

**РАЗВИТИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО
МЕХАНИЗМА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Определение конкретных форм и механизмов выхода на зарубежный рынок является одним из важнейших элементов в международном бизнесе. Не существует какой-то одной, наилучшей формы вхождения на зарубежный рынок. Однако на определенный момент при учете объективных характеристик избранного рынка и продвигаемого товара, а также ряда внешних и внутренних факторов, наличия предпочтений руководства компании можно констатировать существование временно наиболее эффективных форм и способа выхода на зарубежный рынок.

На принятие решения о форме и способе выхода предприятия на зарубежный рынок воздействуют следующие основные факторы: а) мотивы быстрого вхождения на рынок; б) величина прямых и косвенных издержек выхода на рынок; в) изученность правовой основы предпринимательства на избранном рынке; г) страновой риск; д) быстрота окупаемости затрат и получение прогнозируемой прибыли.

Относительно активности и значимости роли МСБ в экспортном потенциале национальных экономик говорят статистические данные. В таких странах, как Франция, Италия, Нидерланды и Норвегия МСБ производит 30 % всей экспортной продукции, в Турции - 62 %, в Южной Корее — 40 %, Китае — 50 %. Роль МСБ во внешнеэкономической деятельности увеличивается в связи с переходом от межотраслевой к внутриотраслевой международной специализации, которое позволило предприятиям производить и снабжать продукцией крупные фирмы, которые выпускают конечный продукт. Как следствие произошла активизация предприятий МСБ в таких областях, как авиа- и автомобилестроение, сельскохозяйственное машиностроение, электроника, электротехника и пр.

Поэтому целью данной статьи является анализ существующих элементов организационно-экономического механизма ВЭД малого бизнеса и выработка предложений по его совершенствованию.

О важности связей МСБ с крупными производителями говорилось еще на Первом консультативном совещании по малым и средним предприятиям, включая кооперативы, которая состоялась в г. Бари (Италия) с 9 по 13 октября 1989 г. В частности, на ней было рекомендовано развивать и укреплять субподрядные связи больших предприятий с МСП при содействии субподрядных бирж. В части внешнеэкономической деятельности предприятия МСБ могут функционировать по таким направлениям: производственная и торгово-посредническая деятельность, предоставление услуг международного характера.

МСП — производители могли бы предложить на внешний рынок целый перечень традиционных для нашей страны (или региона) товаров народного промысла. Это, к примеру, национальная одежда, изделия из стекла, фарфора, кожи, керамики не только в качестве сувениров, но

и утилитарного характера. Кроме того, употребляя отечественную высококвалифицированную рабочую силу и определяя условия для организации бизнеса, можно создавать с иностранными партнерами общие предприятия и франчайзинговые компании, что позволит получать от иностранных партнеров в качестве взноса в уставный фонд новые современные технологии, оснащение, материалы, которых нам в данное время не хватает.

Дополнительной формой сотрудничества с зарубежными компаниями является получение оснащения, технологий, материалов на основе кредита компенсационных соглашений, лизинга.

Участие МСП в внешнеэкономической деятельности в качестве торгово-посреднических организаций, могло бы решать такие задачи: создание разнообразия структуры внешнеторговых организаций; создание соответствующей конкурентной среды; отладка более тесных связей между заграничными и украинскими как потребителями, так и производителями разнообразной продукции. Основные направления деятельности МСП в области услуг: международный туризм; консалтинговая и инжиниринговая деятельность; реклама.

Дальнейшее развитие форм внешнеэкономической деятельности малого бизнеса возможно в рамках комплексного организационного механизма стимулирования развития экспорта. Управление экспортной деятельностью нуждается в совершенствовании всего хозяйственного механизма с целью как стимулирования экспорта, так и поддержки конкурентоспособности предприятий малого бизнеса. Неотъемлемой составляющей общегосударственного механизма является организационно-экономический механизм (ОЭМ) развития экспортной деятельности малого предприятия (РЭДМП).

С точки зрения рассмотрения организационно-экономического механизма деятельности предприятия как системы отдельных механизмов можно сформулировать такие принципы его формирования для эффективной экспортной деятельности [1, с. 77]: 1) единство и целостность, то есть органическое включение экспортной деятельности в общую деятельность предприятия; 2) рациональное соотношение и пропорциональность двух подсистем — организационной и экономической; 3) обеспечение эффективного соединения всех отдельных механизмов для развития экспортной деятельности, оценки качества функционирования системы и обороты связи в системе управления; 4) согласование стратегии развития экспортной деятельности предприятия с тенденциями развития международной среды, государственной и региональной политикой в сфере экспорта; 5) самоуправление и обязательное участие работников в разработке целей экспортной деятельности предприятия, выборе эффективной стратегии ее внедрения. Поэтому целесообразно рассмотреть

соответствующий механизм деятельности предприятия в совокупности элементов единого механизма как на уровне страны, так и предприятия (рис. 1).

Комплексный организационно-экономический механизм развития экспорта		
Организационно-экономический механизм развития экспорта на уровне страны	Функции управления	Организационно-экономический механизм развития экспорта на уровне предприятия
комплексная экспортная стратегия; текущие планы; законодательство в сфере внешне-экономической деятельности (ВЭД); органы управления ВЭД; распределение обязанностей между органами управления ВЭД; законодательство в отрасли экспорта; законодательство в отрасли экспорта;	Планирование	экспортная стратегия предприятия; плановые подразделения; система прогнозирования; система планирования;
органы управления ВЭД; распределение обязанностей между органами управления ВЭД; законодательство в отрасли экспорта; законодательство в отрасли экспорта;	Организация (координация, регуляция)	органы управления; распределение обязанностей между структурными подразделениями; должностные инструкции;
органы управления; законодательство в отрасли экспорта;	Мотивация	система оплаты труда; система стимулирования труда;
органы управления; законодательство в отрасли экспорта;	Контроль	органы управления; сбор, обработка и анализ информации о деятельности предприятий

Рис. 1. Концептуальная схема взаимодействия элементов комплексного механизма управления ВЭД

Хотя внутренний рынок Украины, в отличие от многих стран переходной экономики, можно считать достаточно вместительным для успешного развития малых фирм, потенциально зарубежные рынки имеют очень существенное значение для экономики страны и регионов. Поэтому особенное внимание следует уделить экспортной активности малых предприятий и выявлению барьеров, которые тормозят экспортную деятельность.

Относительно рассмотрения организационно-экономического механизма деятельности предприятия как совокупности элементов единого механизма можно сформулировать такие принципы его формирования для эффективной экспортной деятельности: 1) целевая совместимость и сосредоточенность, которые предусматривают создание рабочей целеустремленной системы управления, в которой все звенья составляют единственный механизм, направленный на реализацию конечного результата деятельности; 2) эффективность управления, которая заключается в поиске из многих вариантов самого эффективного варианта использования ресурсов для достижения цели предприятия; 3) динамизм, нуждающийся в прогнозировании изменения как самой системы, так и условий ее функционирования, а также факторов внешней и внутренней среды; 4) комплексность, которая нуждается в учете и анализе всего многообразия факторов, влияющих на работу предприятия, координацию работы всех подсистем; 5) непрерывность, то есть создание таких технических и организационно — хозяйственных условий, при которых достигается устойчивость и непрерывность заданных параметров системы; 6) научность, то есть научное обоснование и проверка на практике методов, форм и средств управления. Это, в свою очередь, нуждается в непрерывном сборе, обработке и оценке разной информации: научно-технической, экономической правовой и тому подобное; 7) демократичность распределения функций управления, что предусматривает возложение принятия управленческого решения на тот орган, который лучше информирован о состоянии дел на объекте, больше всего заинтересован в эффективности решения и несет ответственность за последствия решения и полноту его реализации; 8) интегрированность оценки качества функционирования предприятия, адаптированной механизма к реальным условиям ведения хозяйства, способности достигать поставленной цели, «обратной связи» в системе управления, оценки качества цели и стратегии ее достижения.

Чтобы оценить потенциал экспортной активности предприятий в работе [2], респондентам предлагали ответить на вопрос, пытаются ли они выйти на международные рынки или расширить свою деятельность на этих рынках. 41 % опрошенных ответили на этот вопрос утвердительно, еще 15 % заявили, что наверняка будут развиваться в этом направлении, то есть уровень интереса предпринимателей к экспорту значительно превышает реальную экспортную деятельность. По этой причине чаще всего вспоминались рынки в странах переходной экономики (особенно в СНГ), однако потенциальный вклад фирм-экспортеров в экономическое развитие является основанием для ввода программ помощи малым фирмам в развитии своих рынков за границей. В то же время, с точки зрения отдельной фирмы, зарубежные рынки способны помочь им в преодолении таких препятствий в развитии, как низкая покупательная способность населения внутри страны и насыщения внутреннего рынка. В Киевской выборке 1997 года чаще всего за другие препятствия в экспортной деятельности респонденты называли систему налогообложения в стране (27 %), бюрократические процедуры (21 %), мигал странах-импортерах (17 %), нехватка информации о внешних рынках (13 %). 14 % респондентов критически оценивают качество своей продукции и уверены, что проблемы заключаются не только во внешних условиях (высокие налоги или бюрократические препятствия), но и во внутренних факторах, то есть продукция (услуги) украинских фирм не выдерживают конкуренции за границей.

Высокие налоги как препятствие в развитии бизнеса и в расширении зарубежных рынков чаще всего называются и в других исследованиях малого бизнеса в странах с переходными экономиками, тогда как в экономически развитых государствах высокие налоги редко предшествуют в перечне барьеров в экспортной деятельности, там предпринимателей тревожат несколько другие проблемы. Например, в одном из недавних исследований, посвященных интернационализации и развитию малых и средних предприятий, выяснилось, что в странах—членах ЕС главными препятствиями для малых фирм в экспорте были недостатки маркетинга (Великобритания) и цены (Греция), а в таких странах с переходной экономикой, как Польша и страны Балтии, первые места, наряду с отсутствием финансирования маркетинговых исследований, заняли высокие налоги [3].

Ответы украинских предпринимателей отражают тот факт, что внешняя среда для развития бизнеса в стране еще недостаточно стабильное и лишено необходимых условий для того, чтобы малые предприятия могли делать весомый взнос в национальную и региональную экономику, в частности через внешние рынки.

В ходе опроса 1997 года было установлено, что украинские предприниматели почти не проводили активных маркетинговых исследований с целью получения информации о внутреннем или зарубежном рынке ни самостоятельно, ни посредством консультантов извне; еще меньше фирм обращались к услугам специальных маркетинговых служб. Источниками информации о внутреннем рынке чаще всего были неформальные контакты с друзьями, коллегами или клиентами. Среди формальных источников упоминали специальную литературу и торговые палаты. Что же касается внешних рынков, формальные источни-

ки информации вышли на первое место; предприниматели часто обращались за помощью к торговым палатам и находили информацию в литературе.

Результаты, полученные авторами работы [2] в ходе опросов предпринимателей в 1998–1999 годах, подтверждают, что кардинального улучшения условий развития малого бизнеса и расширения как внутренних рынков за пределами своего региона, так и внешних не произошло. Малые предприятия в Украине, по-прежнему, преимущественно ограничиваются рынками своего региона, предприятий, которые имеют рынки в других регионах страны, значительно меньше, и совсем незначительное количество фирм осуществляют экспортные операции в странах ближнего или далекого зарубежья. Что касается экспорта в развитые страны, то овладение рынками со стороны фирм сектора услуг оказалось здесь куда успешнее, чем в случае производственных фирм, что объясняется сравнительно высоким интеллектуальным уровнем рабочей силы в Украине и относительно легким «раскручиванием» бизнеса в сфере услуг (информационных, образовательных, медицинских и тому подобное). Как показали опросы предпринимателей, предпринятые автором в ходе настоящего исследования, ситуация не изменилась и в настоящее время.

Во многих министерствах имеются специальные подразделения для оказания помощи экспортерам в получении крупных заказов, в основном на торгах, на разработку проектов и поставку оборудования комплектов предприятий. Эти подразделения помогают фирмам в установлении контактов с объединениями промышленников, а также с министерствами и ведомствами при разработке проектов и получении ими определенных услуг и льгот финансового характера. Кроме того, они снабжают экспортеров информацией о проведении международных торгов и их условиях, устраивают технические симпозиумы для потенциальных импортеров, рекомендуют экспортерам наиболее эффективные методы борьбы за получение заказов.

Предоставлением общеэкономической информации и информации по рынкам обычно занимаются специально выделенные сектора или отделы в соответствующих министерствах. Главное внимание этих подразделений обращено на обеспечение экспортеров максимальным объемом сведений, необходимых для осуществления внешнеэкономических операций, причем как в общедоступной, так и в конфиденциальной формах. Применение ими электронно-вычислительных машин позволяет предоставлять такие сведения в кратчайшие сроки.

Важную роль играет и деятельность министерств, направленная на оказание практической помощи экспортерам в подыскании контрагентов на международном рынке и установлении с ними деловых контактов. Это осуществляется как через представителей государственных учреждений (торговых атташе, торговых советников), так и через специальные торговые миссии.

Большое значение имеет оказание помощи экспортерам в организации их участия в ярмарках и выставках, проводимых за границей и в своей стране: предоставление государственных субсидий на устройство экспозиций; обеспечение экспортеров выставочными средствами и оплата выставочной площади; организация за государственный счет постоянно действующих торговых центров за границей и проведение торговых недель.

К оказанию организационного содействия экспортерам широко привлекаются и другие государственные учреждения и организации, такие как таможенные ведомства, отраслевые министерства, банки и страховые учреждения. На практике к оказанию содействия экспортерам в их внешнеэкономической деятельности привлекается весь государственный аппарат.

Государственные организации содействуют развитию экспорта, информируя предпринимателей об импортных возможностях других стран, оказывая практическую помощь экспортерам, организуя встречи послов с представителями национальных и иностранных деловых кругов, проводя семинары по маркетингу и методам торговли, участвуя в выпуске рекламных фильмов и справочно-информационной литературы.

В некоторых странах большую роль играют специализированные государственные учреждения: информационные агентства, научные институты и др. Они ведут исследовательскую работу по ознакомлению предпринимателей с национальным регулированием торговли, а также с экономикой, торговым законодательством и торговой практикой зарубежных стран, предоставляют практическую помощь экспортерам в организации торговых миссий за границу, в сбыте труднореализуемых товаров.

Для предоставления услуг экспортерам широко используется также государственный аппарат зарубежных представительств: дипломатических, торговых, консульств, миссий. Функции этого аппарата состоят прежде всего в сборе разносторонней экономической, торгово-политической и административной информации, в особенности имеющей практическую ценность для экспортеров. Сотрудники торговых представительств за границей занимаются распространением рекламной литературы среди местных деловых кругов, отвечают на вопросы государственных внешнеэкономических учреждений, союзов предпринимателей, отдельных экспортеров и импортеров, участвуют в организации выставок и семинаров по торговым вопросам, в работе прибывающих торговых миссий, налаживании непосредственных контактов с местными фирмами, в улаживании конфликтов, возникающих между предпринимателями своей страны и фирмами страны пребывания.

К задачам государственного регулирования внешнеэкономической деятельности относятся: 1) финансовое, валютное, кредитное, таможенно-тарифное и нетарифное регулирование; 2) страховая, информационная и дипломатическая поддержка экспортеров, рациональный режим налогообложения; 3) обеспечение экспортного контроля; 4) определение политики в области сертификации товаров в связи с их ввозом и вывозом; 5) установление порядка экспорта и импорта продукции, например, расщепляющихся материалов; 6) предоставление государственных кредитов под гарантии правительства; 7) заключение международных договоров в области внешнеэкономических связей.

В целях усиления поддержки экспортеров представляется необходимым развитие законодательно-правовой базы, институционально-организационной структуры, а также инструментария государственного регулирования экспортных операций. Важнейшей составляющей государственной системы поддержки экспорта, в том числе экспорта продукции МСП, должен быть механизм экс-

портных гарантий и финансирования на условиях как краткосрочного, так среднесрочного и долгосрочного кредитов для обеспечения защиты экспортеров от долгосрочных коммерческих и политических рисков.

Для обеспечения эффективности предпринимательства необходима и система государственного регулирования и поддержки внешнеэкономической деятельности подлинно предпринимательских структур. Цели данного регулирования и поддержки определяются принципом рационального протекционизма, реализация которого предполагает: 1) защиту интересов подлинных отечественных предпринимателей во внешнеэкономической деятельности; 2) содействие в достижении конкурентных преимуществ фирмам, работающим на экспорт наукоемкой продукции; 3) оказание поддержки в создании транснациональных корпораций предпринимательского типа в интересах развития российской экономики; 4) оказание поддержки в создании эффективной инфраструктуры внешнеэкономической предпринимательской деятельности, выполняющей функции маркетинга, оказание помощи в нахождении определенных ниш международного рынка и удержании позиций на них, поиск стратегических эффективных иностранных инвесторов предпринимательских структур, налаживание взаимовыгодного сотрудничества с иностранными партнерами и т. д.; 5) защиту отечественного предпринимателя, обладающего потенциальной способностью производить конкурентоспособные виды продукции, исходя из внутренних условий, зависимости от иностранных импортеров, которые в настоящее время обладают конкурентными преимуществами в производстве данных видов продукции.

Механизмами регулирования экспортно-импортной деятельности предпринимательских структур, стимулирующих эффективный экспорт и импорт, для отдельных предпринимателей и государства в целом являются:

дифференциация таможенных пошлин, налогов с внешнеэкономической деятельности. С помощью этих рычагов осуществляется стимулирование как экспорта наукоемкой продукции, так и импорта новых технологий, новейшего оборудования;

льготное кредитование с элементами дотирования импорта новейших технологий и техники;

гарантия со стороны государства международных кредитов на развитие эффективного предпринимательства;

создание банка данных в Торгово-промышленной палате надежной информации о конкурентоспособности, возможностях иностранных конкурентов, о стратегических иностранных инвесторах крупных предпринимательских проектов;

оказание помощи в отработке экономического механизма во взаимоотношениях с иностранным партнером;

оказание помощи в создании совместных с иностранными партнерами банков для финансового обеспечения совместного предпринимательства.

Решение экономических задач, которые стоят перед экономикой страны, зависит от активизации хозяйственной деятельности в сфере производства. Для этого необходимы инвестиционные ресурсы. Инвестиционное обеспечение для Украины проблемная сфера, как из-за отсутствия источников, так и в силу ограниченности возможностей продуктивного потребления средств.

По своему происхождению инвестиционные ресурсы могут быть как внутренние (прежде всего, человеческие и природные), так и внешние. Тем не менее, имеет место нехватка капитальных ресурсов. Отсутствие достаточного количества средств, современной техники и технологии отрицательно сказывается на развитии производства. Несмотря на то, что сегодня в Украине почти сформировано правовое поле относительно инвестиционной деятельности, а именно принят ряд законов (Законы Украины «О защите иностранных инвестиций в Украине» от 10 сентября 1991 г.; «Об инвестиционной деятельности» от 18 сентября 1991 г.; «Об иностранных инвестициях» от 13 марта 1992 г. и ряд других), существенных сдвигов к лучшему не произошло. В конце концов необходимо все же найти способы активизации этого процесса. По нашему мнению, одним из них может быть стимулирование внешнеэкономической деятельности предприятий малого и среднего бизнеса (МСБ). Это объясняется тем, что: во-первых, предприятия МСБ не требуют, по сравнению с крупными, мощных по объему вложений, а это может привлечь внимание иностранного инвестора, который не склонен рисковать значительными средствами в условиях нестабильности; во-вторых, малые и средние предприятия (МСП) по своему характеру более мобильны, гибки относительно восприятия нового; в-третьих, склонность иностранных инвесторов вкладывать деньги как раз в предприятия МСБ доказана на практике.

Практика показала, что сегодня приграничное сотрудничество складывается не как система, а как синтез разнородных элементов, объединенных локальным характером функционирования. Это объясняется прежде всего тем, что приграничные связи не являются самостоятельным объектом управления. Отсутствие координации в действиях различных организаций и предприятий, а также административных органов может послужить тормозом дальнейшего развития и совершенствования этого вида деятельности.

Система управления приграничным сотрудничеством должна включать несколько структурных блоков: 1) нормативно-правовую базу; 2) организационную структуру управления; 3) экономическое регулирование; 4) инфраструктурное обеспечение.

Нормативно-правовая база для приграничного сотрудничества в настоящее время фактически отсутствует и только-только начинает формироваться. Помимо таможенного законодательства, нормативным актом общего действия в группе нормативных актов, регулирующих вопросы, связанные с СЭЗ в Украине является Закон Украины «Об общих принципах создания и функционирования специальных (свободных) экономических зон». В соответствии со ст.1 этого Закона *СЭЗ представляет собой часть территории Украины, на которой устанавливаются и действуют специальный правовой режим экономической деятельности и порядок применения и действия законодательства Украины. На территории СЭЗ вводятся льготные таможенные, валютно-финансовые, налоговые и другие условия экономической деятельности национальных и иностранных юридических и физических лиц.*

Целями создания СЭЗ (согласно ч.2 ст. 1 этого Закона) являются: привлечение иностранных инвестиций и содействие им; активизация совместно с иностранными инвесторами предпринимательской деятельности для наращива-

ния экспорта товаров и услуг, поставок на внутренний рынок высококачественной продукции и услуг; привлечение и внедрение новых технологий, рыночных методов хозяйствования; развитие инфраструктуры рынка; улучшение использования природных и трудовых ресурсов; ускорение социально-экономического развития Украины.

В России на рассмотрение в Государственную Думу РФ был представлен проект федерального закона «Об экономическом и правовом статусе приграничных территорий Российской Федерации», необходимость принятия которого была продиктована тем, что после распада СССР 43 из 89 субъектов федерации стали приграничными или прибрежными регионами. Круг работ по соблюдению приграничного и таможенного режима, дополнительная нагрузка на инфраструктуру приграничных территорий в связи с «открытием» экономики и развитием зарубежных контактов требуют значительных материальных затрат и людских ресурсов.

Для решения этих задач часть приграничных регионов ставят перед правительством вопрос о предоставлении им режима наибольшего благоприятствования в осуществлении внешнеторговых операций с зарубежными соседями, об обеспечении условий для совместного предпринимательства, о необходимости создания привлекательного инвестиционного климата, освобождении от таможенных пошлин, упрощении визового режима, создании свободных экономических или свободных таможенных зон.

В Проекте федерального закона РФ «Об особенностях организации местного самоуправления в приграничных территориях» предусматриваются нормы по взаимодействию органов местного самоуправления с государственными органами и компенсации местным органам убытков, возникающих в результате осуществления мероприятий по защите государственной границы. В законопроекте предусматривается правовая защита государством инвестиций на приграничных территориях, особый льготный режим предпринимательской и инвестиционной деятельности, налоговый и таможенный режимы, государственная поддержка в создании производственной (особенно транспортной), социальной и сервисной инфраструктуры. Правовые, экономические, организационные и иные нормы, заложенные в законопроект, позволяют создать предпосылки для ускоренного социально-экономического развития и повышения жизненного уровня населения приграничных районов, в том числе и за счет усиления их сотрудничества с территориально-административными образованиями в сопредельных государствах.

С принятием этих нормативных актов, будут созданы необходимые правовые условия для превращения приграничного сотрудничества на востоке Украины с российскими регионами в «улицу с двусторонним движением».

Организационная структура управления. К этому блоку необходимо отнести предоставление соответствующих полномочий местным административным органам. По-видимому, целесообразно создание специального подразделения либо непосредственно в областной госадминистрации, либо в главном управлении по экономике, в функции которого должна входить организационная и координационная работа по содействию развитию приграничного сотрудничества на всех его стадиях и для всех участников.

В ст.9 Закона Украины № 2673-ХП определены органы управления СЭЗ, которыми являются: а) местные Советы народных депутатов и местные государственные администрации в пределах своих полномочий; б) орган хозяйственного развития и управления СЭЗ, создаваемый при участии субъектов экономической деятельности Украины и иностранных субъектов такой деятельности. Функции этого органа могут быть возложены на одного из субъектов экономической деятельности СЭЗ. Органы государственной исполнительной власти, правоохранительные, судебные органы осуществляют полномочия на территории СЭЗ в соответствии со своей компетенцией, за исключениями, предусмотренными законодательным актом о конкретной СЭЗ.

Решение организационных вопросов позволило бы распространить сферу приграничного сотрудничества на приграничный туризм, научно-техническое и производственное сотрудничество, совместное предпринимательство, совместное использование рекреационных ресурсов, решение экологических проблем, развитие инфраструктуры. Особенно важно выделить такую область приграничного сотрудничества как туризм. Местные органы смогли бы самостоятельно строить и эксплуатировать сеть туристических объектов, гостиниц, кемпингов и т. д.; привлекать для строительства иностранные инвестиции и строительные фирмы, чтобы в дальнейшем эти же фирмы выполняли и ремонтное и профилактические обслуживание); создавать совместные туристско-спортивные комплексы и др.

Экономическое регулирование. Сюда относятся прежде всего вопросы налогового и таможенного регулирования, валютно-финансовые условия приграничной торговли, создание привлекательного инвестиционного климата для предприятий и фирм, участвующих в приграничном сотрудничестве под гарантии региональной администрации. Суть льгот, предоставляемых в Донецкой области статусом СРИД подробно раскрывается в ст. 14 закона, в соответствии с которой СРИД применяется к субъектам предпринимательской деятельности, реализующим одобренные Советом инвестиционные проекты в приоритетных видах экономической деятельности на территориях приоритетного развития согласно заключенному контракту.

Инфраструктурное обеспечение. Этот блок включает транспортное обслуживание, обеспечение услугами средств связи, информационное обеспечение и складское хозяйство. В целом мощности инфраструктуры на территории Донецко-Северокавказского региона при их значительном развитии, тем не менее значительно отстают от потребностей современного основного производства. Слабое развитие производственной и, особенно, социальной инфраструктуры является фактором торможения хозяйственного развития региона и развития его внешнеэкономических связей, в том числе и приграничного сотрудничества.

Транспорт, связь, складское хозяйство (возможно, за исключением мощностей морского транспорта) практически слабо приспособлены к обслуживанию внешнеэкономической деятельности. Развитие внешнеэкономической деятельности, создание совместных предприятий, СЭЗ и ТПП, туристическая индустрия могут способствовать притоку иностранных капиталов и — с их помощью — решению вопросов инфраструктурной обустроен-

ности приграничных территорий. Однако всегда нужно помнить об утверждении американских специалистов, что для создания 10000 рабочих мест в экспортно ориентированных производствах за 10 лет зона должна инвестировать 5 млн. дол. США в землю и инфраструктуру, 35 млн. дол. США в здания и 10 млн. дол. США в администрации и презентации. Другими словами на 1 доллар привлеченной иностранной инвестиции должно быть вложено как минимум 4 доллара принимающей стороны в обустройство и инфраструктуру зоны.

В приграничных районах особенно важно расширять прямые связи транспортных организаций и ведомств. На основе таких связей возможно решение задачи оптимальной организации транспортного процесса. Развитию инфраструктуры будет способствовать создание в приграничных районах специализированных свободных экономических зон на базе транспортных узлов. Необходимо предоставить транспортным предприятиям и местной администрации право приоритетного создания и распространения условий СЭЗ на территории инфраструктуры.

Субрегиональное сотрудничество, нацеленное на совместное использование положения и ресурсов приграничных территорий, в каждом конкретном случае весьма специфично, что обусловлено состоянием экономики соседних стран, соотношением элементов либерализации и протекционизма в проводимой экономической политике и др.

В малых шахтерских городах особенно остро проявляются последствия кризисной ситуации в экономике, и в первую очередь в части занятости населения. По сравнению с крупными городами, их функциональная структура более ограничена, они менее экономически развиты, что особенно характерно для городов с односторонней специализацией (монопроизводством), не обеспечивающей условий для эффективного регулирования рынка труда и оперативного перелива свободных трудовых ресурсов из одной сферы в другую.

Выход на внешний рынок позволит предприятиям МСБ: привлечь иностранный капитал; увеличить поступление валютных средств; получить современные технологии; расширить круг делового сотрудничества; увеличить уровень занятости.

Одним из главных условий стимулирования внешнеэкономической деятельности МСП, является выгода и эффективность экспорта для хозяйствующих субъектов. Но создание таких условий ставит перед предпринимателями определенные требования: повышение конкурентоспособности собственной продукции; поиск ниш для реализации собственной продукции; быстрое реагирование на все изменения на рынке. Экспортная деятельность предприятий — это была согласована последовательность выполнения конкретных этапов выхода предприятия на внешний рынок (рис. 2). Функции и задачи организационно-экономического механизма определяются особенностями объекта управления и его целями. Самым важным моментом является рассмотрение экспорта как самостоятельной функции предприятия, которая, с одной стороны, предоставляет предприятию ряд объективных преимуществ, а с другой — вызывает возникновение дополнительных расходов и сложностей.

Ресурсы экспорта	Цели экспортной деятельности	Конъюнктура рынка
Организационно-экономический механизм экспортной деятельности МСП		
Экономический аспект	Функциональный аспект	Организационный аспект
Оценка собственных возможностей выхода на внешние рынки	Прогнозирование, планирование, координация, контроль, анализ	Поиск возможностей привлечения инвестиций для развития экспорта
Ассортиментная политика		Создание структуры управления экспортом (распределение полномочий и ресурсов, разработка должностных инструкций)
Ценовая политика		Поиск и цена целевого рынка сбыта и иностранных партнеров
Оценка финансового положения		Проведение переговоров и заключение контрактов
Собственные инвестиционные ресурсы		Таможенное оформление и осуществление экспортной поставки
Толлинг		Франчайзинг
Аутсорсинг		Электронная коммерция
Прямое инвестирование		Представительство за рубежом

Рис. 2. Концептуальная схема организационно-экономического механизма экспортной деятельности предприятия

Экономические же сдвиги на предприятии могут произойти только после организационных превращений. На предприятии необходимо создать особое подразделение, которое обеспечит взаимодействие и координацию деятельности других подразделений. Схема организационно-экономического механизма стимулирования экспортной деятельности предприятия имеет целью осуществление контроля за основными процессами экспортной деятельности на предприятии в границах единственного подразделения, потому что эта модель является адаптивной системой с обратной связью, имеет развитые связи с внешней средой и выполняет самые важные функции относительно выхода предприятия на внешний рынок.

Структура экспортного отдела должна обеспечивать эффективное управление экспортом, в который входят анализ внешней среды, планирование, организация, мотивация и контроль за мероприятиями, направленными на совершенствование экспортной деятельности. Усовершенствование организационно-экономического механизма в соответствии с принципами его формирования, оптимизация его отдельных элементов дадут возможность предприятию создать необходимые условия для расширения объемов и повышения эффективности экспортной деятельности.

Требуют внимания способы выхода МСП на внешние рынки. На сегодняшний день их несколько: заключение соглашения непосредственно между национальной фирмой и зарубежной; создание собственных небольших сбытовых организаций; использование посредников для реализации собственной продукции за границей; создание МСП собственных экспортных объединений.

Следует отметить, что при непосредственном заключении соглашений с зарубежным партнером надлежит ориентироваться на стабильных покупателей. При создании собственных сбытовых организаций нужно принимать во внимание отсутствие опыта у отечественных МСП во внешнеэкономической деятельности. Реализовать продукцию можно: во-первых, через крупные торговые организации, во-вторых, через сбытовую сеть крупных промышленных фирм.

Альтернативой всем вышеназванным способам может быть создание экспортных объединений, синдикатов или консорциумов. Например, в Италии еще в 1990 г. было 157 консорциумов, в которых участвовали 7003 фирмы-компания с числом занятых 300 тыс. человек. При создании консорциумов там только 60 % затрат покрываются членами объединения, а остальные — государством.

Избирая тот или иной способ, надлежит: правильно оценить собственные возможности и состоятельность своими силами реализовать внешние связи: учесть то, что поиск новых рынков сбыта, партнеров, реклама собственной деятельности, требуют значительных капиталовложений и много времени; правильно оценить возможности посредников, которые предлагают свои услуги, с точки зрения надежности, добропорядочности и защищенности от риска; максимально использовать существующие условия и возможности по созданию экспортных объединений с самой большой эффективностью и снижением затрат, сравнительно с иными способами реализации внешнеэкономической деятельности.

В настоящее время, если внимательно изучить перечень информационных потребностей предпринимателей и сопоставить его с потоком рекламных объявлений, то мы обнаружим гораздо больше пробелов, чем реально предоставляемой информации. Поэтому предприниматели привыкли решать свои проблемы через неформальные связи, консультироваться в ходе расспросов знакомых, а не знакомься с публикациями квалифицированных консультантов.

Проект «Система Межрегиональных маркетинговых центров (ММЦ) «начал осуществляться в Российской Федерации в соответствии с Распоряжением Премьера Правительства Москвы N 834-РП от 1 августа 1997 г. под эгидой Московского фонда поддержки малого предпринимательства (МФПМП) [4]. Межрегиональная сеть информационно-маркетинговых деловых центров оказывает помощь предприятиям и предпринимателям в установлении прямых деловых контактов, выявляет наиболее насущные потребности регионов и территорий в товарах и услугах, содействует скорейшему наполнению местных рынков, ведет и поддерживает распределенные базы данных по товарам, услугам и их производителям.

Распоряжением премьера Правительства Москвы от 17 ноября 1998 г. N 1284-РП «О дальнейшем развитии Системы межрегиональных маркетинговых центров» МФПМП поручено создание ММЦ в странах СНГ, Балтии и дальнего зарубежья. Создание каждого ММЦ предполагает: · наличие двустороннего рамочного соглашения между Москвой и соответствующей территорией или областью; обязательство регионального центра активно участвовать в обмене информацией с другими участниками проекта, вести и поддерживать базы данных и другие информационные ресурсы по стандартам, принятым в системе ММЦ. Межрегиональные маркетинговые центры действуют в едином информационном пространстве и практикуют единую методологию.

В качестве опорной структуры создаваемой сети сформирован Межрегиональный Маркетинговый Центр «Москва». В его задачу входит разработка методических стандартов маркетинговых исследований на московском и региональных рынках и стандартов информационного обмена в системе ММЦ, а также создание инфраструктуры деловых контактов между московскими и региональными предпринимателями.

Деятельность Системы ММЦ включает несколько компонентов, среди которых:

организационная деятельность, предусматривающая заключение прямых двусторонних договоров между отдельными регионами, налаживание прямых межрегиональных хозяйственных связей, организацию взаимодей-

ствия по лизинговым операциям, создание совместных производственных и торговых предприятий с использованием местных ресурсов, тесное сотрудничество с предпринимателями, их союзами и объединениями;

информационная деятельность, включающая организацию информационной поддержки и оказание широкого спектра информационных услуг региональным предприятиям и предпринимателям, сбор и систематизацию информации о предприятиях-производителях товаров и услуг в регионах, формирование и поддержку специализированных баз данных по предприятиям, заинтересованным в различных формах делового сотрудничества, в том числе для создания системы субподрядов в интересах региональных предприятий;

рекламно-маркетинговая деятельность, предусматривающая оказание услуг в области планирования сбыта и продвижения товаров, оценку региональных инвестиционных проектов и систематизация ее результатов, проведение выставок-ярмарок малого и среднего бизнеса в Москве и регионах, маркетинговые исследования товарных рынков и предоставление их результатов предприятиям, планирование рекламных кампаний региональных предприятий и разработку их маркетинговой стратегии, оптимизацию экспортного потенциала предприятий;

коммерческая деятельность по организации и оптимизации товарных потоков между регионами, широкому использованию механизмов гарантий, взаимозачетов и факторинга с целью расширения товарооборота между предприятиями регионов;

деятельность по проведению переговоров, заключению договоров, сопровождению контрактов; оценке основных фондов;

консультирование по вопросам лицензирования, сертификации и другим аспектам законодательства.

ММЦ создаются в форме акционерных обществ с участием региональных организаций, осуществляющих поддержку предпринимательства на соответствующей территории, а также иных предприятий и структур, заинтересованных в деятельности ММЦ; Московского фонда поддержки малого предпринимательства.

В задачу ММЦ входит: освоение и использование принятой в Системе структуры баз данных и телекоммуникационных схем; оценка конкретных предложений предприятий регионов по поставкам товаров народного потребления и промышленной продукции; постоянное обновление региональной части распределенной базы данных системы ММЦ; проведение маркетинговых исследований по заказу клиентов или по запросу другого участника системы ММЦ; сбор и анализ коммерческих предложений предпринимателей своего региона, поиск партнеров по конкретным предложениям.

ММЦ создаются в первую очередь в тех регионах, которые уже изъявили желание наладить более тесные прямые связи с предприятиями и коммерческими структурами московского региона, подписав соответствующее двустороннее межправительственное соглашение. К 2004 г. межрегиональные маркетинговые центры были открыты в следующих региональных столицах и городах: Архангельск, Барнаул, Брянск, Валенсия (Испания), Новгород, Владивосток, Владикавказ, Владимир, Волгоград, Вологда, Воронеж, Дюссельдорф (Германия), Екатеринбург, Железногорск, Иваново, Ижевск, Казань, Калининград,

Калуга, Кемерово, Киров, Краснодар, Майкоп, Махачкала, Минск (Беларусь), Москва, Нижний Новгород, Новосибирск, Ноябрьск, Омск, Оренбург, Пенза, Петрозаводск, Прага (Чехия), Ростов-на-Дону, Рязань, Самара, Санкт-Петербург, Саранск, Саратов, Ставрополь, Саров, Сыктывкар, Таллинн (Эстония), Тамбов, Тверь, Томск, Тула, Улан-Удэ, Ульяновск, Чебоксары, Челябинск, Черкесск, Чита, Элиста, Южно-Сахалинск, Якутск, Ярославль. Как видим, несмотря на заключенные договоры о сотрудничестве между Москвой и Киевом, Донецком, Севастополем и Автономной Республикой Крым, они и другие города Украины в этом списке не представлены. Готовится открытие центров в ряде других регионов РФ, странах СНГ, Балтии и дальнего зарубежья.

Информационная сеть Системы ММЦ, создание которой началось в ноябре 1997 года, является важнейшим инструментом решения поставленной задачи: систематического поиска партнеров для предпринимателей на межрегиональном уровне. На сегодняшний день база данных российских предприятий, доступная почти в полном объеме посетителям веб-сайта MARKETCENTER. RU (примерно 1000 обращений в день), содержит более 56 тысяч записей о компаниях, небольших фирмах, заводах, агентствах, оптовых складах, общественных организациях и др., информация о деятельности которых поступила от 58 межрегиональных маркетинговых центров. Активно пополняется база коммерческих предложений (около 800 записей), работает «Каталог товаров и услуг» (более 600 записей), задуманный как подробный банк данных по региональной продукции. Сравнительно недавно на сайте открылся справочный ресурс по инвестиционным проектам из регионов России, регулярно обновляется информация по мелкооптовым ценам на местных рынках [5].

Пользователям предоставлена возможность оперативной публикации коммерческих объявлений в режиме on-line. Все авторизованные участники сети имеют доступ ко всем информационным ресурсам. Незарегистрированные пользователи сети («гости») получают ограниченный доступ к информации. Сами ресурсы создаются участниками сети в целях информационного сопровождения деятельности Системы. И, наконец, ИС активно использует возможности существующих межрегиональных и глобальных сетей, прежде всего Интернет, а ее корпоративный характер обеспечивается единством структурных, программных и содержательных стандартов.

Стандартной услугой любого ММЦ является размещение информации клиента на сервере Системы. Представители малого и среднего бизнеса, обратившись в ММЦ за разовой справкой, могут получить регулярный пользовательский доступ к серверу и самостоятельно работать с информационным массивом, а также заключить с любым центром договор о постоянном информационном обслуживании. Такое сотрудничество позволит регулярно получать справки о наличии спроса на определенную продукцию в указанных регионах, о круге возможных корпоративных потребителей вкупе с экспертным анализом их возможностей, об активности конкурентов и т. д. Люди, живущие в своей области или республике и занимающиеся там бизнесом, квалифицированно ответят на любой запрос клиента (приложение Б).

Система ММЦ использует преимущества территориально распределенной сети, использующей отлаженные

схемы циркуляции информации. Это, прежде всего, быстрый доступ к финансовым ресурсам по разной цене, возможность комбинировать различные изменяющиеся региональные параметры, такие как стоимость рабочей силы, разные показатели доходности, условия доступа к другим ресурсам. Маркетологи Системы ММЦ выполняют индивидуальные запросы предпринимателей и представителей российских предприятий. Особенно актуальны запросы местных предпринимателей по предоставлению информации из других регионов. Бизнесменов чаще всего интересуют контактные сведения потенциальных партнеров, возможности сбыта собственной продукции в другом регионе, а также цены на сырье, готовую продукцию и продовольствие. Есть примеры, когда губернаторы подписывают соглашения непосредственно с региональными ММЦ об информационном обслуживании предпринимателей данного региона и выделяют из местных бюджетов соответствующие средства на эти цели. Для местных властей важно то, что через систему ММЦ они могут расширять свои межрегиональные и международные контакты, поскольку система позволяет их не только устанавливать, но и реализовывать [6, с. 12].

Таким образом, важным аспектом в содействии внешнеэкономической деятельности МСП со стороны государства есть создание сети информационного обеспечения. Ведь информация также может выступать в качестве инвестиционного ресурса. Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы о необходимости более широкого распространения системы ММЦ и создания для этого соответствующей программы.

Говоря о внешнеэкономической деятельности МСБ, необходимо сказать и о проблемах. Это прежде всего: риск при инвестировании средств в отечественную экономику; трудности в получении и переводе на родину иностранным инвестором своей доли дохода; обязательность продажи валюты в государственные фонды субъектами внешнеэкономической деятельности; отсутствие льготного кредитования при производстве продукции на экспорт; сложности в кредитовании экспорта. Все перечисленные проблемы решаются в сфере организационно-законодательного регулирования на уровне государства.

В области налогообложения стимулом может быть снижение налога на доход при производстве продукции на экспорт и внедрение целого ряда (системы) экспортных налоговых льгот.

Характеризуя в целом процесс отработки стратегии внешнеэкономической деятельности фирмы, можно сказать, что он объединяет мероприятия по: изучению различных сегментов мирового рынка; уточнению локальных и глобальных целей внешнеэкономических операций; определению наиболее предпочтительных страновых рынков; приведению экспортного потенциала фирмы в соответствие с намеченными целями и выбору наиболее подходящих бизнес-партнеров.

Наряду с оптимизацией структуры и расширением объемов экспортируемых товаров, очень важной задачей управления внешнеэкономическими операциями является формирование благоприятных условий для импорта необходимой продукции. Созданию подобных условий способствует либерализация внешнеэкономической деятельности, нацеленная на устранение излишних препят-

ствий и ограничений в доступе хозяйствующих субъектов-нерезидентов на внутренний рынок России.

В последние годы во многих странах произошли существенные изменения в области регулирования внешней торговли. Ряд торговых барьеров был снят или значительно уменьшен. Это относится к странам ЕС, государствам Юго-Восточной Азии, Канаде, США и другим регионам. Благодаря развитию морских, железнодорожных и авиационных контейнерных перевозок национальные товарные рынки постепенно трансформируются в глобальный рынок. Развитие глобального рынка также обусловлено формированием многих потребностей, общих для всех потребителей, независимо от страны их пребывания. В результате развития средств коммуникации у людей в разных регионах идет формирование схожих потребительских предпочтений.

Схема подготовки малых и средних предприятий в процессе дальнейшего становления открытой экономики Украины, в том числе и вступления в ВТО, должна включать в себя несколько первоочередных шагов: 1) изучение устава и правил ВТО; 2) оценка основных тенденций глобализации мировой экономики и участия в этом процессе; 3) определение предполагаемых последствий вступления в ВТО (издержек и выгод) для конкретных секторов экономики, отраслей промышленности, отдельных предприятий, бизнеса в целом; 4) определение узких мест или «зон неготовности» предприятий, активизация инвестиционного процесса в национальном масштабе; 5) уточнение критериев и сроков окончательной готовности; 6) изучение новых рынков и возможностей, связанных с их освоением; 7) перевод системы бухгалтерского учета на международные стандарты; 8) освоение международных стандартов в области качества продукции, экономически обоснованное введение на предприятиях систем качества и проведение сертификации продукции; 9) обеспечение патентной защиты наукоемкой продукции и гарантия прав интеллектуальной собственности согласно нормативам ВТО и ЕС; 10) подготовка объектов к потенциальным иностранным инвестициям, в том числе посредством гарантий прав частной собственности и интересов инвесторов, а также подготовка отечественных потенциальных кредиторов к инвестированию на открывающихся рынках западных и развивающихся стран; 11) усиление позиций государственного сектора экономики, поскольку только в условиях эффективного госсектора можно обеспечить успешное функционирование российской экономики по правилам ВТО; 12) оптимизация документооборота на предприятиях, а также постоянная работа над снижением текущих затрат и особенно транзакционных издержек.

Первостепенные задачи, стоящие перед предпринимателями, могут быть сведены к следующим: во-первых, расширение номенклатуры выпускаемой качественной продукции (работ, услуг) и усиление контроля над внутренними рынками; во-вторых, необходимость «революции управляющих», а также омоложение инженерно-технического персонала на предприятиях; в-третьих, активизация политики в области заработной платы и обновления фондов предприятий; в-четвертых, поиск новых форм организации производственных систем; в-пятых, необходимость заставить работать собственность и имеющийся в распоряжении предпринимателей капитал.

Основные проблемы при создании необходимых институциональных условий развития отечественного малого и среднего бизнеса ложатся на плечи государства и региональных властей. Но это не означает снижения ответственности менеджмента предприятий и их собственников в части умения вести конкурентную борьбу за рынки. Задача развития стратегического мышления — это, быть может, главное в подготовке современных управленцев и собственников к ведению эффективной конкурентной борьбы за капитал, интеллектуальные и природные ресурсы на мировых рынках. Обладать стратегическим управленческим мышлением — это означает уметь не только выглянуть за пределы своего предприятия, но и раздвинуть эти пределы как можно шире. В частности, многие малые и средние компании за рубежом уже имеют в руководстве эксперта (консультанта) по вопросам мировой экономики и проблемам глобализации. Это подтверждает факт нарастающего увеличения ценности стратегического фактора управления в современной экономике.

Не повторяя многочисленные и достаточно известные характеристики необходимости импорта, отметим лишь одно не слишком часто упоминаемое социально-экономическое обстоятельство, — использование товаров, аналогичных тем, что предлагаются на рынках более развитых и благополучных стран, создает еще и представление о соответствии уровню жизни в этих странах.

Для оптимизации импортных потоков необходимо: уменьшение тарифных и нетарифных ограничений; упрощение таможенных процедур с одновременным повышением уровня их компьютеризации; оптимизация механизма налогообложения; развитие ясного и четко сформулированного законодательства, исключающего взаимопротиворечащие законодательные акты. Реализация этих мер обеспечит оправданное снижение экономических и административных барьеров, повысит открытость нашей экономической системы по отношению к мировому хозяйству, что в свою очередь будет способствовать динамичному развитию отечественной экономики и повышению степени ее взаимодействия с глобальными логистическими системами.

Проведенное исследование позволяет прийти к следующим выводам. Во-первых, руководству МСП следует осознать, что их предприятия действуют в глобальной экономике и ориентация производства и продукции исключительно на внутренние условия явилась бы серьезной ошибкой с точки зрения глобальных перспектив, и действовать с учетом ситуации вне национальных рамок.

Во-вторых, повышение прибыльности за счет международной экспансии требует от МСП создания устойчивых технологических преимуществ, позволяющих успешно выйти на внешние рынки. Главное стратегическое внимание следует уделять исследованиям и разработкам, отвлечение ресурсов из этой сферы на маркетинг является ошибочным.

В-третьих, расширение внешнеэкономической деятельности может финансироваться за счет увеличения доли заемных средств. МСП, как правило, ограничены в ресурсах, вместе с тем, как показало исследование, для них характерна весьма низкая доля заемных средств, а основными источниками финансирования являются нераспределенные прибыли и выпуск акций. Расширение долгового финансирования может ликвидировать

нехватку средств и способствовать улучшению показателей деятельности предприятия.

Малый бизнес в экономике даже развитых стран является сферой повышенного риска. Лишь небольшая часть малых предприятий существует достаточно длительное время, сохраняя свои позиции в определенной экономической нише. В экономике Украины положение малого бизнеса еще более неустойчиво и вложения в этот сектор экономики подвержены большому риску. В связи с этим предприниматели заинтересованы во вложении средств в надежные предприятия и проекты, однако на сегодня такие возможности для них очень ограничены. Кроме того, отсутствуют юридические гарантии надежности инвестиций личных средств. Для расширения возможностей привлечения личных средств предпринимателей и малых предприятий в развитие экономики необходимы, прежде всего, инвестиционные проекты с достаточно высоким уровнем эффективности и надежности. К числу таких могут быть отнесены проекты с привлечением известных зарубежных инвесторов. Например, проекты развития — специальных экономических зон и создания новых, особенно малых предприятий на территориях приоритетного развития.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что основные положения государственной политики развития национального малого предпринимательства на новый период должны быть сконцентрированы вокруг проблем увеличения экспортного потенциала и увеличения части прибавленной стоимости в малом предпринимательстве, а именно: 1) увеличение экспортной возможности национального малого предпринимательства; 2) упрощение доступа национального малого предпринимательства к современным технологиям; 3) повышение способности национального малого предпринимательства конкурировать с импортом; 4) увеличение доступа национального малого предпринимательства к долгосрочным кредитам для построения новых производств и услуг, продукция или результаты которых используются в международной торговле; 5) увеличение доступа национального малого предпринимательства к информации о государственных, муниципальных или частных программах (в том числе нерезидентов) относительно увеличения возможности малого предпринимательства конкурировать на международных рынках; 6) адекватного и соответствующего представления интересов национального малого предпринимательства в дву-

сторонних и многосторонних международных торговых переговорах и договоренностях.

Как видим, комплекс сложных проблем развития экономики сводится к необходимости прорыва в области инвестиций. Решение именно этой задачи способно обеспечить высокий уровень адаптации малых и средних предприятий и отечественного бизнеса в целом на международных рынках и при вступлении в ВТО. Украина должна участвовать в международных организациях и институтах, но это должно позитивно отражаться на темпах экономического роста. Иная ситуация неприемлема, и все действия правительства в этой части следует признать разумными, если они преследуют названную цель.

Экономический рост бывает устойчивым, когда в экономике присутствуют «новаторы» и инвестиции, причем число первых и структура вторых имеют первостепенное значение. Рост может происходить и в том случае, когда в экономике преобладают «консерваторы» и имеются проблемы с наращиванием (восстановлением) основного капитала, а сама экономика находится на низком уровне своего развития. Такой рост обычно происходит до некоторого пика, который допускают конвергентные кризисы. Затем неподготовленность экономической инфраструктуры тормозит рост, что уже происходит в хозяйстве, а потом рост может вообще прекратиться. Единственным условием сопротивления этому являются инвестиции, которые тесно связаны с появлением «новаторов».

Литература

1. Бубенко С. П. Організаційно-економічний механізм експортної діяльності підприємства / С. П. Бубенко // *Фінанси України*. — 2002. — № 10. — С. 75–80.
2. Смоллбоун Д., Велтер Ф., Исакова Н. Географія та розвиток ринків малих підприємств України / Д. Смоллбоун, Ф. Велтер, Н. Исакова // *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. — 2000. — № 2. — С. 113–120.
3. Smallbone D., Piasecki B., Venesaar U., Rumpis L., Budrekaite D. The Survival, Growth and Support Needs of Manufacturing SMEs in Poland and the Baltic States. — Final Report for a Research Project Funded with the EC's PIIARE (ACE) Programme (contract № 94 0743R), 1990.
4. www.mbm.ru
5. www.marketcenter.ru
6. Информационная поддержка малого бизнеса // *Бизнес для всех*. — 2003. — № 25. — С. 3, 12–13.