**Литвиненко Віктор Миколайович. Малий бізнес у розвитку зовнішньоекономічної діяльності країн перехідної економіки: дисертація канд. екон. наук: 08.05.01 / НАН України; Інститут світової економіки і міжнародних відносин. - К., 2003**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | Литвиненко В.М. Малий бізнес у розвитку зовнішньоекономічної діяльності країн перехідної економіки. – Рукопис.  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.05.01 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. – Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України, Київ, 2002.  В дисертації проаналізовано теоретичні та практичні аспекти зовнішньоекономічної діяльності малого підприємництва перехідних країн. Виявлено основні передумови, чинники та специфічні особливості міжнародного функціонування дрібних фірм. З’ясовано новітні тенденції та регіональні відмінності розвитку сучасного малого бізнесу. Аргументовано, що державна підтримка малих та середніх підприємств-суб’єктів зовнішньоекономічної діяльності є важливим чинником їх міжнародної конкурентоспроможності. В роботі розкрито базові інструменти регулювання зовнішньоекономічної діяльності МСП на внутрішньому та зовнішньому рівнях, визначено роль та місце міжнародних організацій у багатосторонньому регулюванні. Розглянуто можливі форми міжнародного співробітництва малих фірм в умовах глобалізації, проаналізовано проблеми вибору їх зовнішньоекономічної стратегії в процесі трансформації економіки. Дисертація містить рекомендації і нові підходи щодо стимулювання розвитку міжнародної діяльності дрібного бізнесу в сучасних умовах. | |
| |  | | --- | | РОЗДІЛ 2. Механізм зовнішньоекономічної діяльності малого підприємництва в умовах ринкової трансформації  2.1. Інструменти державного регулювання діяльності дрібних фірм на міжнародному рівні  2.2. Форми співробітництва з західними контрагентами  2.3. Проблеми вибору зовнішньоекономічної стратегії малого бізнесу в процесі трансформації економіки  РОЗДІЛ 3. Напрями покращення зовнішньої діяльності малого підприємництва в Україні  3.1. Аналітична оцінка зовнішньоекономічного потенціалу українського малого бізнесу  3.2. Концептуальні засади вдосконалення зовнішньої стратегії малих підприємств України  У дисертації вирішена задача ідентифікації ролі і місця малого підприємництва у зовнішньоекономічній діяльності країн при переході від планової до ринкової економіки. Проведене дослідження дозволяє сформулювати наступні висновки, які мають теоретичне і практичне значення для реалізації та вдосконалення стратегії розвитку сучасного національного підприємництва.   1. Головними передумовами екзогенізації малих підприємств виступають посилення міжнародного поділу праці, прискорений розвиток науково-технічного прогресу, глобальна лібералізація та дерегуляція світової торгівлі, в т.ч. в рамках СОТ. Особливого значення набув розвиток телекомунікацій, новітніх технологій, поява електронно-цифрової економіки, які підвищили потенціал МСП у конкурентній боротьбі з великими компаніями. Саме завдяки сучасному феномену – електронній торгівлі – МСП отримують нові можливості для розвитку міжнародних партнерських об’єднань і стратегічних союзів. 2. Аналіз міжнародного функціонування дрібного підприємництва дав змогу виявити його специфіку, обумовлену характерними особливостями діяльності, а саме: обмеженістю фінансових, управлінських ресурсів, міжнародного досвіду та можливостей трансферу технологій, нестачею технічних навичок для перейняття сучасних ноу-хау та домінуванням короткострокових цілей діяльності. В силу цих властивостей, малі підприємства більш схильні, порівняно з великими, до створення міжнародних спільних венчурів та використання нетрадиційних форм інтернаціоналізації (передача “ноу–хау”, патентів, франчайзинг, угоди щодо використання торгової марки, збутові та управлінські угоди), які не потребують масштабних прямих інвестицій. 3. Активізується процес прямого закордонного інвестування з боку суб’єктів малого та середнього бізнесу. Це зумовило необхідність введення нами в українську економічну науку поняття “малої транснаціональної фірми” – суб’єкта малого бізнесу, який здійснює прямі іноземні інвестиції, відкриваючи виробничі філії за кордоном. Окрім масштабів, транснаціональна мала фірма відрізняється від крупної ТНК практикою міжнародного виробництва та управління, що обумовлено такими характерними для неї рисами, як спрощена організаційна та управлінська структури, об’єднання в одній особі власника і управлінця, і внаслідок цього – підвищення чиннику ризику.   Характерними рисами транснаціоналізації МСП являються велика кількість зовнішньоінвестиційних проектів при незначних потоках ПЗІ, їх географічна концентрація у промислово-розвинених країнах та, порівняно з великими ТНК, мала кількість закордонних філій.   1. Відмітною ознакою регулювання зовнішньоекономічних операцій дрібних фірм є здійснення на умовах протекціоністського характеру. Це обумовлено нерівними по відношенню до крупних компаній умовами їх функціонування за наступними параметрами: доступ до фінансових ресурсів, державних інвестицій, інформації та консультаційних послуг і т.д. 2. В умовах перехідної економіки доцільна фінансова співпраця МСП з кредитними установами, коли останні не фінансують 100% вартості зовнішньоінвестиційного проекту, або беруть участь в ньому як рівноправні інвестори. Такий підхід, з одного боку, дозволяє значно знизити ризикованість кредитування зовнішніх інвестиційних операцій для фінансово-кредитних установ, а, з іншого, – підвищує їх мотивацію. Також досить ефективним в умовах обмеженого бюджетного фінансування в більшості транзитивних країн є субсидіювання послуг для національних МСП з розподілом витрат за принципом “50 на 50”, оскільки, складаючи дієвий стимул зовнішньоекономічної активності, він дозволяє одночасно надати підтримку більшій кількості підприємств. 3. У постсоціалістичних країнах підвищується значущість відповідного стимулювання зовнішньоекономічної діяльності малого бізнесу, як короткострокового вирішення структурних перешкод, оскільки в більшості цих країн (насамперед, країнах колишнього СРСР) наявна складна регуляторна система, яка заважає розвитку бізнесу (ліцензування, заборона на імпорт окремих видів матеріалів і т.ін.). Доцільність використання податкових стимулів в країнах перехідної економіки продиктована низьким (порівняно з розвинутими країнами) рівнем конкурентоспроможності їх податкових систем. Фіскальні стимули тимчасово впроваджуються для нейтралізації існуючих недоліків (високі ставки податків або їх додаткові види). 4. Ключовим елементом зовнішньоекономічної стратегії малого підприємства являється визначення методу продажу: самостійний вихід на світовий ринок або через посередників (несамостійний). Виходячи зі специфічних особливостей функціонування малого бізнесу, найбільш дієвою та перспективною для нього є несамостійна форма виходу на зовнішній ринок (за допомогою агентів, дистриб’юторів, торгових будинків, компаній розвитку експорту і т.д.), застосування якої дозволяє підвищити ефективність міжнародних операцій. 5. Для України та інших країн з транзитивною економікою вже немає часу на поступове еволюційне “вирощування” малих підприємств. Потрібно сконцентрувати зусилля на “прогресивній” частині малого бізнесу (підприємствах, орієнтованих на зростання та інтернаціоналізацію). При цьому удосконалення зовнішньої стратегії українських МСП має враховувати наступне:   – феномен конкурентноздатної експортної продукції малого бізнесу – це результат цілеспрямованої політики держави по створенню передумов для виходу національних дрібних виробників на зовнішні ринки;  – інтернаціоналізація МСП є невідворотною, і політика розвитку малого підприємництва повинна відповідати новим критеріям;  – політика сприяння залученню ПІІ у середу малого бізнесу України насамперед має бути спрямована на створення привабливого національного малого підприємництва, адже приблизно 50% ПІІ залежить від наявності належного партнера в приймаючій країні;  – політика сприяння зовнішній торгівлі та ПЗІ українських дрібних фірм має містити загальні програми розвитку конкурентоспроможності МСП на міжнародному рівні та спеціальні ініціативи стимулювання зовнішньоекономічної діяльності, зокрема, міжнародної торгівлі та ПЗІ.  Сприяння зовнішньоекономічній діяльності малого бізнесу потребує комплексного підходу, тобто підтримки в усіх сферах – кадровій, фінансовій, фіскальній, технологічній, маркетинговій тощо. При цьому у взаємодії державних інституцій з МСП рекомендованим є підхід “одного вікна” | |