

С.А. Закирова

Роль и значение малого и среднего бизнеса в развитии Южной Кореи

Мақолада Жанубий Корея иқтисодиётида кичик ва ўрта бизнеснинг шаклланиши ва ривожланиши, миллий ишлаб чиқариш маҳсулотларининг халқаро савдога чиқарилиш тажрибаси таҳлил қилинган. Хусусан бу борада давлат томонидан юргизилаётган ички сиёсат ва тадбиркорларни қўллаб-қувватлашга қаратилган тадбирларга алоҳида эътибор қаратилган. Жанубий Кореянинг инновацион бизнес соҳасида эришган ютуқлари ва тажрибасини ўрганиш Ўзбекистонда инновацион бизнеснинг шаклланишига туртки бўлиши мумкинлиги асосланган.

* * *

The article considers the formation of small and medium business in South Korea and its role in economic development, as well as importance in promoting the export of domestic goods. Particular attention is paid to the role of Government in supporting and encouraging small business. The country has formed an innovative small business, which brought the economy to a new level of development and raised its authority abroad. Some features of the development of small and medium business in South Korea can be useful for Uzbekistan in the course of modernization of the country and the formation of an innovative economy.

Ключевые слова: инновационный малый и средний бизнес, экономические реформы, Бюро малого бизнеса, наукоемкие инновационные предприятия, системные преобразования, эффективные механизмы управления научным сектором.

Закирова С.А., канд. экон. наук, доцент кафедры «Мировая экономика и международные экономические отношения» УМЭД.

Калит сўзлар: кичик ва ўрта инновацион бизнес, иқтисодий реформалар, кичик бизнес Бюроси, инновацион ташкилотлар, тизимли услоҳотлар, илмий секторни бошқаришнинг самарали механизми.

* * *

Key words: Innovation, small business, economic reforms, high-tech innovation enterprises, system transformations, effective management in scientific segment of production.

Значение малого бизнеса в национальной экономике постоянно повышается, без малого бизнеса она не в состоянии ни функционировать, ни развиваться. Ее развитие способствует росту доходов населения, повышает занятость, рождаемость, снижает социальную напряженность, формирует надёжную опору власти – средний класс.

Как показывает история, становление и развитие малого бизнеса стало одним из основных направлений политики государства в условиях реформирования и перехода от административно-командной к рыночной экономике. Его формирование - это основной фактор для экономического роста, который влияет на структуру и качество ВВП. Вместе со средним малый бизнес становится основным источником социально-политической стабильности и роста экономики страны, на его долю приходится значительная часть ВВП и занятого населения [1]. Это относится не только к странам с переходной экономикой, но и к развитым.

Эволюция развития малого и среднего бизнеса в индустриально-экономическом секторе различается по странам и периодам. Примечателен в этом отношении опыт развития малого бизнеса в Южной Корее. За последние десять лет экономика Южной Кореи растет в среднем на 8,6% в год. Во многом такому росту способствует государственная политика поддержки инновационного малого и среднего бизнеса.

Важная особенность южнокорейского развития в том, что все инновационные процессы в стране очень централизованы и системны – государственное регулирование и решения правительства последовательно реализуются на всех уровнях властной иерархии. Другая особенность – система «чемпионов», из которой выросли такие гиганты, как Samsung и Hyundai. Государство вытягивает инновационные компании и обеспечивает им поддержку на всех уровнях – от внутренних льгот и дотаций до выхода на международные рынки [2]. Благодаря этим двум особенностям страна за исторически короткий срок совер-

шила стремительный скачок в развитии и полностью обновила свою экономику.

Южнокорейское экономическое чудо предоставило множество возможностей начинающим предпринимателям. В 2015 г. в рейтинге ведения бизнеса, составленном Всемирным банком, Южная Корея заняла 5-е место. Впечатляющих результатов страна добилась в процедуре регистрации предприятия: среднее количество процедур, которые необходимо пройти, равно трем, процедура открытия компании от начала до конца занимает около двух недель.

Согласно общепринятой в Южной Корее классификации, к категории предприятий малого и среднего бизнеса отнесены те, где количество работников не превышает 300 человек, а внесенный капитал для промышленных предприятий не превышает 8,5 млн долл. США, в том числе для строительных и транспортных компаний не более 3 млн долл. США, крупнооптовых компаний и гостиниц не более 30 млн долл. США. Действует и другая более детальная классификация, в которой критерии значительно различаются в зависимости от сектора экономики, в котором создается предприятие. Не считаются предприятиями малого и среднего бизнеса те, в которых 30% капитала принадлежит крупным конгломератам с активами более 500 млн долл. США.

На предприятия малого и среднего бизнеса приходится 99,8% всех зарегистрированных компаний в этой стране.

Общее количество предприятий малого и среднего бизнеса в Республике Корея составляет более 3 млн, из них 900 тыс. средних предприятий с количеством сотрудников 50-300 человек, 240 тыс. малых с 10-50 сотрудниками и 2,68 млн микрокомпаний с количеством работающих до 10 человек. Общий объем производства таких предприятий составляет около 50% от ВВП страны. Они занимают более 45% всего экспорта Кореи. Самая большая доля занятых функционирует в сфере оптовой и розничной торговли - около 31%, в гостиничном и ресторанном бизнесе - 21,4%, в сфере производства - 11,5%, в сфере транспорта - 10%, в оказании различного рода культурно-развлекательных и спортивных услуг - 3,9%, в сфере обучения - 3%, в сфере недвижимости - 2,9%, в строительном секторе - 2,5%, в оказании консалтинговых бизнес-услуг - 2,4% и в сфере здравоохранения и социальной защиты населения - 1,9%.

Немаловажную роль в развитии малого и среднего бизнеса сыграло правительство Южной Кореи. Поддержка началась в 1966 г. с принятием закона «О малых и средних предприятиях», но вначале она была незначительной, акцент делался на поддержку крупных корпораций.

Положение изменилось в середине 1970-х годов с внедрением политики, направленной на развитие тяжелой и химической промышленности. Малый и средний бизнес рассматривался как сектор, который будет оказывать поддержку в развитии крупных компаний. В этот период основное внимание государства было направлено на защиту сфер деятельности тех компаний, которые выявлялись в определенных отраслях промышленности, куда доступ для крупных корпораций был закрыт.

В 1980-е годы политика государства по защите малого и среднего бизнеса активизируется. Создается специальный Фонд по продвижению таких компаний и принимается долгосрочная 10-летняя программа по их поддержке.

В 1982 г. принимаются ещё три программы, которые предоставляют кредиты, содействуют прогрессивным формам производственной кооперации и организации производства, обеспечивают поддержку «перспективных» малых предприятий. Но эти меры оказываются малоэффективными. Неблагоприятная для малого бизнеса деловая среда, в частности отношение к нему крупных компаний, не изменились за тот период. Южнокорейская экономика, несмотря на продолжающийся рост производства, оказалась в состоянии структурного кризиса, главной причиной которого считали слабость хозяйственных позиций малых и средних предприятий. Экспансия крупных корпораций на внешних рынках была неэффективной, потому что не было прочной опоры на малый бизнес, ещё не сформировался средний класс, поэтому предпринятые реформы не осуществлялись, особенно ярко это проявлялось в ходе приватизации.

В 1990 г. после вступления Республики Корея в ВТО правительство стало акцентировать свою политику поддержки на тех сферах деятельности малого и среднего бизнеса, которые производили новейшие технологии.

Таким образом, можно наблюдать, что система жесткого государственного регулирования экономики и высокая деловая активность в Южной Корее были тесно взаимосвязаны. Были приняты законы по приватизации собственности и денежному обращению, по экспортным субсидиям и лицензированию инвестиций, либерализации импорта и изменению курса валюты, а конкретно о малом бизнесе – двенадцать законов. Создавалась правовая платформа реформ, одновременно перераспределялась роль правительства и частного капитала. Правительство проводило экономические реформы, где основная роль отводилась частному сектору. Ставка на рост экономики в стране была сделана на частный бизнес.

Несмотря на то, что Южная Корея сформировала такие же крупные корпорации, как Америка или Япония (пять ведущих корпораций Южной Кореи входят в двадцатку крупнейших корпораций мира), вывел ее на передовые позиции в развитии экономики малый бизнес, который стал основой корейской экономики.

В обрабатывающих и добывающих отраслях, на транспорте и в строительстве малый бизнес – это предприятия с 20 и менее работниками, в торговле или сфере услуг – 5 и менее человек. Мелких предприятий в Южной Корее 1 089 000, или 98,6% всех производств, крупных – чуть больше 15 000. В малом бизнесе занято 62% населения, т.е. почти все жители вовлечены в интенсивную экономическую жизнь страны.

Малый бизнес активно пропагандируется. Лозунг, который можно увидеть по всей Корее, – это «Малый бизнес – движущая сила экономического роста». Государство поддерживает малый бизнес через правительственные организации, их насчитывается более 15.

В Министерстве торговли и промышленности действует Бюро малого бизнеса, которое является инициатором создания мелких предприятий. Бюро предоставляет помощь в процессе регистрации, выступает гарантом перед банками, выдает безвозвратные субсидии и осуществляет разнообразную административную поддержку, обучает специалистов.

В области финансирования четыре общенациональные организации ориентированы только на малый бизнес: Индустриальный банк Кореи, Гражданский национальный банк, Корейский кредитный гарантийный фонд (он дает гарантии по всем кредитам малого бизнеса, через него действует государство) и Корейский технологический кредитный фонд. Последний занимается поддержкой новых технологий в малом бизнесе. Главным государственным финансовым институтом Кореи, который осуществляет финансовую поддержку малого и среднего бизнеса, является Промышленный банк Кореи, созданный в 1961 г. Являясь одним из крупнейших в Корее, он обладает капиталом более 3 млрд долл. США, его общие активы составляют около 60 млрд долл. США.

Действуют крупные внешнеторговые организации, которые стимулируют и помогают экспортировать продукцию предприятий малого бизнеса. Это Корейская внешнеторговая ассоциация малого бизнеса, Корейская торговая корпорация и Корейская международная торговая корпорация малого бизнеса. Они добиваются уменьшения налогов, снижения таможенных тарифов, предоставления льготных кредитов для малого и среднего бизнеса. Они также облегчают вывоз прибыли из других стран в Южную Корею, проводят исследования

рынков, обеспечивают предпринимателей информацией и отыскивают контрагентов, помогающих выйти на мировой рынок.

Технологии для малого бизнеса разрабатывают специализированные институты и центры, а также Корпорация промышленного малого бизнеса. Есть ещё ряд организаций, которые отстаивают права и интересы инновационного малого бизнеса: это общенациональная Федерация, Торгово-промышленная палата и Проектный центр. Они защищают патенты и лицензии, помогают малому бизнесу в технологических разработках.

Основную роль в развитии малого бизнеса и частного предпринимательства сыграла 10-летняя программа развития, принятая в 2000 г. Её цели были направлены на увеличение доли малых и средних компаний в экспорте промышленной продукции с 37 до 50%, за счёт повышения производства товаров с высокой добавленной стоимостью с 50 до 56%, роста занятости населения с 70 до 78%. В программе намечены меры по обеспечению низких процентных ставок по заемному капиталу, стимулированию наиболее конкурентоспособных компаний [3].

Поддержку в реализации указанной программы осуществлял специальный Комитет по развитию малого бизнеса при Президенте Республики Корея, где была подготовлена нормативно-законодательная база и выработана государственная политика в области малого и среднего предпринимательства.

В 2008 г. для предотвращения негативных влияний мирового финансового кризиса на экономику правительство Республики Корея начало активнее продвигать интересы малого бизнеса и частного предпринимательства. В конце года появилась программа антикризисных мер и экономического развития Республики Корея на 10-летний период «New Growth Engines Initiative», которая была разработана совместно с программой «747». На ее разработку правительство выделило 5,48 млрд долл. США. В рамках данной программы был создан инвестиционный фонд для поддержки малого и среднего бизнеса за счет приватизации ряда государственных компаний, были разработаны и выполнены принятые в социальных программах меры по поддержке незащищенных слоев населения.

Программа включала также меры финансовой поддержки государством местных администраций. На развитие индустрии и инфраструктуры в провинциях были привлечены инвестиции в 30 проектов со сроком реализации 5 лет в сумме 37,7 млрд долл. США. В течение десяти лет были созданы 880 тыс. новых рабочих мест. Инвестиции в частный сектор, а также в новую схему его развития в рамках анти-

кризисной программы составили 68,4 млрд и 74,7 млрд долл. США, что увеличило объем выпускаемой продукции в частном секторе экономики к 2014 г. до 253 млрд долл. США.

Ещё одной из эффективных форм поддержки стало размещение государственных заказов в малых и средних компаниях, что составило 65% общего объема государственных закупок.

Особенности становления, развития и поддержки инновационного бизнеса в Республике Корея позволяют выявить некоторые особенности, которые могут быть использованы в Узбекистане.

За 25 лет Узбекистану удалось перестроить национальную экономику: появились новые отрасли промышленности (например, автомобилестроение), развивается текстильная отрасль (республика стала экспортировать не только хлопок, но и текстиль). Развивается и частное предпринимательство: в Узбекистане действует 215 тыс предприятий малого бизнеса, на долю которых приходится от 27,8 до 98,4% объема в различных отраслях народного хозяйства.

В 2015 г. в сельском хозяйстве из 98,4% общего объема продукции частными предпринимателями производилось только 73%. Заметно выросла доля частного бизнеса в перевозке пассажиров – с 30 до 87,3%, транспортировке грузов – с 6,7 до 53,7%, строительстве – с 38,4 до 66,7% и промышленности – с 12,9 до 66,7%. Увеличилась роль малого бизнеса и в экспорте: если в 2000 г. на долю малого бизнеса приходилось всего 10,2% экспорта, то в 2015 г. – 27,8%, при этом более 80% рабочих мест в стране создает негосударственный сектор.

В Узбекистане малому бизнесу и частному предпринимательству придается большое значение. В 2016 г. было зарегистрировано более 31,76 тыс. новых субъектов малого предпринимательства (без дехканских и фермерских хозяйств). На 1 января 2017 г. количество действующих субъектов малого предпринимательства достигло 218170 единиц, в 2016 г. их было меньше на 11066.

В результате создания благоприятных условий для субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства в 2016 г. их доля в ВВП страны составила 56,9%, тогда как в 2015 г. – 56,5%, промышленности – 45,0% (40,6%), сфере услуг – 60,5% (57,8%), экспорте – 28,5% (27,0%) и занятости – 78,1% (77,9%).

В 2016 г. субъектами малого бизнеса и частного предпринимательства было освоено инвестиций на 19963,2 млрд сумов, что составило 40,3% от общего объема освоенных инвестиций республики. Ими были выполнены строительные работы на 20677,7 млрд сумов (70,7% от общего объема строительных работ), что на 15,6% больше уровня 2015 г.

Узбекистан поставил перед собой стратегическую цель продолжать реформирование и модернизацию страны [9], поэтому необходимо формировать благоприятный деловой климат для малого бизнеса и частного предпринимательства. Следует повысить интерес к развитию инноваций, инновационных проектов, при этом основную роль локомотива и стимулирующего органа должно сыграть государство. Нужно создать благоприятные экономические, нормативно-правовые, организационные и иные условия для инновационно-инвестиционной деятельности малых и средних предприятий, обеспечивающих рост конкурентоспособности местной продукции, эффективное использование научно-технических результатов, потенциала в решении задач социально-экономического развития. Необходима ориентация усилий не столько на макроэкономические результаты реализации проектов, сколько на выработку более эффективной и современной модели инновационного роста и партнерства государства и бизнеса в этой сфере с учётом специфики переходной экономики Узбекистана.

Необходимо повысить роль организаций, занимающихся продвижением отечественных товаров на мировые рынки. Примечателен опыт Администрации малого и среднего бизнеса Южной Кореи (SMBA), которая ведёт активную работу по заключению соглашений о стратегическом сотрудничестве с иностранными государствами, чтобы открыть доступ продукции малого и среднего бизнеса на мировой рынок. В частности, в 2011 г. SMBA подписала меморандум о взаимопонимании с Индонезией, Вьетнамом и Турцией о деловом сотрудничестве малых и средних предприятий. В рамках меморандума SMBA создала в Индонезии организацию Green Business Center (GBC), которая оказывает поддержку корейским компаниям, работающим на местном рынке «зеленых» технологий. Во Вьетнаме администрация открыла выставочный центр Korea Technology Exhibition Center для передачи технологий, обмена информацией и людскими ресурсами между корейскими и вьетнамскими малыми и средними предприятиями. В сфере малого и среднего бизнеса SMBA сотрудничает с 19 странами, включая Китай, Индию, Индонезию, Вьетнам, Турцию и Мексику. Это позволяет поддерживать корейские предприятия, выходящие на новые рынки сбыта.

Стратегическая цель SMBA – помочь малым и средним предприятиям укрепить их позиции за рубежом. В 2011 г. объем экспорта малых и средних предприятий Южной Кореи составил 114,6 млрд долл. США, или 20,6% от общего объема экспорта страны. Небольшие предприятия поставляли материалы и компоненты крупным компаниям.

К 2016 г. SMBA предусматривала увеличить число таких фирм с 83 до 100 тыс [7].

Ежегодно для выполнения этой задачи администрация расширяет комплекс мер поддержки, который включает услуги бизнес-образования, исследования конъюнктуры рынка, разработки стратегий привлечения потребителей за рубежом, а также предоставление финансирования для изучения рынка. Этой услугой пользуются 1500 отечественных компаний.

В программе World Class 300, инициированной Министерством экономики знаний (Ministry of Knowledge Economy), SMBA стремится сформировать экосистему роста малого и среднего бизнеса, которая объединит малые и средние предприятия Кореи поставляют продукцию в 227 стран. Объем экспорта в 15 стран, среди которых Китай, Япония, США, Гонконг, Вьетнам, Тайвань, Индонезия, Индия, Иран и Россия, превысил 1 млрд долл. США. В то же время более 80% малых и средних фирм поставляли товары менее чем в три страны, т.е. их экспортная деятельность сосредоточена на определенных рынках. Количество наименований товаров, поставляемых за рубеж такими компаниями, достигло 1,175 тыс. Главными статьями экспорта являются автозапчасти, конструкции корпусов морских судов, компьютеры и бытовая электроника. У более чем 80% предприятий объем экспорта не превышает 1 млн долл. США. Значит, основная роль SMBA заключается в предоставлении поддержки новым компаниям и оказании им помощи в поисках потребителей их продукции за рубежом.

Интересен механизм отбора новых предприятий. Ежегодно начинающим фирмам предоставляется возможность создать собственные перспективные экспортные программы. SMBA выбирает из них 1000 компаний, которые делит на три типа: «новички», перспективные фирмы с объемом экспорта от 1 млн до 5 млн долл. США и предприятия с объемом экспорта свыше 5 млн долл. США.

Если «новички» разрабатывают перспективные экспортные стратегии, они получают преференции, например, возможность привлечь финансирование в банке или правительственной организации. Перспективные фирмы получают доступ к исследованиям и разработкам, которые могут использовать для достижения своих целей.

С целью создания новой движущей силы для экономики SMBA запустила несколько различных программ для инновационных стартапов по всей стране. В частности, SMBA поддерживает бизнес-инкубаторы при университетах и исследовательских институтах, имеющих условия и оборудование, которыми могут воспользоваться предпри-

ниматели или новые предприятия. Эта программа реализуется для обеспечения выживания и роста вновь создаваемых венчурных компаний. Малые и средние предприятия получают земельные участки, консультационную помощь экспертов, образование в сфере маркетинга и другую поддержку.

SMBA предоставляет финансовую поддержку и образовательные услуги предпринимателям, чтобы расширить их представление о том, в каких сферах они могут найти применение своим талантам и идеям. Эта программа направлена на формирование у студентов творческого подхода и новаторского духа, которые необходимы для ведения предпринимательской деятельности. Ее приоритетом является развитие человеческих ресурсов – двигателя конкурентоспособности и креативности малого и среднего бизнеса.

SMBA проводит политику в сфере образования и трудоустройства, чтобы повысить возможности средних и малых предприятий разрабатывать, производить и выводить на рынок новые продукты и услуги, поддерживая на высоком уровне технологии и организационные процессы. Программы прямого и непрямого финансирования SMBA направлены на поддержку инновационных компаний, которые получают возможность начинать или расширять деятельность, создавать новые продукты, инвестировать в новые производственные мощности или кадровые ресурсы.

SMBA постоянно ведет работу по обеспечению доступа малых и средних предприятий к источникам финансирования, которые традиционно являются для них труднодоступными.

В Узбекистане движущей силой в продвижении продукции малого бизнеса и частного предпринимательства может стать любая правительственная организация, которая функционирует под юрисдикцией правительства. Но чтобы выйти на мировой рынок с определенным набором продукции, необходимо развивать отечественное производство на основе новых технологических процессов и разработок. Пока финансирование НИОКР находится на низком уровне по сравнению с другими странами, не исключены высокие риски при финансировании. Оптимальным инструментом стимулирования инноваций может послужить выделение грантов на инновационные проекты с условием софинансирования авторами проектов. Эффективны и другие методы финансового стимулирования инноваций: льготные кредиты и налоговые льготы. К инвестированию проектов можно привлечь средства Всемирного банка, ООН, АБР и др.

Создание малых предприятий при крупных предприятиях или компаниях может решить несколько проблем, в том числе проблемы ло-

кализации занятости населения. Принятая программа модернизации страны предусматривает развитие нескольких отраслей производства, таких как химическая, легкая, фармацевтическая, машиностроение и топливно-энергетическая. В основном продукцию этих отраслей производят крупные компании и предприятия.

Основной поток инвестиций и технологического оборудования также привлекается в эти секторы. В стране принята программа локализации по отраслям, из-за недостатка производства некоторых изделий и комплектующих страна их импортирует и параллельно с этим налаживает их производство. Роль производителей таких мелких изделий могут взять на себя малые предприятия, установив прочную и тесную связь с производителями готовой продукции, т.е. создав кооперацию.

При поддержке государства малое предприятие сможет приобрести оборудование за счёт льготных кредитов или на выгодных условиях, вплоть до освобождения выплаты кредитов и налога от 1 до 2 лет в зависимости от стоимости технологии.

Большое значение имеет и подготовка кадров для производителей наукоемкой продукции. Следует развивать образовательные программы колледжей, высших учебных заведений, т.е. включить в их программы больше профилирующих дисциплин и производственную практику, что поможет заинтересовать молодых специалистов. В разработку учебных программ необходимо привлекать представителей малого бизнеса с учётом их потребностей. По мере развития предприятия будут само заинтересованы в развитии своих кадров, а в дальнейшем финансировать расходы по их подготовке.

Основной проблемой для достижения результата в области развития инноваций в Узбекистане является то, что в стране отсутствуют эффективные механизмы управления научным сектором, способным стать основой перехода к инновационной экономике. Нужны системные преобразования, которые должны предусматривать создание системы научных и инновационных фондов, способных предоставить поддержку инновационной деятельности на её разных стадиях – от фундаментальной науки, прикладных исследований и разработок до выхода научно-технической продукции на рынок и создания наукоёмких инновационных предприятий.

Основная проблема заключается в слабой развитости ИКТ. Для ликвидации проблемы необходимо продлить льготы по импорту ИКТ и оборудования (в том числе компьютерного), а также ускорить программу по внедрению и популяризации Интернета в школах и вузах, использовать мультимедийные и веб-технологии в программах обучения.

Существует дискриминационная политика, согласно которой от НДС освобождены только средства на НИОКР, выделяемые из госбюджета. Чтобы решить эту проблему, необходимо установить, что налоговые льготы распространяются не только на государственные, но и на частные источники финансирования НИОКР.

Только при условии реализации комплексных мер можно будет обеспечить успех финансовых инструментов стимулирования инновационной деятельности Узбекистана, таких как гранты, кредиты, венчурное финансирование, налоговые льготы и др. В связи с этим необходимо реализовать тактические и стратегические мероприятия, для этого правительство страны должно в краткосрочный и среднесрочный период превратить инновации в реальный источник экономического роста.

Литература

1. Баранцев В.П., Мартынов Л.М. Управление инновационным бизнесом: обзор актуальных идей: Научно-методическое пособие.- М.; Компания Спутник, 2005.
2. Ерошкин А. М. Финансирование инновационного развития: теория и практика. – М.: Нестор-История, 2012.
3. Ким Жонг-Ёул. Особенности национальных стратегий развития инноваций в Южной Корее / Пер с англ. – М.: “Прогресс”, 2010.
4. Горбунов В.Л. Инновационное предпринимательство и условия его развития // Материалы международного форума «Инновационные технологии и системы». – Минск: ГУ «БелИСА», 2006.
5. Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data: Oslo Manual. – Paris: OECD, Eurostat, 2007.
6. World Innovation Index by Bloomberg. 2015.
7. Kim Linsu. Imitation to Innovation, The Dynamics of Korea’s Technological Learning. – Boston, MA: Harvard Business School Press, 2015.
8. Sungchul Chung. Excelsior: The Korean Innovation Story // Issues in Science and Technology. Vol. XXIV. Issue 1. – Fall. 2007.
9. Основные тенденции и показатели экономического и социального развития Республики Узбекистан за годы независимости (1990-2010 гг.) и прогноз на 2011-2015 гг.: Статистический сборник. – Ташкент: Узбекистан. 2011.