своєрідного інтегратора торговельних пропозицій: він доводить міжнародну ринкову інформацію, що надходить від торговельних представників, до промислових асоціацій та суб'єктів малого і середнього підприємництва. Крім того, з метою найширшого охоплення всіх експортноспроможних секторів національної економіки було створено загальнодержавні та регіональні робочі групи, що включали керівників підприємницьких структур, а також представників федерального та провінційного урядів, компетентних у сфері експорту і торгівлі. Ці групи збирають і поширюють інформацію стосовно потенціалу зовнішніх ринків, офіційно зустрічаються та співпрацюють зі співробітниками Центру вивчення можливостей міжнародного бізнесу, а також із зарубіжними торговельними представниками. Щороку кожна з команд розробляє та впроваджує експортну стратегію, в якій основна увага зосереджена на сприятливих ринкових можливостях, і систематизує цілі зростання. Міжвідомчий комітет відслідковує та спрямовує діяльність на центральному рівні та щорічно доповідає урядові про основні зрушення, ініціативи чи позитивні тенденції щодо підтримки експорту малих і середніх підприємств.

Досить важливим є вивчення досвіду такої країни, як Польща, на етапі її виходу з кризи. С. І. Чоботар зазначає, що польська модель «шокової терапії» на початку реформування передбачала: мікроекономічну лібералізацію, макроекономічну стабілізацію та глибоку інституційну перебудову¹². Лібералізаційний елемент економічної політики передбачав ліквідацію законодавчих та бюрократичних бар'єрів в економіці, зокрема і на шляху створення приватних фірм, та ліквідацію обмежень у зовнішній торгівлі. На основі Польської фундації підтримки розвитку малого та середнього підприємництва було створено Польську агенцію з розвитку підприємництва. У Сеймі Польщі з часу його другого скликання працює Комітет з малих і середніх підприємств, напрямками роботи якого є: аналіз ситуації в МСП та аналіз дій уряду у цій сфері; роз-

¹² Чоботар С. І. Польська економіка на межі тисячоліть: труднощі, успіхи, перспективи. — К.: Хрещатик, 2002. — С. 32.

робка законодавчих ініціатив для підтримки дрібного підприємництва, участь разом з іншими комітетами у розробці актів соціально-економічної політики з огляду на малі та середні фірми. У Польщі існує близько 1,5 тисячі установ, які підтримують діяльність дрібних підприємців (спеціалізовані установи з надання послуг МСП; союзи підприємців; неприбуткові організації, що підтримують невеликий бізнес; університети та науково-дослідні інститути¹³).

До функцій Польської фундації з підтримки та розвитку МСП належать: створення інфраструктурних можливостей для консалтингової, тренінгової та організаційної діяльності; сприяння просуванню польських дрібних фірм на міжнародну арену; тісна співпраця з Комітетом Сейму з малих та середніх підприємств; співпраця з багатьма міжнародними організаціями; збирання, аналіз, поширення інформації про стан і діяльність МСП; друкування книжок, статей, організація конференцій, семінарів, «круглих столів» на теми підприємництва; активна співпраця з представниками масової інформації щодо розповсюдження матеріалів про діяльність дрібного бізнесу та його важливість для розвитку польської економіки і підвищення добробуту людей; регулярний випуск бюлетеня «Побудуй свій бізнес», що висвітлює різноманітні актуальні питання діяльності малого та середнього підприємництва. 1996 року в Польщі створено інститут податкової консультації, який надає можливість отримати кваліфіковану консультацію щодо підприємницької діяльності з приводу сплати податків, оптимізації податкової схеми. Важливим елементом при цьому є те, що установа податкової консультації має свій гарантійний фонд, щоб у випадку здійснення помилки підприємцем відповідала податкова консультація, а не сам підприємець.

Для України досить цікавим, на наш погляд, є досвід Азербайджану, де в останні роки було зміцнено діяльність структур, що надають підприємцям фінансову, інформаційну, консультаційну та іншу допомогу. До таких органів належать: Департамент з розвитку підприємництва, що забезпечує втілення в життя відповідних заходів у сфері підприємництва, його стимулювання та захист прав бізнесменів; Національний

¹³ Кістерський Л., Бурляй А., Липова, Т., Пустовойтова Т. Управління бізнесом: доступно про складне / Відпов. ред.: Л. Кістерський, К. Павловські. — К.: Знання України, 2001. — С. 162.

фонд підтримки підприємництва (серед напрямів використання коштів фонду — сприяння приватному сектору у виробництві товарів експортного характеру); Центр експертизи споживчих товарів; Агенція розвитку малих і середніх підприємств; Торгово-виставковий центр; Консультативний Фонд заохочення інвестицій тощо¹⁴.

До основних завдань в Україні у напрямі створення системи організацій з підтримки МСЄП можна віднести:

- утворення державного координаційного органу, що має отримувати й узагальнювати інформацію про стан дрібного експортного бізнесу в Україні, вивчати новітні форми організації міжнародного бізнесу та зарубіжне законодавство у цій сфері, відповідно формуєчи основні засади державної політики щодо подальшого розвитку малого й середнього підприємництва в експортній сфері;

- формування відділу малого та середнього експортного бізнесу у складі комітету чи департаменту у справах зовнішньоекономічної діяльності дрібного підприємництва, який також потрібно створити;

- налагодження співпраці з різноманітними структурами, спрямованої на включення малих і середніх підприємств у світогосподарські зв'язки;

- організація роботи установи з кредитування та страхування для невеликих фірм, які ведуть експортну діяльність (структура кредитних організацій інших країн включає спеціалізовані державні фінансові інститути, кредитні установи, приватний небанківський фінансовий сектор);

- створення єдиного методичного центру в державі з питань легалізації суб'єктів підприємництва, а саме: реєстрації малих і середніх експортних підприємств та ліцензування видів підприємницької діяльності.

Усі ці органи мають бути вузькоспеціалізованими і створюватися всередині нинішніх інституцій за рахунок перерозподілу функцій, що не потребуватиме додаткових бюджетних видатків.

Ще одним з елементів удосконалення розвитку малого та середнього експортного підприємництва є *соціально-психологічний*.

Як зазначає Р. В. Добжанський, «невловимим елементом

¹⁴ Ляшенко В. И., Хахулин В. В., Ляшенко С. В. Поддержка субъектов малого предпринимательства в России, Украине и других странах СНГ. — Луганск: Альма-матер, 2005. — С. 443.

середовища є саме суспільна та індивідуальна свідомість і розуміння, що заняття бізнесом: соціально визнається, значиме, високо котирується, дуже почесне»¹⁵. В Україні комуністичною пропагандою десятиліттями вивітрювався сам дух приватного підприємництва, насаджувалася реакція відторгнення і приватної власності, і вільної економіки загалом. Україні потрібні роки на те, щоб зламати догми і стереотипи, подолати суто психологічне неприйняття самих термінів «приватна ініціатива», «приватне підприємство», «приватна власність». Усвідомлення необхідності розвитку дрібного експортного бізнесу є складним процесом для суспільства з укоріненою соціалістичною ментальністю. Негативне ставлення до підприємництва виражається і в поглядах багатьох політичних діячів, і значної частини населення. Цим можна пояснити незначну зацікавленість багатьох політиків у просуванні ринкових економічних реформ.

Політичні діячі країн Східної і Центральної Європи розуміли, що побудова ринкової економіки, яка базується на приватній власності, сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних виробів і матиме вирішальний вплив на ефективність економічних процесів. Провідні економісти і політики в таких країнах, як Польща, Словенія, Угорщина та Чехія, усвідомили всі переваги ринкової економіки і досить швидко здійснили низку реформ для формування відповідного ринкового середовища у своїх країнах. Економічний прогрес у цих державах значною мірою був забезпечений створенням та стимулюванням розвитку малого бізнесу. Економічні результати, досягнуті Польщею, є прикладом реформ, зокрема і в секторі малого та середнього підприємництва (у цьому секторі у Польщі виробляється понад 60 % ВВП)¹⁶. У програмах усіх більш-менш помітних політичних сил Польщі містяться завдання щодо розв'язання проблем МСП, що безумовно є добрим знаком для підприємців. У деяких з цих сил економічні заходи на підтримку невеликих фірм не просто декларуються, а досить добре опрацьовані та забезпечені конкретними інструментами для їх реалі-

¹⁵ Добжанський Р. В. Роль держави у підтримці та розвитку малого і середнього бізнесу європейських країн та перспективи України. — К.: Редакції загально педагогічних газет, 2003. — С. 94.

¹⁶ Кістерський Л., Бурляй А., Липова, Т., Пустовойтова Т. Управління бізнесом: доступно про складне / Відпов. ред.: Л. Кістерський, К. Павловські. — К.: Знання України, 2001. — С. 16.

зації. Отже, необхідною функцією даного елемента політики підтримки МСЄП є здійснення освітньої роботи серед населення, що визначала б підприємців як суспільний клас, у край важливий для розвитку країни та її виходу і подальшого зміцнення позицій на міжнародній арені.

І ще одним елементом політики вдосконалення експортної діяльності малого і середнього бізнесу є консультивання та забезпечення підприємців інформацією, який повинен супроводжувати кожний вищезазначений елемент (надання інформації про існування законодавчо-нормативних актів та їх тлумачення, про організації, спеціальні установи і фінансові програми, що діють для підтримки МСЄП тощо). Інформаційно-консультаційне забезпечення передбачає створення на базі науково-дослідних і навчальних закладів спеціалізованих центрів економіко-правового профілю, де підприємці мали б змогу отримати різноманітну методичну та інформаційно-консультаційну допомогу; утворення спеціалізованих з різних проблем бізнесу служб — аудиторських, маркетингових, зовнішньоекономічних тощо.

Значна увага, що приділяється урядом США інформаційно-консультаційному розвитку експорту, відображається у ряді програм Адміністрації малого бізнесу, які сприяють розвитку та підтримці зовнішньоторговельної діяльності дрібних фірм. Серед цих програм можна виокремити такі: «Оперативна торгова місія», що надає інформацію про американські малі підприємства, товари та послуги, які виробляють або надаються; допомагає у пошуку іноземних компаній, зацікавлених у встановленні ділових зв'язків з американськими партнерами; дозволяє проконсультуватися про особливості ринкової ситуації в різних країнах тощо; «Система правової підтримки експорту», що надає безплатні первинні правові консультації юристів-фахівців з міжнародного торговельного права; «Електронна національна мережа консультацій з експорту»; «Партнерство у розвитку експортної торгівлі»: навчання, партнерство, консультивання, участь у міжнародних виставках і ярмарках¹⁷.

¹⁷ Бондаренко В. Как поддерживается малый бизнес в Америке // Малое предприятие. — 2003. — № 2. — С. 9—11.

У Європейському Союзі узагальнена інформація здебільшого надходить із зовнішньоторговельних відомств країн — членів ЄС, інтегрована їх міністерствами економіки, комітетами, комісіями, а також промисловими і торговельними палатами. Істотну роль відіграє інформація про закордонні торгово-промислові виставки і ярмарки, на участь у яких, вчасно та обґрунтовано надавши заявки, можна одержати субсидії. Уряд Великої Британії для заохочення експорту розробив спеціальну програму «Exportinitiative». На її основі складаються плани, проводяться дослідження, встановлюються і розвиваються контракти, спрямовані на розвиток експорту. До цієї роботи залучаються також радники з експорту, які працюють у регіональних бюро Міністерства торгівлі та промисловості. Крім того, англійські підприємці мають можливість частину своїх витрат на консультації з експорту покривати за рахунок додаткових субсидій¹⁸.

У Нідерландах, Бельгії, Ірландії, Німеччині, Франції, Іспанії, Португалії інформаційно-консультаційні послуги цілком фінансуються торговою громадськістю. Завдання відповідних організацій — насамперед у збиранні, систематизації й узагальненні необхідної інформації, її передачі споживачам у зручній формі для використання, а також у консультуванні, вивченні ринку і наданні цілеспрямованих узагальнень, обслуговуванні учасників закордонних ярмарків, торгових виставок, у створенні експортних об'єднань. У Греції цими питаннями відає спеціальний інститут, що обслуговує малі та середні підприємства. Ірландський уряд організував спеціальний торговий дім («Trading House Scheme»), що підтримує зв'язки між бізнесом та експортом. Датський уряд для забезпечення інформацією про закордонні ринки залучає випускників вищих шкіл до збирання необхідної інформації за кордоном і укладання контрактів між зацікавленими підприємствами, виплачуючи їм за цю роботу стипендію. Однією зі складових польської програми стимулювання експорту стала діяльність Міністерства народного господарства щодо просування товарів на зовнішніх ринках (організація торговельних місій та виставок, фінансування візитів потенційних

¹⁸ *Добжанський Р. В.* Роль держави у підтримці та розвитку малого і середнього бізнесу європейських країн та перспективи України. — К.: Редакції загально педагогічних газет, 2003. — С. 34—35.

імпортерів польських товарів, видавнича, інформаційна діяльність)¹⁹.

Цікаві напрями інформаційно-консультаційної підтримки використовуються в Росії. Так, на початку 90-х років велика увага приділялася роботі з безробітними, які мали бажання відкрити свій власний бізнес. Надавалися консультації з правових питань, допомога у підготовці та реєстрації документів, кошти з фонду зайнятості на відшкодування витрат на реєстрацію підприємств, індивідуальної трудової діяльності. Обласна служба зайнятості навчає основам підприємницької діяльності, бухгалтерському обліку, менеджменту, маркетингу. Для того, щоб ті, які навчаються, вільно орієнтувались у нових ринкових умовах, усім, незалежно від професії, викладається курс «Основи підприємницької діяльності». Навчальні центри надають майбутнім підприємцям пакет документів, необхідних для заснування власної справи. Сюди входять: типовий договір і форма статуту, типові форми державної звітності, зразок бізнес-плану тощо. За замовленням обласного центру зайнятості науково-методичний центр професійного навчання розробив навчальні плани та програми за професіями.

Звичайно усі елементи підтримки малого та середнього експортного підприємництва передусім ґрунтуються на політиці уряду країни, тобто на державному регулюванні, зокрема на підтримці, яку надають міжнародні організації, індивідуальні інвестори, великі компанії, але, на думку В. Костецького, лише на державу покладається не можна²⁰. У справі розвитку МСП серйозну допомогу може надати громадський рух.

Наприклад, італійські невеликі фірми об'єднуються у зовнішньоторговельні консорціуми, більша частина яких є членами Італійської федерації експортних консорціумів «Федекспорт». Вона забезпечує своїх членів довідковою інформацією про можливі джерела фінансових ресурсів та системи гарантованого страхування; організовує участь підприємств у виставках, ярмарках; проводить дослідження зовнішніх ринків, рекламні кампанії, пошук торговельних партнерів; надає допомогу в

¹⁹ Чоботар С. І. Польська економіка на межі тисячоліть: труднощі, успіхи, перспективи. — К.: Хрещатик, 2002. — С. 155.

²⁰ Полешко А. Державна підтримка малого і середнього підприємництва має стати дієвою // Малий і середній бізнес. — 1999. — № 1-2. — С. 7-10.

укладанні контрактів з іноземними контрагентами та в професійному навчанні персоналу. Кооперація стає одним з найважливіших чинників подолання труднощів, що виникають у дрібних підприємств під час зміцнення їхніх позицій на зовнішніх ринках, вона дозволяє обходитися без протекціоністських заходів. У Данії, Італії, Португалії, Бельгії, Іспанії особливо заохочується спільна праця компаній, що спеціалізуються на експорті. Такі групи підприємств можуть одержувати під це додаткові субсидії з урахуванням проведення додаткових маркетингових досліджень²¹. Отже, держава може не лише надавати суттєву і різнобічну допомогу малому та середньому експортному підприємництву, а й підтримувати, заохочувати та, найголовніше, не заважати створенню і діяльності об'єднань підприємств-експортерів.

Підсумовуючи, зазначимо, що експортно-орієнтована стратегія розвитку економіки має на меті такі заходи: вдосконалення способів виходу на зовнішні ринки (за допомогою системи посередницьких послуг, а також використання малими підприємствами збутових мереж великих компаній); створення експортних об'єднань; кредитне стимулювання, зокрема забезпечення державних гарантій банкам, що фінансують експортні поставки комерційного довгострокового кредиту, та забезпечення державних гарантій щодо кредитів на участь у міжнародних торгах; страхування операцій з опанування зовнішніми ринками; податкове регулювання (створення системи відшкодування податку на додану вартість, виплаченого на внутрішньому ринку при закупівлі товарів у разі їх подальшого експорту та розробка комплексу заходів зі зниження непрямого оподаткування експорту послуг, а також звільнення експортерів од виплати податку на рекламу); створення системи зовнішньоекономічної інформації, якою б могли користуватися малі та середні підприємства. Об'єднання експортерів мають координувати дії на зовнішніх ринках та узгоджувати умови виходу на ринок між зацікавленими членами об'єднання в інтересах оптимального використання кон'юнктури, дотримання правил конкуренції та міжнародних зобов'язань в Україні; збирання та поширення серед членів об'єднання інфор-

²¹ Добжанський Р. В. Роль держави у підтримці та розвитку малого і середнього бізнесу європейських країн та перспективи України. — К.: Редакції загально педагогічних газет, 2003. — С. 45.

мації про державне регулювання зовнішньої торгівлі в інших країнах, про стан і перспективи розвитку світових товарних ринків, про специфічні вимоги до якості експортованих за кордон товарів та сприяння підвищенню їхньої якості.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямку є побудова поетапної експортної стратегії розвитку економіки України за участю МСП та, як результат цього, перехід до визначення складових тактики втілення в життя цієї стратегії. Серед них можна назвати: укладання коопераційних угод великими експортними компаніями з дрібними фірмами, що дозволило б підвищити гнучкість виробництва, зменшити комерційний ризик; організацію асоціації невеликих фірм, що здійснюють експорт продукції чи послуг (адже кожна з таких фірм не зможе самостійно організувати ефективний збут власної продукції, а послуги посередників, як правило, дорого коштують); налагодження співпраці МСП з Державним комітетом з науки, метою чого є передача результатів наукових досліджень в експортну діяльність дрібного бізнесу для найшвидшого втілення їх у практику; створення Фонду страхування експортних контрактів; доручення одному з державних банків спеціалізованої функції кредитування зовнішніх угод тощо.

Література

1. Варналій З. С. *Мале підприємництво: основи теорії і практики*. – 3-тє вид. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2005. – 302 с.
2. Бочан І. О. *Приватний сектор сучасної економіки (інституціональний підхід)*. – Львів: Армія України, 2000. – 200 с.
3. Добжанський Р. В. *Роль держави у підтримці та розвитку малого і середнього бізнесу європейських країн та перспективи України*. – К.: Редакції загальнопедагогічних газет, 2003. – 116 с.
4. Кістерський Л., Бурляй А., Липова Т., Пустовойтова Т. *Управління бізнесом: доступно про складне / Відпов.* ред. Л. Кістерський, К. Павловські. – К.: Знання України, 2001. – 246 с.
5. Чоботар С. І. *Польська економіка на межі тисячоліть: труднощі, успіхи, перспективи*. – К.: Хрещатик, 2002. – 260 с.

6. *Ляшенко В. И., Хахулин В. В., Ляшенко С. В.* Поддержка субъектов малого предпринимательства в России, Украине и других странах СНГ. – Луганск: Альма-матер, 2005. – 490 с.

7. Українсько-польська економічна співпраця: досвід і перспективи. Зб. наук. праць / За наук. ред. проф., д-ра екон. наук Анджея Ліманського і проф., д-ра екон. наук Дмитра Штефанича. – Тернопіль–Катовіце, 2004. – 131 с.

8. *Руденко Л. В.* Розрахункові та кредитні операції у зовнішньоекономічній діяльності підприємства. – К.: Лібра, 2002. – 304 с.

9. *Бондаренко В.* Как поддерживается малый бизнес в Америке // Малое предприятие. – 2003. – № 2. – С. 9–11.

10. *Полешко А.* Державна підтримка малого і середнього підприємництва має стати дієвою // Малий і середній бізнес. – 1999. – № 1–2. – С. 7–10.

Стаття надійшла до редакції 23.03.2007