

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Роль інструментів торговельної політики в просуванні інтересів малого та середнього бізнесу в країнах Євросоюзу»

**Виконав: здобувач II курсу, групи МЕВ-19вм
ОПП з міжнародних економічних відносин
Спеціальності 292 Міжнародні економічні
відносини
Куабенан Ассанде Ів Сен-Лоран**

Керівник: Ключник Р.М., к.політ.наук, доцент

**Дніпро
2021**

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Освітній ступінь МАГІСТРА

ООП з міжнародних економічних відносин

Спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини

Затверджую:

Зав. кафедри _____

(підпис, прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

“ ____ ” _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу здобувачу

Куабенан Ассанде Ів Сен-Лоран

1. Тема роботи Роль інструментів торговельної політики в просуванні інтересів малого та середнього бізнесу в країнах Євросоюзу

2. Керівник роботи: Ключник Руслвн Максимович, к.політ.наук, доцент

Затверджені наказом від « ____ » _____ 20__ р., № _____

3. Термін здачі здобувачем закінченої роботи _____

4. Цільова установка та вихідні дані до роботи: аналіз ефективності інструментів реалізації торговельної політики в просуванні інтересів малого та середнього бізнесу в країнах Євросоюзу та розробка пропозицій щодо посилення конкурентних переваг малого та середнього бізнесу в сучасному світовому господарстві.

5. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити):

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНСТРУМЕНТІВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ТА МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ У КРАЇНАХ ЄС

1.1. Поняття торговельної політики та її інструменти

1.2. Поняття, принципи та інструменти торговельної політики Євросоюзу

1.3. Поняття малого та середнього бізнесу у ЄС та його роль у розвитку економіки ЄС

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ПРАКТИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В ПРОСУВАННІ ІНТЕРЕСІВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В КРАЇНАХ ЄС

2.1. Аналіз малого і середнього бізнесу у системі міжнародних торговельно-економічних відносин ЄС

2.2. Інституційне забезпечення та інструменти торговельної політики для підприємств малого і середнього бізнесу в Євросоюзі

2.3. Проблеми торговельної політики у просуванні інтересів підприємств малого і середнього бізнесу ЄС на світових ринках

РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ У СТИМУЛЮВАННІ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В КРАЇНАХ ЄС

3.1. Напрями торговельної політики ЄС щодо просування інтересів малих і середніх підприємств на світових ринках

3.2. Інтернаціоналізація малих та середніх підприємств ЄС та напрями просування їх інтересів на світових ринках

3.3. Угоди про вільну торгівлю ЄС як інструмент просування інтересів малого і середнього бізнесу

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали, посада)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1			
Розділ 2			
Розділ 3			

7. Дата видачі завдання _____

8. Календарний план виконання роботи

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
	РОЗДІЛ 1 Теоретичні аспекти інструментів торговельної політики та малого і середнього бізнесу у країнах ЄС		
	РОЗДІЛ 2 Аналіз практики реалізації торговельної політики в просуванні інтересів малого та середнього бізнесу в країнах ЄС		
	РОЗДІЛ 3 Напрями вдосконалення інструментів торговельної політики у стимулюванні розвитку малого та середнього бізнесу в країнах ЄС		

Здобувач

підпис

Куабенан Ассанде Ів Сен-Лоран

прізвище, ініціали

Керівник кваліфікаційної роботи _____

підпис

Ключник Р.М.

прізвище, ініціали

АНОТАЦІЯ

Куабенан Ассанде Ів Сен-Лоран. *Роль інструментів торговельної політики в просуванні інтересів малого та середнього бізнесу в країнах Євросоюзу.*

У роботі проведено дослідження теоретичних положень стосовно торговельної політики та її інструментів, наведено поняття, принципи та класифікацію інструментів торговельної політики Євросоюзу. Розкрито сутність малого та середнього бізнесу у ЄС та його внесок у економіку ЄС. Представлено результати аналізу малого і середнього бізнесу у системі міжнародних торговельно-економічних відносин ЄС. Розкрито особливості інституційного забезпечення та інструментів торговельної політики для підприємств малого і середнього бізнесу в ЄС при просуванні їх інтересів на європейському та світовому ринках. Виявлено основні проблеми торговельної політики підприємств малого і середнього бізнесу. Досліджено систему угод про вільну торгівлю ЄС та врахування в їх положеннях інструменти торговельної політики, спрямовані на просування інтересів малого і середнього бізнесу.

Ключові слова: торговельна політика, підприємства малого і середнього бізнесу, угоди про вільну торгівлю, Європейський Союз.

SUMMARY

Kouabenan Assande Ives Saint-Laurent. The role of trade policy instruments in promoting the interests of small and medium-sized businesses in the European Union.

The paper analyzes the theoretical provisions concerning trade policy and its instruments, the concepts, principles and classification of instruments of trade policy of the European Union. The essence of small and medium business in the EU and its contribution to the EU economy is revealed. The results of the analysis of small and medium business in the system of international trade and economic relations of the EU are presented. The peculiarities of institutional support and trade policy instruments for small and medium-sized businesses in the EU in promoting their interests in the European and world markets are revealed. The main problems of trade policy of small and medium enterprises are revealed. The system of EU free trade agreements and the consideration of trade policy instruments aimed at promoting the interests of small and medium-sized businesses have been studied..

Keywords: trade policy, small and medium business enterprises, free trade agreements, European Union.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНСТРУМЕНТІВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ТА МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ У КРАЇНАХ ЄС.....	9
1.1. Поняття торговельної політики та її інструменти	9
1.2. Поняття, принципи та інструменти торговельної політики Євросоюзу	18
1.3. Поняття малого та середнього бізнесу у ЄС та його роль у розвитку економіки ЄС	26
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ПРАКТИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В ПРОСУВАННІ ІНТЕРЕСІВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В КРАЇНАХ ЄВРОСОЮЗУ	36
2.1. Аналіз малого і середнього бізнесу у системі міжнародних торговельно-економічних відносин ЄС.....	36
2.2. Інституційне забезпечення та інструменти торговельної політики для підприємств малого і середнього бізнесу в Євросоюзі	48
2.3. Проблеми торговельної політики у просуванні інтересів підприємств малого і середнього бізнесу ЄС на світових ринках	54
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ У СТИМУЛЮВАННІ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В КРАЇНАХ ЄВРОСОЮЗУ	68
3.1. Напрями торговельної політики ЄС щодо просування інтересів малих і середніх підприємств на світових ринках	68
3.2. Інтернаціоналізація малих та середніх підприємств ЄС та напрями просування їх інтересів на світових ринках.....	78
3.3. Угоди про вільну торгівлю ЄС як інструмент просування інтересів малого і середнього бізнесу.....	84
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	93
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	97

ВСТУП

Сучасний етап розвитку міжнародних економічних зв'язків характеризується посиленням конкуренції в глобальному масштабі, в тому числі між традиційними центрами світового господарства, активізацією інтеграційних процесів та зростанням міжнародної торгівлі. В умовах глобалізації інтеграційні об'єднання мають визначальний вплив на динаміку, структуру і тенденції розвитку торговельних відносин. Практика розвитку взаємодії учасників світових торговельних відносин показала, що участь у інтеграційному об'єднанні, яке за своєю політичним та економічним впливом є одним із найбільш впливових, дозволяє державам-членам більш успішно функціонувати в світовій економічній системі та відстоювати інтереси суб'єктів господарювання. За допомогою інтеграційного механізму і, перш за все, усунення бар'єрів на шляху взаємної торгівлі і узгодження економічної політики найбільш ефективні національні галузі економіки затверджуються в світовому масштабі за рахунок розширення сфери своєї активності і впливу. Одним з найважливіших конкурентів на світовому ринку є Європейський Союз, який сьогодні є повноцінним єдиним ринком з практично сформованою системою інструментів регулювання торговельних відносин.

Актуальність обраної теми дослідження підсилюється також тим, що забезпечення економічного зростання Європейського союзу і підвищення добробуту населення в значній мірі визначається мірою підтримки малого та середнього підприємництва, формування єдиного ринку в рамках ЄС і використання інструментів торговельної політики для захисту товарів і послуг, що походять з країн Євросоюзу. Необхідний ефективний механізм наддержавного регулювання торговельних відносин на рівні інтеграційного об'єднання з метою вдосконалення процесів розвитку економіки. Вимагають осмислення питання розвитку системи інструментів регулювання торговельної політики в просуванні інтересів малого та середнього бізнесу в країнах Євросоюзу, створення сприятливого підприємницького клімату. У зв'язку з цим актуальний розгляд

основних інструментів і методів торговельної політики в просуванні інтересів малого та середнього бізнесу в країнах Євросоюзу.

Мета дослідження - аналіз ефективності інструментів реалізації торговельної політики в просуванні інтересів малого та середнього бізнесу в країнах Євросоюзу та розробка пропозицій щодо посилення конкурентних переваг малого та середнього бізнесу в сучасному світовому господарстві.

Для досягнення поставленої мети поставлено і вирішено такі завдання:

- розкрити поняття міжнародної торговельної політики та її інструментів;
- дослідити поняття, принципи та інструменти торговельної політики ЄС;
- розкрити поняття, визначити цілі, завдання та функції малого і середнього підприємництва в світовій економіці та в країнах ЄС;
- вивчити основні тенденції розвитку середнього і малого бізнесу в країнах ЄС у системі міжнародних торговельно-економічних відносин;
- провести аналіз інституційного забезпечення та інструментів торговельної політики для підприємств малого і середнього бізнесу в ЄС;
- розкрити проблеми торговельної політики у просуванні інтересів підприємств малого і середнього бізнесу ЄС на світових ринках;
- обґрунтувати напрями торговельної політики ЄС щодо просування інтересів малих і середніх підприємств на світових ринках;
- визначити шляхи інтернаціоналізації малих та середніх підприємств ЄС та напрями просування їх інтересів на світових ринках;
- розкрити Угоди про вільну торгівлю ЄС як інструмент просування інтересів малого і середнього бізнесу.

Об'єкт дослідження - суб'єкти малого і середнього підприємництва в ЄС та їх торговельна діяльність на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Предмет дослідження - система інструментів торговельної політики в просуванні інтересів малого та середнього підприємництва в країнах ЄС та на світовому ринку товарів та послуг.

Теоретична значимість дослідження полягає в доведенні ряду теоретичних висновків і положень до конкретних пропозицій і рекомендацій, які підвищують

ступінь результативності інструментів торговельної політики у розвитку суб'єктів малого і середнього підприємництва в ЄС.

При виконанні кваліфікаційної роботи були використані такі методи дослідження, як аналіз, синтез, індукція, дедукція, порівняння, узагальнення, методи економічного аналізу.

Інформаційною базою до даної роботи послужили праці вітчизняних і зарубіжних авторів. В роботі використані статистичні матеріали Державної служби статистики України та Євростат.

Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. У вступі обґрунтовано актуальність теми, сформульовані його мета і завдання, визначені предмет і об'єкт дослідження.

У першому розділі розглядаються поняття торговельної політики та її інструментів, а також сутність малого і середнього підприємництва, його види та форми, визначені основні теоретичні підходи дослідження малого і середнього бізнесу в країнах ЄС.

У другому розділі розкриваються особливості розвитку малого і середнього підприємництва в ЄС, роль малого і середнього підприємництва в розвитку економіки країн ЄС. Проведено аналіз застосування інструментів торговельної політики для середнього та малого бізнесу в ЄС.

У третьому розділі виявлено проблеми застосування інструментів торговельної політики для малого і середнього підприємництва в ЄС. Визначено основні напрямки, принципи та заходи системи підтримки розвитку торговельної політики у просуванні інтересів малого і середнього підприємництва в ЄС та на світовому ринку.

У висновку сформульовані основні положення, висновки і результати роботи.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНСТРУМЕНТІВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ТА МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ У КРАЇНАХ ЄС

1.1. Поняття торговельної політики та її інструменти

Міжнародна економічна або зовнішньоекономічна політика - це сфера державної діяльності, що регулює участь країни у міжнародних економічних відносинах, її торговельно-економічні відносини з іншими державами за допомогою системи механізмів та інструментів.

Зовнішня торговельна політика держави - це частина державної економічної політики, що регулює загальну позицію держави в міжнародних відносинах та торговельні відносини з тією чи іншою країною. Головна мета торговельної політики - створення сприятливих зовнішніх і внутрішніх умов для економічного зростання країни та її економічних агентів. Торговельна політика кожної держави є важливим фактором розвитку світового співтовариства.

Міжнародна (або світова) торговельна політика - це політика країн-учасниць міжнародних економічних відносин, що втілюється у встановлених міжнародних правилах торгівлі, а також прийнятих регулюючих норм міжнародними інститутами, уповноваженими на таку діяльність співтовариством держав світу. Головними суб'єктами міжнародної торгової політики є: ООН, СОТ (через рішення, що приймаються в ході раундів ГАТТ-СОТ), а також цілий ряд інших установ (включаючи МВФ) в межах їх компетенцій.

В одній з останніх доповідей ООН говориться: «Використання торговельної політики як інструменту диверсифікації промисловості та створення доданої вартості є ключовим завданням. Експорт товарів і послуг може забезпечити зростання доходів населення, поповнити державний бюджет, розширити можливості працевлаштування, в тому числі за рахунок високооплачуваних робочих місць за кордоном. Експорт сприяє досягненню цілей сталого розвитку тисячоліття шляхом позбавлення людей від злиднів і голоду, надання

можливостей країнам, що розвиваються, отримувати вигоди від системи міжнародної торгівлі».

До основних завдань міжнародної торговельної політики входить захист національної економіки торгово-політичними методами, просування міжнародних торгово-економічних інтересів держави та її експортерів, забезпечення сприятливих умов для експорту товарів і послуг і виходу на світовий ринок національних підприємств, розвиток національної і міжнародної правової бази та інші. Сфера торговельної політики постійно розширюється і сьогодні охоплює обмін технологіями, інформацією і знаннями, інвестиційне співробітництво, валютну політику тощо.

В умовах жорсткої боротьби за просування національних інтересів у міжнародній торгівлі засобом такої конкурентної боротьби є торговельна політика.

У вузькому розумінні торговельна політика - це політика впливу держави на міжнародну торгівлю шляхом податків, субсидій, регулювання та стимулювання зовнішньоекономічної діяльності. У торговельній політиці постійно взаємодіють два протилежні напрямки: лібералізація та протекціонізм.

Політика вільної торгівлі (лібералізації) - політика мінімального державного втручання у зовнішню торгівлю, яка розвивається на основі вільних ринкових сил попиту і пропозиції. Політика лібералізації має на меті посилення конкуренції, відкриття внутрішнього ринку для іноземних товарів і капіталів. Вона базується на теорії порівняльних переваг і сприяє більш ефективному розміщенню світових економічних ресурсів, а, отже, більш високому рівню добробуту світової спільноти.

Протекціонізм - політика, спрямована на захист (закриття) внутрішнього ринку від іноземних товарів та послуг і захоплення зовнішніх ринків (захист від демпінгу, створення сприятливих умов для розвитку сільського господарства і молодих галузей, збільшення внутрішньої зайнятості та ін.).

Протекціонізм передбачає встановлення торговельних бар'єрів, а лібералізація - їх скасування.

До основних інструментів торговельної політики належать:

- митний тариф - податок, що застосовується до товарів, які переміщуються через митний кордон, систематизований відповідно до товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності, та вводиться з метою отримання доходу;
- торгові квоти - встановлені граничні обсяги товарів, які можуть бути імпортовані або експортовані в певний період;
- нетарифні бар'єри: система ліцензування, встановлення стандартів якості, бюрократичні заборони в митних процедурах;
- субсидування та пільгове кредитування зовнішньої торгівлі.

Існує безліч наукових дискусій, що краще - протекціонізм, який дає можливість розвитку національної промисловості, або свобода торгівлі, яка дозволяє безпосередньо порівнювати національні витрати виробництва з міжнародними. У різні періоди історії зовнішньоторговельна практика схилилася то в одну, то в іншу сторону, ніколи не приймаючи жодної з екстремальних форм. У 50-60-ті роки для міжнародної економіки був характерний відхід від протекціонізму у бік більшої лібералізації і свободи зовнішньої торгівлі. З початку 70-х років проявилася зворотна тенденція - країни стали відгороджуватися один від одного все більш витонченими тарифними і особливо нетарифними бар'єрами, захищаючи свій внутрішній ринок від іноземної конкуренції.

При цьому сучасний протекціонізм концентрується у відносно вузьких галузях національного господарства. У міжнародних відносинах розвинених країн між собою - це галузі сільського господарства, текстилю, одягу і металургії, машинобудування тощо. У торгівлі розвинених країн з країнами, що розвиваються - це експорт промислових товарів країнами, що розвиваються. У торгівлі країн, що розвиваються, між собою - це товари традиційного експорту.

Розвиток протекціонізму дозволяє виділити декілька його форм:

- селективний протекціонізм - спрямований проти окремих країн або окремих товарів;

- галузевий протекціонізм - захищає певні галузі, перш за все сільське господарство, в рамках аграрного протекціонізму;
- колективний протекціонізм - проводиться об'єднаннями країн відносно країн, в них не входять;
- прихований протекціонізм - здійснюється методами внутрішньої економічної політики.

Інструменти торговельної політики за своїм механізмом дії поділяються на тарифні, які базуються на використанні митного тарифу, і нетарифні - всі інші методи. Нетарифні інструменти регулювання поділяються на кількісні інструменти і інструменти прихованого протекціонізму. Окремі інструменти торговельної політики частіше застосовуються при необхідності або обмежити імпорт, або форсувати експорт.

Основне завдання держави у сфері міжнародної торгівлі - допомогти експортерам продати якомога більше своєї продукції, зробивши їхні товари більш конкурентними на міжнародному ринку, і обмежити імпорт, зробивши іноземні товари менш конкурентоспроможними на внутрішньому ринку. Тому частина інструментів державного регулювання торговельної політики спрямована на захист внутрішнього ринку від іноземної конкуренції і стосується перш за все імпорту. Інша частина інструментів спрямована на форсування експорту.

Тарифні інструменти регулювання міжнародної торгівлі

Залежно від пріоритетності сторони торгівельної політики, існує декілька визначень митного тарифу, що доповнюють один одного.

Митний тариф у залежності від контексту може визначатися як:

- інструмент торговельної політики і державного регулювання внутрішнього ринку країни при його взаємодії зі світовим ринком;
- сукупність ставок мита, які застосовуються до товарів, що переміщуються через митний кордон, систематизований відповідно до товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності;

– конкретна ставка мита, що підлягає сплаті при експорті або імпорті визначеного товару на митну територію країни. У цьому випадку поняття митного тарифу повністю збігається з поняттям мита.

Митний тариф будь-якої країни складається з конкретних ставок мита, які використовуються для цілей оподаткування товарів, що експортуються або імпортуються. Мито - обов'язковий платіж, що стягується митними органами при імпорті або експорті товару і є умовою імпорту або експорту.

Мита виконують три основні функції:

- фінкальну, яка стосується і імпортних, і експортних мит, оскільки вони є однією зі статей дохідної частини державного бюджету;
- протекціоністську (захисну), що стосується імпортних мит, оскільки з їх допомогою держава захищає місцевих виробників від небажаної іноземної конкуренції;
- балансує, що стосується експортних мит, встановлених з метою запобігання небажаного експорту товарів, внутрішні ціни на які з тих чи інших причин нижче світових.

В науковій літературі застосовується наступна класифікація мит.

1. За способом стягнення:

- адвалорні - нараховуються у відсотках до митної вартості оподатковуваних товарів (наприклад, 20% від митної вартості);
- специфічні - нараховуються у встановленому розмірі за одиницю оподаткованого товару (наприклад, 10 дол. За 1 г);
- комбіновані - поєднують обидва названих види митного обкладення (наприклад, 20% від митної вартості, але не більше 10 дол. за 1 г).

2. За об'єктом обкладання:

- імпортні - мита, якими обтяжуються імпортні товари при їх ввезенні для вільного обігу на внутрішньому ринку країни. Є переважною формою мит, застосовуваної всіма країнами світу для захисту національних виробників від іноземної конкуренції;

– експортні - мита, якими обтяжуються експортні товари при їх вивезенні за межі митної території держави. Застосовуються вкрай рідко окремими країнами, найчастіше у випадку значної різниці між рівнем внутрішніх регульованих цін і вільних цін світового ринку на окремі товари, і мають на меті скоротити експорт і поповнити бюджет;

– транзитні - мита, якими обтяжуються товари, що перевозяться транзитом через територію держави. Зустрічаються вкрай рідко і використовуються переважно як засіб торгівельної війни.

За характером:

– сезонні - мита, які застосовуються для оперативного регулювання міжнародної торгівлі сезонною продукцією, насамперед аграрною. Зазвичай термін їх дії не може перевищувати декількох місяців на рік, і на цей період дія звичайного митного тарифу на ці товари припиняється;

– антидемпінгові - мита, які застосовуються при ввезення на територію країни товарів за ціною нижчою, ніж їх звичайна ціна в країні-експортері, якщо такий імпорт завдає шкоди місцевим виробникам подібних товарів або перешкоджає розвитку національного виробництва таких товарів;

– компенсаційні - мита, якими обтяжується імпорт товарів, при виробництві яких прямо або побічно використовувалися субсидії, якщо їх імпорт завдає шкоди національним виробникам таких товарів.

Нетарифні методи регулювання міжнародної торгівлі

Найчастіше перед урядом виникає альтернатива: які інструменти торговельної політики - тарифні або нетарифні - використовувати в конкретній ситуації. Нерідко перевага віддається нетарифним інструментам, оскільки політично вони вважаються більш прийнятними, бо не є, на відміну від тарифів, додатковим податковим навантаженням для населення. Крім того, нетарифні інструменти більш ефективні для досягнення бажаного результату. Нетарифні інструменти майже не регулюються міжнародними угодами, і, використовуючи їх у своїй торговельній політиці, уряди держав є більш вільними, ніж при введенні тарифних обмежень, які регулюються Світовою організацією торгівлі (СОТ).

У більшості випадків використання нетарифних інструментів, особливо кількісних, поряд навіть з відносно ліберальним митним режимом призводить до більших обмежень державної торговельної політики в цілому.

Кількісні обмеження - адміністративна форма нетарифного державного регулювання торгівлі, що визначає кількість і номенклатуру товарів, дозволених до експорту або імпорту.

Найбільш поширеною формою кількісних обмежень є квота або контингент. Ці два поняття мають практично одне і те саме значення з тією різницею, що поняття контингенту іноді використовується для визначення квот сезонного характеру.

Квота - кількісна нетарифна міра обмеження експорту або імпорту товару за встановленою кількістю або сумою на певний проміжок часу.

1. За спрямованістю дії квоти поділяються на:

- експортні - вводяться або відповідно до міжнародних стабілізаційних угод, що встановлюють частку кожної країни в загальному експорті певного товару (експорт нафти з країн ОПЕК), або урядом держави для запобігання експорту товарів, дефіцитних на внутрішньому ринку;

- імпортні - вводяться урядом держави для захисту місцевих виробників, досягнення збалансованості торговельного балансу, регулювання попиту і пропозиції на внутрішньому ринку, а також у відповідь на дискримінаційну торговельну політику інших держав.

2. За охопленням квоти діляться на:

- глобальні - встановлюються на імпорт або експорт певного товару на певний період часу незалежно від того, з якої країни він імпортується чи в яку країну він експортується. Такі квоти забезпечують необхідний рівень внутрішнього споживання, і їх розмір обчислюється як різниця внутрішнього виробництва і споживання товару;

- індивідуальні - встановлена в рамках глобальної квоти квота кожної країни, яка експортує або імпортує товар. Такі квоти встановлюються на основі двосторонніх угод, які дають основні переваги в експорті або імпорті товару тим

країнам, з якими є взаємовигідні політичні, економічні та інші інтереси. Найчастіше індивідуальні квоти (контингенти) бувають сезонними, тобто вводяться на певний період часу, коли внутрішній ринок найбільше потребує державного захисту. Зазвичай це осінні місяці, коли відбувається реалізація сільськогосподарської продукції нового врожаю.

Ліцензування - інструмент регулювання зовнішньоекономічної діяльності через дозволи, що видаються державними органами на експорт або імпорт товару у встановлених кількостях за визначений проміжок часу. Ліцензування може бути елементом процесу квотування або бути самостійним інструментом державного регулювання. У першому випадку ліцензія є лише документом, що підтверджує право ввезти або вивезти товар в рамках отриманої квоти; у другому - набуває ряд конкретних форм:

- разова ліцензія - письмовий дозвіл терміном до 1 року на експорт або імпорт, що видається урядом конкретній фірмі на здійснення однієї зовнішньоторговельної операції;
- генеральна ліцензія - дозвіл на експорт або імпорт товару протягом року без обмежень кількості угод;
- глобальна ліцензія - дозвіл на експорт або імпорт товару у будь-яку країну світу за певний проміжок часу без обмеження кількості або вартості;
- автоматична ліцензія - дозвіл, що видається негайно після отримання від експортера або імпортера заявки, яка не може бути відхилена державним органом.

Ліцензування використовується багатьма країнами світу, що розвиваються, для державного регулювання імпорту. Розвинені країни найчастіше використовують ліцензії як документ, що підтверджує право імпортера на імпорт товару в рамках встановленої квоти.

Кількісне обмеження імпорту в країну може здійснюватися не лише шляхом імпортного тарифу або імпортних квот, а й інструментів, прийнятих урядом країни-експортера стосовно так званих «добровільних» обмежень експорту. «Добровільне» обмеження експорту вводиться урядом під політичним тиском впливовішої країни, що імпортує, яка загрожує застосуванням односторонніх

обмежувальних заходів на імпорт в разі відмови «добровільно» обмежити експорт, що завдає шкоди її місцевим виробникам.

«Добровільне» обмеження експорту - кількісне обмеження експорту, засноване на зобов'язанні одного з торговельних партнерів обмежити або, принаймні, не збільшувати обсяг експорту, прийнятому в рамках офіційної міжурядової або неофіційної угоди про встановлення квот на експорт товару.

Приховані інструменти торговельної політики

Поряд з кількісними методами серед нетарифних інструментів торговельної політики важливі інструменти прихованого протекціонізму, а саме - різноманітні бар'єри немитного характеру, що створюються на шляху торгівлі органами центральної державної і навіть місцевої влади.

Види прихованого протекціонізму, за допомогою якого країни можуть в односторонньому порядку обмежувати імпорт або експорт:

– технічні бар'єри - приховані інструменти торговельної політики, що виникають через те, що національні технічні, адміністративні та інші норми і правила перешкоджають імпорту товарів. Найбільш поширені технічні бар'єри - вимоги щодо дотримання національних стандартів, одержання сертифікатів якості імпоротної продукції, специфічної упаковки та маркування товарів, дотримання санітарно-гігієнічних норм, включаючи заходи з охорони навколишнього середовища, дотримання ускладнених митних формальностей і вимог законів про захист споживачів і багато інших. Технічні бар'єри не завжди є інструментами протекціонізму. Часто їх введення викликано не стільки намірами захистити внутрішній ринок, скільки турботою про захист населення;

– внутрішні податки і збори - приховані інструменти торговельної політики, спрямовані на підвищення внутрішньої ціни імпортного товару і скорочення тим самим його конкурентоспроможності на внутрішньому ринку. Можуть вводитися як центральними, так і місцевими органами державної влади. Податки на імпортні товари можуть бути прямими (податок на додану вартість, акцизний податок, податок на продаж) або непрямими (збори за митне оформлення, реєстрацію та виконання інших формальностей, портові збори).

1.2. Поняття, принципи та інструменти торговельної політики Євросоюзу

Сьогодні Європейський Союз (ЄС) є найбільшим в світі інтеграційним об'єднанням, що включає 28 європейських держав. У країнах ЄС проживає 7% населення світу і тут формується 25,8% світового валового внутрішнього продукту (ВВП), а торгівля з іншими країнами становить 20% від обсягу експортно-імпортних операцій в світі (без урахування торгівлі між країнами ЄС). Це робить ЄС найбільшим гравцем на світових торгових ринках [15].

З самого заснування головне завдання ЄС полягало у створенні митного союзу і спільного ринку товарів. Фактично митний союз був створений на 1 липня 1968 р., коли були повністю ліквідовані внутрішні митні бар'єри в ЄС і введено єдиний митний тариф (ЄМТ) на зовнішніх кордонах Співтовариства. З цього моменту митна політика стала відігравати важливу роль в загальній зовнішньоторговельній політиці ЄС. Головною її функцією на багато років став перегляд та уточнення ЄМТ - або у формі одностороннього рішення Ради, або в результаті переговорів з окремими країнами, групами країн або міжнародними організаціями.

Введення ЄМТ призвело до необхідності узгодження торговельних відносин з третіми країнами, тому наступним кроком стало формування єдиної торговельної політики по відношенню до цих країн. З огляду на те, що держави-члени ЄС відмовилися від самостійного визначення своєї торговельної політики за межами Співтовариства, з 1 січня 1973 р відповідальність за розробку і здійснення спільної торговельної політики стала виключною прерогативою ЄС.

Проведення спільної торговельної політики по відношенню до третіх країн передбачалося Римським договором, в якому зазначалося, що через реалізацію загальної торговельної політики країни-учасниці поступово усувають обмеження в цій сфері. Відповідно до цього договору основною метою торговельної політики ЄС була його участь у розвитку світової торгівлі та поступове скасування

обмежень у міжнародному обміні товарами та послугами. Якщо врахувати внутрішні інтереси ЄС, то торговельна політика мала на меті сприяти розвитку торгівлі між країнами-членами, налагодженню взаємовигідних відносин на глобальному рівні і зміцненню позиції ЄС на світовому ринку [42].

Сьогодні спільна торговельна політика ЄС, незважаючи на присутність елементів протекціоністського характеру, спрямована одночасно і на активне укладання торговельних угод, і на впровадження багатоступеневих систем надання односторонніх торгових преференцій третім країнам.

Однією з важливих специфічних особливостей спільної торговельної політики ЄС є відсутність обмежень торгівлі всередині інтеграційного утворення. Йдеться про зняття митних і кількісних обмежень на взаємну торгівлю країн-учасниць як фактора підвищення конкурентоспроможності європейських держав. ЄС постійно працює над усуненням бар'єрів, що перешкоджають торгівлі. Відкриті і справедливі торговельні відносини сприяють розвитку конкуренції та вигідні споживачам. ЄС підтримує систему правил, центральне місце в якій займає Світова організація торгівлі (СОТ) з її багатосторонніми механізмами.

Наступною специфікою є спільна зовнішньоторговельна політика країн.

Спільна торговельна політика країн ЄС - це послідовність дій організаційних структур ЄС в сфері зовнішньоекономічних відносин, які передбачають використання відповідних форм, методів та інструментів впливу на розвиток зовнішньої торгівлі країн-членів на основі поєднання концептуальних основ вільної торгівлі і протекціонізму. Спільна торгова політика є одним з найважливіших інструментів у сфері відносин ЄС із зарубіжними країнами. Вона знаходиться виключно у межах компетенцій ЄС і пов'язана з встановленням митного союзу між державами-членами.

Спільна торговельна політика передбачає єдине управління торговельними відносинами з третіми країнами, зокрема за допомогою спільного митного тарифу і загальних правил імпорту та експорту.

Ще одна особливість спільної торгової політики ЄС - постійне розширення інтеграційного об'єднання. ЄС починався з 6 країн в 1952-му, а в 2013 р до нього

приєдналася Хорватія, яка стала 28-ою. Відзначимо, що новий етап розширення меж європейської інтеграції відбувається в умовах посилення глобалізації та інтернаціоналізації світової економіки в цілому.

Специфікою спільної торговельної політики ЄС є також особливості використання інструментів, заходів зовнішньоторговельної політики і преференції по групам країн. Торгівля - це один з найефективніших способів стимулювання розвитку економіки. Через торгівлю з ЄС бідні країни можуть отримувати прибуток від експорту, здійснювати індустріалізацію і диверсифікацію своїх національних економік. Країни ЄС імпортують з країн, що розвиваються, більше сільськогосподарської продукції, ніж Австралія, Канада, Японія, Нова Зеландія і США разом взяті.

В межах ЄС розроблена особлива система взаємодії з основними торговельними партнерами на світовому ринку, що передбачає такі інструменти регулювання зовнішньоторговельних зв'язків, які враховують специфіку того чи іншого партнера. Як приклад, можна навести Угоду про асоціацію з країнами Центральної та Східної Європи (ЦСЄ), де представлений механізм поступової адаптації перехідних економік в умовах нової для них економічної інтеграційної системи, а також Угоду про партнерство та співробітництво з країнами СНД, в якому передбачається не тільки співробітництво, а й реалізація заходів технічної і економічної допомоги, а також консультації в процесі вирішення складних внутрішньоекономічних і кризових проблем.

Спільна торговельна політика і формування митного союзу в подальшому призвели до розробки спільної зовнішньоекономічної політики і забезпечення чотирьох свобод: руху товарів, послуг, робочої сили і капіталів.

Після вступу в силу Лісабонського договору в 2009 р. торговельна політика ЄС стала не тільки інструментом реалізації інтересів європейських компаній, а й одним з важелів загальної економічної і соціальної політики. Вона була спрямована на створення робочих місць і підвищення рівня життя, перш за все в європейських країнах, а також в країнах-партнерах ЄС з торгівлі. Крім того, договір передбачав поєднання високоефективної національної політики і стратегії

розвитку бізнесу в країнах ЄС з її торговельною політикою на сучасному етапі, яка повинна сприяти скороченню рівня бідності в усьому світі.

Лісабонський договір доповнюють положення Договору про ЄС, положення про укладення угод з третіми країнами і контроль за їх виконанням (зовнішній і внутрішній аспекти). Тут також окремо порушено питання про значення заходів нетарифного регулювання. У Лісабонському договорі вперше в компетенцію ЄС була включена торгівля послугами та інтелектуальною власністю, а також питання прямого інвестування. Разом з тим, у Договорі є посилення на те, що багатосторонні правила регулювання інвестицій повинні вироблятися в рамках СОТ, а також інших міжнародних організацій.

Важливим новим положенням Лісабонського договору є те, що ЄС набуває статусу самостійного суб'єкта міжнародного права. Це означає, що в перспективі все міжнародні договори ЄС, в тому числі і в зовнішньоекономічній сфері, будуть підписані тільки повноважним представником ЄС, а не представниками країн-членів, як це було досі. Подібне нововведення може викликати необхідність внесення редакційних змін до текстів низки міжнародних договорів, де однією з Договірних сторін виступають Європейські співтовариства, зокрема Марракешська угода про заснування СОТ.

В кінці 2010 р. ЄС опублікував нову концепцію торговельної політики, де протягом наступних десяти років передбачається вирішити наступні завдання:

- збереження і суворе виконання зобов'язань, які ЄС прийняв на себе в рамках угод з третіми країнами на багатосторонньому рівні, включаючи угоди Дохійського раунду переговорів СОТ;
- реалізація нового підходу до країн, що розвиваються, в тому числі реформа Генеральної системи преференцій, яка дозволить не тільки врахувати всі вимоги переговорів раунду Доха, але і розширити ініціативи з підтримки інтеграції цих країн в світову економіку;
- пошук ефективних шляхів реалізації інтересів і досягнення компромісу з партнерами на двосторонньому рівні [43].

У Римському договорі визначено принципи спільної торговельної політики ЄС, на основі яких проводиться аналіз зовнішньоекономічних відносин ЄС. Кожен учасник ЄС, завдяки розгалуженості сучасних економічних зв'язків, характеризується власною системою відносин з третіми країнами. В міру підвищення ступеня інтеграції знижується свобода для незалежних дій країн-членів ЄС. З деяких питань, які регулюються законами ЄС, окремі країни не мають права здійснювати будь-які дії або рішення без згоди інших членів ЄС.

У вступній частині до Римського Договору відображений найважливіший принцип торговельної політики - сприяти поступового зняття обмежень у міжнародній торгівлі між країнами ЄС за допомогою використання загальної торговельної політики.

Таким чином, в основу загальної зовнішньоторговельної політики Євросоюзу були закладені норми і правила Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (зараз СОТ - правонаступник ГАТТ). Одним з інструментів такої політики є спільний зовнішній тариф. Згідно статті 9 Римського договору, ЄС функціонує на основі митного союзу, який охоплює весь товарообіг. Митний союз передбачає заборону введення мита на експорт-імпорт або будь-яких оплат, які створюють такий же ефект, між державами-членами, а також впровадження загальних митних тарифів щодо третіх країн.

Розміри митних ставок варіюються в залежності від напрямку імпорту і включають два види ставок: автономні і звичайні. Звичайні ставки застосовуються до імпорту тих країн-членів, які користуються режимом найбільшого сприяння. Для інших країн-членів ЄС застосовуються більш високі автономні ставки. У зв'язку з тим, що багато країн мають преференційні угоди з ЄС, досить часто по відношенню до них застосовуються преференційні мита, які, як правило, нижчі за звичайні. Іноді на практиці застосовується і нульова ставка мита.

Розмір митних тарифів на імпорт в ЄС залежить від ступеня готовності кінцевого продукту: з підвищенням стадії готовності продукту до використання збільшується і розмір мита на його імпорт. Це робиться для захисту

національного підприємництва окремих країн (збереження робочих місць), оскільки більшість підприємств у цих державах працює практично повністю на імпортній сировині і напівфабрикатах. Чим вище різниця між номінальною митною ставкою на готовий виріб і номінальною митною ставкою на сировину, з якої він виготовлений, тим ефективніше митний захист. Подібна диференціація розмірів митних тарифів практикується в багатьох країнах світу.

Дуже важливими інструментами торговельної політики також є нетарифні бар'єри. Політика ЄС полягає в поступовому звільненні зовнішньої торгівлі від них. Основними формами нетарифних бар'єрів є квоти, добровільні обмеження експорту і технічні правила [14].

Що стосується політики встановлення квот на імпорт, то вона, на відміну від митної політики, зазнала уніфікації та перенесення з національного на наднаціональний рівень значно пізніше, на початку 90-х років XX століття, коли йшов процес підготовки до створення спільного внутрішнього ринку ЄС. В цей же період було прийнято рішення повністю скасувати кількісні обмеження на імпорт з країн-членів СОТ. Однак були й винятки: так, це рішення не стосувалося держав, незалежно від їх статусу в СОТ, в яких практикувалося державне регулювання торгівлі. До завершення 1992 р. окремі держави-члени ЄС використовували інші види квот, які пізніше були замінені загальними квотами на імпорт в країни ЄС в цілому. Компетентним органом, який уповноважений визначати розміри квот і умови їх застосування, є Європейська Комісія.

Характер квот, які використовує ЄС, є або автономним, або встановленим в результаті переговорів в рамках міжнародних договорів. Іншими словами, квоти на імпорт в ЄС діляться на індивідуальні і глобальні. Традиційно автономні або індивідуальні квоти впроваджені ЄС в односторонньому порядку і мають характер кількісних або якісних квот дозволеного імпорту в ЄС. Імпортери зобов'язані отримати ліцензію на ввезення товарів, охоплених квотуванням. Автономні квоти використовуються ЄС досить рідко, оскільки положення ГАТТ забороняють використання цієї форми обмежень в торгівлі, за винятком випадків, зазначених у застереженнях по окремих галузях.

Пізними формами кількісного обмеження імпорту є так звані глобальні квоти, які встановлюються шляхом переговорів в рамках міжнародних договорів, а не визначаються в односторонньому порядку. Цей різновид квот характеризує допустимий обсяг імпорту, що обчислюється в фізичних одиницях або в одиницях вартості на певний період часу. Найчастіше використовується період одного року.

Незважаючи на те, що існування за межами СОТ добровільних обмежень експорту з політичної точки зору більш вигідне, ЄС вирішив відмовитися від таких заходів обмеження торгівлі.

Лібералізація торгової політики всередині ЄС мала характерний зовнішній ефект, оскільки товар з країни, що не входить до ЄС, але ввезений в одну з країн ЄС і реалізований там, через відповідність технічним специфікаціям цієї держави, автоматично отримував дозвіл на продаж у всіх інших країнах ЄС.

У 80-х - початку 90-х років ХХ століття ЄС у своїй торговельній політиці досить широко використовував такий інструмент, як «добровільне обмеження експорту», зокрема щодо країн Південно-Східної Азії, Японії і країн з державним регулюванням торгівлі. Це стосувалося імпорту так званих уразливих товарів, у виробництві яких ЄС мала структурні надлишки, зокрема, продукції сільського господарства, текстильних виробів, взуття, сталі та сталевих виробів. Широкі можливості для застосування ЄС кількісних обмежень, отриманих в результаті переговорів, відкриває так звану багатосторонню угоду, на підставі якої ЄС уклав зі своїми головними постачальниками текстилю двосторонні угоди, що стосуються експортних самообмежень. В результаті Уругвайського раунду переговорів ГАТТ (положення якого були ратифіковані ЄС) введена заборона застосування нових обмежень. Процес поступового відходу від встановлених раніше обмежень цього типу тривав до кінця 2004 р.

Важливим інструментом торговельної політики ЄС є захист ринку від нечесних торгових операцій з боку зарубіжних постачальників, зокрема, від демпінгу. Антидемпінгове політика ЄС відповідає міжнародним стандартам у цій сфері, певним з початку дії антидемпінгового кодексу ГАТТ 1979 року і Угоди про застосування статті VI СОТ з 1994 р.

Крім описаних вище інструментів захисту ринку, спільна торговельна політика ЄС включає регулювання експорту, пов'язане з протекціонізмом або контролем експорту. Основні інструменти торговельної політики ЄС узагальнені і представлені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Основні інструменти торговельної політики ЄС

Інструменти торговельної політики	Національний рівень / рівень ЄС	Примітки
Тарифи	Рівень ЄС	Як автономні, так і відповідно до ГАТТ
Квоти	Рівень ЄС	Після Уругвайського раунду квоти збереглися в основному в сільському і рибному господарстві
Добровільні обмеження експорту	Обидва рівня	Передбачається скасування в межах СОТ
Антидемпінгові мита	Рівень ЄС	Термін дії - максимум 5 років
Цінові обмеження	Рівень ЄС	Замість антидемпінгових мит застосування нижньої допустимої ціни
Експортні субсидії	Рівень ЄС	Застосовуються виключно в сільському господарстві
Внутрішні субсидії	Обидва рівня	Використовуються відповідно до правил СОТ і ЄС
Ліцензії	Національний рівень	Жорсткі правила ЄС використовуються для всього внутрішнього ринку

Джерело: складено автором за даними [45]

В межах спільної торговельної політики ЄС може контролювати експорт. Йдеться про окремі випадки обмеження, а іноді повної заборони експорту (ембарго) по окремих країнах, що пов'язано з політичними причинами (наприклад, ембарго на торгівлю з Сербією і Чорногорією в 90-х рр. минулого століття), а також контролю експорту певної категорії продуктів, які вважаються стратегічними або небезпечними для здоров'я і навколишнього середовища. Як правило, контроль такого експорту впливає з міжнародних договорів або конвенцій, наприклад, НАТО.

Ще одним принципом спільної торговельної політики ЄС є сприяння посиленню конкурентоспроможності європейських держав і їхніх

товаровиробників шляхом усунення взаємних торгових бар'єрів. Цей принцип дозволяє більш ефективно використовувати переваги європейського ринку.

На додаток до основних положень зовнішньоторговельної політики ЄС в грудні 1990 р. в Римі на міжурядовій конференції було висунуто пропозицію про доповнення тексту Договору про створення Європейського економічного співтовариства розділом «Спільна зовнішня політика». У ньому містяться заходи з регулювання спільної зовнішньоекономічної політики, в тому числі процедури укладення міжнародних угод і розвитку ділового співробітництва.

Поняття «спільна зовнішньоекономічна політика» на відміну від використовуваного раніше терміну «спільна торговельна політика» охоплює не тільки всі напрямки економічної діяльності, але і всі форми зовнішньоекономічних зв'язків. Поява нового трактування обумовлена тенденціями розвитку світової економіки і міжнародних відносин в 90-і рр. XX століття. Перш за все це пов'язано з більш динамічним вивезенням капіталу в порівнянні з міжнародною торгівлею і розвитком науково-технічного співробітництва, а також подальшими зусиллями ГАТТ по уніфікації правил ведення міжнародної торгівлі.

Таким чином, одним з найважливіших досягнень інтеграційного процесу Євросоюзу є розробка спільної торговельної політики. Численні реформи, які застосовувалися до цієї політики протягом досить тривалого періоду часу, призвели до того, що в даний час торговельна політика ЄС є не тільки його важливою перевагою, але і ефективним інструментом інтеграції та підтримки товаровиробників.

1.3. Поняття малого та середнього бізнесу у ЄС та його роль у розвитку економіки ЄС

За даними Світового банку, загальне число критеріїв, за якими підприємства відносяться до суб'єктів малого бізнесу, перевищує 50. Однак найчастіше застосовуються найбільш загальні критерії:

- чисельність персоналу;
- розмір статутного капіталу;
- величина активів;
- обсяг обороту (прибутку, доходу).

В ЄС для віднесення суб'єкта господарювання до малого і середнього бізнесу використовуються критерії Європейської комісії за 2016 р. (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Критерії віднесення підприємств до категорій малого та середнього бізнесу у ЄС

Категорія	Чисельність персоналу	Оборот	Сума балансу
Малі	Менше 50	Менше 10 млн. євро	Менше 10 млн. євро
Середні	Від 50 до 250	Від 10 до 50 млн. євро	Від 10 до 43 млн. євро

Джерело: складено автором на основі даних Євростат

Дана інформація підтверджує, що мале і середнє підприємництво є швидко розвиваються елементом економіки розвинених країн, від якого залежать економічні показники, а також розвиток конкурентоспроможності.

Практично у всіх країнах ЄС визначальним критерієм є чисельність працівників за звітний період. Наприклад, у Німеччині, Бельгії, Великобританії, Нідерландах, Португалії є критерій - показник обороту компанії, в Італії та Ірландії - величина нерухомості. Зазначені розбіжності є результатом національних особливостей, відмінностей в рівні індустріалізації, місця і ролі країн у міжнародному поділі праці.

Міжнародна Організація Економічного Співробітництва та Розвитку (ОЕСР), в яку входять економічно високорозвинені країни, визначає підприємства з числом зайнятих до 19 осіб як «мікропідприємства», до 99 осіб як «малі», від 100 до 499 осіб як «середні» і понад 500 осіб як великі.

У країнах ЄС сьогодні налічується понад 16 млн. малих і середніх підприємств, на яких зайнято близько 100 млн. осіб при загальній кількості зайнятих в 150 млн. Більше 90%, тобто близько 15 млн. підприємств відносяться

до так званих «мікропідприємств» з числом зайнятих до 10 осіб. «Мікропідприємства» надають третину всіх робочих місць в країнах ЄС і забезпечують чверть всього сукупного обороту, а разом з малими і середніми (до 250 працюючих) - відповідно, дві третини робочих місць і 65% сукупного обороту. Більше половини (55%) малих підприємств і 70% «мікропідприємств» зайняті в торгівлі і послугах. Решта - переважно будівництві та в інших галузях промисловості.

У Великобританії віднесення підприємств до суб'єктів малого бізнесу ґрунтується на даних обороту і кількості зайнятих. До найдрібніших відносять фірми числом зайнятих від 1 до 25 осіб, до дрібних - від 25 до 99. При цьому в обробній промисловості малими вважаються фірми із зайнятістю нижче за 200 осіб, в той час як в торгівлі - це підприємство з річним оборотом менше 400 тис. фунтів стерлінгів. У Франції малими вважаються підприємства, на яких число зайнятих не перевищує 500 осіб і річний оборот до оподаткування, оцінений на момент закриття підсумкового балансу, нижче 20 млн. євро. У різних галузях економіки розмір фірми оцінюється по-різному. Якщо в сільському господарстві і харчовій промисловості фірми із зайнятістю понад 200 осіб вважаються великими, то в галузі виробництва обладнання межа кількості зайнятих - 500 осіб. У Німеччині відповідно до прийнятої урядом класифікації до малих відносять фірми з кількістю зайнятих до 49 осіб і щорічним оборотом менше 1 млн. євро.

Кількісні критерії використовуються для проведення статистичних досліджень, розробки державних програм підтримки малих і середніх підприємств, визначення рівня оподаткування, проведення порівняльних досліджень по галузях. Однак, існують також якісні характеристики, які відображають специфіку діяльності підприємств малого та середнього бізнесу.

У Німеччині якісними характеристиками малих форм господарської діяльності визнаються:

- поєднання функцій власника і керівника в одній особі;
- сімейне ведення бізнесу;
- персоніфікований характер відносин між господарем і працівником;

- правова незалежність (право власності має тільки одна людина).

У Великобританії серед якісних характеристик комісією Боултона виділяються три основні ознаки малого підприємства:

- невеликий ринок збуту, який дозволить фірмі мати значний вплив на ціни та обсяги реалізованого товару;
- правова незалежність - власник сам контролює свій бізнес, ця умова дозволяє виключити дрібні філії великих фірм;
- персоніфіковане управління.

Отже, сформулюємо ряд якісних критеріїв або стійких характеристик, які визначають мале підприємство. Ці критерії обумовлені характером виробничого процесу, специфікою системи управління, фінансів, кадрів, джерел фінансування та інших факторів зовнішнього впливу:

1. Виробничий процес на малому підприємстві має вузьку спеціалізацію (випуск певних видів товарів або послуг), обмеженість масштабів засобів виробництва і технологічних процесів, а також спрощену систему збуту.

2. Мале підприємство має свою специфіку в системі управління. Сам власник безпосередньо керує підприємством, зацікавлений у процвітанні своєї справи, ризикує своєю власністю, та безпосередньо задіяний практично в усіх бізнес-процесах. Характерні компактність управлінської команди, багатофункціональність менеджерів, відсутність громіздких управлінських структур, неформальний характер планування і контролю, а також швидкість прийняття рішень.

3. Відносини між працівниками малого підприємства мають найчастіше неформальний характер, що добре впливає на психологічний клімат у колективі. Невеликі масштаби виробництва дозволяють малому підприємству залишатися гнучким, швидко реагувати на попит, зміни смаків споживачів і бути сприйнятливим до нововведень.

4. Невеликий розмір фінансових ресурсів, низька капіталізація (розширення основного капіталу), але висока оборотність капіталу. Вплив сімейних і родинних

зв'язків на господарську діяльність, оскільки на підприємстві працюють члени родини.

5. Локальність ресурсних і збутових ринків сприяє формуванню неформальних взаємовідносин з вузьким колом постачальників і споживачів. Обмеженість джерел фінансування і постійний брак капіталів призводить до значної залежності малого підприємства від системи державної підтримки, а в системі коопераційних зв'язків з великими підприємствами ставить їх в не вигідне становище.

6. Надчутливість до коливань економічної кон'юнктури, політичної обстановки і змін законодавства робить малі підприємства уразливими і нестійкими в ринкових умовах.

7. Якщо корпоративні структури залучають необхідні фінансові ресурси переважно через фондові біржі та інвесторів, то малі підприємства покладаються на порівняно невеликі кредити банків, власні кошти і «неформальний» ринок капіталів.

Виходячи з перерахованих вище ознак, можна сформулювати наступне визначення суб'єкта малого підприємництва - підприємство або індивідуальний підприємець з невеликою кількістю працівників і обсягами виробництва, значною частиною ризикової (виробничої, торговельної, інноваційної тощо) діяльності, власник якого несе повну відповідальність за результати господарювання, самостійно приймає управлінські рішення з метою привласнення прибутку.

Істотна роль малого і середнього підприємництва в економіці країн з ринковою системою господарювання визначається тим, що в цьому секторі економіки діє переважна більшість підприємств, зосереджена велика частина економічно активного населення і проводиться приблизно половина валового внутрішнього продукту.

Малий і середній бізнес більш динамічно освоює нові види продукції і економічні ніші, розвивається в галузях, непривабливих для великого бізнесу, тощо. Найважливішими особливостями малих і середніх підприємств є здатність до прискореного освоєння інвестицій і висока оборотність обігових коштів. Ще

одна характерна риса цього сектора - активна інноваційна діяльність, що сприяє прискореному розвитку різних галузей господарства в усіх секторах економіки.

Притаманні малому та середньому підприємництву гнучкість і висока пристосовність до мінливості ринкової кон'юнктури сприяють стабілізації макроекономічних процесів у країні та світі. Однак цьому сектору притаманні відносно низька прибутковість, висока інтенсивність праці, складності з впровадженням нових технологій, обмеженість власних ресурсів і підвищений ризик в гострій конкурентній боротьбі.

Основні функції малого бізнесу можна розділити на економічні та соціальні (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Функції малого і середнього бізнесу

Економічні функції	Соціальні функції
Мобілізація фінансових і матеріальних ресурсів	Соціальний захист населення
Забезпечення податкових надходжень, в тому числі до місцевого бюджету	Забезпечення зайнятості населення та створення робочих місць
Формування конкурентного ринку	Розвиток інтелектуального потенціалу
Створення робочих місць з низькими капітальними витратами	Розвиток навичок підприємницької діяльності
Насичення ринку товарами і послугами	Запобігання диспропорцій в доходах різних соціальних груп
Підтримка депресивних територій розвиток інновацій	Зростання доходів і інвестицій населення

Джерело: складено автором на основі [18; 20]

Успішний розвиток сучасних підприємницьких структур дозволить отримати не тільки прямий економічний ефект у вигляді зростання ВВП, доходів населення і доходів державного бюджету, а й значний соціальний ефект у вигляді стимулювання зайнятості, розвитку ринкового середовища і освоєння нових ринків, що також повинно дозволити знизити соціальну напруженість. Однак досягнення позитивних ефектів можливо лише в разі успішної інтеграції малого та середнього бізнесу в ринковий простір шляхом розвитку та підтримки інтересів суб'єктів малого і середнього бізнесу у системі міжнародних економічних відносин за рахунок удосконалення торговельної політики. Цього вимагають

також посилення процесів глобалізації світової економіки і загострення конкуренції на всіх ринках.

У зарубіжних країнах малий і середній бізнес з кожним роком розвивається все швидше завдяки великим фінансовим вкладенням і державній підтримці. Рівень розвитку економіки більшості держав, особливо ЄС, залежить від ефективності малого і середнього бізнесу, який займає велику частку в структурі ВВП і забезпечує при цьому зайнятість населення, надаючи можливість вирішити економічні, політичні та соціальні проблеми держави. У таблиці 1.4 представлено основні тенденції розвитку малого і середнього бізнесу та його внесок в національну економіку окремих країн ЄС.

Таблиця 1.4

Тенденції розвитку малого і середнього бізнесу та його внесок в національну економіку окремих країн ЄС

Держава	Частка у загальній кількості підприємств, %		Частка у загальній зайнятості населення, %		Частка у структурі ВВП, %		Частка в експорті, %	
	1990-2000	2010-2018	1990-2000	2010-2018	1990-2000	2010-2018	1990-2000	2010-2018
ЄС	86-88	97-98	55-58	70-72	50-55	65-68	45-51	68-70
Німеччина	87-88	98,5-99,7	50-52	66-69	42-46	55-57	38-40	50-52
Італія	89-90	98-99,8	55-58	70-73	46-50	58-60	42-48	58-60
Франція	82-85	98-99,6	40-45	58-60	46-50	55-57	36-42	48-50

Джерело: складено автором на основі даних Євростат

Проаналізувавши дані таблиці 1.4, можна зробити висновок, що роль малого і середнього бізнесу в національній економіці країн ЄС досить значна. Порівняльна статистика різних країн вказує на те, що високі показники економічного розвитку та конкурентоспроможності підприємств на світовому ринку пропорційні розвитку малого і середнього бізнесу в цих державах. Позитивна динаміка спостерігається в 80% представлених країн на всьому горизонті 1990-2018 рр., що в свою чергу говорить про постійну фінансову,

організаційну, правову підтримку з боку держави. Позитивна динаміка може досягатися тільки в умовах стабільної державної підтримки, яка спрямована на усунення ряду основних проблем підприємництва.

На сьогодні у переважній кількості розвинених країн, частка малих та середніх підприємств може досягати до 99%. Згідно зі статистичними даними, кількість підприємств середнього бізнесу в державах ЄС не перевищує 1%, але в них задіяно 20% всього населення, що в свою чергу є значним показником.

Програми та інфраструктура підтримки малого бізнесу, розвитку цифрових технологій, що діють в країнах Європи, демонструють високу ефективність.

Згідно з даними Євростату, Німеччина - лідер за такими показниками розвитку малого бізнесу, як чисельність персоналу, працевлаштованого в малому і середньому бізнесі, а також виручка (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Основні показники розвитку малого і середнього бізнесу в окремих країнах ЄС (не включаючи мікропідприємства) (2018 р.)

Джерело: складено автором на основі даних Євростат

Італія перебуває на першому місці за загальною кількістю підприємств, випереджаючи Німеччину більш ніж в 1.5 рази (3,7 млн. підприємств порівняно з 2,4 млн. у Німеччині). Франція знаходиться на 3 місці в Європі по обороту малого

і середнього бізнесу, і на другому, після Італії за кількістю підприємств. Для Німеччини характерно менше число підприємств, але високий оборот (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Основні показники розвитку малого і середнього бізнесу в окремих країнах ЄС
(не включаючи мікропідприємства) (2018 р.)

	Чисельність персоналу, тис. осіб	Кількість підприємств, тис. од.	Виручка малих і середніх підприємств, тис. євро
Німеччина	17787	2350	2880
Франція	8986	1913	2003
Італія	11196	3664	1987
Іспанія	8087	2451	1114
Голандія	3585	1084	873
Бельгія	1919	598	643
Польща	5907	1592	516
Данія	1071	207	284
Чехія	2429	994	253
Фінляндія	954	226	205
Угорщина	1811	532	159
Румунія	2552	450	156
Люксембург	175	31	106
Словаччина	1079	427	102
Болгарія	1429	322	85
Словенія	436	134	57
Литва	709	184	51
Хорватія	688	145	47
Латвія	503	108	40
Естонія	324	67	39
Кіпр	181	-	20
Мальта	106	26	16

Джерело: складено автором на основі даних Євростат

Малий бізнес у Німеччині надзвичайно впливовий завдяки підтримуючій політиці держави. Серед всіх видів бізнесу, малий займає найбільшу частину. У Німеччині налічується близько 1,8 млн. підприємств малого бізнесу (близько 80% всіх підприємств країни) і близько 550 тисяч середніх підприємств, їх діяльність охоплює 97 різних сфер діяльності. Близько 25% від цього числа експортують виробничі товари, роботи, послуги, забезпечуючи цим 17% зовнішньої торгівлі країни. У малому та середньому бізнесі зайнято приблизно 70% працездатного

населення, а податкові надходження складають близько 41%, що становить майже половину всього ВВП Німеччини.

Досягнутий рівень розвитку малого і середнього підприємництва в Німеччині безпосередньо залежить від інструментів державної підтримки, яке інвестує близько 50% від загальної суми державного фінансування у розвиток цього бізнесу. Щорічно малі і середні підприємства отримують кредити на суму 50 млрд. євро. В країні також спостерігається тенденція заміщення низькокваліфікованої праці іноземними громадянами, в той час, як самі жителі Німеччини здійснюють професійну діяльність в сферах, де необхідний високий рівень освіти: високі технології, наукові розробки, засоби масової інформації. За останній час, завдяки малому і середньому підприємству, досягнення в сфері наукових дослідницьких розробок зросли в Німеччині на 32%, що в свою чергу позначилося на зростанні економіки [24].

Розглянуті підходи до класифікації малого і середнього бізнесу використовують основні критерії - чисельність персоналу і обсяг виручки, але вони не дають уявлення про сферу діяльності підприємства, можливості конкурувати з іншими підприємствами і перспективи його зростання і підвищення ділової активності. Підприємства малого і середнього бізнесу в економіці ЄС є основою її зростання, провідною політичною силою. Крім цього, малий і середній бізнес є ринковим суб'єктом, який має великий запас гнучкості, може адаптовуватися під вплив економічних умов, а також має високу маневреність при реалізації інноваційних проектів. Саме тому необхідно дослідження та вдосконалення системи регулювання торговельної політики у просуванні інтересів малого і середнього бізнесу.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПРАКТИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В ПРОСУВАННІ ІНТЕРЕСІВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В КРАЇНАХ ЄВРОСОЮЗУ

2.1. Аналіз малого і середнього бізнесу у системі міжнародних торговельно-економічних відносин ЄС

Особливості національної економіки відіграють значну роль, розподіляючи суб'єкти малого та середнього підприємництва у пріоритетних напрямках (рис. 2.1).

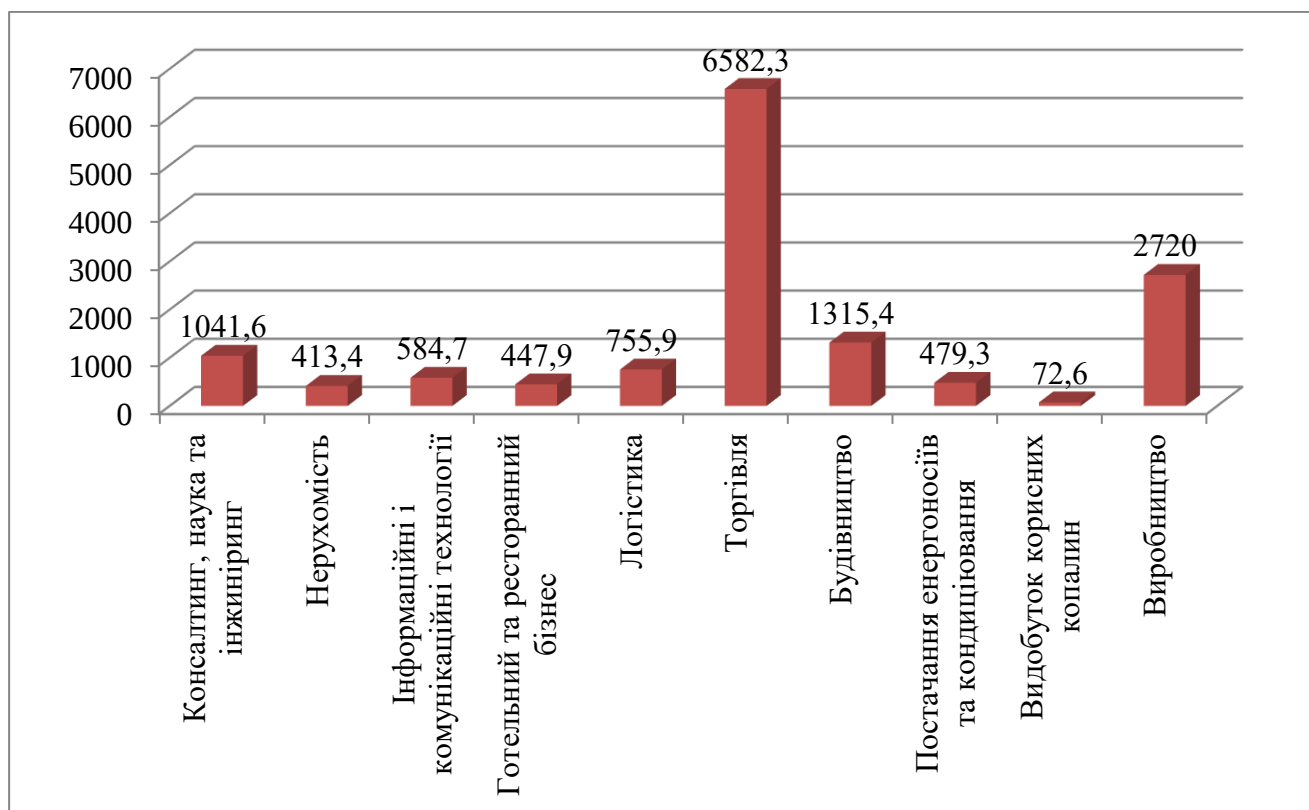


Рис. 2.1. Основні галузі малого та середнього бізнесу країн Європи за оборотом, млрд. євро (2018 г.)

Джерело: складено автором на основі даних Євростат

Лідери ЄС по обороту малого і середнього бізнесу у видобутку корисних копалин - Італія (багато невеликих родовищ, часто виснажених і нерентабельних

для великої промисловості) та Норвегія (нафта, газ, поліметали). Великобританія - лідер по обороту малого і середнього бізнесу в будівельній галузі, а також у високотехнологічних галузях: інформаційні та телекомунікаційні послуги, послуги в області досліджень і розробок.

У ЄС умови ведення бізнесу малими і середніми підприємствами сильно відрізняються залежно від регіонів. В цілому основна галузь, в якій малий та середній бізнес має максимальний потенціал розвитку, - торгівля. Але також важливо підтримувати такі перспективні напрямки, як виробництво, будівництво, і, особливо, наука і інжиніринг (рис. 2.1).

У 2018 році, Forbes вивчив найпотужніші економіки світу за останні 12 років і визначив, які з них найбільш привабливі для капіталовкладень у відкриття малого і середнього бізнесу. Великобританія очолила цей список. Великобританія за підсумками референдуму, який проводився в 2017 році, вийшла з ЄС 1 лютого 2020 року. Незважаючи на те, що це негативно вплинуло на курс фунта по відношенню до долара, знизившись на 9%, економіка Великобританії в цілому рухається в позитивному напрямку [27]. В даний час економіка Великобританії продовжує зростати, а рівень безробіття, завдяки розвитку малого і середнього підприємництва, впав до рекордного за 42 роки рівня в 4,3%.

У 2018 р. частка малого та середнього бізнесу в сукупному ВВП ЄС становила 47%. Причому 48,9% всіх підприємств малого та середнього бізнесу діяло у сфері послуг, і з кожним роком зміст зайнятих у даній сфері зростає в середньому на 0,4%. Річний оборот таких підприємств знаходиться в інтервалі 16,5 тис. – 125 тис. євро; 31,4% – у сфері виробництва і близько 19,7% – в торгівлі, яка складає 10% валової доданої вартості і нараховує більше 610 тис. підприємств [32].

Малий та середній бізнес займає провідне місце і в частці зайнятих, і в створенні ВВП окремих країн ЄС (табл. 2.1).

Як бачимо, частка малого та середнього бізнесу у формуванні ВВП в розвинених країн коливається в інтервалі від 50 до 80%. Наприклад, у Франції даний показник становить 56%, при цьому 64% населення країни зайняті на

підприємствах малого та середнього бізнесу. В Німеччині внесок малого та середнього бізнесу в економіку країни становить 50% ВВП та охоплює 61% зайнятих. Для Італії даний сектор забезпечує робочими місцями 80% економічно активного населення, частка у ВВП при цьому також складає 80%.

Таблиця 2.1

Внесок малого та середнього бізнесу в 2018 р. в забезпечення зайнятості та ВВП окремих країн ЄС, %

Країна	Частка зайнятих у малому та середньому бізнесу	Частка малого та середнього бізнесу у ВВП
Німеччина	61	50
Франція	64	56
Італія	80	80

Джерело: складено автором на основі даних Євростат

Враховуючи невелику кількість працівників, які швидко мобілізуються до змін на ринку, малий та середній бізнес в розвинутих країнах стає важливим фактором, який стимулює позитивні зрушення у розвитку господарських процесів. Важливим є те, що підприємства малого та середнього бізнесу забезпечують працевлаштування соціально незахищених верств населення. Саме на цих підприємствах вони набувають досвіду, знань, отримують кар'єрний зріст та самореалізацію.

Розвитку малого та середнього бізнесу в країнах ЄС притаманна диференціація за сферами економічної діяльності. У 2018 р. малий та середній бізнес у ЄС займав передові позиції в таких галузях, як виробництво, будівництво, торгівля, бізнес-послуги, харчова промисловість (рис. 2.3), забезпечуючи роботою дві третини від загальної кількості працівників та більше половини сукупного ВВП. Ці п'ять секторів становлять 4/5 всього малого та середнього бізнесу в ЄС.

При цьому майже половина малого та середнього бізнесу ЄС є інноваційними, оскільки самотійно або в партнерстві виконують науково-дослідні роботи, пропонують на ринку нові продукти й технології, здійснюють комерціалізацію уже наявних продуктів і технологій. За результатами окремих

досліджень підприємства малого та середнього бізнесу у західній ЄС ефективніші у виконанні науково-дослідних робіт та створенні інноваційних продуктів, ніж великі підприємства.

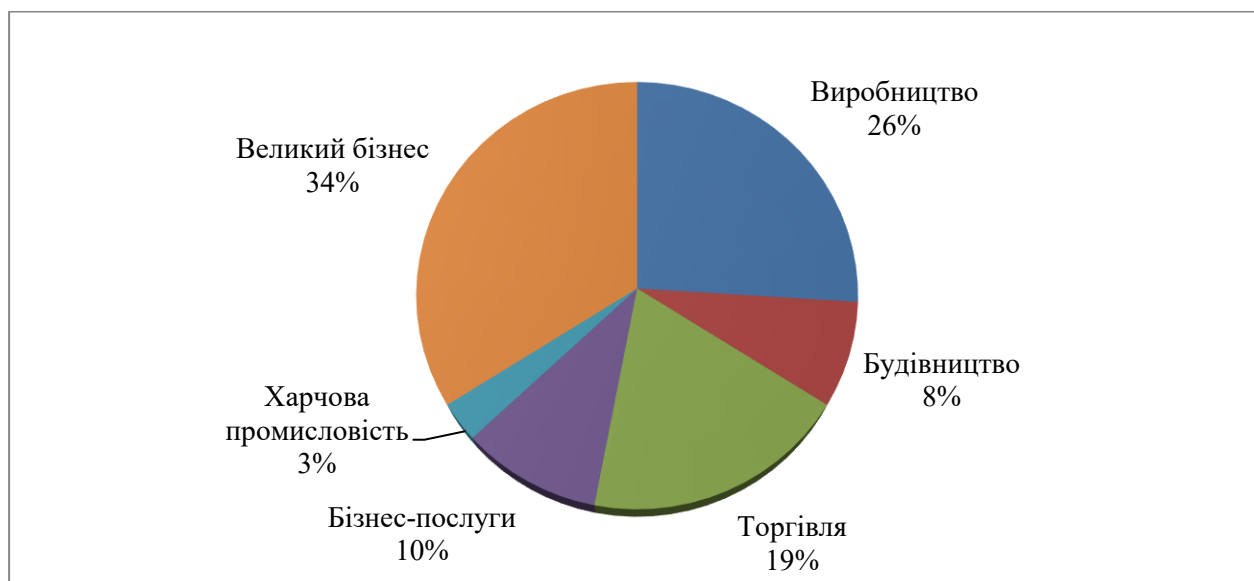


Рис. 2.2. Структура загальної доданої вартості малого та середнього бізнесу за секторами в ЄС за 2018 р.

Джерело: складено автором на основі даних Євростат

Понад 25% усього малого та середнього бізнесу ЄС у виробничій сфері, посідає досить високі конкурентні позиції на світовому ринку [2]. Високотехнологічний малий та середній бізнес створює близько 6% доданої вартості, тоді як великі високотехнологічні підприємства - 13% доданої вартості. В середньому більшість високотехнологічного малого та середнього бізнесу держав-членів ЄС виробляють від 1% до 10% доданої вартості. Проте, в таких країнах, як Ірландія і Мальта, високі технології в малого та середнього бізнесі особливо важливі. Наприклад, в Ірландії більше 30% доданої вартості створюється в секторі високих технологій малого та середнього бізнесу. На Мальті цей показник дорівнює 18% [32].

Як бачимо, підприємства малого та середнього бізнесу відіграють значну роль як в економічному, так і соціальному розвитку країн ЄС.

Мікропідприємства, з чисельністю персоналу до 10 осіб забезпечують більшу частину робочих місць у малому і середньому бізнесі у ЄС. Кількість зайнятих в цих підприємствах наближається до кількості персоналу у великих компаніях.

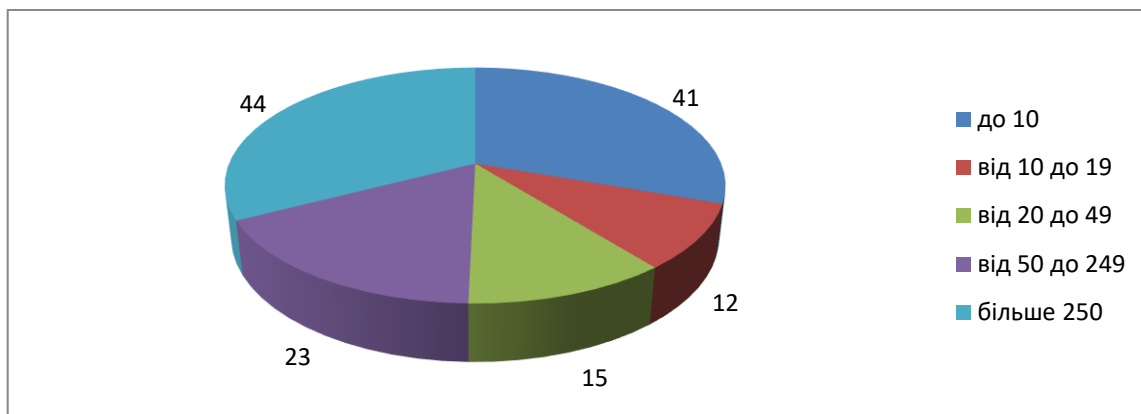


Рис. 2.3. Структура малого та середнього бізнесу в ЄС за чисельністю персоналу
Джерело: складено автором на основі даних Євростат

Ці підприємства також домінують по обороту бізнесу серед компаній малого і середнього бізнесу. На другому місці - середні компанії від 50 до 249 осіб. При такій чисельності можлива ефективна робота не тільки в традиційних для мікропідприємств торгівлі і сфері послуг, але і в багатьох високотехнологічних галузях.

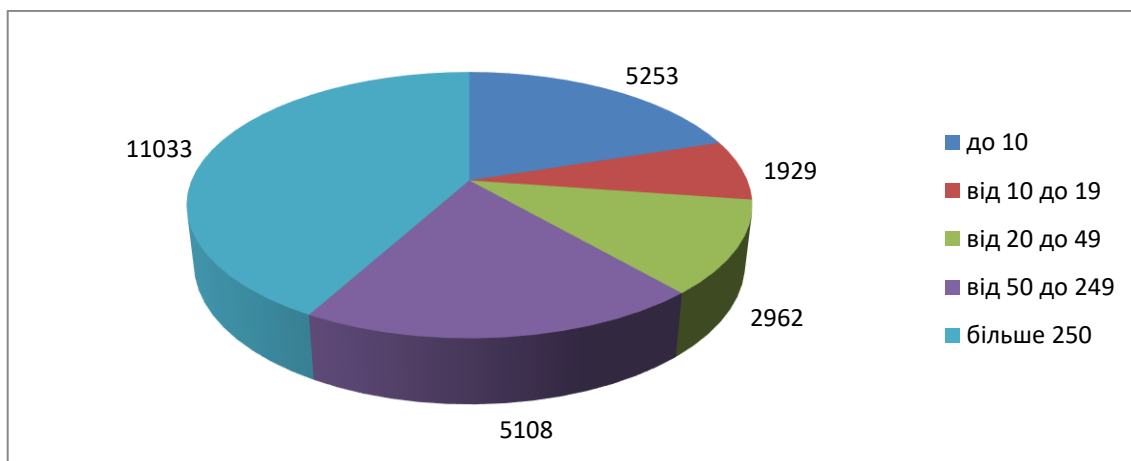


Рис. 2.4. Структура малого та середнього бізнесу в ЄС за оборотом, млн..євро
Джерело: складено автором на основі даних Євростат

За показником «оборот на співробітника» компанії середнього бізнесу є лідерами, випереджаючи, в тому числі великий бізнес.

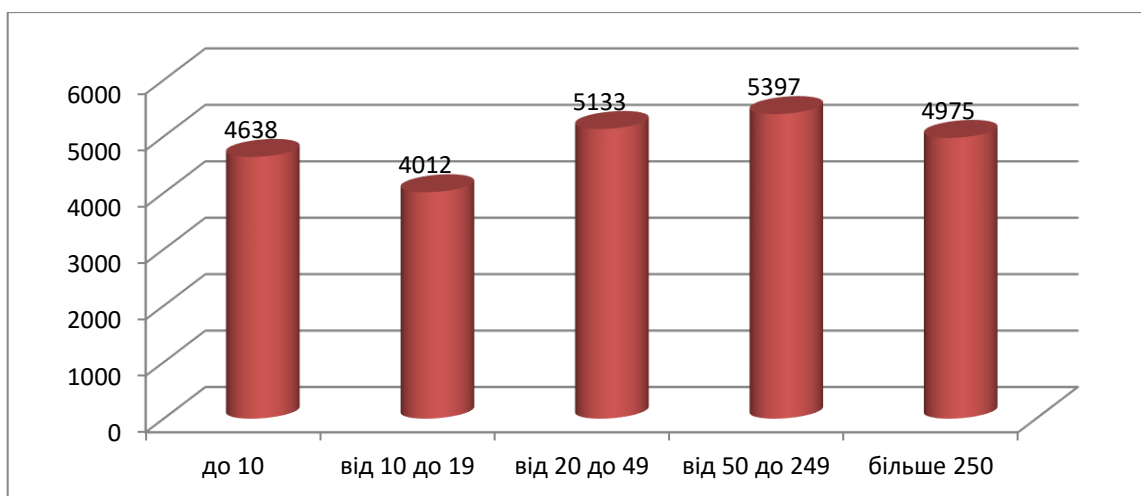


Рис. 2.5. Структура малого та середнього бізнесу в ЄС за оборотом на одного співробітника, тис. євро

Джерело: складено автором на основі даних Євростат

Економічна ефективність - важливий фактор, що визначає значну частку мікропідприємств чисельністю до 10 осіб в економіці ЄС. За валовою рентабельністю до вирахування витрат на персонал (співвідношення Value added at factor cost / turnover) лідирують мікропідприємства чисельністю до 10 працівників.

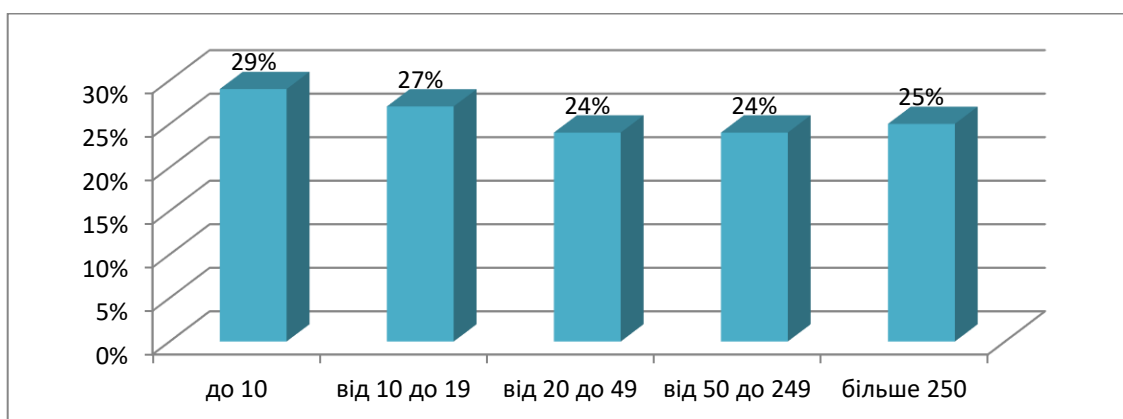


Рис. 2.6. Структура малого та середнього бізнесу в ЄС за оборотом на одного співробітника, тис. євро

Джерело: складено автором на основі даних Євростат

З огляду на те, що значна частина таких мікропідприємств є фактично робочими місцями їх власників, очевидна велика позитивна роль малого і середнього бізнесу для економіки країн ЄС.

Європейський досвід, а також ключові порівнянними показниками (оборот малого бізнесу на одного співробітника, валова рентабельність і інші) можуть бути ефективно використані при розробці довгострокової прозорості та ефективної торговельної політики та просування інтересів малого і середнього підприємництва в ЄС на світовому ринку.

Важливою тенденцією сучасного розвитку малого та середнього бізнесу в ЄС є сприяння інтенсифікації іноземній торгівлі. Останнє створює додаткові можливості для стійкої конкурентоспроможності за рахунок розвитку прикордонного співробітництва, розширення обміну знаннями, а також доступ до нових ринків [33]. Дослідження, проведені в ЄС, свідчать, що експортно-орієнтовані малі та середні підприємства демонструють вищі обсяги товарного обороту і зайнятості в порівнянні з підприємствами малого та середнього бізнесу, що працюють тільки на внутрішньому ринку. Важливим фактом є те, що експортно-орієнтовані малі та середні підприємства є більш інноваційними: 26% цих підприємств представляють товари або послуги, які є новими для свого сектора в своїй країні, в той час як серед інших підприємств малого та середнього бізнесу цей показник склав лише 8% [32].

З розвитком ринків суб'єкти малого та середнього бізнесу в ЄС зіткнулися з проблемами доступу до ринкової інформації інших країнах задля знаходження потенційних клієнтів і відповідних партнерів, проблемами дотримання іноземних законів (норми договірної права, митні правила, технічні регламенти та стандарти, захист інтелектуальної або промислової власності) [34]. Зазвичай сектор малого та середнього бізнесу менш підготовлений до вирішення таких проблем у порівнянні з великими компаніями, які мають достатньо власних фінансових і людських ресурсів. У зв'язку з цим, експерти відзначають, що чим більшою є компанія, тим більш інтенсивною є її експортна діяльність. Частка малого та середнього бізнесу в експорті певних країн ЄС наведена в таблиці 2.2.

Частка підприємств малого та середнього бізнесу в експорті окремих країн ЄС

Країна	2017	2018
Італія	44,5%	48,2%
Іспанія	49,3%	41,5%
Португалія	40,5%	47,9%

Джерело: складено автором на основі даних Євростат

Як бачимо, підприємства малого та середнього бізнесу забезпечують майже половину в експорті всіх товарів та послуг в окремих країнах ЄС. Можна виділити низку ознак притаманних малому та середньому бізнесу в країнах ЄС:

- швидке перетворення ідей в ринкову продукцію;
- міжнародна орієнтація;
- високий ступінь спеціалізації;
- здатність успішно знаходити і займати ніші на ринках;
- низька капіталомісткість;
- відсутність бюрократизму в управлінні;
- незначний негативний екологічний вплив на навколишнє середовище;
- стійкість до зовнішніх змін.

Питанням підтримки малого та середнього бізнесу за певних умов господарювання приділяється велика увага з боку урядів країн ЄС. При цьому необхідність існування певної політики підтримки малого та середнього бізнесу не є самоочевидною, оскільки самі підприємці вважають, що вони краще від будь-кого іншого знають вигідні рішення для свого бізнесу та стратегії діяльності або за ідеальних умов (без перешкод з боку держави) у сфері діяльності малого та середнього бізнесу спрацьовує ринковий механізм. Зокрема, до таких умов можна віднести:

- націленість на максимізацію прибутку;
- досконалу систему інформаційного забезпечення;
- необмежену мобільність ресурсів;
- спрощену процедуру реєстрації підприємства і його входження на ринок;

– нейтралітет політики держави.

Європейський Союз (ЄС) є ключовим гравцем на світових ринках, і його країни-члени забезпечують приблизно третину світової торгівлі. Франція, Німеччина, Італія, Іспанія та Великобританія, які є найбільшими економіками ЄС, забезпечують більше половини міжнародної діяльності ЄС.

Малий та середній бізнес становить до 40% експорту та 50% імпорту в цих п'яти країнах. Однак їхня роль у міжнародній торгівлі не перевищує ролі на внутрішніх ринках, де вони створюють більше 50% доданої вартості та забезпечують 2/3 робочих місць.

Більшість малих та середніх підприємств у Франції, Німеччині, Італії, Іспанії та Великобританії не беруть участь у міжнародних відносинах. Менше 30% усіх малих та середніх підприємств експортує товари та послуги переважно до інших країн ЄС, і менше 3% інвестує за кордон.

Незважаючи на позитивний вплив, який може мати інтернаціоналізація на розвиток малих та середніх підприємств та їх конкурентоспроможність, лише незначна частина тих суб'єктів, які зараз не працюють на світових ринках, розглядає питання експорту чи імпорту в майбутньому. Якби вони реалізували свої плани, це мало б значний вплив на структуру світової торгівлі.

Ключовими бар'єрами на шляху інтернаціоналізації для малих та середніх підприємств є відсутність інформації про зовнішні ринки, труднощі у пошуку ділових партнерів за кордоном, обтяжливі адміністративні процедури та обмежені людські ресурси.

Малі й середні підприємства мають значний внесок у торгівлю ЄС. Статистика міжнародних торгових потоків за розмірами фірми стала доступною лише в останні роки. База даних щодо торгівлі за характеристиками підприємств є результатом спільних зусиль Євростату та ОЕСР щодо узгодження митних даних та офіційної статистики торгівлі з інформацією з реєстрів підприємств.

Дані мають кілька похибок. Статистичні дані про послуги не включаються, і дані стосуються виключно виробничих товарів. Останні цифри датуються 2015 роком. Додатковим обмеженням бази даних є те, що незначна частка торгівлі, а

також трейдерів класифікується як «невідома», що означає, що вона не може бути віднесена до будь-якого з класів розміру фірми.

Частка «невідомої» торгівлі різниться залежно від країни. У багатьох країнах є вагомі підстави вважати, що це здебільшого дані по малим і середнім підприємствам. Експерти окремо враховують «невідому» торгівлю від торгівлі малих і середніх підприємств (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Експорт п'яти найбільших країн-членів ЄС (Франція, Німеччина, Італія, Іспанія та Великобританія) за розмірами фірм у 2018 р.

Всього п'ять найбільших країн-членів ЄС	Обсяги товарообігу		Кількість торгових фірм		Середній товарообіг
	Млрд..Євро	У % до підсумку	Тис. од.	У % до підсумку	Млн..Євро
Загальний експорт товарів	2734.3	100.0 %	947.7		2.9
В тому числі в межах ЄС	1,538.4	56.3 %	2.2	100.0 %	703.3
Малі та середні підприємства	485.4	31.6 %	579.8	82.4 %	0.8
Від 1 до 9 співробітників	100.7	20.7 %	364.4	62.9 %	0.3
Від 10 до 49	133.8	27.6 %	164.9	28.4 %	0.8
Від 50 до 249	250.9	51.7 %	50.5	8.7 %	5.0
Великі підприємства	864.4	56.2 %	14.1	2.0 %	61.2
Не визначено розмір фірми	188.7	12.3 %	109.4	15.6 %	1.7
В тому числі поза межами ЄС	1,195.9	43.7 %	527.2	100.0 %	2.3
Малі та середні підприємства	297.9	24.9 %	421.5	80.0 %	0.7
Від 1 до 9 співробітників	59.0	19.8 %	250.0	59.3 %	0.2
Від 10 до 49	87.8	29.5 %	125.7	29.8 %	0.7
Від 50 до 249	151.1	50.7 %	45.8	10.9 %	3.3
Великі підприємства	785.2	65.7 %	14.8	2.8 %	53.1
Не визначено розмір фірми	112.7	9.4 %	90.9	17.2 %	1.2

Джерело: складено автором на основі даних Євростат

Виходячи з цих цифр, у п'яти найбільших країнах-членах ЄС малі і середні підприємства забезпечують майже 32% експорту всередині ЄС та близько 25% експорту поза ЄС. Крім того, вони складають 37% імпорту всередині ЄС та 32% імпорту поза ЄС у Франції, Німеччині, Італії, Іспанії та Великобританії. Якби до

групи малих і середніх підприємств також віднесено «невідому» торгівлю, ці частки могли б бути приблизно на 10-15 процентних пунктів вищими.

Таблиця 2.4

Імпорт п'яти найбільших країн-членів ЄС (Франція, Німеччина, Італія, Іспанія та Великобританія) за розмірами фірм

Всього п'ять найбільших країн-членів ЄС	Обсяги товарообігу		Кількість торгових фірм		Середній товарообіг
	Млрд..Євро	У % до підсумку	Тис. од.	У % до підсумку	Млн..Євро
Загальний імпорт товарів	2,678.3	100.0 %	1,701.5		1.6
В тому числі в межах ЄС	1,664.0	62.1 %	1,398.2	100.0 %	1.2
Малі та середні підприємства	616.3	37.0 %	1,114.2	79.7 %	0.6
Від 1 до 9 співробітників	155.3	25.2 %	798.5	71.7 %	0.2
Від 10 до 49	184.4	29.9 %	247.5	22.2 %	0.7
Від 50 до 249	276.6	44.9 %	68.3	6.1 %	4.1
Великі підприємства	846.8	50.9 %	20.2	1.4 %	42.0
Не визначено розмір фірми	201.0	12.1 %	263.9	18.9 %	0.8
В тому числі поза межами ЄС	1,014.3	37.9 %	606.8	100.0 %	1.7
Малі та середні підприємства	321.6	31.7 %	437.3	72.1 %	0.7
Від 1 до 9 співробітників	80.1	24.9 %	276.0	63.1 %	0.3
Від 10 до 49	107.3	33.4 %	114.1	26.1 %	0.9
Від 50 до 249	134.2	41.7 %	47.2	10.8 %	2.8
Великі підприємства	548.7	54.1 %	16.7	2.7 %	32.9
Не визначено розмір фірми	144.0	14.2 %	152.7	25.2 %	0.9

Джерело: складено автором на основі даних Євростат

Отже, на малі і середні підприємства припадає значна частка торгівлі в п'яти найбільших економіках ЄС. Однак, беручи до уваги, що малі і середні підприємства забезпечують щонайменше дві з трьох робочих місць у цих країнах і відповідають за набагато більше 50% доданої вартості в ЄС, їх частка в обсягах торгів відносно невелика. Це також стосується їх частки в кількості торговців. Хоча малі і середні підприємства представляють щонайменше 99,6% від загальної кількості фірм у Франції, Німеччині, Італії, Іспанії та Великобританії, вони представляють лише 83,2% від загальної кількості торговельних підприємств

(98%, якщо всі торговці, класифіковані як «невідомі», були малими і середніми підприємствами).

Малі і середні підприємства мають сильну спрямованість на торгівлю всередині ЄС. Майже дві третини експорту цих фірм - це експорт всередині ЄС. Навпаки, великі фірми експортують майже так само до країн, що не входять до ЄС, ані до напрямків всередині ЄС. Картина подібна для імпорту. Це підкреслює відносну важливість внутрішнього ринку ЄС для міжнародно активних підприємств малого і середнього бізнесу у Франції, Німеччині, Італії, Іспанії та Великобританії.

Чи справді малі і середні підприємства імпортують більше, ніж експортують? Дані свідчать про те, що у Франції, Німеччині, Італії, Іспанії та Великобританії вони імпортують приблизно на 15% більше, ніж експортують (938 млрд. Євро проти 783 млрд. Євро). Кількість малих і середніх підприємств-імпортерів у цих п'яти країнах перевищує відповідну кількість експортерів. Різниця особливо виражена щодо торгівлі всередині ЄС.

Одним із пояснень статистичної різниці між імпортом та експортом підприємств малого і середнього бізнесу є те, що вони часто продають напівфабрикати в межах національних кордонів великим підприємствам, які використовують їх у процесі виробництва, а потім відправляють готову продукцію за кордон. Також малі і середні підприємства продають свої товари оптовикам, які потім експортують ці товари. У традиційній статистиці напівфабрикати, вироблені підприємствами малого і середнього бізнесу, не враховуються при розрахунку експорту, а повністю віднесені до експорту готової продукції великих підприємств. Як результат, обсяги експорту великих підприємств, як правило, завищені, тоді як обсяги експорту малих і середніх підприємств досить занижені.

В ЄС діяльність непрямого експорту підприємств малого і середнього бізнесу надзвичайно актуальна. Наприклад, репрезентативне опитування показує, що серед підприємств Німеччини 70% малих і середніх підприємств експортують опосередковано, а непрямий експорт становить 18% від загального обороту.

Таким чином, малі і середні підприємства беруть участь у експортній діяльності більше, ніж передбачає офіційна статистика.

2.2. Інституційне забезпечення та інструменти торговельної політики для підприємств малого і середнього бізнесу в Євросоюзі

Експансія європейських малих та середніх підприємств на міжнародні ринки є важливою метою політики ЄС, яка може суттєво посилити розвиток економіки ЄС. Сприяння інтернаціоналізації малих та середніх підприємств ЄС є частиною цілей, встановлених Європейською Комісією у своїх повідомленнях «Small Business Act for Europe» (ЕС, 2008 р.) та «Small Business, Big World» (ЕС, 2011а). Підтримка економічної діяльності МСП за межами ЄС також закладена в загальній стратегії конкурентоспроможності ЄС, як зазначено у «Europe 2020 Communication on Industrial Policy» та «The EU 2010 Trade, Growth and World Affairs strategy» (ЕС, 2010а), зокрема щодо впровадження та забезпечення сторони торгової політики ЄС та переглянутої Стратегії доступу на зарубіжні ринки (Market Access Strategy) «Global Europe - a stronger partnership to deliver market access for European exporters» (ЕС, 2007).

Такі політичні ініціативи ЄС вже допомагають великій кількості МСП ЄС вийти на міжнародні ринки за межами ЄС. Однак існує можливість для ще більшої кількості МСП ЄС вийти на міжнародні ринки. Це пояснюється тим, що бар'єри, характерні для окремих секторів діяльності МСП, та інші бар'єри, що не підпадають під контроль МСП, можуть перешкодити їм вийти на міжнародні ринки. Навіть ті фірми, які вже націлені на ринки за межами ЄС, можуть підвищити свою ефективність на міжнародних ринках. Більшість фірм-експортерів з ЄС продовжують мати вузьку експортну стратегію. Дані, доступні в базі даних Eurostat Trade by Enterprise Characteristics (TEC), свідчать, що 60% усіх фірм-експортерів (включаючи МСП) залежать від експорту лише на один або два ринки поза ЄС. Можна стверджувати, що менш концентрована експортна

стратегія може зменшити вплив волатильності на ринках і, крім того, посилити потенціал МСП для охоплення більшого числа міжнародних споживачів.

У ЄС діє Положення про торговельні бар'єри (Trade Barriers Regulation, TBR) - це юридичний інструмент, який надає права фірмам, асоціаціям, галузям та державам-членам Європейського Союзу подавати скарги до Європейської Комісії. Він спрямований на відкриття ринків третіх країн шляхом усунення перешкод у торгівлі для експортерів ЄС. На додаток до TBR, ЄС підтримує базу даних про доступ до ринку (Market Access Database, MAD), яка збирає дані про торгові бар'єри в третіх країнах. Фірми та бізнес-групи мають можливість вводити дані про умови експорту та повідомляти про торгові бар'єри. Співробітники Європейської комісії розглядають скарги та можуть залучити торгових партнерів для їх розгляду.

У 2015 році ЄС оприлюднив нову торгову політику «Trade for All», яка була частково спрямована на підвищення ефективності торгівлі у забезпеченні економічних можливостей, більшої прозорості у відкритті переговорів для посиленого контролю та досягнення завдань і цілей, а також інтересів малих та середніх підприємств ЄС. Нова політика мала на меті встановити нові пріоритети у торгівлі, які забезпечували взаємну вигоду для всіх залучених сторін. Розвиток Єдиного європейського ринку та його поширення на світовий рівень за допомогою торгівлі було ключовою метою європейської інтеграції протягом шести десятиліть, тому торгівля для всіх є провідною ініціативою.

Цей проект сприятиме реалізації нової політики, зокрема стосовно пропонуванних торгових переговорів з Австралією та Новою Зеландією. Проект залучає стейкхолдерів серед урядів країн, бізнесу та суспільства для вивчення різних точок зору на торгівлю та наслідків заходів більш відкритого торгового середовища між партнерами.

Зокрема, проект взаємодіє із зацікавленими сторонами малого та середнього підприємництва (МСП). Пріоритет відображає аналіз секторів економіки ЄС, які, ймовірно, отримають вигоду від більш відкритих торговельних угод. МСП, які експортують щонайменше в одну іншу країну, частіше демонструють зростання

зайнятості та вищу заробітну плату. Цей проект перевірить ці припущення, коли політика уряду ЄС підкреслює важливість торговельної політики та полегшує доступ МСП до світових ринків. Найважливіше питання полягає в тому, як МСП ЄС можуть отримати найбільшу користь від більш відкритої торгівлі та чи сприятимуть ці вигоди підвищенню якості життя громадянського суспільства.

Метою цього проекту є вдосконалення знань про торговельну політику та обґрунтування перспективних наслідків більш відкритого глобального торгового середовища, особливо для МСП в ЄС. Це посилить дослідження ЄС у цій галузі шляхом:

- залучення зацікавлених сторін МСП, представників громадянського суспільства, урядовців, науковців та інших стейкхолдерів до обміну думками щодо переваг експортної та торгової діяльності, ролі інновацій та потенційних наслідків більш відкритих глобальних торговельних угод;
- порівняння аналізів зацікавлених сторін Австралії з аналізом досліджень ЄС щодо залучення МСП до експортної діяльності та світової торгівлі та їх ставлення до наслідків більш відкритого глобального торгового середовища;
- сприяння політичній дискусії щодо ролі інноваційних МСП у світовій торгівлі.

Основними результатами проекту буде формування політики та включення положень до торговельних переговорів між ЄС та Австралією, а можливо і між ЄС та Новою Зеландією, які покращують можливості торгівлі та доступу до світових ринків для МСП.

Підтримка європейського бізнесу у доступу до ринків як в межах ЄС, так і за його межами, та пошук нових ділових партнерів за кордоном, використовує можливості торговельної політики. Цю роль може відігравати цілий ряд програм / інструментів, наприклад, Європейська мережа підприємств (Enterprise Europe Network, EEN), якою керує DG GROW. EEN пропонує міжнародну підтримку домовленостей та стимулює інновації.

EEN - це мережа підтримки бізнесу, яка була започаткована у 2008 році Генеральним директором з питань підприємництва та промисловості (DG

ENTR) Комісії, який тепер називається DG GROW. EEN прагне допомогти МСП впроваджувати інновації та розвиватися на міжнародному рівні (тобто за межами їх національних кордонів, всередині та поза ЄС. EEN пропонує поєднання міжнародних зв'язків, поради щодо міжнародного зростання та послуги підтримки для інновацій у бізнесі. EEN впроваджується Виконавчим агентством для малих та середніх підприємств (Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises, EASME) через консорціуми «організацій-членів мережі», які відбираються за допомогою конкурсних заявок. Організації-члени включають технологічні полюси, організації підтримки інновацій, університети та науково-дослідні інститути, організації регіонального розвитку та торгово-промислові палати. Консорціуми безкоштовно надають послуги EEN у визначеному географічному регіоні, щоб забезпечити близькість до місцевих МСП.

На кінець 2018 року EEN охопив 65 країн із 599 партнерськими організаціями, згідно зі звітом EASME 2019 року. Мережа охоплює всі країни-члени ЄС, а також вісім країн, що не входять до ЄС, які беруть участь у програмі ЄС з питань конкурентоспроможності підприємств та МСП (COSME), яка співфінансує Мережу. Це країни - Албанія, Вірменія, Ісландія, Молдова, Чорногорія, Республіка Македонія, Сербія та Туреччина. У країнах ЄС та COSME мережеві партнери пропонують повний спектр послуг EEN і отримують від 40 до 60% співфінансування ЄС. Крім того, EEN залучає країни, що не є членами COSME, хоча вибрані мережеві партнери в цих країнах - так звані «Центри ділового співробітництва» (Business Cooperation Centres, BCC) - не отримують фінансування ЄС і, отже, беруть участь у мережі на основі самофінансування. BCC надають більш обмежений набір послуг. На кінець 2018 року було 27 країн BCC. Сюди входили такі країни, як Китай, Індія та Бразилія, а також Японія, США та Нова Зеландія [39].

EEN надає інформацію про торговельну політику ЄС, включаючи інтереси МСП. В рамках своєї консультативної підтримки, мережеві партнери допомагають клієнтам МСБ використовувати преференції торговельної політики ЄС. EEN також надає практичні поради щодо ведення бізнесу в іншій країні, а

ВСС надають інформацію про національні правила та регулятивні норми. Таким чином, EEN доповнює такі digital-інструменти, як EU Trade Helpdesk, Trade Market Access Database та EuroMed Trade Helpdesk.

Мережа є потужним каналом зв'язку, оскільки охоплює велику групу МСП з міжнародними амбіціями. В період 2017-2018 років партнери мережі надавали інформацію, консультації та послуги підтримки приблизно 220 000 МСП на рік. Оцінка EEN у 2008-2014 роках показала, що мережа ефективно передавала інформацію про політику ЄС, при цьому дві третини мережевих партнерів брали активну участь, і ці комунікаційні зусилля оцінювала переважна більшість МСП (ЕС, 2015b). Крім того, EEN збирає відгуки від МСП щодо існуючих та майбутніх інструментів торговельної політики ЄС. Однак механізми зворотного зв'язку EEN мало використовуються стосовно торгової політики (ЕС, 2019).

Між таким інструментом, як EEN, і цілями зовнішньої торгівлі існує зв'язок, але є можливості посилити його внесок. Більше можна зробити, активізуючи спільне мислення та діяльність, зокрема, серед Директоратів DG GROW, DG TRADE, DG International Cooperation та Development (DEVCO), та DG for Neighbourhood and Enlargement Negotiations (NEAR).

Тим більше, що проблеми, що перешкоджають експорту МСП, різняться, але можуть бути подібними для експорту всередині та за межами ЄС. Спільні потреби включають надання ринкової інформації, фінансову підтримку, підтримку інновацій та стійкості та підключення до нових ринків (ЄС, 2018a). Отже, інструмент, особливо сильний у просуванні зв'язків між бізнесом (B2B) та торгівлі на внутрішньому ринку ЄС, має гарні можливості для зростання свого внеску у торгівлю МСП за межі ЄС.

Торговельна політика ЄС може стати потужним засобом забезпечення максимального використання підприємствами малого і середнього бізнесу ринків, що розвиваються поза ЄС. Торговельна політика ЄС також є важливим напрямком для просування ЄС своїх цінностей та інтересів, зокрема з точки зору стійкості, інновацій, соціальної та екологічної інклюзії. Бізнес ЄС та, зокрема, МСП, також можуть мати або розвивати сильну конкурентну перевагу в аспектах

стійкості та інновацій як в ЄС, так і за кордоном. Інструменти стимулювання торгівлі та інвестицій, такі як EEN, можуть сприяти кращому використанню торговельної політики та угод для досягнення реальних результатів для споживачів, співробітників та бізнесу на засадах соціально-економічної ефективності та сталого розвитку.

Наприклад, EEN надає інформацію та рекомендації компаніям як в межах ЄС, так і за його межами, для кращого використання переваг інструментів торговельної політики та можливостей між ЄС та третіми країнами. Однак EEN не використовується для цієї мети повністю послідовно і стратегічно. Можна застосувати більш інтегрований підхід, щоб використовувати EEN та інші інструменти стимулювання торгівлі та інвестицій у повному обсязі для досягнення цілей сталої торгівлі. Наприклад, географічне охоплення EEN може задіяти більше третіх країн. EEN може мати більш чіткі соціальні та екологічні критерії стійкості та підтримку, а системи зворотного зв'язку EEN можуть бути використані більше, щоб допомогти виявити та зрозуміти бар'єри у торгівлі, з якими стикаються МСП. Крім того, можна посилити взаємодію з організаціями сприяння торгівлі, європейськими бізнес-організаціями та торговими палатами третіх країн як каналу для сприяння сталому розвитку та інформування європейської економічної дипломатії.

Хоча з 2017 року існують настанови європейської економічної дипломатії, всебічної політики все ще бракує. Прийняття політики європейської економічної дипломатії може забезпечити більш інтегрований стратегічний підхід, пов'язуючи європейські інтереси та цінності із залученням європейського бізнесу за кордоном у більш поінформований та більш стійкий спосіб. Це може сформувати зусилля щодо подальшого використання потенціалу EEN у третіх країнах та сприяти узгодженню та взаємодії між інструментами ЄС. Для того щоб зробити це ефективно, необхідна посилена стратегічна увага та координація в усіх інституціях ЄС та з державами-членами. Також доведеться виділити більше ресурсів для підтримки сталого залучення бізнесу до ЄС, зокрема таких установ, як EEN.

Необхідно посилення синергії із зусиллями щодо співпраці у сфері розвитку МСП. Наприклад, завдяки співпраці, місцеві бізнес-організації можуть отримати підтримку в тому, щоб отримати статус члена мережі EEN та посилити послуги, які вони надають своїм місцевим фірмам, в тому числі як частина мережі EEN.

Рушійною силою повинна бути інституційна координація. Посилення координації та співпраці між Генеральними директоратами Європейської Комісії, такими як DG TRADE, DEVCO, DG GROW, DG NEAR, з European External Action Service (EEAS), та відповідними ініціативами держав-членів ЄС буде сприяти переходу до більш уніфікованого підходу. Координація необхідна не лише на рівні штаб-квартири, але і в країнах-партнерах. В рамках делегацій ЄС у країнах-партнерах може бути посилено координацію між різними секціями, а також між представниками ЄС та його держав-членів, інструментами та агенціями, такими як Організації сприяння торгівлі (Trade Promotion Organisations).

2.3. Проблеми торговельної політики у просуванні інтересів підприємств малого і середнього бізнесу ЄС на світових ринках

Торговельна політика може впливати на інтернаціоналізацію МСП як прямо, так і опосередковано.

Експортери МСП мають порівняно більші витрати та бар'єри, ніж корпорації-експортери, через нестачу людських ресурсів та капіталу. Ці бар'єри включають тарифи, квоти та жорсткі правила походження (USITC, 2010; EP, 2008). Нетарифні бар'єри (Non-tariff measures, NTMs) впливають на МСП непропорційно через постійні витрати на дотримання вимог, які не змінюються залежно від обсягу торгівлі та неможливості МСП розподілити ці витрати на великі експортні обсяги. Приклади НТБ включають відповідність певним закордонним технічним стандартам, складні процедури ліцензування та сертифікації. Інші виклики, з якими стикаються МСП, включають складні митні процедури, контроль експорту та відсутність застосування інструментів захисту інтелектуальної власності. Відсутність прозорості щодо правил торгівлі та інших

відповідних національних правил також створює додаткові труднощі для експортерів МСП. Коливання обмінного курсу можуть мати гірший вплив на експортерів МСП, ніж на двосторонніх торговців або великих експортерів [19].

Відмінності у заходах, пов'язаних зі стандартами, залишаються однією з основних перешкод для поглиблення участі МСП у міжнародній торгівлі. Крім того, витрати на дотримання технічних регламентів та інших вимог часто дуже високі, оскільки в багатьох випадках вони потребують проведення додаткових випробувань, що займає більше часу для МСП. Одним з можливих рішень є визначення вартості конкретних торгових бар'єрів для експортерів МСП, та адекватна відповідність положень УВТ потребам європейських експортерів МСП.

Можуть бути передбачені різні ініціативи, які допоможуть МСП експортуватися за межі ЄС. Одним із рішень було б створення спільної схеми сертифікації / стандартів у деяких вибраних підгалузях з високою інтенсивністю експорту МСП (наприклад, загальна стандартизація органічних продуктів). Ще одне важливе питання, яке можна було б покращити, стосується високих вимог до маркування, які відрізняються в різних країнах. Захист прав інтелектуальної власності є важливим питанням будь-якої Угоди про вільну торгівлю ЄС, і це актуально для європейських МСП. Зокрема, для експортерів продуктів мають значення захист за географічними ознаками (Geographical Indications, GIs) та / або походженням (Protected Designation of Origin, PDOs).

Нарешті, деякі конкретні митні процедури (наприклад, попередні рішення, митна оцінка, правила щодо роздільних контейнерів, затверджений статус економічного оператора тощо) можуть забезпечити додаткові напрямки для положень, що стосуються МСП, що полегшить їх здатність до інтернаціоналізації та використання існуючих та майбутніх УВТ.

Одним із можливих заходів щодо вирішення декількох НТБ, які систематично впливають на ефективність експорту МСП, може бути створення загальної довідкової служби МСП для партнерів по УВТ. Тому доцільно надання офіційного «єдиного магазину» для технічної інформації та сприяння торгівлі, а також консультацій щодо процедур експорту.

ЄС вже виступив з ініціативою запровадити таку систему як для імпортерів ЄС, так і для експортерів. На рівні ЄС доступні декілька політичних ініціатив для вирішення деяких із цих торгових перешкод. Європейська комісія запустила декілька довідкових служб (довідкові служби для МСБ щодо інтелектуальної власності, підтримки торгівлі та експорту (IPR SME Helpdesks, TDI SME Helpdesk, Export Helpdesk) та база даних про доступ до ринку, що містить інформацію про тарифи, формальності імпорту та іншу відповідну інформацію щодо імпорту на основних експортних ринках ЄС.

Звіти та опитування Європейської комісії показують, що основні перешкоди, з якими стикаються МСП у міжнародній торгівлі, пов'язані з дотриманням різних нормативних актів та стандартів, що застосовуються до товарів та послуг. Відносно ці вимоги є більш обтяжливими та дорогими для МСП, ніж для великих фірм.

1. Роздрібненість регулятивних актів додає витрат

На сьогодні ці вимоги відрізняються у всьому світі. Іноді причиною є культурні відмінності та суспільний вибір, але часто це просто тому, що регуляторні підходи розроблялись ізольовано. Така роздробленість регулятивних актів може спричинити значні додаткові витрати для виробників, яким доводиться модифікувати свою продукцію та / або проходити дублюючі оцінки відповідності без жодної додаткової безпеки чи іншої суспільної користі. У деяких випадках правила, що стосуються окремих країн, є просто замаскованим протекціонізмом.

Ці витрати особливо значні для МСП, для яких вони можуть становити непереборний бар'єр для доступу на ринок. Крім того, доступ до інформації про те, які норми застосовуються до їхньої продукції в різних юрисдикціях, є перешкодою для багатьох МСП.

Висновки Європейської комісії відповідають аналогічним звітам інших країн та установ. Зрозуміло, що багато малих компаній не мають ані можливостей, ані ресурсів для адаптації своєї продукції чи послуг до різних регуляторних вимог на різних ринках. Отже, ці вимоги можуть стати ефективними торговими бар'єрами для МСП, які не можуть їх виконувати.

2. Адаптувати правила до торгових зразків на основі ланцюгів створення вартості.

Одночасно змінюються світові структури торгівлі. Виробництво, торгівля та інвестиції все більше організовуються в регіональних та глобальних ланцюгах створення вартості. Етапи виробництва окремого товару можуть здійснюватись та додавати вартість у декількох країнах різними операторами. Виробництво товарів стає все більш глобальним - від сировини до готової продукції. Це спонукає компанії передавати виробничі завдання компаніям, які мають необхідні ресурси, конкурентоспроможні за вартістю та якістю, як в межах однієї країни, так і за кордоном.

МСП часто беруть участь у міжнародній торгівлі через ці глобальні ланцюжки створення вартості. Однак на цей процес також може вплинути застосування різноманітного набору нормативних актів та стандартів. Ці питання стосуються і послуг, оскільки багато з них зараз постачаються на міжнародному рівні як частина ланцюгів створення вартості.

3. Регіональні та глобальні рішення мають більший вплив на МСП

Хоча іноді легше вирішити ці питання на двосторонніх переговорах, регіональні та глобальні рішення мають більший вплив. ЄС сприяє узгодженню міжнародних норм та стандартів, прозорості правил та іншої нормативної інформації, а також відповідним рівням та засобам регулювання та впровадження. Зближення стандартів та норм приносить вигоду всім експортерам. Однак малий та середній бізнес отримав би більшу користь, ніж більші компанії, від зменшення виробництва та пов'язаних з експортом витрат.

Посилення міжнародної співпраці у сфері регулювання сприяє торгівлі, підвищує глобальні стандарти, робить нормативні акти більш ефективними та допомагає регуляторам краще використовувати обмежені ресурси. Це повинно бути зроблено таким чином, щоб не обмежувати право урядів діяти задля досягнення законних цілей державної політики.

ЄС заохочує роботу таких органів, як Європейська економічна комісія ООН з питань автомобільних транспортних засобів та Codex Alimentarius з питань

харчування. Міжнародні організації зі стандартизації, такі як ISO, IEC, ITU, також повинні відігравати важливу роль у регуляторній співпраці. Подальший прогрес у просуванні належної практики регулювання може бути розглянутий у COT.

4. Стандарти

Стандартизація є потужним та стратегічним інструментом, оскільки стандарти можуть впливати на економічні сектори та сфери, що становлять суспільний інтерес, такі як конкурентоспроможність промисловості, функціонування міжнародної торгівлі, захист навколишнього середовища та здоров'я людей, а також сприяння інноваціям. Використання стандартів може допомогти МСП зменшити витрати, поліпшити інноваційний потенціал та підвищити конкурентоспроможність.

Європейська комісія підтримує та захищає інтереси МСП щодо стандартизації на рівні ЄС та на міжнародному рівні. Основою Єдиного ринку ЄС є єдиний набір однорідних стандартів та нормативів, що дозволяє всім компаніям конкурувати за однакових умов.

5. Міжнародні розробки

ЄС уклав кілька міжнародних угод про кращу співпрацю, зближення або гармонізацію законодавства. Прикладом може служити Угода про Європейський економічний простір. ЄС також вів переговори про двосторонні угоди про оцінку відповідності та взаємне визнання та прийняття промислової продукції. Ці угоди сприяють вільному переміщенню товарів та зменшують витрати на тестування та сертифікацію на інших ринках.

COT повинна продовжувати свою багатосторонню роботу, щоб забезпечити більшу прозорість та узгодженість регулювання. Нові або зміни технічних регламентів у різних країнах можуть створити непотрібні та невиправдані технічні бар'єри в торгівлі. Невідповідність між правилами товарів може накласти додаткові торгові обмеження та витрати для експортерів. Усі члени COT повинні намагатися запобігати створенню таких бар'єрів та допомагати МСП торгувати на світових ринках.

Процедура повідомлення про технічні бар'єри в торгівлі на рівні СОТ дозволяє вивчити будь-який національний технічний регламент до його прийняття. Як результат, торгові бар'єри, що не відповідають правилам СОТ, можна виявити та обговорити до того, як вони матимуть негативний вплив на компанії. Цей процес також допомагає визначити потреби у гармонізації та сприяти узгодженню узгоджених норм на міжнародному рівні.

ЕЕН спільно з Європейською Комісією у 2018 році було проведено дослідження торговельних бар'єрів, з якими стикаються МСП при просуванні інтересів на зовнішні ринки. Ключовим висновком є те, що більшість МСП називають бар'єри, пов'язані з внутрішніми можливостями та доступом, як більш значні перешкоди для інтернаціоналізації, ніж пов'язані з діловим середовищем. Зокрема, при оцінці 47 бар'єрів відповідно до ступеня значимості їх як перешкоди для можливості виходу на міжнародні ринки, МСП, які брали участь в опитуванні, вважали проблеми, що є «внутрішніми» для фірми, більш важливими бар'єрами для доступу на міжнародні ринки, ніж бар'єри, що впливають із внутрішнього та зовнішнього / приймаючого середовища, в якому працюють фірми, включаючи політичні бар'єри (тарифи та правила). Жоден з торгових бар'єрів, висвітлених в опитуванні, не входить до числа 10 найбільших бар'єрів, що класифікуються МСП.

Однак, результати дослідження відрізняються між фірмами залежно від експортної діяльності. Неактивні експортери, як правило, більше стурбовані фінансовими бар'єрами та бар'єрами доступу, тоді як експортери МСП вважають пріоритетними питання, пов'язані із загальним діловим середовищем, включаючи торгові бар'єри. Отже, МСП адаптуються поступово до інтернаціоналізації. Як тільки фірми подолають внутрішні обмеження, вони концентруються на інших викликах у діловому середовищі, включаючи тарифи та інше регулювання торгівлі.

Розглянемо основні типи бар'єрів, з якими найчастіше стикалися МСП ЄС при експортуванні на зарубіжні ринки.

У відносному вираженні, хоча загальні результати дослідження EEN малих та середніх підприємств не оцінили торговельні бар'єри настільки високими, як внутрішні бар'єри, деякі торговельні бар'єри визнані більш суттєвими порівняно з іншими. Наприклад, несприятливі закордонні норми та правила, високі тарифні бар'єри (найчастіше обмеження, пов'язані з національною безпекою) та неадекватний захист прав інтелектуальної власності оцінюються вище, ніж довільна класифікація тарифів та несприятливі квоти та / або ембарго. Високі витрати на митне адміністрування та обмежувальні норми охорони праці, техніки безпеки та технічних норм значно нижчі.

Значимість конкретних торговельних бар'єрів, з якими стикаються фірми-експортери МСП, зростає із рівнем міжнародного досвіду МСП.

Результати доступних опитувань та деяких інших досліджень, присвячених торговим бар'єрам підприємств ЄС, об'єднано у 3 групи:

1. Імпортні тарифи мають значення для експорту в багатьох секторах та на ринках

Імпортні тарифи продовжують створювати проблеми для компаній, які бажають вийти на зовнішні ринки. Розглянемо наступне:

37% малих та середніх експортерів-виробників ЄС, які брали участь у опитуванні EEN у 2004 р., повідомили, що тарифи обмежують їхню здатність збільшити експортні продажі. Тарифні ставки, хоча і значно нижчі, ніж кілька десятиліть тому, залишаються проблемою для фірм-експортерів.

На основі дослідження тарифів, що впливають на торгівлю товарами, МСП ЄС, які прагнуть експортувати в інші країни, що розвиваються, швидше за все, матимуть тарифну ставку, яка майже втричі вища (11%), ніж та, що зустрічається на ринках розвинених країн (5% та 4,4% відповідно).

Практика підвищення тарифів має важливе значення для МСП, які часто продають перероблені товари, а не напівоброблені або сировину.

Тарифні ставки різняться між окремими секторами та країнами, часом несподівано. Наприклад, під час дослідження було нанесено на карту рівень захисту, який випливає з тарифів, які країни Східної Азії застосовували у 2002

році до товарів, що торгуються в їх регіоні. Було встановлено, що рівень захисту був нерівномірним і дуже значним для певних країн та деяких галузей (особливо сільського господарства, легкої промисловості та харчової промисловості та напоїв), але у багатьох секторах європейські експортери стикалися з вищими тарифами у східно-азіатських ринках, ніж на ринках ЄС та НАФТА.

2. НТБ важливі так само, як і імпорتنі тарифи, при цьому митні процедури та внутрішнє регулювання часто створюють перешкоди.

Для несільськогосподарської продукції, для якої тарифи знижувались, нетарифні бар'єри стали впливовішими як з точки зору МСБ, так і з приводу обговорень міжнародної торговельної політики. Це знайшло відображення в останніх кількох раундах багатосторонніх торгових переговорів ГАТТ / СОТ, які призвели до посилення дисципліни в цій галузі. Зусилля щодо усунення або дисциплінування заходів, що негативно впливають на торгівлю, здійснювалися також на двосторонньому та регіональному рівнях. Незважаючи на це, опитування фірм-експортерів підкреслюють, що компанії залишаються стурбованими низкою політик чи заходів, відмінних від імпорتنих тарифів. Таблиця подає результати ряду опитувань європейських малих і середніх підприємств, що експортують у різні регіони світу.

Таблиця 2.5

Проблеми щодо торговельних бар'єрів, виявлених у ході опитувань малого і середнього бізнесу ЄС при просуванні інтересів на зовнішніх ринках

Регіони	Торговельні бар'єри
Африка, Азія, Латинська Америка, країни Балтії Досліджено 145 фірм, що експортують товари та послуги	легалізація документів, реєстрація імпорту, урядова монополія, вимоги до упаковки та маркування, сертифікація та тестування (затримки, дискримінація), митні затримки та збори, митний огляд, обмеження імпорту, великі штрафи, правила охорони здоров'я, регіональні торговельні угоди
Країни Північної Африки Досліджено 381 фірм, що експортують товари та послуги	Стандарти та сертифікація: вимоги до сертифікації та тестування даних; маркування; проблеми маркування або упаковки; затримки підтвердження Митні процедури: довільні правила; неправильна класифікація; надмірні вимоги до документації; затримки через відсутність цифровізації Вимоги щодо безпеки та здоров'я харчових продуктів Імпорتنі квоти або заборони

	Процедури та вимоги щодо обробки вантажів у порту Високі внутрішні податки та збори Субсидії або податкові пільги, що надаються конкуруючим вітчизняним фірмам Обмеження розподілу в країнах-імпортерах Ліцензування імпорту Нерегулярні „додаткові платежі” вплинуть на імпорт Інші бар'єри
Країни НАФТА Досліджено 180 фірм, що експортують товари та послуги	Посилення конкуренції з боку інших країн АТЕС Відсутність передових технологічних виробничих процесів Відсутність інвестицій Регулювання міжнародної торгівлі Мало знань про характеристики зовнішнього ринку Складність отримання державної підтримки Нестача фінансових ресурсів для збуту продукції за кордоном Неефективна / незрозуміла політика державного стимулювання експорту Складна документація на експорт і доставку Неправильна упаковка
Країни АСЕАН Досліджено 331 фірм, що експортують товари та послуги	монополістичні практики, торговельна документація та митні процедури, інші збори, обмеження імпорту, ліцензування / дозволи на імпорт, стандарти та інші технічні вимоги, митна класифікація та оцінка
Європейський Союз Досліджено 189 фірм, що експортують товари та послуги	технічні бар'єри, обмеження послуг, проблеми конкуренції, податки та збори, державна підтримка, інші бар'єри
Країни, що не входять до ЄС, у Східній Європі, Азії, Північній та Південній Америці, на Близькому Сході та Австралії Досліджено 189 фірм, що експортують товари та послуги	Митні процедури (особливо занадто багато документації, займає занадто багато часу, відсутність передбачуваності) Технічні бар'єри (особливо вимоги до продукції, випробування, сертифікація та маркування) Обмеження послуг (особливо національні норми, визнання іноземних стандартів / освіти / звань, обмеження доступу на ринок, антиконкурентна поведінка) Високі тарифи (особливо машини та електротехнічні матеріали, дорогоцінні метали та похідні товари) Інвестиційні обмеження (особливо національні вимоги у виробництві, прямі обмеження ПІІ) Проблеми конкуренції (особливо зловживання домінуючим становищем, змова, картелі) Державні закупівлі (особливо відсутність відкритості / інформації, дискримінація, вимоги до місцевого змісту) Податки та збори (особливо дискримінація) Валютні заходи (особливо обмеження надходження та відтоку капіталу) Правила походження Державна підтримка вітчизняних підприємств Кількісні обмеження на імпорт Інші бар'єри
МЕРКОСУР (Аргентина, Болівія,	Стандарти на продукцію (відсутність інформації) Митні та бюрократичні процедури

Бразилія, Чилі та інші) Досліджено 70 фірм, що експортують товари та послуги	Фінанси та платіжні механізми Нетарифні бар'єри Конкуренція у витратах і виробництві Транспорт: витрати, частота, незахищеність Нормативні акти та регіональні угоди (відсутність інформації) СФЗ та різні технічні заходи Нерозвинута інфраструктура Політична та економічна нестабільність
КАРІКОМ (країни Карибського співтовариства) Досліджено 20 фірм, що експортують товари та послуги	Широкі консультації з приватним сектором та іншими учасниками Паратарифні заходи (митні збори, внутрішні податки, інші) Заходи з контролю за цінами (адміністративне встановлення цін) Фінансові заходи Ліцензування імпорту (автоматичне та неавтоматичне) Квоти та заборони Монополістичні заходи (єдиний канал імпорту) Технічні заходи Компенсаційні мита

Джерело: складено автором на основі [34; 36-38]

На думку менеджерів підприємств та урядів, сьогодні на кордоні застосовуються менше обмежень на імпорт, ніж внутрішні правила та інші внутрішні інструменти торговельної політики, що створюють проблеми для експортерів. Внутрішнє регулювання може стати бар'єром для торгівлі та дискримінації імпорту випадково, коли нормативні акти спрямовані на інші цілі (такі як охорона здоров'я, безпека, санітарія, навколишнє середовище, інформація про споживачів), або навмисно, коли вони призначені для дискримінації імпорту на користь вітчизняних фірм. Види спеціальних вимог до товару або вимог до випробувань або сертифікації товару, з якими часто стикаються підприємства-експортери МСБ, проілюстровані на прикладі ЄС.

Вимоги щодо сертифікації на ринку ЄС сприймаються як дорогі та обтяжливі. Зокрема, виробники м'ясних продуктів, які знаходяться в країні-члені ЄС, повідомляють про труднощі з експортом м'ясних продуктів. Контролюючі органи держав-членів ЄС не приймають сертифікатів про виконання санітарних норм для харчових продуктів, отриманих у країні походження фірми-експортера. Як наслідок, фірма повинна використовувати службу інспекції в приймаючій країні, та витратити додаткові кошти.

МСП, що виробляє звукові інструменти, експортує 80-85% своєї продукції до Європи та США. За словами фірми, незважаючи на те, що європейські директиви охоплюють всю продукцію, що виробляється цією фірмою, вони повинні проходити різні національні процедури сертифікації. Випробування є обов'язковими.

Опитування, проведене на основі інтерв'ю близько 200 виробничих компаній з ЄС, дві третини з яких мали менше 250 співробітників, показало основні типи бар'єрів ці фірми продовжували зустрічати у своєму бізнесі на єдиному ринку:

11 компаній повідомили, що вони повинні відповідати обов'язковим національним вимогам, що призвело до змін продукту

92 повідомили, що вони повинні відповідати вимогам щодо додаткових національних випробувань / сертифікації продукції

34 повідомили, що відповідають іншим вимогам, таким як додаткова або інша документація.

Загалом, 65 з 200 компаній вважали, що внутрішній ринок призвів до посилення регулювання через деталізовані вимоги до документації, національні вимоги, що залишаються і зростають паралельно з правилами ЄС, різним тлумаченням регулювання та новим регулюванням ЄС у сферах, які раніше не регулювалися (наприклад середовище).

Аналіз показав, що торговельні бар'єри, зокрема НТБ, включаючи технічні заходи (охорона здоров'я та фітосанітарне регулювання) та митні правила та процедури є сферами спільного занепокоєння компаній-експортерів.

Іншими НТБ, що мають негативний вплив, є внутрішні податки або збори та обмеження доступу до ринку, пов'язані з конкуренцією (тобто монополістичні торгові заходи, такі як державна торгівля, обмеження розподілу, а також обмежувальна ділова практика).

Деякі торговельні бар'єри, згадані в дослідженні, виявляються лише в певних умовах функціонування бізнесу. Наприклад, занепокоєння щодо захисту інтелектуальної власності, як правило, зосереджується на конкретних ринках,

найчастіше в країнах, що розвиваються, та країнах з перехідною економікою, де вживається недостатньо заходів для забезпечення захисту інтелектуальної власності (Китай та окремі країни Африки, Північної Америки). Проблеми з правами інтелектуальної власності часто виникають там, де законодавство відповідає Угоді ТРІПС (TRIPS Agreement), але виконання на практиці формальне. Іноземні фірми, які прагнуть отримати патенти на зовнішніх ринках, стикаються з більшими адміністративними затримками, ніж вітчизняні фірми, і що додаткові адміністративні затримки відрізняються в різних країнах.

3. Менш прямі та видимі «процедурні» бар'єри можуть суттєво вплинути на доступ до ринку

Оскільки вони менш прямі і невидимі, процедурні бар'єри у торгівлі важко задокументувати та усунути. Вони можуть приймати різні форми, залежно від сфери торговельної політики. Це можуть бути процедури реалізації політики, ставлення та поведінка контролюючих органів та державних службовців, негативна адміністративна практика, що сприяє корупції та дискримінації, або слабкі внутрішні інституції (наприклад, правова та судова системи).

Опитування бізнесу ЄС щодо торгових бар'єрів, з метою експорту до 19 країн, що належать до Ради Тихоокеанського економічного співробітництва (Pacific economic cooperation council, PECC), показало, що багато бар'єрів мали неявний характер і мали форму адміністративних процедур (наприклад, надмірна документація) або проблеми, що виникають внаслідок тлумачення або впровадження державних норм (наприклад, відсутність прозорості у застосуванні державних норм). Половина з 10 найпоширеніших НТБ були процедурними бар'єрами, породженими відсутністю належної ретельності або розсудливості державних службовців щодо імплементації торгових норм. Коли респондентів просили вказати ступінь труднощів у подоланні НТБ, згадані два найскладніші пункти стосувались питань прозорості та імплементації (невідповідність, непослідовність або плутанина в регулюванні та/або у виконанні). ЕЕН, яка представляє інтереси МСБ у торгівлі та міжнародній торгівлі в ЄС та за межами ЄС, щодо того, чого повинні досягти переговори щодо розвитку у сприянні

торгівлі, висвітлює безліч процедурних проблем, включаючи спрощення митних та міжнародних процедур платежів, спрощення експортно-імпоротної документації прозорість та передбачуваність норм, а також спрощений доступ для всіх до інформації про митні вимоги.

Інші дослідження підтверджують наявність процесуальних бар'єрів, наприклад у сферах митного адміністрування та технічних заходів (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Процедурні бар'єри в торгівлі серед експортерів МСБ ЄС

Групи бар'єрів	Групи країн	Бар'єри
У сфері митної класифікації та оформлення	Африка, Азія, Латинська Америка, країни Балтії	- Забагато документації - Відсутність передбачуваності правил та процедур
	Країни Північної Африки	- Довільне виконання правил - Вимоги до даних або документації - Недостатня інформація про вимоги - Очікуються нерегулярні додаткові платежі для отримання митного оформлення
	Країни АТЕС	- Складні митні правила - Відсутність інформації про митне законодавство, нормативні акти, адміністративні вказівки та рішення - Проблеми з механізмом оскарження митних рішень
	Країни АСЕАН	- Довільна митна оцінка, не заснована на рахунку-фактурі - Суб'єктивні інтерпретації та довільні рішення щодо митного оформлення товарів
У сфері стандартів та інших технічних бар'єрів у торгівлі	Європейський Союз	- Непрозорість / невідповідність технічним вимогам - Затримки в процедурах тестування - Непрозорі / суперечливі карантинні послуги
	Країни, що не входять до ЄС, у Східній Європі, Азії, Північній та Південній Америці, на Близькому Сході та Австралії	- Відсутність прозорості стандартів на провінційному рівні і, отже, труднощі в знанні про них - Недостатня інформація про процедури отримання необхідних фітосанітарних сертифікатів - Затримки та обтяжливі процедури отримання певних ветеринарних сертифікатів

Джерело: складено автором на основі [34; 36-38]

Повільні або складні адміністративні процеси та практики - це часті скарги у бізнесі. Там, де питання впровадження нормативних актів є, це часто пов'язано з питанням про те, чи має країна достатньо кваліфікованого персоналу та адекватну інфраструктуру впровадження та забезпечення.

Отже, малі та середні підприємства є основою світової економіки та основним джерелом зайнятості та інновацій. Конкурентоспроможність МСП, їх здатність конкурувати на внутрішньому та світовому ринках є ключовим фактором, що визначає зростання та робочі місця, а тому є політичним пріоритетом у більшості країн. ЄС активно моніторить перешкоди торгівлі, в тому числі для МСП, і впроваджує амбіційну стратегію доступу до ринку. Торгові бар'єри повідомляються безпосередньою інформацією державами-членами, бізнес-асоціаціями або безпосередньо компаніями-експортерами. Якби інші торгові партнери наслідували їх приклад, торгові вигоди та можливі синергетичні ефекти для МСП були б ще більшими.

Стандарти та правила мають суттєвий вплив на конкурентоспроможність МСП у міжнародній торгівлі. МСП стикаються з деякими специфічними проблемами через їх невеликий масштаб та низький обсяг торгівлі порівняно з великими компаніями. Ці фактори можуть негативно позначитися на їх конкурентоспроможності у міжнародній торгівлі. Звіти та опитування Європейської комісії показують, що основні перешкоди, з якими стикаються МСП у міжнародній торгівлі, пов'язані з дотриманням різних нормативних актів та стандартів, що застосовуються до товарів та послуг. Відносно ці вимоги є більш обтяжливими та дорогими для МСП, ніж для великих фірм.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ У СТИМУЛЮВАННІ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В КРАЇНАХ ЄВРОСОЮЗУ

3.1. Напрями торговельної політики ЄС щодо просування інтересів малих і середніх підприємств на світових ринках

В інформаційній записці від 3 грудня 2013 р. Європейська Комісія з посиланням на дані МВФ констатувала, що протягом найближчих років 90% світового споживання буде перебувати за межами ЄС. У зв'язку з цим в рамках сприяння експорту пріоритетним завданням ЄС є забезпечення доступу підприємств малого і середнього бізнесу до зарубіжних ринків за допомогою укладення угод про вільну торгівлю та просування інтересів МСБ. Якби угоди, що знаходяться в стадії опрацювання, були укладені, ВВП ЄС виріс би на 2,2%, або на 275 млрд. євро. Такі угоди могли б забезпечити 2,2 мільйона нових робочих місць, або 1% робочої сили ЄС [1]. З 2010 по 2018 рр. кількість робочих місць в ЄС, пов'язаних з діяльністю МСБ, досягла 70% [2]. За підсумками 2010-2018 рр МСБ ЄС став найбільшим експортером у ЄС, склавши 70% експорту ЄС і 14,7% світового експорту [3]. Це стимулює високу активність ЄС у розвитку експортної зовнішньоторговельної політики для малого і середнього бізнесу.

Заходи з просування експорту дозволили ЄС зайняти провідні позиції в світовому експорті товарів. Ці заходи носять комплексний характер. Охарактеризуємо основні напрямки зовнішньоторговельної політики ЄС щодо забезпечення доступу європейських експортерів на зовнішні ринки і захисту інтересів європейського малого і середнього бізнесу за кордоном.

1. Створення відкритої системи міжнародної торгівлі. Даний напрямок реалізується ЄС через участь в діяльності міжнародних організацій (наприклад, Світової організації торгівлі (СОТ), Всесвітньої митної організації (ВМО), Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) та ін.). Участь в

міжнародних організаціях дозволяє ЄС відстоювати зовнішньоекономічні інтереси за допомогою лобіювання міжнародних норм, що відповідають інтересам європейських виробників малого і середнього бізнесу.

Дані міжнародні норми згодом імплементуються іншими країнами в своє законодавство, що створює сприятливе правове поле для експортерів малого і середнього бізнесу ЄС, які постачають свої товари в ці країни. Наприклад, ряд членів СОТ, в тому числі ЄС, приєдналися до Угоди з інформаційних технологій (Information Technology Agreement, ІТА), яке передбачає зниження тарифного та нетарифного навантаження в торгівлі інформаційно-технологічною продукцією: комп'ютерами, телефонами, напівпровідниками і ін. [4]

4 липня 2015 р учасниками ІТА було прийнято рішення про розширення номенклатури товарів, що підпадають під дію Угоди, на 201 товарну позицію, обсяг яких в світовій торгівлі складає близько 7%. За задумом розробників, ІТА повинен забезпечити чотириразове збільшення обсягів торгівлі інформаційно-технологічною продукцією.

Крім того, Європейська Комісія звернулася до Ради ЄС з проханням про початок міжнародних переговорів по новій багатосторонній угоді про торгівлю послугами. У початковій фазі переговорів беруть участь близько 20 членів СОТ, однак ЄС має намір залучити до переговорів інші країни. Крім того, в подальшому ЄС планує забезпечити імплементацію майбутньої угоди в правову систему СОТ.

2. Укладення двосторонніх торговельних угод з ключовими торговельними партнерами ЄС. Географія таких угод охоплює країни і регіони по всьому світу. Укладені і діють угоди про вільну торгівлю ЄС з країнами Центральної Америки, Карибського форуму країн Африки, Карибського басейну і Тихого океану (КАРІФОРУМ), Колумбією, Перу, Південною Кореєю, Мексикою, Південною Африкою, Чилі та ін. ЄС веде переговори про укладення угод, що передбачають різні рівні взаємних спрощень підприємств малого і середнього бізнесу з доступу на ринки товарів і послуг, з США, Китаєм, Канадою, Японією, країнами АСЕАН, Індією та ін. Ряд угод укладено, але з різних процедурних та інших причин, вони

поки що не діють (наприклад, з Молдовою, Вірменією, Грузією, Україною і ін.). Положення про вільну торгівлю є основним компонентом угод ЄС про асоціацію, а також про утворення митних союзів з Андоррою, Сан Марино та Туреччиною. ЄС має угоди про вільну торгівлю з цілою низкою країн і територій Європи (Фарерські острови, Норвегія, Ісландія, Швейцарія, Македонія, Албанія, Чорногорія, Боснія і Герцеговина, Сербія), а також Південного Середземномор'я (Алжир, Єгипет, Ізраїль, Йорданія, Марокко, Палестина, Туніс та ін.). Таким чином, ЄС має близько 50 діючих торговельних угод [5].

ЄС узгоджує із зовнішньоторговельними партнерами включення в такі угоди норм, що спрощують доступ товарів і послуг ЄС підприємств малого і середнього бізнесу на їх ринки. Укладення таких угод має економічний ефект. Показовим з точки зору демонстрації економічного ефекту є Угода ЄС з Південною Кореєю (вступило в силу в 2011 році), що усуває бар'єри в торгівлі товарами, послугами, а також регламентує доступ до громадських закупівель. Дана угода дозволила збільшити експорт ЄС до Південної Кореї на 35%. В автомобільному секторі збільшення експорту досягло 90%. [5]

Велике значення ЄС надає роботі над Угодою про трансатлантичне торговельне та інвестиційне партнерство з США (далі - Угода про ТТІП). Дана угода є прикладом того, як за допомогою угоди торгово-економічного характеру ЄС одночасно прагне реалізувати геополітичні цілі.

Торгово-економічні переваги Угоди про ТТІП: усунення бар'єрів для доступу європейських товарів і послуг на ринок США, зниження митно-тарифного навантаження для європейських виробників, встановлення ефективного механізму вирішення спорів та ін.

За останні 15 років стався сильний зсув центру економічної активності із заходу на схід і південь. Частка світового ВВП економік, що розвиваються зростає з 20% до 40%, в зв'язку з чим позиції Європи в світі послаблюються. Разом з тим, в найближчому майбутньому саме за межами Європи будуть формуватися глобальні «правила гри», потреба в яких в умовах посилення економічної інтеграції значно зростає. Просування європейських цінностей та інтересів у світі

потребує партнерів для Європи. Найближчим союзником з точки зору цінностей та інтересів, є США. У зв'язку з цим Угода про ТТІП дозволить посилити зв'язки між ЄС і США, а також їх роль у формуванні глобальних «правил гри» міжнародної торгівлі [7].

Важливим правовим механізмом забезпечення ефективної реалізації торговельних угод ЄС з третіми країнами є Регламент по торговим бар'єрам (Trade Barrier Regulation [9]), який створює правову основу для звернення експортерів, які зіштовхнулися з бар'єром на зовнішньому ринку, в Європейську Комісію. Згідно з останніми змінами Регламенту експортери можуть оскаржити в Європейську Комісію не тільки порушення зарубіжними партнерами міжнародних торговельних норм, а й норм двосторонніх угод третіх країн з ЄС. Крім того, Регламент створив правову основу, що зобов'язує Європейську Комісію включати в двосторонні торговельні угоди норми про порядок вирішення спорів.

3. Усунення бар'єрів для доступу товарів і послуг ЄС на зарубіжні ринки є однією з ключових функцій спільної торговельної політики ЄС. В основі даного напрямку експортної політики ЄС лежить Стратегія доступу на зарубіжні ринки (Market Access Strategy) [11]. Первісна версія Стратегії доступу на зарубіжні ринки була затверджена в 1996 р. [12].

У чинній редакції Стратегії доступу на зарубіжні ринки констатується, що в умовах сучасного світового економічного порядку добробут європейських виробників залежить від ефективного доступу їх продукції на зарубіжні ринки. Причому серед таких ринків в Стратегії названі не тільки ринки розвинених країн, але і країн, що розвиваються: Китаю, Індії, Бразилії тощо. Згідно зі Стратегією, для ЄС пріоритетним інструментом забезпечення відкритості світової торгівлі є система чинних зобов'язань і триваючих переговорів в рамках СОТ.

Стратегія вказує на зміну характеру сучасних торговельних бар'єрів, наголошуючи на необхідності зміщення акцентів у «відкритті» зарубіжних ринків від зниження тарифних бар'єрів в сторону нетарифних та інших внутрішніх бар'єрів на ринках торговельних партнерів ЄС. Стратегія називає такі бар'єри

більш складними у виявленні, аналізі та усуненні, констатуючи, що правила СОТ успішно застосовувалися в усуненні тарифних бар'єрів, але не так ефективні у протидії нетарифним обмеженням. Стратегія виділяє наступні торговельні бар'єри для підприємств МСБ:

- тарифні бар'єри (незважаючи на успішні багатосторонні переговори щодо усунення або мінімізації тарифів, вони продовжують бути обтяженням для європейських постачальників);
- обтяжливі митні процедури і дискримінаційне податкове регулювання;
- технічне регулювання, стандарти і процедури сертифікації, що не відповідають Угоді СОТ про технічні бар'єри в торгівлі (ТВТ Agreement) [13];
- несумлінне використання санітарних і фітосанітарних заходів, тобто не обумовлене охороною здоров'я і безпеки;
- обмеження доступу до сировини, зокрема обмеження експорту, включаючи подвійну цінову політику і експортні збори, які збільшують ціну продукції: шкіряної сировини, мінеральних і металевих товарів;
- низький рівень захисту прав інтелектуальної власності;
- бар'єри в торгівлі послугами і в сфері прямих іноземних інвестицій;
- обмеження в області державних закупівель;
- зловживання захисними заходами в торгівлі, що не відповідають правилам СОТ;
- несумлінне використання державної допомоги і субсидій.

Стратегія робить акцент на необхідності оптимального поєднання наступних заходів торговельної політики ЄС, спрямованих на усунення торговельних бар'єрів:

- міжнародні торговельні переговори в багатосторонньому і двосторонньому форматах і забезпечення ефективного застосування третіми країнами норм, вироблених у ході цих переговорів;
- створення ефективного механізму вирішення спорів як на міжнародному (наприклад, механізм вирішення спорів у рамках СОТ), так і на двосторонньому рівнях;

- розширення практики нотифікацій про торговельні обмеження аналогічно практиці, передбаченій Угодою СОТ про технічні бар'єри в торгівлі (TBT Agreement);

- забезпечення введення в третіх країнах відповідних правил в сфері конкуренції, що є головною умовою ефективного доступу і обороту європейської продукції на ринку цих країн;

- технічне сприяння третім країнам з метою приведення їх адміністративного потенціалу до необхідного рівня [14];

- використання інструментів торговельної дипломатії на рівні ЄС, держав-членів і бізнес-структур.

Важливим завданням Стратегії є формування пріоритетів в роботі по забезпеченню доступу на ринки третіх країн і зосередження ресурсів на усуненні ключових бар'єрів для малого і середнього бізнесу. При цьому індикаторами при формуванні пріоритетів є:

- потенційний економічний ефект для малого і середнього бізнесу ЄС в цілому в короткостроковій і середньостроковій перспективі;

- ступінь серйозності бар'єру з точки зору невідповідності двостороннім або багатостороннім угодам;

- ймовірність усунення бар'єру в розумні терміни.

Усунення бар'єрів для європейських експортерів малого і середнього проходить в тісній співпраці Європейської Комісії з державами - членами ЄС і бізнесом. При цьому Стратегія виходить із центральної ролі Європейської Комісії. Така співпраця здійснюється за допомогою двох інструментів:

1. Партнерство по доступу на зарубіжні ринки (Market Access Partnership), спрямоване на виявлення та усунення бар'єрів. Партнерство складається з наступних компонентів:

- Консультативний комітет з доступу на зарубіжні ринки (Market Access Advisory Committee), що об'єднує представників держав - членів ЄС і бізнесу під керівництвом Європейської Комісії та збирається раз на місяць для обміну інформацією та вироблення способів усунення бар'єрів за результатами розгляду

конкретних кейсів [15]; даний орган повинен функціонувати в тісній співпраці з Групами з доступу на зарубіжні ринки;

- Робочі групи (Working Groups), що включають представників Європейської Комісії, держав-членів ЄС і бізнесу на експертному рівні, збираються в міру необхідності і вивчають торговельні бар'єри в окремих секторах;

- Групи з доступу на зарубіжні ринки (Market Access Teams), які об'єднують представників Делегації ЄС в третіх країнах, зарубіжних представництв держав - членів ЄС, а також місцевих експертів, для виявлення та усунення бар'єрів. Стратегія виходить з особливої ролі таких груп через їх знаходження в країні, в якій виявлено бар'єр, і обумовленої цим можливістю більш ефективної взаємодії з місцевими органами влади.

Злагожене функціонування описаних інститутів Партнерства щодо доступу на зарубіжні ринки дозволило усунути цілий ряд бар'єрів для малого і середнього бізнесу ЄС в різних країнах світу. Зокрема, були скасовані імпорتنі обмеження на німецькі товари, введені деякими країнами в зв'язку з «діоксиновим інцидентом» у Німеччині [16]. Білорусь скасувала вимогу до імпортерів з ЄС щодо надання експортної декларації. Зокрема, в ході зустрічей з білоруськими профільними відомствами представники Європейської Комісії пояснили особливості функціонування Системи контролю експорту ЄС (EC Export Control System), підтвердивши, що уявлення паперової версії експортної декларації в ЄС не потрібно [17].

2. База даних ЄС щодо доступу на зарубіжні ринки (Market Access Database [18]) являє собою інтерактивну онлайн послугу, за допомогою якої можна отримати інформацію про бар'єри в понад 100 країнах світу (тарифи, внутрішні податки, імпорتنі формальності, найбільш значущі бар'єри для європейських експортерів). База даних містить перелік досить гострих для європейських постачальників малого і середнього бізнесу проблем в галузі митного, технічного регулювання, контролю на кордоні, контрактної системи, що ускладнюють доступ європейських товарів в країни світу.

Усунення бар'єрів здійснюється ЄС також за допомогою використання механізму вирішення спорів СОТ.

4. Використання торгівлі для розвитку країн, що розвиваються і найменш розвинених країн. ЄС відкриває свій ринок для таких країн та сприяє їх розвитку. Даний напрямок має велике значення для малого і середнього бізнесу в тому числі з наступних причин.

По-перше, ЄС зацікавлений у відкритті свого ринку, оскільки країни, що розвиваються і найменш розвинені країни в основному поставляють в ЄС сировину для переробної промисловості. Відкриваючи ринок, ЄС забезпечує зниження витрат своїх виробників на закуплену в цих країнах сировину.

По-друге, зростання добробуту цих країн необхідно ЄС для того, щоб вони могли купувати товари, що постачаються з ЄС. В обмін на доступ до свого ринку ЄС користується аналогічними преференціями з боку зазначених країн.

5. Поліпшення доступу експортерів малого і середнього бізнесу до державних закупівель зарубіжних країн. Державні закупівлі складають істотну частку світової торгівлі, досягаючи 1000 млрд євро в рік. Державні закупівлі забезпечують 10-25% ВВП (частка державних закупівель товарів і послуг в ВВП ЄС складає 16%) [20]. ЄС виходить з відкритості свого ринку державних закупівель та лобіює відкриття даного сектора торговими партнерами. ЄС веде моніторинг законодавства про державні закупівлі, що дозволило, зокрема, виявити протекціоністські заходи в США, Бразилії, Китаї, Туреччині.

Для отримання доступу до державних закупівель в третіх країнах ЄС також використовує двосторонні і багатосторонні міжнародні формати. Так, положення, що регулюють питання доступу до державних закупівель, включені в угоди про вільну торгівлю з Мексикою, Чилі, Колумбією, Перу, Іраком і Південною Кореєю. Тривають переговори про поліпшення взаємного доступу до державних закупівель з Вірменією, Канадою, Грузією, Індією, Малайзією, МЕРКОСУР, Молдовою, Марокко, Сінгапуром і В'єтнамом.

На міжнародному рівні ЄС бере участь у розробці правил доступу до державних закупівель через Угоду СОТ про державні закупівлі 1994 р. Оновлена

редакція Угоди вступила в чинності 6 квітня 2014 р. Сторонами Угоди в переважній більшості є розвинені країни (крім країн ЄС сторонами Угоди є США, Японія, Швейцарія, Норвегія, Ліхтенштейн, Сінгапур, Китай, Південна Корея та ін.), зацікавлені в лібералізації доступу до державних закупівель інших країн.

Крім того, ЄС розробляє новий набір заходів щодо доступу європейських компаній до державних закупівель за кордоном. Проект Регламенту щодо доступу до міжнародного ринку державних закупівель (Regulation on access to international public procurement markets) [21] традиційно підтверджує відкритість ринку державних закупівель ЄС. Так, ринок державних послуг ЄС, відкритий для іноземних компаній, оцінюється в 352 млрд євро; в США такий ринок становить 178 млрд євро, в Японії - 27 млрд євро. При цьому система державних закупівель Китаю, на думку розробників проекту Регламенту, практично закрыта. Таким чином, експортні поставки ЄС можуть бути реалізовані при державних закупівлях інших країн тільки на суму в 10 млрд євро (0,8% ВВП ЄС).

У зв'язку з цим зазначений проект Регламенту надає Європейській Комісії можливість ініціювати відмову доступу до державних закупівель ЄС комерційним структурам держави, що обмежує доступ компаній ЄС до своїх державних закупівель, якщо ця держава відмовляється вести конструктивний діалог щодо усунення своїх обмежень.

Незважаючи на декларовану відкритість ринку державних закупівель ЄС, слід відзначити таку особливість дискримінаційного характеру в законодавстві такої держави - члена ЄС, як Болгарія. Відповідно до статті 118 Закону про державні закупівлі Болгарії, яка регламентує закупівлі в галузі водопостачання, енергетики, транспорту і поштових послуг, замовник має право зняти з розгляду пропозицію про поставки товарів, якщо частка товарів іноземного походження перевищує 50% від загальної вартості товарів, включених в пропозиція. Це правило не застосовується в разі наявності договору між ЄС або Болгарією і іноземною державою, що не входять в ЄС, який забезпечує такий же і ефективний доступ болгарських компаній до участі в громадських закупівлі в іноземній державі.

6. Протидія обігу продукції, що порушує права інтелектуальної власності європейських виробників. Метою даної роботи є вдосконалення механізмів захисту прав інтелектуальної власності (ІВ) в третіх країнах. Ця діяльність реалізується за допомогою наступних заходів.

Забезпечення ефективного правозастосовчого режиму в третіх країнах. Для цього ЄС затвердив Стратегію застосування прав інтелектуальної власності в третіх країнах (Strategy for the enforcement of IP rights in third countries) [22]. Стратегія констатує, що сектор економіки, який містить аспекти інтелектуальної власності, забезпечує 39% ВВП ЄС і 35% зайнятості населення ЄС. Втрати ЄС від обороту контрафактної продукції становлять щорічно близько 8 млрд євро в ВВП ЄС [23]. При цьому в Стратегії констатується, що механізмів захисту прав інтелектуальної власності, передбачених нормами СОТ, недостатньо. У зв'язку з цим пропонується наступна система заходів, спрямована на підвищення ефективності зазначених механізмів в третіх країнах:

- визначення пріоритетних країн на основі проведеного дослідження ситуації в області захисту прав інтелектуальної власності в різних регіонах світу [24];

- посилення роботи щодо захисту прав інтелектуальної власності в багатосторонніх форматах, зокрема в рамках Угоди про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (TRIPS Agreement) [25], а також у форматі двостороннього співробітництва (цілий ряд двосторонніх угод ЄС містить главу, присвячену питанням захисту прав інтелектуальної власності);

- політичний діалог Європейської Комісії як з країнами, котрі відчують складності в області захисту прав інтелектуальної власності, так і з державами, що мають аналогічну потребу в захисті інтелектуальної власності за кордоном, наприклад з Японією;

- технічне сприяння Європейської Комісії країнам, які мають проблеми в області захисту прав інтелектуальної власності;

- використання механізмів вирішення спорів щодо держав, які не застосовують ефективних заходів щодо вирішення наявних проблем в області захисту прав інтелектуальної власності;
- посилення співпраці з діловим співтовариством за прикладом реалізованого Європейською Комісією проекту «IPR Help-Desk» [26], спрямованого на надання правовласникам інформації про порядок дій у разі порушення їх прав в третіх країнах;
- підвищення інформованості населення про негативні наслідки порушення прав інтелектуальної власності;
- вдосконалення інституційної співпраці підрозділів Європейської Комісії, відповідальних за різні аспекти захисту прав інтелектуальної власності.

З викладеного випливає, що політика ЄС в галузі забезпечення доступу європейських товарів і послуг на зовнішні ринки є злагоджену систему правових, організаційних та інституційних інструментів, ефективно поєднують зусилля ЄС, держав - членів ЄС і ділового співтовариства. Результатом функціонування даної системи є ряд так званих «історій успіху» в усуненні бар'єрів на зарубіжних ринках [27].

Проведений аналіз торгової політики ЄС щодо забезпечення доступу європейських виробників на зарубіжні ринки дозволяє констатувати цілеспрямований, комплексний і інтенсивний характер даної політики. Спільні дії ЄС, держав-членів і ділового співтовариства орієнтовані на максимально швидке і повне освоєння ринків своїх торговельних партнерів.

3.2. Інтернаціоналізація малих та середніх підприємств ЄС та напрями просування їх інтересів на світових ринках

Угоди про вільну торгівлю (далі - УВТ) (Free Trade Agreements, FTAs) допомагають МСП у виході на міжнародні ринки за межами ЄС. МСП, які експортують на ці ринки, вже отримують вигоду завдяки зменшенню прямих або непрямих торговельних бар'єрів. Це конкретно зазначено у Стратегії Комісії з

питань торгівлі, зростання та світових справ 2010 року («2010 Trade, Growth and World Affairs Commission strategy»). Ця стратегія підкреслює, що торгова політика ЄС забезпечує відчутні переваги як для великих компаній ЄС, так і для МСП. Усуваючи захисні тарифи за кордоном або зменшуючи вартість нетарифних заходів, полегшується доступ до міжнародних ринків.

Крім того, конкретні положення щодо МСП у рамках УВТ можуть ще більше полегшити експорт МСП ЄС за межі ЄС. Тим не менш, жодне дослідження на сьогоднішній день не дало кількісної оцінки переваг прямого забезпечення МСП у рамках УВТ.

УВТ можуть сприяти торгівлі та розвитку малого і середнього бізнесу різними способами. По-перше, положення про УВТ можуть зменшити змінні торгові витрати, такі як тарифи. По-друге, положення можуть зменшити торгові бар'єри з фіксованою вартістю, такі як дотримання стандартів на продукцію. По-третє, вони можуть забезпечити безпеку довгострокового планування, блокуючи умови ведення бізнесу та підтримуючи ці умови та права доступним та ефективним механізмом вирішення спорів. По-четверте, УВТ можуть зменшити інформаційну асиметрію завдяки вимогам обміну інформацією та призначеним пунктам довідки.

Відносна важливість цих основних каналів суттєво відрізняється для МСП. Через їх невеликий розмір і відповідно менші обсяги експорту, будь-який бар'єр, що створює або підвищує постійні витрати, є порівняно більшою перешкодою для торгівлі для МСП порівняно з великими підприємствами. Отже, МСП мають найбільшу користь від функцій УВТ, які де-юре або фактично знижують постійні витрати на торгівлю. Це загальне розуміння стосується цілого ряду питань, які в наш час, як правило, включаються в амбіційні УВТ; наприклад, в контексті прав інтелектуальної власності, реєстрація торгових марок та кроки щодо забезпечення цих прав, якщо це стане необхідним, вимагають фіксованої суми витрат, які можуть становити значну частку продажів, якщо дохід від експорту від такого зовнішнього ринку порівняно невеликий. Отже, положення, що полегшують реєстрацію, підтримку та захист інтелектуальної власності, є життєво важливими

для МСП. Іншою важливою складовою постійних витрат, пов'язаних із УВТ, є витрати на дотримання правил, пов'язані з правилами походження (ROO).

Намагання отримати інформацію про зовнішні ринки є ще одним прикладом постійних витрат. Широко відомо, що відсутність інформації про зовнішні ринки, про умови доступу на ринок або про конкретне дотримання місцевих норм перешкоджає торгівлі. Докази того, що МСП часто не експортують відповідно до положень про УВТ, навіть якщо вони будуть доступні («використання УВТ»), узгоджуються з думкою, що відсутність знань є постійною проблемою.

У звіті за 2018 р. щодо використання преференцій УВТ у ЄС виявляється, що близько двох третин експорту ЄС до партнерів по УВТ використовують відповідну УВТ, тоді як до 90% імпорту надходить до ЄС за режимами УВТ. Хоча звіт не надає коефіцієнтів використання за розміром торгової фірми, він попереджає, що вищезазначені цифри базуються на вартості експорту, і, отже, не обов'язково означає, що більшість компаній використовують УВТ; швидше, є припущення, що може існувати велика кількість дрібних підприємств, які не в повній мірі користуються перевагами УВТ ЄС.

Це підтверджується дослідженнями, які свідчать про те, що лише 19% малих і середніх підприємств, що експортують до решти світу (тобто ринків за межами ЄС), в даний час використовують УВТ для підтримки своєї торгівлі товарами та послугами, тоді як 52% не є, тоді як ще 29% не знають. З малих і середніх підприємств, які торгують з рештою світу, але не використовують УВТ (або не знають) - це може бути тому, що вони торгують із закордонними ринками, щодо яких не існує такої офіційної угоди, наприклад, США, Австралії чи Канада; або тому, що вони не знають про будь-яку відповідну УВТ, або просто тому, що вони вирішили не торгувати на пільгових умовах через складність, пов'язану з тим, що вони або їх посередники використовують відповідні правила.

Експедитори та постачальники програмного забезпечення через електронні рішення, які вони надають, відіграють важливу роль у забезпеченні вибору вірних правил для використання пільгових режимів торгівлі. Ця сприяюча роль може бути через пряме або непряме представництво.

Однак у будь-якому випадку юридична відповідальність за вибір та застосування правильного правила покладається на менший бізнес. Для багатьох МСП існує рівновага між балансом між вартістю та вигодою торгівлі на пільгових умовах УВТ проти адміністративних витрат на розуміння відповідних положень угоди про УВТ та знання того, як їх найкраще використовувати. Витрати останнього часто перевищують вигідні витрати першого.

Хоча тарифи поступово знижували або скасовували, високі тарифи залишаються основною проблемою для МСП, особливо коли мова йде про експорт до країн, що розвиваються.

Окрім тарифів, нетарифні заходи перешкоджають торговій діяльності МСП. Основні торгові бар'єри для МСП включають квоти та жорсткі правила походження; різні іноземні технічні стандарти та процедури; процедури ліцензування та сертифікації; складні нестандартні процедури; експортний контроль; відсутність забезпечення прав інтелектуальної власності; неефективні та непрозорі системи реєстрації інтелектуальної власності; та відсутність прозорості щодо нормативних актів, стандартів та процедур ліцензування. Хоча ці бар'єри є загальними для підприємств будь-якого розміру, слід підкреслити, що торгові бар'єри непропорційно впливають на МСП через те, що менші підприємства можуть бути більш обмеженими у фінансовому та людському відношенні або мати обмежену інформацію.

Як результат, торгові витрати для МСП важливіші порівняно з великими фірмами, особливо коли вони стикаються з витратами, які не залежать від обсягу їх експорту, наприклад, регуляторних витрат. Це свідчить про те, що участь МСП у міжнародній торгівлі, швидше за все, зросла б, якби торгова політика ефективно враховувала торгові витрати, які є більш значним бар'єром для МСП.

Починаючи з 2000 року, кількість УВТ, які включали положення, пов'язані з МСП, демонструє значне збільшення. 65% УВТ «Північ-Південь» та 31% УВТ «Південь-Південь», які набули чинності між 2000 і 2016 роками, включали положення про МСП. Кількість додатково зросла до 80% щодо ЗВТ, які набули чинності між 2011 і 2015 рр.

Розглядаючи існуючі УВТ, підходи (наприклад, сфера застосування, структура та організаційне забезпечення) для підтримки МСП різняться залежно від підписантів УВТ. Хоча сприяння співпраці у сфері МСП є загальним підходом для існуючих УВТ, УВТ «Південь-Південь» більше зосереджується на звільненні від зобов'язань та гнучкості для МСП. УВТ «Північ-Південь» пропонують програми підтримки МСП у країнах-партнерах, що розвиваються, в контексті стимулювання розвитку торгівлі.

Приблизно половина всіх УВТ, про які було повідомлено СОТ (136 УВТ із 270 УВТ), мають положення, що стосуються МСП, хоча УВТ дещо відрізняються у своєму визначенні МСП. Майже половина УВТ (117) використовує термін «малий та середній бізнес / компанія / підприємство», тоді як 28 УВТ використовують термін «малий бізнес / підприємство / постачальник / економічний оператор», ще 26 застосовують термін «мікро-, мале та середнє підприємство / компанія»; та 10 УВТ стосуються «дрібних фермерів / сільського господарства / рибальства / видобутку / торгівлі».

Згідно WTO World Trade Report за 2019 рік, основними формами положень УВТ, що стосуються МСП, є:

- сприяння співпраці (92 угод);
- звільнення / гнучкість для МСП (наприклад, внутрішні програми підтримки МСП, які не відповідають зобов'язанням) (57 угод);
- визначення / затвердження інструментів підтримки МСП (21 угод);
- інституційні заходи для МСП (15 угод);
- рекомендація щодо підтримки МСП (10 угод);
- огляд впливу на МСП (7 угод).

ЄС почав приділяти більше уваги МСП у своїх УВТ після 2011 року, що відображає цілі політики ЄС, викладені в його промисловій політиці.²³ Положення, що стосуються МСП, у УВТ розвиваються з часом із зростанням обізнаності про потенційні виклики, з якими стикаються МСП²⁴.

До «мегарегіональних» УВТ положення, що стосуються МСП, у УВТ південь-південь просто передбачали звільнення для МСП та співпрацю для країн,

що розвиваються, у разі УВТ на північ-південь за обмежених обставин. «Мегарегіональні» УВТ, укладені в 2010-х роках, приділяють більше уваги обмеженням, з якими стикаються МСП у міжнародній торгівлі, та охоплюють питання МСП у широкому діапазоні областей торговельної політики.²⁵

Для сприяння використанню УВТ малими та середніми підприємствами Комісія розробляє Інтернет-портал для імпорту та експорту ЄС, інтегруючи інформацію про свою базу даних про доступ до ринку (Market Access Database) та довідкову службу ЄС (EU Trade Helpdesk). Портал пропонує інформацію про продукцію та вказівки щодо процесів митного оформлення, підкріплені системою оповіщення для окремих користувачів. Актуальну інформацію про пільгові тарифи можна також знайти в базі даних ЄС TARIC, а також детальну інформацію про преференційні правила походження та пов'язані з ними процедури можна знайти на веб-сторінках Комісії, присвячених митним справам.

Щоб забезпечити якнайшвидше введення в дію УВТ, Комісія надає вичерпну інформацію на своєму веб-сайті напередодні їх застосування. На додаток до попереднього тексту УВТ, Комісія, починаючи з СЕТА, публікує інформаційні бюлетені, покрокові керівництва для підприємств, історії експортерів та інфографіку. Для кращої підготовки до впровадження нових УВТ Комісія, де це доцільно, інвестує у дослідження національної законодавчої бази кількох країн-партнерів.

Комісія сприяє впровадженню УВТ через свої заходи «День доступу до ринку» з державами-членами ЄС, використовуючи досвід, зібраний завдяки її Партнерству щодо доступу до ринку. Європейська мережа підприємств (Enterprise Europe Network, EEN) та Агенції сприяння торгівлі (Trade Promotion Agencies) держав-членів ЄС, як в Європі, так і за її межами, разом із бізнесом та торговими асоціаціями, такими як Європейська мережа ділових організацій у всьому світі (European Business Organisations worldwide network, EBO WWN), інформують про конкретні можливості, пропоновані УВТ.

Команди з питань доступу до ринку при делегаціях ЄС у третіх країнах прагнуть використати кошти ЄС для підтримки впровадження УВТ, такі як

Інструмент партнерства (Partnership Instrument) або інші відповідні інструменти. Стратегія сприяння торгівлі ЄС та план зовнішніх інвестицій ЄС також мають на меті підтримку малих компаній із країн, що розвиваються, у використанні можливостей, що випливають із УВТ. Всеохоплююча ініціатива Європейської економічної дипломатії (European Economic Diplomacy), запроваджена в 2017 році, гарантує, що різні політики ЄС зміцнюють одна одну в підтримці ключових економічних пріоритетів, одним з яких є впровадження УВТ.

3.3. Угоди про вільну торгівлю ЄС як інструмент просування інтересів малого і середнього бізнесу

Ініціативи на користь МСП, які були вжиті або проводяться в контексті окремих торгових угод, спрямовані на підтримку МСП на світовому ринку.

1. УВТ між ЄС та Кореєю (EU-Korea FTA)

Засідання Робочої групи з питань державних закупівель відбулося в Сеулі 13 вересня 2017 року. Сторони обмінялись думками щодо співпраці у сфері політики щодо малого та середнього бізнесу, коли Корейська бізнес-адміністрація малого та середнього бізнесу перетворена на повноцінне міністерство з можливостями формування політики. [9]

На додаток до можливого прогресу та подальших дій вдосконалення у сферах митних процедур можуть сприяти збільшенню рівня використання преференцій та подальшому сприянню участі МСП. [10]

2. УВТ між ЄС та Колумбією / Еквадором / Перу (EU-Colombia / Ecuador / Peru trade agreement)

В контексті Підкомітету з питань доступу до ринків Сторони домовились у 2015 році щорічно обмінюватися даними щодо рівня використання преференцій. ЄС наголосив на необхідності мати достовірні дані, щоб отримати кращий огляд ефекту Угоди на сьогоднішній день та вивчити засоби, які допоможуть економічним операторам, зокрема МСП, краще використовувати його можливості [11].

За даними Комісії з просування експорту та туризму Перу, з моменту набуття чинності Угодою експорт з ЄС загалом покращився, зокрема для таких продуктів, як машини, електроприлади, транспортні засоби, фармацевтичні препарати та медичні вироби. Експорт ЄС до Еквадору зріс на вражаючих 36% у 2017 році. [14]

3. УВТ між ЄС та Центральною Америкою (EU-Central America trade agreement)

ЄС наголосив на необхідності мати достовірні дані про використання тарифних преференцій з центральноамериканськими партнерами, щоб отримати кращий огляд ефекту від угоди дотепер та вивчити засоби, що допоможуть економічним операторам, зокрема МСП, краще використовувати його можливості. Було домовлено, що підкомітет з питань доступу до ринку працюватиме над цим питанням з метою виявлення причин відсутності даних та можливих рішень, включаючи можливість створення програм співпраці. [15]

4. УВТ між ЄС та Україною (EU-Ukraine DCFTA)

Другий Комітет асоціації з питань конфігурації торгівлі (АСТС) засідав у Брюсселі 28-29 вересня 2017 року. Обидві сторони обмінялись інформацією про торгові дані, торговельну політику та підбили підсумки ситуації у всіх розділах DCFTA. Обговорення також включали підтримку МСП. 27 березня 2018 року за участю комісара Беньковської відбувся 2-й діалог промислового та регуляторного регулювання між ЄС та Україною. З цієї нагоди відбулись засідання п'яти робочих груп, включаючи робочу групу з МСП [16].

5. УВТ між ЄС та Грузією (EU-Georgia DCFTA)

4 грудня 2017 року у Тбілісі відбулося 4-е засідання Комітету асоціації ЄС-Грузія з питань конфігурації торгівлі. Обидві сторони підкреслили важливість фінансової та технічної допомоги ЄС у імплементації DCFTA, зокрема, проектів, спрямованих на підтримку як адміністрації Грузії, так і МСП для приведення у відповідність з законодавством ЄС та отримання вигод від Угоди. [18]

6. УВТ між ЄС та Молдовою (EU-Moldova DCFTA)

4-й Комітет асоціації з питань торговельної конфігурації засідав 18 жовтня 2017 року. Обидві сторони підкреслили важливість фінансової допомоги ЄС для імплементації DCFTA, яка спрямована на підтримку як молдавської адміністрації, так і компаній (зокрема, МСП) у дотриманні асquis та отримання переваг Угоди про асоціацію.

7. Угода про асоціацію між ЄС та Алжиром (EU-Algeria Association Agreement)

ЄС та Алжир провели спільну оцінку Угоди про асоціацію у 2016-17 роках. Було обговорено низку торгових реформ [22].

8. Угода про асоціацію між ЄС та Ліваном (EU-Lebanon Association Agreement)

Спільна робоча група з торгівлі та інвестицій, яка підпадає під Підкомітет з торгівлі, відіграє важливу роль у формуванні майбутньої допомоги та виступає за стратегічні торгові реформи (горизонтальні реформи та реформи сектора, діловий клімат, стандарти якості тощо). Конкретні питання, що розглядались у цій робочій групі, охоплювали МСП, бізнес та інвестиційний клімат. [23]

9. УВТ між ЄС та Швейцарією (EU-Switzerland FTA)

На 63-му засіданні Спільного комітету в рамках УВТ між ЄС та Швейцарією, яке відбулося в Брюсселі 26 листопада 2017 року, ЄС звернувся до роз'яснень щодо запланованих змін до законодавства про ПДВ з метою кращої оцінки їх можливого впливу, зокрема на Європейські МСП та електронна комерція. [25]

10. Угода про економічне партнерство між ЄС та Південно-Африканським співтовариством (EU-South African Development Community (SADC) Economic Partnership Agreement)

Значна частина співпраці у галузі розвитку (відповідно до наявних інструментів зовнішньої допомоги ЄС) на регіональному та національному рівнях надає підтримку сферам політики, пов'язаним із СЕП, включаючи розвиток МСП. [26]

11. Угода про економічне партнерство між ЄС та Кот-д'Івуаром (EU- Côte d'Ivoire Economic Partnership Agreement)

Стратегія впровадження Угоди була прийнята в жовтні 2017 р. Її реалізацію вже підтримує ЄС за допомогою низки програм та проектів, спрямованих на розвиток ланцюжка створення вартості, конкурентоспроможність експорту та індустріалізацію. [27]

12. Угода про економічне партнерство між ЄС та Ганою (EU-Ghana Economic Partnership Agreement)

У 2015 році Гана прийняла Стратегію супровідних заходів щодо охорони навколишнього середовища для сприяння впровадженню інструментів торговельної політики. ЄС підтримує реалізацію стратегії в розмірі 12 мільйонів євро на 2018-2023 роки за допомогою: підтримки Міністерства торгівлі у впровадженні Угоди та залученні до питань, пов'язаних із МСП; підтримка Органу сприяння експорту Гани та Центру сприяння інвестиціям Гани у сприянні місцевим МСП для вдосконалення ланцюгів створення вартості та покращення якості своєї продукції; підтримці вдосконалення ділової політики та регуляторного середовища. [28]

13. Угода про економічне партнерство між ЄС та Японією (EU-Japan Economic Partnership Agreement).

Аналіз ЕРА між ЄС та Японією (який набув чинності в лютому 2019 року) має дві конкретні переваги. ЕРА між ЄС та Японією містить в тому числі заходи підтримки малого та середнього бізнесу ЄС в рамках ФТА.

EU-Japan ЕРА не має окремого розділу про електронну комерцію. Положення, що стосуються електронної комерції, передбачені в розділі F глави 8 про торгівлю послугами, лібералізацію інвестицій та електронну комерцію, в тому числі:

- відсутність митних платежів на електронні перекази коштів;
- внутрішнє регулювання;
- принцип відсутності попереднього дозволу;
- укладання договорів електронними засобами;

- електронна аутентифікація та електронний підпис;
- захист споживачів;
- небажане комерційне електронне повідомлення;
- співпраця;
- вільний потік даних.

Обидві сторони визнають важливість принципу технологічної нейтральності в електронній комерції.

В EU-Japan EPA існує лише одне положення, що стосується співпраці з участю МСП. Угода передбачає підтримку діалогу щодо регуляторних питань електронної комерції та найкращих практик, тоді як виклики для МСП при використанні електронної комерції включені до положень угоди. Інші пункти угоди включають захист споживачів, кібербезпеку, боротьбу з небажаними комерційними електронними повідомленнями, визнання сертифікатів електронних підписів, виданих громадськості, сприяння транскордонним сертифікаційним службам, інтелектуальній власності та електронному уряду.

EU-Japan EPA всебічно висвітлює права інтелектуальної власності у главі 14, включаючи захист авторських прав; торгові марки; географічні ознаки (GIs); промислові зразки; комерційна таємниця; патенти; мінімальні загальні правила щодо захисту нормативних випробувань для фармацевтичних препаратів; цивільно-правові норми. МСП можуть отримати вигоду з положень високого рівня щодо захисту прав інтелектуальної власності. МСП, які продають продукцію з GIs, можуть отримати особливу користь від розширеного двостороннього співробітництва між ЄС та Японією в галузі GIs.

Оскільки ЄС та Японія мають вдосконалені системи захисту інтелектуальної власності, обидва уряди посилили свої зобов'язання в рамках СОТ відповідно до внутрішніх систем інтелектуальної власності та розвинули співпрацю в таких сферах інтересів, як GIs, комерційна таємниця та патентний захист фармацевтичної продукції та захисту рослин. Що стосується GIs, харчові продукти з ЄС та з Японії відповідно зареєстровані як продукти з GIs за системою імпорту.

Що стосується правозастосування, то EU-Japan EPA охоплює виконання цивільних засобів захисту; захист від привласнення комерційної таємниці; та прикордонні заходи.

ЄС та Японія домовились співпрацювати щодо політики інтелектуальної власності, охоплюючи такі сфери, як внутрішній розвиток та міжнародна політика інтелектуальної власності; системи адміністрування та реєстрації інтелектуальної власності; підвищення обізнаності щодо прав інтелектуальної власності; права інтелектуальної власності та МСП; імплементація багатосторонніх угод про інтелектуальну власність; боротьба з порушеннями прав інтелектуальної власності. Комітет з питань інтелектуальної власності був створений для розгляду та моніторингу виконання глави угоди щодо інтелектуальної власності.

Сприяння торгівлі у EU-Japan EPA передбачає, що положення про спрощення торгівлі застосовуються до законодавства кожної Сторони; інші закони та правила, що стосуються торгівлі; та загальні адміністративні процедури, пов'язані з торгівлею та співпрацею між двома Сторонами. Розділ про спрощення торгівлі охоплює: прозорість; процедури імпорту, експорту та транзиту; випуск товарів; спрощення митних процедур; авансові рішення; оскарження та перегляд; управління ризиками; аудит після дозволу; транзит і перевалка; митна співпраця; тимчасовий допуск. Якщо їх ефективно впровадити, очікується зменшення затримок на транспорті та транспортних витрат фірм.

Це повинно бути корисним для МСП, які зазвичай експортують або імпортують невелику кількість товарів і не можуть найняти спеціалістів (наприклад, митного брокера або експедитора) для обробки прикордонних документів та процедур.

З метою ефективного спрощення та полегшення митних процедур EU-Japan EPA наводить: використання вдосконалених систем, заснованих на інформаційно-комунікаційних технологіях та сприяння обміну електронними даними між торговцями або операторами, їх митними органами та іншими торговельними агентами. Що стосується випуску товарів, обидві Сторони дозволяють заздалегідь

подавати та обробляти електронну документацію та будь-яку іншу необхідну інформацію до прибуття товару.

Спільне партнерство між ЄС та Японією також посилює співпрацю між митними органами для подальшого розвитку спрощення торгівлі та покращення безпеки ланцюгів поставок. Сфери співпраці включають: співпрацю щодо подальшого спрощення митних процедур з урахуванням розвитку торговельної практики; співпраця щодо гармонізації вимог до даних для митних цілей відповідно до чинних міжнародних стандартів; співпраця щодо вдосконалення методів управління ризиками.

Комітет з питань правил походження та питань, пов'язаних з митними справами, відповідає за ефективне впровадження та функціонування положень про спрощення торгівлі, вимог та формальностей щодо митних процедур, в тому числі і для МСП, щоб скоротити час і витрати для торговців або операторів серед МСП.

Проведений аналіз УВТ дозволяє надати певні рекомендації щодо вдосконалення подальшого використання даного інструменту торговельної політики з метою просування інтересів МСП.

Оскільки ЄС прагне домовитись про низку нових угод про вільну торгівлю, важливим є підтримка МСП. УВТ вирішують питання торгівлі МСП. Наступні рекомендації щодо політики впливають із нашого аналізу.

1) На майбутніх торгових переговорах уряд країн ЄС повинен підтримувати МСП, як і будь-який інший бізнес, шляхом досягнення:

- всебічного доступ до ринку;
- амбіційна прозорість регулювання та регуляторне співробітництво;
- істотне сприяння торгівлі;
- зниження адміністрування.

2) Найефективніший спосіб конкретно надати МСП можливість здійснювати міжнародну торгівлю - це укладання УВТ для усунення торгових бар'єрів, які фактично або де-юре представляють постійні витрати, які МСП, як правило, важче подолати, ніж корпораціям. Приклади варіюються від витрат на

дотримання нормативних вимог, зокрема до правил походження, до захисту прав інтелектуальної власності. Будь-яка гнучкість у цьому відношенні, наприклад покращена простота реєстрації інтелектуальної власності, буде особливо корисною для МСП.

3) Сприяння торгівлі: спрощення транскордонних домовленостей, а також прозоре митне регулювання та процедури є критичним для МСП ЄС для зменшення торгових витрат. У той же час, загальні положення щодо спрощення торгівлі повинні супроводжуватися механізмом реалізації, який враховує непропорційне навантаження фіксованих торгових витрат на МСП. Наприклад, режими довірених торговців, призначених для полегшення торгівлі, можуть де-факто стати корисними для МСП лише за умови сучасної процедури акредитації для зменшення авансових фіксованих торгових витрат для МСП.

4) Вивчення та реалізація таких положень чи ініціатив спирається на значну співпрацю між сторонами, що підписали УВТ, що, в свою чергу, вимагає відповідної інституційної структури. Це, як правило, спеціальний комітет МСП з двома основними функціями.

По-перше, члени Комітету повинні мати представництво як уряду, так і приватного сектору, щоб забезпечити репрезентативність та своєчасний внесок приватного сектору.

По-друге, більшість сфер, що критично цікавлять МСП, насправді виходять за межі впливу МСП, наприклад електронна комерція, права інтелектуальної власності чи сприяння торгівлі. Ці теми часто підпорядковуються окремим розділам УВТ і можуть контролюватися окремими комітетами (наприклад, з питань електронної комерції). Було б доречним або перевести аспекти МСП у ці сфери в сферу компетенції Комітету МСП, або ж передбачити інституційні положення, якими Комітет МСП зможе зв'язуватися та підтримувати зв'язки з іншими комісіями, створеними в рамках УВТ, з тим, щоб рішення, що полегшують торгівлю для МСП, були застосовані на практиці.

5) Навіть у найамбітніших угодах про вільну торгівлю на сьогодні у багатьох предметних сферах переважає ефект «найкращих зусиль». Значення

майбутніх угод про вільну торгівлю у ЄС для малих та середніх підприємств з точки зору безпеки планування та рівня амбіцій значно зростає, якщо для якомога більшої кількості вищезазначених ключових аспектів використовуватимуть обов'язкову мову. Важливо, щоб положення про зону вільної торгівлі насправді передбачали зобов'язання імплементувати узгоджені положення, а не просто «заохочувати» певні кроки.

6) Захист та захист прав інтелектуальної власності суттєво важливий для МСП ЄС.

Отже, майбутні угоди про вільну торгівлю повинні включати правила щодо посилення захисту прав інтелектуальної власності у країнах з менш розвиненими системами прав інтелектуальної власності.

Наявність доступного та доступного механізму правозастосування для захисту прав інтелектуальної власності має бути пріоритетом, особливо в сфері торгівлі цифровими продуктами та послугами, які значною мірою покладаються на інтелектуальну власність

Різні правила щодо вичерпання прав інтелектуальної власності між сторонами, що підписали Угоду про вільну торгівлю, призводять до неоднорідності законодавчих актів та пов'язаного з цим збільшення витрат. Майбутні угоди про вільну торгівлю можуть вирішити цю проблему, сформулювавши послідовні та подібні правила вичерпання прав інтелектуальної власності.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У першому розділі роботи розкрито теоретичні аспекти торговельної політики та її інструментів, а також малого і середнього підприємництва. Розглянуті підходи до класифікації малого і середнього бізнесу використовують основні критерії - чисельність персоналу і обсяг виручки, але вони не дають уявлення про сферу діяльності підприємства, можливості конкурувати з іншими підприємствами і перспективи його зростання і підвищення ділової активності. Підприємства малого і середнього бізнесу в економіці ЄС є основою її зростання, провідною політичною силою. Крім цього, малий і середній бізнес є ринковим суб'єктом, який має великий запас гнучкості, може адаптовуватися під вплив економічних умов, а також має високу маневреність при реалізації інноваційних проектів. Саме тому необхідно дослідження та вдосконалення системи регулювання торговельної політики у просуванні інтересів малого і середнього бізнесу.

Аналіз малого і середнього бізнесу у ЄС та системі міжнародних торговельних відносин показав, що у 2018 р. частка малого та середнього бізнесу в сукупному ВВП ЄС становила 47%. Причому 48,9% всіх підприємств малого та середнього бізнесу діяло у сфері послуг, і з кожним роком зміст зайнятих у даній сфері зростає в середньому на 0,4%. Річний оборот таких підприємств знаходиться в інтервалі 16,5 тис. – 125 тис. євро; 31,4% – у сфері виробництва і близько 19,7% – в торгівлі, яка складає 10% валової доданої вартості і нараховує більше 610 тис. підприємств.

Малий та середній бізнес займає провідне місце і в частці зайнятих, і в створенні ВВП окремих країн ЄС. Частка малого та середнього бізнесу у формуванні ВВП в розвинених країн коливається в інтервалі від 50 до 80%. Враховуючи невелику кількість працівників, які швидко мобілізуються до змін на ринку, малий та середній бізнес в розвинутих країнах стає важливим фактором, який стимулює позитивні зрушення у розвитку господарських процесів. Важливим є те, що підприємства малого та середнього бізнесу забезпечують

працевлаштування соціально незахищених верств населення. Саме на цих підприємствах вони набувають досвіду, знань, отримують кар'єрний зріст та самореалізацію.

Розвитку малого та середнього бізнесу в країнах ЄС притаманна диференціація за сферами економічної діяльності. У 2018 р. малий та середній бізнес у ЄС займав передові позиції в таких галузях, як виробництво, будівництво, торгівля, бізнес-послуги, харчова промисловість, забезпечуючи роботою дві третини від загальної кількості працівників та більше половини сукупного ВВП. Ці п'ять секторів становлять 4/5 всього малого та середнього бізнесу в ЄС.

Експансія європейських малих та середніх підприємств на міжнародні ринки є важливою метою політики ЄС, яка може суттєво посилити розвиток економіки ЄС. Сприяння інтернаціоналізації малих та середніх підприємств ЄС є частиною цілей, встановлених Європейською Комісією у своїх повідомленнях «Small Business Act for Europe» та «Small Business, Big World». Підтримка економічної діяльності МСП за межами ЄС також закладена в загальній стратегії конкурентоспроможності ЄС, як зазначено у «Europe 2020 Communication on Industrial Policy» та «the EU 2010 Trade, Growth and World Affairs strategy», зокрема щодо впровадження та забезпечення сторони торгової політики ЄС та переглянутої Стратегії доступу на зарубіжні ринки (Market Access Strategy) «Global Europe - a stronger partnership to deliver market access for European exporters».

У ЄС діє Положення про торговельні бар'єри (Trade Barriers Regulation, TBR) - це юридичний інструмент, який надає права фірмам, асоціаціям, галузям та державам-членам Європейського Союзу подавати скарги до Європейської Комісії. У 2015 році ЄС оприлюднив нову торгову політику «Trade for All», яка була частково спрямована на підвищення ефективності торгівлі у забезпеченні економічних можливостей, більшої прозорості у відкритті переговорів для посиленого контролю та досягнення завдань і цілей, а також інтересів малих та середніх підприємств ЄС.

Підтримка європейського бізнесу у доступу до ринків як в межах ЄС, так і за його межами, та пошук нових ділових партнерів за кордоном, використовує можливості торговельної політики. Цю роль може відігравати цілий ряд програм / інструментів, наприклад, наприклад, Європейська мережа підприємств (Enterprise Europe Network, EEN), якою керує DG GROW. EEN пропонує міжнародну підтримку домовленостей та стимулює інновації.

Важлива робота у напрямку інтернаціоналізації МСП та надання більше знань з питань торгівлі. Перспектива конкурентоспроможності МСП потребує вдосконалення нормативних актів та стандартів у сфері торговельної політики МСП. Необхідно поглиблення співробітництва між країнами на багатосторонньому рівні для досягнення більш узгоджених норм та міжнародних стандартів у всьому світі. Внаслідок цього зменшення торгових бар'єрів та бюрократії принесуть користь МСП. Вони зможуть краще конкурувати на міжнародних ринках та у світових ланцюгах створення вартості, допомагаючи забезпечити зростання та робочі місця.

Оскільки ЄС прагне домовитись про низку нових угод про вільну торгівлю, важливим є підтримка МСП. УВТ вирішують питання торгівлі МСП. Для цього на майбутніх торгових переговорах уряд країн ЄС повинен підтримувати МСП, як і будь-який інший бізнес, шляхом досягнення всебічного доступу до ринку; прозорості регулювання та регуляторного співробітництва; сприяння торгівлі; зниження адміністрування.

Найефективніший спосіб конкретно надати МСП можливість здійснювати міжнародну торгівлю - це укладання УВТ для усунення торгових бар'єрів, які фактично або де-юре представляють постійні витрати, які МСП, як правило, важче подолати, ніж корпораціям.

Сприяння торгівлі передбачає спрощення транскордонних домовленостей, а також прозоре митне регулювання та процедури є критичним для МСП ЄС для зменшення торгових витрат. У той же час, загальні положення щодо спрощення торгівлі повинні супроводжуватися механізмом реалізації, який враховує непропорційне навантаження фіксованих торгових витрат на МСП.

Значення майбутніх угод про вільну торгівлю у ЄС для малих та середніх підприємств з точки зору безпеки планування та рівня амбіцій значно зросте, якщо для якомога більшої кількості вищезазначених ключових аспектів використовуватимуть обов'язкову мову. Важливо, щоб положення про зону вільної торгівлі насправді передбачали зобов'язання імплементувати узгоджені положення, а не просто «заохочувати» певні кроки.

Захист та захист прав інтелектуальної власності суттєво важливий для МСП ЄС. Майбутні угоди про вільну торгівлю повинні включати правила щодо посилення захисту прав інтелектуальної власності у країнах з менш розвиненими системами прав інтелектуальної власності. Наявність доступного та доступного механізму правозастосування для захисту прав інтелектуальної власності має бути пріоритетом, особливо в сфері торгівлі цифровими продуктами та послугами, які значною мірою покладаються на інтелектуальну власність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. European Commission MEMO/13/1080, December 3, 2013. URL: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-1080_en.htm.
2. EU exports to the world: effects on employment and income – Key findings, 2015. URL: <https://ec.europa.eu/jrc/en/event/pressmedia-event/presentation-dg-jrc-dg-trade-study-trade-and-jobs>.
3. Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises (EASME). 2019. Adapting for the future. 2017-18 Final Activity Report Enterprise Europe Network. Brussels: EASME.
4. Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises (EASME). 2017. Enterprise Europe Network SME growth forecast 2017-2018. Brussels: EASME.
5. 612 final, 9 November 2010. Brussels: European Commission.
6. EU trade policy: Driven by people's needs, responding to their concerns. Сайт Директората Європейської комісії по торгівлі. URL: <http://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=1308>.
7. European Commission (EC), 2007. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions – «Global Europe: a stronger partnership to deliver market access for European exporters», COM (2007) 183 final, 18 April 2007. Brussels: European Commission.
8. European Commission, 2008. Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions – «Think Small First» - A «Small Business Act» for Europe, COM (2008) 394 final, 25 June 2008. Brussels: European Commission.
9. European Commission, 2010a. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions – «Trade, Growth and World Affairs – Trade Policy as a core component of the EU's 2020 strategy», COM (2010)

10. Market Access Flash Note № 7, 14 February 2008. URL: <http://trade.ec.europa.eu/doclib/html/137759.htm>.

11. Market Access Strategy. URL: www.trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2007/april/tradoc_134591.pdf.

12. Сообщение Европейской комиссии Совету ЕС, Европейскому Парламенту, Европейскому и Социальному Комитету и Комитету Регионов «Глобальный вызов в международной торговле: стратегия доступа на рынок для Европейского союза», COM (96) 53 final of 14.02.1996.

13. Соглашение ВТО по техническим барьерам в торговле (TBT Agreement) [Электронный ресурс] https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/17-tbt_e.htm.

14. SBA Fact Sheet: France. The European Commission Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs (DG GROW) URL: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/32581/attachments/11/translations/en/renditions/native>

15. Решение Совета ЕС от 24 сентября 1998 г. № 98/552/EC.

16. Market Access Flash Note № 48, 11 March 2011. URL: <http://trade.ec.europa.eu/doclib/html/147636.htm>.

17. Market Access Flash Note № 17, 27 November 2008. URL: <http://trade.ec.europa.eu/doclib/html/141442.htm>.

18. EU policy framework on SMEs: state of play and challenges. European Union, 2019. <https://cor.europa.eu/en/engage/studies/Documents/EU-SMEs/EU-policy-SMEs.pdf>

19. Amiti, M., Itskhoki, O. and Konings, J., 2014. Importers, Exporters, and Exchange Rate Disconnect. American Economic Review, 104(7), pp.1942-1978.

20. Muller P., Mattes A, Klitou D., Lonkeu O., Paula R. et al. Annual report on European SMEs 2017/2018: SMEs growing beyond borders. PwC Luxembourg/CARSA/LE Europe/DIW Econ. URL: <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a435b6ed-e888-11e8-b690-01aa75ed71a1>

21. Strategy for the enforcement of intellectual property rights in third countries, 2005/C29/03, OJ C129, 26.5.2005.
22. CEBR, The impact of counterfeiting on four main sectors in the European Union, Centre for Economic and Business Research, London, 2000.
23. Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS Agreement). URL: https://www.wto.org/ENGLISH/tratop_e/trips_e/trips_e.htm#top.
24. European Commission (EC). N.d.a. SME internationalisation beyond the EU. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. Brussels: European Commission.
25. European Commission (EC). N.d.c. Exporting from the EU – what you need to know. Trade Market Access Database. Brussels: European Commission.
26. European Commission (EC). 2010. Internationalisation of European SMEs. Brussels: European Commission.
27. European Commission (EC). 2015a. Trade for all. Towards a more responsible trade and investment policy. Brussels: European Commission.
28. European Commission (EC). 2015b. Final evaluation of the impact of the Enterprise Europe Network 2008-2014. Brussels: European Commission. 27 November 2015.
29. European Commission (EC). 2018a. Annual Report on European SMEs 2017/2018. SMEs growing beyond borders. Brussels: European Commission.
30. European Commission. 2020a. An SME Strategy for a sustainable and digital Europe. Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels, 10.03.2020 COM(2020) 103 final.
31. European Commission. 2020b. Towards a comprehensive Strategy with Africa. Communication from the Commission to the European Parliament, and the Council. European Commission and High Representative of the Union for Foreign Affairs and Security Policy. Brussels, 9.3.2020 JOIN(2020) 4 final.
32. European Commission, 2010b. Internationalisation of European SMEs – Final Report. Prepared by EIM Business & Policy Research for DG Enterprise and

Industry. Brussels: Directorate-General for Enterprise and Industry, European Commission.

33. European Commission, 2011a. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions – «Small Business, Big World: A New Partnership to help SMEs seize global opportunities», COM (2011) 702 final,

34. 9 November 2011. Brussels: European Commission.

35. European Commission, 2011b. Opportunities for the internationalisation of European SMEs – Final Report. Prepared by EIM Business & Policy Research for DG Enterprise and Industry. Brussels: Directorate-General for Enterprise and Industry, European Commission.

36. European Commission (2018). Annual Report on European SMEs 2017/2018–SMEs growing beyond borders.

37. European Commission (2015). Internationalisation of Small and Medium-sized Enterprises, Report 2015, Flash Eurobarometers 421, European Commission Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs.

38. SMEs are driving economic success. Facts and figures about German SMEs. Federal Ministry for Economic Affairs and Energy. URL: https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Mittelstand/driving-economic-success-sme.pdf?__blob=publicationFile&v=4

39. Results of Aggregated Number of SMEs and Small Enterprises Released. Business Environment Department, SMEA/Ministry of Economy, Trade and Industry. URL: https://www.meti.go.jp/english/press/2018/1130_002.html

40. SME finance in the UK: past, present and future. UK Finance Report, December 2018. URL: <https://www.ukfinance.org.uk/system/files/UK-Finance-SME-Finance-in-UK-AW-web.pdf>

41. Department for Business, Energy and Industrial Strategy official website. URL: <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-business-energy-and-industrial-strategy>

42. UK Small Business Statistics. Business Population Estimates for the UK and Regions in 2018. National Federation of Self Employed & Small Businesses Limited. URL: <https://www.fsb.org.uk/media-centre/small-business-statistics>
43. Results of Aggregated Number of SMEs and Small Enterprises Released. Business Environment Department, SMEA/Ministry of Economy, Trade and Industry. URL: https://www.meti.go.jp/english/press/2018/1130_002.html
44. Adlung, R. and Soprana, M. (2010). Trade Policy for SMEs from a GATS Perspective. in Rensmann, T. (ed.), SMEs in International Economic Law, Oxford University Press.
45. Arudchelvan, M., and G. Wignaraja (2015), “SME Internationalization through Global Value Chains and Free Trade Agreements: Malaysian Evidence”, ADBI Working Paper 515, Tokyo: Asian Development Bank Institute.
46. Cernat, L., Norman-López, A., and Duch T-Figueras, A. (2014). SMEs Are More Important Than You Think! Challenges and Opportunities for EU exporting SMEs, European Commission, Chief Economist Note, Issue 3, September 2014.
47. ECSIP (2013). Study on Support Services for SMEs in International Business - Final report for DG Enterprise and Industry, European Commission, ENTR/90/PP/2011/FC.
48. Federation of Small Business (2016). Destination Export – The Small Business Export Landscape. July 2016.
49. Frenkel, M. and Walter, B. (2017). The EU-Japan Economic Partnership Agreement: Relevance, Content and Policy Implications, *Intereconomics*, Vol.52(6), pp.358-363.
50. Fliess, B. and C. Busquets (2006), The Role of Trade Barriers in SME Internationalisation, OECD Trade Policy Papers, No. 45, OECD Publishing, Paris.
51. Hayakawa, Kazunobu (2015), “Does firm size matter in exporting and using FTA schemes?”, *The Journal of International Trade & Economic Development*, 24:7, 883-905.

52. Hessels, J., Parker, S, C. (2013). Constraints, internationalization and growth: A cross-country analysis of European SMEs, *Journal of World Business*, 1/2013, Vol.48(1), pp.137-148

53. International Trade Centre (2018). Supporting SMEs through trade facilitation reforms: Toolkit for policymakers, Geneva.

54. Lejarraga, L., Lopez-Rizzo, H., Oberhofer, H., Stone, S. and Sheperd, B. (2014). Small and MediumSized Enterprises in Global Markets: A Differential Approach for Services?, *OECD Trade Policy Papers*, No. 165, OECD Publishing.

55. National Board of Trade Sweden and UNTAD (2018), The Use of the EU's Free Trade Agreements – Exporter and Importer Utilisation of Preferential Tariffs. URL: <https://www.kommers.se/Documents/dokumentarkiv/publikationer/2018/Publ-The-use-of-the-eus-ftas.pdf>