

УДК 330.131.7.003,1;336;339,564

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ НЕФІНАНСОВОЇ ПІДТРИМКИ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ-ЕКСПОРТЕРІВ

Кам'янецька Оксана Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародної економіки, Київського національного торговельно-економічного університету, м. Київ.

Kamianetska Oksana, Associate Professor, PhD Department of International Economics Kiev National University of Trade and Economics.

Kamianetska O. Directions of improvement of the system for non-financial support of small and medium-sized export companies.

The article states that the development of non-financial measures and instruments for the support of the export companies of Ukraine should become an important direction of the export business development in Ukraine. The potential of their application has not been used so far, and the application itself is limited and unsynchronized. Furthermore, it is stated that the consideration of the issue at the microlevel is an important conceptual approach to the improvement of the system of various techniques aimed at the Ukrainian export business development. As a rule, most drawn up programs consider the export business development process at the macrolevel. Thus, they do not take into account any peculiarities of the said process at the microlevel (i.e. at the companies' level). The article defines the following principal components for encouraging export among small and medium-sized companies in Ukraine: formation of the efficient informational support system operating at all stages of international trade transactions; regional infrastructure development; promotion of export competition by means of encouraging trade development; commercial (economic) diplomacy (setting up conditions of access of foreign goods and services to the domestic market, and providing access of the national goods and services to foreign markets); efficient operation of sales offices in foreign countries; efficient operation of chambers of commerce and industry etc. To sum up, in Ukraine there is no unified system for small and medium-sized companies' export transactions support. Resolving this issue requires compliance with the established strategy and country development priorities, formation of efficient and comprehensive techniques aimed at the support of small and medium-sized export companies in Ukraine and involving consistency and synchrony.

Кам'янецька О.В. Напрямки удосконалення системи нефінансової підтримки малих та середніх підприємств-експортерів.

В статті зазначено, що важливим напрямком експортного розвитку в Україні має стати розвиток нефінансових заходів та інструментів підтримки українських експортерів. До тепер потенціал їх застосування не використаний, обмежений та не скоординований. Зазначено, що важливим концептуальним підходом вдосконалення системи механізмів підтримки українського експорту є підхід на мікрорівні. Як правило, більшість сформульованих програм розглядають процес експортного розвитку на макрорівні і не враховують особливості цього процесу на мікрорівні (на рівні фірм). Визначено, що основними складовими стимулювання експорту для малих та середніх підприємств в Україні є: формування ефективної системи інформаційної підтримки на усіх стадіях здійснення зовнішньоторговельної операції, розвиток регіональної інфраструктури, розвиток експортної конкуренції через сприяння розвитку торгівлі, торгова (економічна) дипломатія (визначає умови доступу на внутрішній ринок іноземних товарів і послуг, а також забезпечує доступ власних товарів і послуг на зовнішні ринки), ефективна діяльність торгових представництв в іноземних державах, діяльність Торгово-промислових палат тощо. Як висновок, в Україні відсутня єдина система підтримки експортних бізнес-операцій малого та середнього бізнесу. Вирішення цього питання потребує дотримання визначеної стратегії та пріоритетів розвитку країни, формування дієвих та комплексних механізмів із підтримки малих та середніх підприємств-експортерів в Україні, діяльність яких матиме системний та узгоджений характер.

Каменецкая О.В. Направления усовершенствования системы нефинансовой поддержки малых и средних предприятий-экспортеров.

В статье определено, что важным направлением экспортного развития в Украине должно стать развитие нефинансовых мер и инструментов поддержки украинских экспортеров. На сегодняшний день их потенциал их применения не использован, ограничен и не скоординирован. Отмечено, что важным концептуальным подходом усовершенствования системы механизмов поддержки украинского экспорта, является подход на микроуровне. Как правило, большинство сформулированных программ рассматривают процесс экспортного развития на макроуровне и не учитывают особенности этого процесса на

микроуровне (уровне фирмы). Определено, что основными составляющими стимулирования экспорта для малых и средних предприятий в Украине являются: формирование эффективной системы информационной поддержки на всех стадиях осуществления внешнеторговой операции, развитие, региональной инфраструктуры, развитие экспортной конкуренции с помощью развития торговли, торговая (экономическая) дипломатия (определяет условия доступа на внутренний рынок иностранных товаров и услуг, а также обеспечивает доступ отечественных товаров и услуг на внешние рынки), эффективная деятельность торговых представительств в иностранных государствах, деятельность Торгово-промышленных палат и т.д.

Как вывод, в Украине отсутствует единая система поддержки экспортных бизнес-операций малого и среднего бизнеса. Решение этого вопроса требует придерживания определенной стратегии и приоритетов развития страны, формирования дееспособных и комплексных механизмов по поддержке малых и средних предприятий-экспортеров в Украине, деятельность которых будет иметь системный и согласованный характер.

Постановка проблеми. Аналізуючи систему державної підтримки експорту в Україні можна зробити висновок, що в даний момент справедливо велику увагу надають фінансовим заходам підтримки. Однак, не менш важливим напрямком експортного розвитку в Україні має стати розвиток нефінансових заходів та інструментів підтримки українських експортерів. До тепер потенціал їх застосування не використаний, а застосування – обмежене та не скоординоване. Пріоритетним для виходу економіки з системної кризи на сьогодні є державне заохочення та створення умов для налагодження суб'єктами малого та середнього підприємництва експортної діяльності, що спеціалізуються на виробництві високотехнологічної продукції, виробничих ланцюгів і сприяння в формуванні альянсів з великими закордонними та національними торговими і виробничими альянсами. Створення таких зв'язків є одним з ключових елементів концепції ЮНКТАД «експортної конкурентоспроможності» для підтримки малих і середніх підприємств-експортерів і повинно враховуватися при вдосконаленні системи підтримки експорту в Україні.

Аналіз останніх наукових досліджень. Широке коло аспектів цієї проблематики розглянуті в працях як вітчизняних так і зарубіжних вчених та практиків: Ф. Абрахама, Н. Байна, Ю. Белінської, Дж. Де Вита, С. Вулкока, Д. Ледермана, Л. Пейтона, Н. Школяра та інш. [2-8]. Однак, враховуючи те, що проблема підтримки експорту в Україні, особливо на мікрорівні все ще не вирішена та гальмує формування середнього класу в суспільстві як елемент стабільної економіки країни, необхідність більш детального дослідження цієї проблеми залишається актуальною.

Метою представленої роботи є розробка та обґрунтування практичних рекомендацій з формування діючої системи нефінансової підтримки малих та середніх підприємств-експортерів в Україні.

Результати дослідження. В більшості країн, що розвиваються, розвиток експортної конкурентоспроможності вважається пріоритетним завданням і розглядається як один з основних факторів забезпечення зростання. У широкому сенсі під терміном «експортна конкурентоспроможність» мається на увазі здатність компанії, галузі, регіонів, країн або наднаціональних утворень, що знаходяться в умовах зовнішньої конкуренції, генерувати відносно високий рівень факторних доходів і зайнятості на постійній та стійкій основі.

В останні роки спостерігається зміна парадигми в питанні інтернаціоналізації суб'єктів малого та середнього підприємництва. Класична концепція передбачала підхід, за яким чим більше автономних малих і середніх національних фірм виходять на світові ринки, тим краще для експортного розвитку національної економіки. Сучасна ж тенденція характеризується зростанням кількості малих і середніх підприємств-експортерів, встановленням залежних і взаємозалежних зв'язків з великими фірмами та ТНК. Тобто, окрім збільшення кількості прямих експортних поставок, зараз, все більшої вагомості набуває інтернаціоналізація малого та середнього підприємництва за допомогою налагодження стратегічного партнерства та участі в стратегічних альянсах,

яке здійснюється на різних етапах діяльності, від участі суб'єктів малого та середнього бізнесу в дослідних роботах до товароруку і дистрибуції товарів [1].

Для посилення своїх експортних можливостей малі та середні підприємства-експортери встановлюють зв'язки з ТНК та місцевими великими фірмами-експортерами. Такий шлях інтернаціоналізації у світові виробничі потоки характерний для країн ОЕСР і швидкозростаючих азіатських країн. Крім виходу на світові ринки цей шлях відкриває малим і середнім підприємствам-експортерам доступ до технологій і «ноу-хау», до різних ресурсів, у тому числі фінансовим і створює можливості для отримання передового управлінських навичок і стратегій ведення бізнесу. Проте, варто зауважити, що наявність зв'язку з великими фірмами і ТНК автоматично не означає розвиток експортної конкуренції. Встановлення ексклюзивних зв'язків з ТНК може призвести до появи антиконкурентних практик, створення нечесних умов для малих і середніх підприємств, відсутності можливостей для передачі ноу-хау і технологій для приймаючої сторони [2, 3].

Посилення впливу ТНК і одночасно збільшення кількості підприємств малого та середнього бізнесу, що залучаються до ланцюгів світового виробництва на різних його стадіях, дозволяє зробити висновок про те, що на перспективу зростання експорту буде відбуватись навколо виробничої системи ТНК. ЮНКТАД ідентифікував чотири види зв'язків великих фірм та суб'єктів малого та середнього підприємництва: зв'язки з постачальниками; зв'язки з клієнтами, споживачами; зв'язки з технологічними партнерами; «супутні ефекти» (розвиток взаємно-обумовлюють і взаємовигідних зв'язків, тобто коли виникає не просто зв'язок, а якісно новий аспект такого зв'язку, коли розвиток однієї галузі створює умови для розвитку іншої галузі). Таким чином, забезпечення умов і відповідного середовища для розвитку зв'язків і нетворкінгу між українськими підприємствами малого та середнього бізнесу та ТНК, великими національними фірмами може сприяти збільшенню експортного потенціалу українських фірм та їх інтеграції у світові ринки товарів і послуг.

Важливим концептуальним підходом вдосконалення системи механізмів підтримки українського експорту є підхід на мікрорівні. Як правило, більшість сформульованих програм розглядають процес експортного розвитку на макрорівні і не враховують особливості цього процесу на мікрорівні (на рівні фірм). Як і компанії, що реалізують свою продукцію на внутрішньому ринку, компанії-експортери зазнають впливу національної кон'юнктури. При цьому вони зазнають додаткових ризиків, пов'язаних з коливаннями валютного курсу, зміною національного законодавства в країні-імпортері, додатковими транспортними витратами тощо. Конкурентоздатність компанії залежить від її здатності швидко реагувати на зміни зовнішньої кон'юнктури, тобто її здатності здійснювати своєчасні поставки диверсифікованих і якісних товарів за конкурентоспроможними цінами.

Досліджування проблематики експортного розвитку (інтернаціоналізації) проводиться на мікрорівні, компанії - експортери та компанії, що прагнуть до виходу на ринки зарубіжних країн, проходять кілька стадій при здійсненні експортної діяльності, серед яких розрізняють: стадію інформованості, стадію пробних експортних поставок, адаптаційну стадію, стадію зацікавленості в експортних поставках, оціночну стадію. В залежності від того на якій стадії знаходиться компанія, їй доводиться використовувати різні ресурси і вирішувати різні завдання для здійснення своєї зовнішньоекономічної діяльності [4,5].

При цьому, доступ до інформації важливий на всіх стадіях: як у діяльності компанії-експортера, яка вже має досвід роботи на зовнішньому ринку, так і для компанії, що знаходиться на доекспортній стадії. Тому, основою державної системи підтримки експорту має стати формування чіткої інформаційної системи, що забезпечить господарюючих суб'єктів різнонаправленою (економічна, комерційна, статистична, правова, науково-технічна та ін.) та змістовною інформацією для ефективного здійснення

пошукової діяльності компанії («попередня інформація» для вибору зовнішнього ринку, постановки завдань, розробки стратегії виходу та ін.), так і оперативною роботою експортера («первинна інформація» і «вторинна інформація», необхідна для ведення переговорів, підготовки, укладення та виконання експортного контракту та ін.).

Інформаційне забезпечення системи підтримки експорту повинно включати якісну і кількісну інформацію наступного характеру:

- про перспективні зовнішні ринки (товари, ціни, клієнтів, діяльності конкурентів та ін) і трендах їх розвитку;

- про стан зовнішнього макросередовища (політичні, соціально-економічні, демографічні, техніко-технологічні та ін.) в країні-імпортері і прогнози щодо його динаміки;

- про світові технологічні досягнення і кращі світові зразки в конкретній галузі, альтернативні технології і товари (особливо з позиції енергозбереження, екологічності, матеріємності та ін.);

- про можливості та умови залучення зовнішніх ресурсів (фінансових і нефінансових), заходи і механізми підтримки господарської (експортної) діяльності;

- про стан інфраструктури здійснення експортної діяльності (транспортна інфраструктура, банківська мережа та ін.);

- про ділову культуру, звичаї та традиції в країні-імпортері, проблемах кроскультурних відносин, правила ведення переговорів і діловий етикет;

- про зміни зовнішнього середовища експортної діяльності компанії та ситуації на ринку, що носить оперативний характер (для своєчасного коригування дій експортера) та ін.

Таким чином, система заходів державної підтримки підприємств-експортерів повинна удосконалюватися з урахуванням потреб останніх і носити чітко виражений адресний характер. Важливо створити такі умови і бізнес-середовище, в яких у компаній була б можливість для оптимізації наявних у її розпорядженні ресурсів - фінансових, технологічних, людських і т.д., а в разі необхідності - доступ на ринки цих ресурсів [2,6].

Ще одним важливим напрямом вдосконалення системи підтримки експорту є розвиток регіональної інфраструктури. Як показує світова практика, подібні структури надають ефективну підтримку експортно-орієнтованим малим і середнім підприємствам, які потребують державну підтримку для виходу на закордонні ринки. Такі центри підтримки, як правило, надають консультаційну допомогу експортерам, надають сприяння у пошуку зарубіжних партнерів, беруть участь в організації різноманітних бізнес-місій, семінарів, форумів, проводять навчання та освітні програми для експортерів.

На даний момент існує тенденція збільшення ступеня відносної залученості всіх суб'єктів суспільства для посилення експортної конкурентоспроможності підприємств-експортерів. Як показує досвід розвинених країн, взаємодія з діловими колами та експертною спільнотою є необхідною умовою вдосконалення системи підтримки експорту. Для розвинених країн характерна висока частка участі компетентних представників ділових кіл у наданні аналітичних звітів, досліджень, їх участь у законотворчому процесі. У розвинених країнах частка участі великих компаній в науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробках значно перевищує аналогічний показник країн, що розвиваються.

Серед основних суб'єктів експортного розвитку крім держави потрібно виділити приватний сектор і міжнародне співтовариство. У концепції «Експортної конкурентоспроможності» ЮНКТАД сформульовані рекомендації для всіх вищеперахованих суб'єктів. Якщо державі належить ключова і координуюча роль в розвитку прямих і непрямих методів підтримки, залученні інвестицій, створенні сприятливого ділового клімату в країні, то участь приватного сектора (великих компаній і ТНК) у вдосконаленні системи підтримки експорту може здійснюватися за допомогою його залучення до розвитку експортної інфраструктури у вигляді надання фінансової

підтримки при фінансуванні проектів. Допомога великих компаній може також виражатися у забезпеченні кваліфікованих фахівців в області маркетингу, менеджменту, аудиту тощо. Крім того, залученість великих компаній у процес експортного розвитку є в субконтрактних відносинах з малим і середнім бізнесом, про що було сказано вище [7,8].

У рекомендаціях для міжнародного співтовариства ЮНКТАД пропонує розширити сферу охоплення корпоративної відповідальності транснаціональних компаній, і включити в неї крім питань пов'язаних із захистом навколишнього середовища і соціальної відповідальності, питання про відповідальність за розвиток зв'язків з малими та середніми підприємствами. Така пропозиція корелюється з концепцією «Глобального договору» ООН, що представляє собою добровільну ініціативу щодо сприяння сталого розвитку та відповідальності громадянської позиції корпорацій в області прав людини, трудових відносин, охорони навколишнього середовища та боротьби з корупцією. Досвід розвинутих країн показує, що одним з найбільш ефективних механізмів підтримки виробництва високотехнологічної та конкурентоспроможної продукції є практика державно-приватного партнерства (ДПП). На сьогодні в Україні ДПП здійснюється в основному у розвитку транспортної та соціальної інфраструктури і практично не використовується при розробці нової продукції, конкурентоспроможної на зовнішніх ринках, а також організації та подальшому розвитку її виробництва, що дуже важливо для виробництва з тривалим відтворювальним циклом.

Хоча переваги такого підходу очевидні: залучення позабюджетних коштів при виробництві продукції з тривалим відтворювальним циклом, особливо в умовах відсутності достатнього обсягу бюджетного фінансування, використання управлінського досвіду і передових технологій приватного партнерства при реалізації високотехнологічних проектів, поліпшення інвестиційного клімату, залучення інвесторів, в тому числі, іноземних. Сформована ситуація пов'язана, насамперед, з відсутністю в нашій країні нормативно-розвинутої правової бази, що регулює дану сферу.

Важливим напрямком сприяння розвитку експорту є розвиток експортної конкуренції через сприяння розвитку торгівлі. Експортна діяльність - головна складова міжнародної торгівлі. Між розвитком торгівлі та експортною конкурентоспроможністю спостерігається прямий зв'язок, розвиток торгівлі призводить до підвищення експортної конкурентоспроможності, що призводить до експансії експорту, забезпечуючи економічний розвиток і сприяючи збільшенню потоків на світових товарних ринках.

Згідно з визначенням СОТ сприяння розвитку торгівлі передбачає комплекс заходів щодо спрощення та гармонізації митних та інших процедур з метою стимулювання міжнародної торгівлі..

У сучасних умовах, серед державних нефінансових заходів експортної підтримки велику роль відіграє торгова (економічна) дипломатія, яка представляє собою політику держави і міждержавних об'єднань, що визначає умови доступу на внутрішній ринок іноземних товарів і послуг, а також забезпечує доступ власних товарів і послуг на зовнішні ринки. Торгова дипломатія має на меті підвищення конкурентоспроможності країни на міжнародному рівні та здійснюється з використанням різних методів від підтримки окремих підприємств, пошуків контрагентів і т.д. (мікрорівень) до залучення інвестицій, просування національних стандартів, розробки загальнонаціональної позиції з конкретних питань, участі в регіональних та міжнародних відносинах (макрорівень).

Важливим елементом державної системи підтримки українських експортерів є торгівлі представництва в іноземних державах. З метою оптимізації роботи торгових представництв уряду необхідно прийняти найближчим часом концепцію їх реформування та оптимізації діяльності. Необхідно передбачити проведення удосконалення нормативної бази торгпредств, введення нових регламентів роботи та інші заходи з метою розширення їх функцій і перетворення на потужний інструмент для просування зовнішньоторговельних та зовнішньополітичних інтересів України. З урахуванням світового досвіду можна рекомендувати посилити місце торгових представництв в

національній системі підтримки експорту з урахуванням використання відповідних методів, в основі яких може лежати принцип подвійності ринкової комунікації, виступаючої - з одного боку як відправник інформації (прагнучи проінформувати ринок і спонукати його зробити дію в інтересах експортера), а з іншого - як одержувач інформації (прислухаючись до сигналів ринку адаптувати їх до цілей національних експортерів, виявити нові ефективні комунікації).

В Україні відсутня єдина система підтримки бізнес-операцій малого та середнього бізнесу. В розвинених країнах (США, Великобританії, Франції, Німеччини та ін.), а також деяких азіатських, стан державної підтримки цього сегменту економіки носить системний, чітко виражений характер. Реформа торгових представництв передбачає активізацію їх роботи з метою задоволення потреб малого та середнього бізнесу.

Не менш важливим елементом системи підтримки експортерів є діяльність Торгово-промислових палат (ТПП), що надають різноманітні послуги експортером (інформаційні, консультативні та третейські). ТПП у всьому світі володіють значним потенціалом у здійсненні представництва та захисту інтересів підприємств-експортерів за кордоном, у розвитку партнерських відносин з діловими колами зарубіжних країн. Важливою функцією ТПП для розвитку експортної діяльності є надання компаніям інформації у вивчення ринків, надання рекламних та консультаційних послуг, формування реєстру компаній з надійною діловою репутацією та ін. Необхідно подальше стимулювання діяльності ТПП для захисту інтересів вітчизняних підприємств-експортерів, тіснішу співпрацю держави і ТПП у здійсненні ними функцій з підтримання експортної діяльності українських компаній.

Враховуючи важливість інституту торгових представництв і ТПП в здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, необхідно включити в перелік пріоритетних завдань торгових представництв і ТПП реалізацію експортного потенціалу вітчизняної продукції по готельним галузям, з особливим акцентом на високотехнологічні та екологічні галузі та підприємства-експортери, що представляють малий і середній бізнес країни.

Висновки. В Україні відсутня єдина система підтримки експортних бізнес-операцій малого та середнього бізнесу. Вирішення цього питання потребує дотримання визначеної стратегії та пріоритетів розвитку країни, формування дієвих та комплексних механізмів із підтримки малих та середніх підприємств-експортерів в Україні, діяльність яких матиме системний та узгоджений характер.

Список використаних джерел.

1. Римарева Л.М., Лукач А.В., Путь Н.М. Державна підтримка експортної діяльності в зарубіжних країнах та в Україні http://www.niss.gov.ua/articles/1187/http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/press_corner/all_news/news/2013/2013_05_27_1_uk.htm
2. Abraham F., Dewit G. 2000. Export promotion via official export insurance/ Open economies review <http://www.springerlink.com/content/m76625531166m154/fulltext.pdf>
3. Школяр Н.А. Корректировка системы управления организационным развитием малого предприятия // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2012. – № 81. – с. 760-770.
4. Белинская Ю. Державна підтримка експорту: міжнародний досвід та уроки для України // Стратегічні пріоритети (*Strategic Priorities*), 3(8). Retrieved from <http://old.niss.gov.ua/book/StrPryor/8/16.pdf> (in Ukr.).
5. Rose A. The foreign service and foreign trade: embassies as export promotion. World Economy, 2007, 30 (1). 22-38 pp.
6. Черніна О.В. Система державної експортної підтримки в зарубіжних країнах та їх адаптація до реалій української економіки / Черніна О.В. // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. - №3. - 2010. - С. 55 - 60.

7. Lederman D., Olarreaga M., Payton L. Export promotion agencies: Do they work // Journal of Development Economics. - 2010. - № 91.- 257-265 pp.

8. Woolcock, S. and Bayne N., The New Economic Diplomacy: Decision-Making and Negotiating in International Economic Relations (G8 & Global Governance Series), Second Edition, Ashgate, UK. – 2007. 135-149 pp.

References (BSI).

1. Rimareva L., Lukach A., Pyt` N. State support of export activity in foreign countries and in Ukraine [Derjavna pidtrumka eksportnoi diyalnosti v zarubijnuh kra`jinah ta v Ykra`jinni] http://www.niss.gov.ua/articles/1187/http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/press_corner/all_news/news/2013/2013_05_27_1_uk.htm

2. Abraham F., Dewit G. (2000) Export promotion via official export insurance/ Open economies review <http://www.springerlink.com/content/m76625531166m154/fulltext.pdf>

3. Shkolyar N. (2012). Korrektirovka sistemy upravleniya organizatsionnym razvitiem malogo predpriyatiya Formation of the System of Organizational Development Management of Small Enterprises Politematicheskyy setevoy elektronnyy nauchnyy zurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta, no.81, pp. 760-770.

4. Belinska, Y. (2008) State support for export: international experience and lessons for Ukraine. Stratehichni priorytety (Strategic Priorities), 3(8). – Retrieved from <http://old.niss.gov.ua/book/StrPryor/8/16.pdf> (in Ukr.).

5. Rose A. (2007) *The foreign service and foreign trade: embassies as export promotion.* World Economy, 30 (1). 22-38 pp.

6. Chernina O. (2010) “System of government support of export in foreign countries and its adaptation for Ukrainian economics realities”, [Sistema derjavno`ji pidtrumku v zarubijnuh kra`jinah ta `jih adaptaciya do realyi ukra`jinsko`ji ekonomiki], Zovnishnya torgivlya: ekonomika, finansy, pravo. №3. – pp. 55-60.

7. Lederman D., Olarreaga M., Payton L. (2010). Export promotion agencies: Do they work // Journal of Development Economics. - № 91.- 257-265 pp.

8. Woolcock, S. and Bayne N. (2007) *The New Economic Diplomacy: Decision-Making and Negotiating in International Economic Relations (G8 & Global Governance Series), Second Edition, Ashgate, UK. – 2007. 135-149 pp.*

Ключові слова: експорт, державна підтримка, просування експорту, малі та середні підприємства-експортери, регіональна інфраструктура, комерційна дипломатія, торговельні представництва, торгово-промислова палата.

Ключевые слова: экспорт, государственная поддержка, продвижение экспорта, малые и средние предприятия-экспортеры, региональная инфраструктура, коммерческая дипломатия, торговые представительства, торгово-промышленная палата.

Keywords: export, government support, export promotion, small and medium-sizes export companies, regional infrastructure, commercial diplomacy, sales offices, chambers of commerce and industry.

Рецензент: В.В. Юхименко, д.е.н., професор, Київський національний торговельно-економічний університет.