

Олексій ПРОКОПОВ

І І Д²АІ ВЕЇІ ЕЕ АІ АЕ²С І І ААЕАЕ ²І ОІ ДІ АО²ЕІ І АІ ÇАААÇІ А×АІ І В
 ЊОА'а ЕО²А ÇІ АІ ²ØІ УІ АЕІ І І І ²×І І - А²ВЕЇІ І Њ² А ЊØÀ ² ØДАІ О²-

Здійснено порівняльний аналіз моделей інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності в розвинутих країнах, досліджено діяльність державних і недержавних інститутів, що займаються цими проблемами а також розроблено таблиці з інтернет-посиланнями на зовнішньоекономічну інформацію США та Франції.

Існуюча в Україні зовнішньоекономічна інформаційна інфраструктура не є досконалою, тому без доведення її до належного рівня, держава не спроможна позитивно впливати на ЗЕД. Крім цього має бути визначена чітка інформаційна політика, під якою в широкому сенсі розуміють регулююча роль держави, спрямована на розвиток зовнішньоекономічної інформаційної сфери, яка зачіпає не тільки діяльність, пов'язану зі створенням, збереженням, демонстрацією та передачею інформації, а й створення інститутів, які б швидко і якісно могли б цю інформацію обробляти та надавати відповідні рекомендації, щодо її застосування. Тому вивчення досвіду систем інформаційного забезпечення розвинутих країн є вкрай необхідним.

Порівняльна характеристика в статті здійснюється на основі інтернет – джерел головних державних і недержавних інститутів, що працюють в сфері інформаційного забезпечення суб'єктів ЗЕД в США та Франції. У кожній з цих країн діє своя особлива система інформаційного забезпечення, яка не є сталою і постійно змінюється, тому їх аналіз треба здійснювати періодично.

Мета статті — провести комперативний аналіз основних моделей інформаційного забезпечення суб'єктів ЗЕД розвинутих країн (США та Франції), виявити переваги цих моделей, а також проаналізувати можливість їх застосування в Україні.

Місце і роль інформаційного забезпечення для здійснення зовнішньоекономічної діяльності на сучасному етапі розвитку світогосподарських відносин складно переоцінити. Завдяки сучасному рівню телекомунікацій інформація відіграє роль провідного ресурсу і головного фактору економічного розвитку. Сьогодні вона формує конкурентні переваги як для окремих підприємств – експортерів так і для зовнішньоекономічної політики кожної держави в цілому. Міжнародна практика має великий досвід підтримки національних суб'єктів ЗЕД. Для аналізу використовувались так звані Американська і Європейська економічні моделі [4], що організували ефективну підтримку і координацію діяльності своїх експортерів і імпортерів (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняльний аналіз моделей інформаційного забезпечення суб'єктів ЗЕД

Американська модель	Європейська модель
Орієнтація на фінансову і організаційно – технічну підтримку	Орієнтація на інформаційну підтримку
Допомога при виході на міжнародні ринки	Державні дослідження міжнародних ринків
Широке використання маркетингової підтримки просування американських товарів (використання реклами, пропаганди, PR)	Орієнтація на виставкову діяльність
Активне співробітництво державних центрів з недержавними зовнішньоторговими організаціями	Підтримка з боку державних торгово-промислових палат (ТПП)
Розвиток системи регіональної підтримки	Розвиток системи страхування зовнішньоторгівельних угод
Активна допомога підтримки ЗЕД для малого бізнесу	Активна допомога підтримки ЗЕД для малого бізнесу

Відомий український економіст Рогов В.В. спільним серед базових напрямків регулювання інформаційної сфери суспільства в обох моделях виділяв наступне [4]: боротьба з монополізмом та поширення конкуренції в галузі інформації; забезпечення вільного доступу до інформаційних ресурсів

експортерів; цензура в глобальних інформаційних мережах; інформаційна підтримка (забезпечення) підприємств державного та приватного секторів.

Однією з країн, що мають найрозвинутішу систем інформаційної підтримки ЗЕД є США. Стимулювання розвитку міжнародної торгівлі є одним з пріоритетних напрямків держави. Суб'єктам ЗЕД в рамках «Національної експортної програми» [1, с.1-4] надається не тільки фінансова, а й організаційно – технічна допомога, причому як діючим, так і потенціальним експортерам. З 1990 року в США працює Національний Банк Торгівельної Інформації, що охоплює міжнародну економічну статистику і інформаційний масив з питань стратегічного просування експорту – комерційні пропозиції, ринкові та регіональні огляди, методичні матеріали з фінансування, довідки з експорту тощо [2, с.31-44]. Одним з найголовніших напрямків державної підтримки ЗЕД є консалтинг (табл. 2). В рамках цього напрямку експортерам надається наступна інформація: як отримати доступ до державних програм підтримки експорту, відомості про стандарти, податки, митні процедури та збори, що діють в різних країнах.

Другим напрямком є економічні дослідження. За цим напрямком відповідними службами надається інформація по вибору стратегії виходу на ринок, виявленню торгівельних і неторгівельних бар'єрів, а також про особливості здійснення інвестиційної діяльності у відповідній країні. Наступним напрямком підтримки є проведення цільових маркетингових досліджень відповідними організаціями а також надання інформації про спеціалізовані семінари, конференції, виставки, ярмарки та інші заходи. Окрім цього в 41 штаті діють програми професійної підготовки кадрів у сфері ЗЕД, в 36 штатах діють служби технологічного розвитку, а також центри з управління наукоємними виробництвами[3]. З питань інформаційної підтримки суб'єктів ЗЕД в США активно діють спеціалізовані організації по різних напрямкам: малим підприємствам, експортерам сільськогосподарської продукції, підприємствам риболовецької галузі тощо. Особливістю американської моделі є активне співпраця державних центрів сприяння ЗЕД з недержавними зовнішньоторгівельними організаціями. Важливою рисою США як федеральної держави виступає розвинена система інформаційної підтримки суб'єктів на рівні штатів.

Таблиця 2

Типи підтримки і деякі організації, що діють в сфері інформаційного забезпечення ЗЕД в США

Тип Взаємодії	Організація (назва)	Сайт (детальна інформація)
Консалтинг	Department of Commerce US and foreign commercial service U.S. Export Assistance Center USA district export council Small business administration Agent distributor service Export Yellow Pages	http://www.commerce.gov/ http://www.ita.doc.gov/cs/ http://www.export.gov/eac/index.asp http://www.us-dec.com/html/home.html http://www.sba.gov/ http://www.buyusa.gov/home/ http://www.exportyellowpages.com/
Економічні дослідження	Economic research service US chamber of commerce	http://www.ers.usda.gov/ http://www.uschamber.com/default
Маркетингові дослідження	Advocacy center Trade Compliance Center Market Access and Compliance	http://www.advocacycenter.com/ http://tcc.export.gov/ http://www.ita.doc.gov/MAC/index.asp
Підготовка (навчання) співробітників	«Центр навчання Експорту» «Startup business Guides » Grow Your Business	http://www.entrepreneur.com/ http://www.smallbizbooks.com/ http://www.sba.gov/
Інформаційна підтримка	«Export Advantage» «US trade information center» «Business Information service» «Central and Eastern Europe Business Information Center» «International Company Profile» «National Trade Data Bank» «SBA Online BBC» «US Supplier lists» «Foreign Buyer Lists» «National Agricultural Library» «Market Information Center»	http://www.exportassist.com/client_login.html www.tradeinfo.doc.gov/ www.bisnis.doc.gov http://www.eubusiness.com/East_Europe http://www.icpcredit.com/ http://www.stat-usa.gov/tradtest.nsf www.sba.gov/onlinecourses/index.html http://bizinfoservices.com/ http://www.fas.usda.gov/agexport/forbuy.html http://www.nal.usda.gov/ http://www.agmrc.org/

Дещо інша поведінка властива для європейських центрів інформаційної підтримки ведення ЗЕД. Так, прагнення французьких підприємств вийти на зарубіжний ринок або розширити на ньому свою присутність знаходить широку підтримку, в першу чергу, у державних інстанціях. Відповідно до плану розвитку експорту у Франції передбачалося перетворити французький центр зовнішньої торгівлі (FITC) в головну організацію по збору і розповсюдженню всієї зовнішньоекономічної інформації, що сприяло б підвищенню її якісних критеріїв і зробило б її більш доступною[5].

Основні структури, що надають інформаційну підтримку суб'єктам ЗЕД у Франції, представлені в таблиці 3. Характерною рисою французької системи інформаційного забезпечення є масштабна фінансова участь держави в утриманні структур, що надають подібну підтримку суб'єктам ЗЕД. Держава субсидує утримання інформаційних баз даних про зовнішню торгівлю, частину консультаційних центрів. Державні органи управління ЗЕД активно сприяють малим і середнім за допомогою створення умов для об'єднання зусиль з крупними фірмами. Ця співпраця є вигідною не тільки малому підприємству, яка окрім перейняття досвіду ведення міжнародної діяльності, має можливість зменшувати витрати при виході на новий ринок. Завдяки системі податкових пільг, це стає вигідним і для великих підприємств.

Таблиця 3

Деякі організації, що надають інформаційну підтримку суб'єктам ЗЕД у Франції

Тип підтримки	Організація (Назва)	Детальна інформація(сайт)
Збір та розповсюдження інформації	ФЦБТ(CFCE), Telexport/ firmexport, DELF	http://www.minefe.gouv.fr/ http://www.partenariat-france.org/ http://www.ciep.fr/en/delfdalf/
Розробка комерційної та зовнішньоекономічної політики в галузі ЗЕД	Дирекція зовнішньоекономічних відносин (DREE)	http://www.insert-export.com/
Забезпечення зв'язків економічного характеру	Пости економічного розвитку, фінансові та економічні місії	http://www.exporter.gouv.fr/ http://www.franceguide.com
Фінансове та економічне сприяння	Фінансові та економічні місії, Французький банк зовнішньої торгівлі BFCE	http://www.uccife.org/en/index.htm http://www.afii.fr/France/?l=en
Інформаційне забезпечення	PI@net – Export	www.12planet.com
Консультавання, страхування	Кофас, Фасеп, «Сопекса»	http://www.eng.medef.fr/ http://www.e-sopexa.com/
Сприяння малому бізнесу	«Партнерство–Франція »	http://www.firmafrance.com
Організаційне, рекламне підтримка та координація	Ubifrance	http://www.ubifrance.fr/

Отже, досвід Франції показує, що допомога малим підприємствам може стати ефективнішою на основі співпраці найбільших підприємств країни і малих підприємств, які мають нагоду скористатися інформаційними ресурсами крупних фірм. Останні дані говорять про те, що даний тип підтримки є ефективним і багато малих підприємств виходять на зовнішній ринок завдяки даній системі підтримки. Головне підприємство і його дочірні підприємства можуть організувати для малого підприємства ряд зустрічей, презентацій з тим, щоб про нього дізналося якомога більше людей за найкоротший час (звичайно за тиждень) і тим самим підготувати ґрунт для майбутніх контактів. Подібні презентації можуть бути як одиничними, так і регулярними. В останньому випадку на семінар можуть запрошуватися підприємства регіону або сектора економіки, де збирається працювати мале підприємство.

Невід'ємною частиною забезпечення в зовнішньоекономічній сфері Франції виступає система державного страхування, що передбачає повне або часткове повернення витрат підприємства, пов'язаних з «невдалим» виходом на зовнішні ринки, а також при настанні окремих страхових випадків. Державні установи здійснюють також активне просування національних товарів на зарубіжні ринки шляхом проведення виставок, створення постійно діючих торгових центрів закордоном, які регулярно організовують зарубіжні поїздки бізнесменів.

Розглянуті системи інформаційного забезпечення суб'єктів ЗЕД, створені в державах, що давно і ефективно беруть участь в глобалізації світової економіки, дозволяють зробити наступні висновки: держава повинна брати активну участь (фінансову, організаційну) в розвитку систем інформаційної підтримки учасників ЗЕД; необхідне створення стрункої інституційної системи підтримки суб'єктів ЗЕД в цілому і у сфері інформаційного забезпечення зокрема; особлива увага повинна бути приділена малому бізнесу, та його взаємодії з великим бізнесом, підвищення його ролі у ЗЕД за допомогою

інформаційного забезпечення (оскільки самі малі підприємства не володіють необхідними ресурсами); доцільне створення систем навчання і підвищення кваліфікації суб'єктів ЗЕД (навчання мовам, підготовка для роботи на зовнішніх ринках, вивчення правових аспектів ЗЕД).

Література

1. О национальной экспортной стратегии США // БИКИ. – 2006. – № 113.
2. США: деятельность центров содействия экспорту//БИКИ. – 2008. – № 165.
3. *Market Access and Compliance*, <http://www.ita.doc.gov/MAC/index.asp>
4. Рогов В.В. Політика і практика зарубіжних країн в сфері державної підтримки експорту// Інформаційний бюлетень Держзовнішінформу. – 2007. – № 3.
5. *Organisme de developement international, appui export, reseaux d'entreprises qui aident PME et PMI a' Pexportation*: <http://www.exporter.gouv.fr/>
6. *Ubifrance*: <http://www.ubifrance.fr/>