

УДК 339.564

Средний бизнес и проблемы российского несырьевого экспорта

ДУМНАЯ НАТАЛЬЯ НИКОЛАЕВНА,

*д-р экон. наук, профессор кафедры «Экономическая теория»
Финансового университета при Правительстве РФ*
E-mail: dumdum47@mail.ru

КОЛОДНЯ ГАЛИНА ВЛАДИМИРОВНА,

*д-р экон. наук, профессор кафедры «Экономическая теория»
Финансового университета при Правительстве РФ*
E-mail: kolodnyaya@yandex.ru

ЮДАНОВ АНДРЕЙ ЮРЬЕВИЧ,

*д-р экон. наук, профессор кафедры «Экономическая теория»
Финансового университета при Правительстве РФ*
E-mail: yudanov@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена проблемам экспортной ориентации российских компаний среднего бизнеса. Задача отхода российской экономики от сырьевой ориентации экспорта с годами все больше и больше воспринимается как неразрешимая проблема, которая оборачивается для России существенным отставанием от мировых лидеров, повышенной сырьевой зависимостью, невыгодными условиями торговли и целым букетом других отрицательных последствий.

Пристальное внимание в статье уделено роли государства в поддержке компаний среднего бизнеса.

Авторы предлагают несколько способов выхода из сложившейся ситуации, а также рассматривают опыт решения схожих проблем в других странах.

Ключевые слова: экспорт, несырьевой экспорт, поддержка экспортной направленности среднего бизнеса в РФ.

The problems of foreign economic activity of the russian medium-sized business

Dumnaya Natalia Nikolaevna,

*Doctor of Economics, Professor of the Chair «Economic theory»
of Financial University under the Government of the Russian Federation;*
E-mail: dumdum47@mail.ru

Kolodnyaya Galina Vladimirovna,

*Doctor of Economics, Professor of the Chair «Economic theory»
of Financial University under the Government of the Russian Federation;*
E-mail: kolodnyaya@yandex.ru

Yudanov Andrey Yurjevich,

*Doctor of Economics, Professor of the Chair «Economic theory»
of Financial University under the Government of the Russian Federation;*
E-mail: yudanov@yandex.ru



Abstract. The article is devoted to the problems of Russian export-oriented medium-sized companies. The task of the Russian economy diversion from raw material oriented exports over the years is perceived more and more as an insoluble problem, which leads to Russia being significantly behind the world leaders, increased dependence on raw materials, unfavorable terms of trade and a whole number of other negative consequences. Careful attention is paid to the role of the state in support of medium-sized companies. The authors suggest several ways out of this situation, and also considering the experience of other countries in solving similar problems.

Keywords: export, commodity exports, export-oriented medium-sized business support in Russia.

Вечная проблема слабости российского несырьевого экспорта

Характерной особенностью российской экономики является то, что отечественный бизнес практически не представлен на мировых рынках, если не считать сырьевых товаров и их первых переделов (металлургия и пр.). Причем это негативное явление никоим образом нельзя объяснить общим уровнем развития российской экономики. Куда лучшие показатели экспорта несырьевой продукции демонстрируют как страны с более развитой, так и с менее развитой, чем у России, экономикой.

Задача отхода российской экономики от сырьевой ориентации экспорта общеизвестна, она не нуждается в дополнительных фактологических доказательствах и с годами все больше и больше воспринимается как неразрешимая проблема, порождающая лишь пустые дискуссии.

В особенно тяжелом состоянии находится экспорт нашей высокотехнологичной промышленной продукции. Несмотря на декларируемые усилия по его стимулированию, он не увеличивается. При этом, как показывают специальные

исследования (см. рисунок), в последние годы и без того крайне низкая его доля в общем объеме продаж российских предприятий (1,7% — в лучший год) отчетливо сокращается.

Низка и доля высокотехнологичного экспорта в общем объеме экспорта страны: с 2010 по 2013 г. она ни разу не превышала мизерных 3,1%. На неудовлетворительном уровне находятся также практически все другие структурные показатели (например, доля машиностроительной, фармацевтической и т.п. продукции в экспорте). Более того, наша страна проигрывает даже по степени обработки экспортируемого природного сырья, в частности нефти, газа, угля, древесины, продуктов черной и цветной металлургии. Вывозится сырая нефть, а не продукты нефтехимии; круглый лес и пиломатериалы, а не высококачественная фанера и т.п. Это приводит к существенным потерям, т.к. цены на мировом рынке на необработанное сырье значительно ниже по сравнению с ценами на обработанные продукты.

В целом же складывается крайне негативная ситуация, поскольку слабость позиций



Экспорт инновационных товаров, работ, услуг организаций промышленного производства

Источник [1].



российского экспорта товаров со сколько-нибудь высокой добавленной стоимостью оборачивается для России существенным отставанием от мировых лидеров, повышенной сырьевой зависимостью, невыгодными условиями торговли и целым букетом других отрицательных последствий.

Эксперты единодушно придерживаются мнения, что задача совершенствования товарной структуры экспорта представляется крайне сложной. Наиболее часто фигурирующие предложения (мы опираемся на обобщающую статью известного специалиста в области экономико-статистических методов анализа внешнеэкономических связей В.Л. Сельцовского [2]) возлагают надежды на совершенствование товарной структуры экспорта благодаря поддержке государства. Последняя может принимать как общеэкономические формы (в частности, проявляться в наращивании производственного потенциала страны, в создании более благоприятного инвестиционного климата и пр.), так и иметь специальный, внешнеторговый характер.

Например, участие государства видится в эффективном использовании тарифных и нетарифных методов регулирования внешнеэкономических связей. Так, вывозу из России необработанного сырья можно препятствовать с помощью установления повышенных экспортных пошлин на его вывоз. Часто для успешного развития российского экспорта предлагается совершенствование договорно-правовой базы международного сотрудничества с целью облегчения доступа российских товаров на внешние рынки и отмены дискриминирующих наш экспорт действий зарубежных партнеров. Большие надежды в этом плане возлагались на вступление России в ВТО.

Предлагается интенсивней использовать экспортные возможности российского военно-промышленного комплекса.

Как известно, Советский Союз оказывал содействие в строительстве большого количества предприятий в восточноевропейских странах, в Китае и Вьетнаме, многих развивающихся странах. Предлагается активизировать это наследие, участвуя в модернизации соответствующих мощностей, для чего по международной практике в приоритетном порядке привлекаются прежние (т.е. российские!) поставщики.

Большинство из перечисленных мер, бесспорно, разумны. Более того, почти все они в той или иной степени воплощаются в жизнь. Скромные

успехи в деле совершенствования товарной структуры российского экспорта указывают, однако, на то, что эти классические меры либо недостаточны, либо не могут быть задействованы в полную силу в реальных российских условиях.

Мировой опыт: ставка на средний бизнес

Как сходные проблемы решаются в других странах? Не ставя перед собой в настоящей статье задачи дать полный обзор существующих в мировой практике решений, сосредоточимся лишь на одной, явно недооцениваемой в России стороне дела. Экспортные успехи в торговле товарами с высокой добавленной стоимостью тесно связаны с характеристиками фирм-экспортеров и, более того, с их размерами. Дело в том, что мировая практика свидетельствует о наличии связи между экспортными позициями стран и степенью вовлеченности в международный бизнес средних предприятий.

Действительно, в отличие от России, многие страны — мировые лидеры в сфере экспорта обеспечивают свои сильные позиции за счет внешнеэкономических успехов средних фирм. Этот вывод подтверждают многолетние исследования известного специалиста в области изучения практики функционирования немецкого среднего бизнеса, экономиста и маркетолога, Германа Симона, результаты которых пользуются большим авторитетом во всем мире [3], [4]. Как выяснилось, именно средние компании обеспечивают львиную долю экспортных поступлений Германии, Австрии, Швейцарии и ряда Скандинавских стран. Особенно же важно, что та же бизнес-модель лежит в основе внешнеэкономической экспансии современного чемпиона в области экспорта — Китая.

Более того, выявилась группа средних фирм, так называемых скрытых чемпионов, стратегия которых предполагает достижение мирового успеха именно на путях внешнеэкономической экспансии. Термин «скрытые чемпионы» был впервые предложен Теодором Левиттом для обозначения относительно небольших компаний, которым удалось захватить значительную долю мирового или национального рынка. В ходе исследований Г. Симона и ряда его последователей во всем мире (см. библиографию) было выявлено, что «скрытые чемпионы» являются не единичным феноменом, а особым слоем успешного среднего бизнеса, распространенного в



различных отраслях в самых различных странах мира. Сильно развитая группа «скрытых чемпионов» в стране является фактором интенсификации экспортной и инновационной активности и конкурентоспособности национальной экономики (выявлена корреляция обоих показателей). Технологии и методики ведения бизнеса, используемые «скрытыми чемпионами», являются полезными не только для национальной экономики в целом, но и для отдельных участников рынка, которые перенимают особо успешные приемы у «коллег-первопроходцев».

Суммируя, можно сформулировать следующие критерии, под которые в большинстве своем попадают «скрытые чемпионы». Они:

- являются компаниями среднего бизнеса;
- имеют своей целью лидерство на мировом рынке;
- занимают одну из лидирующих позиций на мировом рынке данной продукции, а соответственно, обладают значительной долей рынка;
- демонстрируют динамичный рост;
- зачастую неизвестны широкому потребителю (и не стремятся к этому);
- производят продукцию высокого качества, ориентируясь на нужды наиболее требовательных потребителей своей продукции;
- имеют широкую географическую диверсификацию при узкой отраслевой специализации;
- имеют большую долю экспорта в структуре продаж;
- имеют большое количество филиалов и представительств в различных странах мира;
- взаимодействуют на мировом рынке;
- вносят существенный вклад в развитие национальной экономики.

По словам Г. Симона, «в противовес убеждениям множества людей, экспортная мощь страны не определяется несколькими гигантами, известными корпорациями, а скорее большим числом фирм среднего размера, являющихся очень активными экспортерами. Данное утверждение применимо даже к Китаю, где 68% экспорта приходится на компании с менее чем 2000 рабочих». Напомним, что в Китае к числу средних относят предприятия с численностью занятых до 3 тыс. (прим. авторов).

Кроме чисто статистических выкладок, подтверждающих это положение, в последние годы множатся подтверждения содержательного характера. Установлено, что рост экспорта страны

в целом в большей степени обусловлен выходом на зарубежные рынки новых фирм, чем наращиванием экспорта существующих. Так, в случае развитых стран прирост экспорта на 80% связан с появлением новых фирм-экспортеров и лишь на 20% — с ростом ранее существовавшего экспорта.

Между тем новыми экспортёрами в большинстве случаев становятся именно средние фирмы (крупные корпорации либо экспортёрами уже являются, либо по характеру деятельности ориентированы исключительно на внутренний рынок). Вероятно, неудачи России в сфере несырьевого экспорта в значительной мере связаны с низким вкладом новых экспортёров в его рост: новый экспорт составляет лишь 20%, а остальные 80% — это рост экспорта фирм, осуществлявших его ранее¹. Другими словами, российский несырьевой экспорт растёт слабо, потому что на мировом рынке не выходят российские средние компании.

Два других тренда, которые прослеживаются на мировом рынке и также увеличивают роль средних фирм, таковы. Первый состоит в стремительном росте доли сделок, совершаемых в режиме онлайн с привлечением финансовых и торговых интернет-решений. Второй тренд — это переход к «бережливой» экономике, одним из условий которой является поставка комплектующих для производства в строго необходимом (чаще всего небольшом) количестве, по оптимальной цене, максимально оперативно и точно в срок.

Обе названных тенденции ведут к уменьшению минимального и среднего объема экспортных поставок, что создает конкурентные преимущества для средних предприятий в сравнении с крупными. В настоящее время российские мелкие и средние компании из-за неблагоприятного для них режима администрирования экспорта находятся на обочине этих трендов.

Напомним также, что, как показал наш анализ российского среднего бизнеса в широкой трактовке (или, по международной терминологии, ММ), средний бизнес нашей страны имеет несырьевую ориентацию, он существенно сильнее, чем крупные предприятия, укоренен в отраслях, создающих высокую добавленную стоимость.

Итак, имеются веские основания ожидать, что решение «неразрешимой» проблемы увеличения

¹ По материалам доклада Н. Волчковой «Российские компании: эмпирические оценки экспорта затрат и политика применения» на Гайдаровском форуме — 2013 от 17.01.2013.



несырьевого экспорта России в значительной степени может быть достигнуто на путях господдержки экспортной активности средних предприятий. Последнее потребует решения ряда конкретных задач. Впрочем, есть ли чего поддерживать? Существуют ли в современной экономике страны — примеры экспортных успехов среднего бизнеса? На наш взгляд, ответ на этот вопрос положительен.

Первые экспортные успехи российского среднего бизнеса

«Мир новой экономики» уже знакомил читателей с экспортной экспансией первых отечественных компаний, уже добившихся статуса «скрытых чемпионов» или успешно приближающихся к нему. Кратко напомним впечатляющий масштаб успехов, которых удалось достичь некоторым российским фирмам на мировом рынке².

ЗАО «Монокристалл». По итогам 2013 г., компания стала крупнейшим производителем сапфира в мире. По данным крупнейшей международной аналитической компании отрасли *Yole Developpement*, она контролирует долю в 27% на глобальном рынке материала сапфира. Четыре из десяти крупнейших производителей светоизлучающих диодов применяют в своем производстве продукцию «Монокристалла». Производимые им так называемые «сапфировые подложки» являются важным компонентом при производстве сотовых телефонов и светодиодов высокой яркости. Причем экспортная активность постоянно прирастает все новыми инновационными сегментами. Так, благодаря высокой твердости, сапфир стал использоваться в качестве защитного стекла для камеры и сканера отпечатков пальцев в смартфонах. По итогам 2013 г., «Монокристалл» стал мировым лидером этого сегмента рынка. Сегодня в мире в каждом третьем смартфоне, использующем сапфир, применяется продукция этой компании.

Кроме того, «Монокристалл» занимает 12% рынка алюминиевых паст для солнечной энергетики (данные 2013 г.). А поскольку большая часть солнечных элементов изготавливается в Китае, то в 2012 г. «Монокристалл» ввел в действие собственное производство в Гуанчжоу, чтобы лучше обслуживать крупнейший в мире и растущий 20%-ми темпами рынок металлизированных паст.

² Более подробно см. статью авторов «Первые российские фирмы — «скрытые чемпионы». «Мир новой экономики» № 4/2014.

Около 95% производимой продукции компания поставляет на экспорт, точнее в более чем 20 стран Юго-Восточной Азии, Европы и США, в числе которых все основные регионы, определяющие динамику развития глобальных рынков светодиодов и солнечной энергетики. Вряд ли можно сомневаться, что уверенный рост компании питает именно мировой рынок. Замкнись некогда «Монокристалл» на потребностях в сапфире и пастах одного СНГ, он не только не стал бы скрытым чемпионом, но просто не сохранился бы на рынке.

ООО «СПЛАТ-Косметика». На данный момент это российская компания, выпускающая и распространяющая фармацевтическую и косметическую продукцию как на российском, так и на зарубежных рынках (продукция экспортируется в 31 страну мира). На российском рынке в сфере своей специализации (средства гигиены полости рта, в первую очередь зубные пасты) к концу 2014 г. *SPLAT* вышел на 2-е место. Это крупное достижение, поскольку ему удалось обогнать и отеснить почти все бренды мировых производителей (кроме *Colgate*). Экспорт «СПЛАТ-Косметика» достиг 15%-й выручки и продолжает динамично расти.

Анализируя опыт работы «СПЛАТ-Косметика», необходимо отметить, что именно акцент в стратегии на разработку инновационных высококачественных продуктов позволил ей добиться впечатляющих результатов. Стремительный рост этой компании³ стал возможным во многом благодаря провозглашению амбициозной цели — стать лучшим в мире производителем на рынке зубных паст. Практическая реализация заявленной цели предполагала выпуск оригинальных продуктов с лучшими качественными характеристиками по сравнению с западными аналогами. При этом компанией было принято разумное, хорошо приспособленное к возможностям среднего бизнеса решение — работать на рынке в качестве нишевого игрока, т. е. избрать путь узкой специализации.

Всего в России в настоящее время действует порядка 50 «скрытых чемпионов» (для сравнения: в Германии по более жестким правилам

³ В 2008 году на конгрессе «Российские газели — самые динамичные компании российского среднего бизнеса», организованном медиахолдингом «Эксперт», компания «СПЛАТ-Косметика» получила Гран-при за победу в номинации «Вызов грандам» как самая быстрорастущая компания российского среднего бизнеса.



учета насчитывается свыше 1307 таких компаний). Несмотря на столь низкую (пока!) численность «скрытых чемпионов» в нашей стране, представляется, что в качественном отношении они способны сыграть исключительно важную роль. Для них не только типично необычное для наших фирм мировое / континентальное лидерство по доле рынка, но и еще более неожиданное технологическое лидерство в мировых масштабах.

И все же отдельные положительные примеры (доказывая принципиальную способность реального российского среднего бизнеса, действующего в современных, отнюдь не благоприятных условиях) в сфере несырьевого экспорта, к сожалению, не определяют общей картины.

Поддерживает ли Россия экспортную активность своего среднего бизнеса?

Теоретически высокой значимостью для среднего бизнеса могли бы обладать агентства по поддержке экспорта товаров, однако до самого последнего момента (о новейших изменениях см. ниже) их деятельность в нашей стране находилась в зачаточном состоянии. Начнем с того, что официально программа фигурировала как «поддержка экспортно-ориентированных малых компаний». То есть средний бизнес даже титульно не был заявлен в качестве получателя помощи. О том, что программа (субсидирование расходов по уплате процентной ставки, а также создание центров поддержки экспорта) ориентирована лишь на малый бизнес, свидетельствуют и ее объемы. По всей стране на эти цели в 2012 г. было выделено лишь 390 млн руб.

Справедливости ради отметим, что определенные меры по улучшению положения принимаются. За период с 2005 по 2010 г. с помощью субсидий федерального и региональных бюджетов, предназначенных для экспортной сферы, было поддержано более 600 малых и средних предприятий [5].

Так, осуществляется компенсация части затрат субъектов РФ на поддержку начинающих экспортно-ориентированных субъектов МСП — предоставление грантов начинающим экспортерам. Гранты предоставляются субъектам МСП, осуществляющим внешнеэкономическую деятельность, в целях частичной компенсации затрат на осуществление первой экспортной поставки. При этом компенсируются расходы, связанные:

- с сертификацией и регистрацией продукции и товарного знака за рубежом;
- с брендингом;
- с содержанием представительства за рубежом (офиса, склада, торговой точки);
- с обучением специалистов по дисциплинам, связанным с внешнеэкономической деятельностью в высших учебных заведениях и учебных центрах, имеющих лицензию министерства образования и науки РФ;
- с участием в зарубежных выставках (аренда выставочных площадей, изготовление стендов, регистрационный взнос, раздаточные материалы).

Предусмотрена и компенсация части затрат субъектов РФ на поддержку действующих субъектов малого и среднего предпринимательства, уже имеющих опыт осуществления внешнеэкономической деятельности:

- На участие в бизнес-миссиях. Впрочем, сумма субсидий за счет средств федерального бюджета на компенсацию части затрат субъектов МСП на подготовку и проведение «Деловых миссий» жестко ограничена. Она не должна превышать 0,5 млн рублей на один субъект МСП.
- На участие в конгрессах, семинарах, конференциях, круглых столах и других мероприятиях, связанных с продвижением товаров (работ, услуг) на зарубежные рынки (сумма субсидий не должна превышать 0,3 млн рублей на один субъект МСП).
- На создание и обеспечение функционирования тематических сайтов на иностранных языках (сумма субсидий не должна превышать 0,1 млн рублей на один субъект МСП).

Предусмотрена компенсация части затрат малых и средних компаний на открытие зарубежного филиала (представительства). И опять сумма субсидий жестко ограничена: она не должна превышать 0,5 млн рублей в год на один субъект МСП. Наконец, осуществляется компенсация затрат малого и среднего бизнеса, связанных с производством и реализацией товаров, работ, услуг, предназначенных для экспорта. Позитивным моментом можно считать, что соответствующие программы компенсаций распространяются не только на производственные, но и на крайне важные при внешнеэкономической экспансии маркетинговые и консалтинговые расходы, оплату юридических услуг [5]. В рамках Постановления Правительства РФ от 27.02.2009 № 178 «О распределении и предоставлении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации



на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства» осуществляется поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, производящих и (или) реализующих товары (работы, услуги), предназначенные для экспорта. Впрочем, выделяемые на эту цель средства очень невелики.

Другой позитивный сдвиг состоит в отмене папспорта сделки для финансовых внешнеторговых операций на сумму менее 50 000 долл., облегчении правил пересылки коммерческих образцов. Утверждена дорожная карта по таможенному администрированию, в которой много правильных решений (последние, правда, существенны в основном для крупного бизнеса).

Предпринимаются (пока без явногеперелома в этой сфере) и шаги по решению одной из наиболее острых проблем российских экспортеров — невозврату НДС. Ситуация с возвратом НДС в России достаточно сложная. Функция возврата НДС возложена на налоговые органы. Для того чтобы вернуть НДС по экспортной поставке, фирма-экспортер должна предоставить в налоговую службу большое количество документов о факте поставки, о получении выручки, декларации разного рода. Затем налоговые органы в течение трех месяцев принимают решение — вернуть НДС или нет. Причем далеко не всегда решение будет положительным.

Не отрицая продолжающихся государственных усилий по стимулированию экспорта, мы считаем необходимым обратить внимание на то, что для достижения успеха они должны быть в значительной степени сосредоточены не на экспорте вообще, а на экспорте средних (и, отчасти, малых) фирм.

Приводимый ниже фрагмент предложений инновационного предприятия среднего бизнеса НПО «Унихимтек», полученных нами в ходе контактов с этой фирмой в рамках проекта кафедры «Экономическая теория» (ранее «Микроэкономика») Финуниверситета по изучению среднего бизнеса, хорошо демонстрирует реальные трудности. Названная фирма, основанная в 1990 г. сотрудниками химического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, ныне имеет выручку свыше 1 млрд руб., экспортируя инновационные химические соединения.

«Процедура администрирования экспорта в РФ очень бюрократизированна и затратна, она не позволяет надежно обеспечивать поставки. Официально признанная сумма затрат по данным

дорожной карты «Совершенствование таможенного администрирования»⁴ на экспортное таможенное оформление одной операции составляет 1850 долл. Реальные затраты еще выше. Это заведомо делает нерентабельными любые поставки меньше 10 000 долл., даже если их будет двадцать в рамках одного контракта. В большинстве стран мира оформление на экспорт требует минимального количества документов (сертификат происхождения, сертификат качества, контракт и инвойс), при этом только один документ (сертификат происхождения) выдается уполномоченным органом.

В большинстве стран мира затраты времени на оформление экспорта — 1–2 часа, затраты денег — 150–200 евро».

Очевидно, что препятствий подобного рода на пути экспорта средних российских компаний огромное множество, и все они заслуживают быстрого урегулирования.

Начало поворота?

В России в рамках недавно созданного Центра кредитно-страховой поддержки экспорта на базе Российского агентства по страхованию экспортных кредитов и инвестиций (ЭКСАР) впервые реализована система страхования экспортных и инвестиционных сделок от политических и коммерческих рисков. Этот инструмент хорошо зарекомендовал себя в других странах, причем особенно благотворно он сказывается на экспортной активности среднего бизнеса и сравнительно меньших по размерам (третий-четвертый эшелон) компаниях крупного бизнеса.

Подчеркнем, что к настоящему моменту данное агентство еще не заработало в полную силу. Государству необходимо ускорить процесс реализации его потенциала. Однако ряд принятых решений внушает оптимизм. Так, по решению президента Российской Федерации, для развития кредитной функции Центра в собственность ЭКСАР передан ЗАО «Государственный специализированный Российский экспортно-импортный банк» (Росэксимбанк), 100% акций которого ранее принадлежали Внешэкономбанку. Фактически этим открывается возможность кредитования экспортеров, минуя мучительные межведомственные согласования.

⁴ Утверждена распоряжением Правительства РФ от 29 июня 2012 года № 1125-р.



Стратегия Центра и соответствующие корпоративные стратегии организаций в составе Центра определяют основные принципы развития интегрированного инструментария кредитно-страховой поддержки экспорта, порядок интеграции Агентства и Банка и выстраивания сквозных операционных процессов в рамках объединенного института государственной поддержки. Документами также установлены целевые, стратегические ориентиры деятельности Центра на среднесрочную и долгосрочную перспективу.

Отрадно, что впервые (напомним описанные выше ничтожные количественные объемы поддержки экспорта по ранее действовавшим госпрограммам) поставлены амбициозные цели. Действительно, объем поддержки Центра в 2017 г. должен охватить порядка 7% от общего объема российского несырьевого экспорта, в 2020 г. — более 10% [7].

Но еще более важным представляется то, что нацеленность экспортной поддержки именно на средний бизнес впервые декларируется на государственном уровне. Выступая на встрече президента РФ с членами правительства, первый вице-премьер РФ Игорь Шувалов прямо заявил: «Основное внимание (в работе этого экспортного канала) будем уделять в ближайшее время поддержке средних компаний. Это не означает, что мы не будем по крупным компаниям выдавать гарантии, экспортно кредитовать, но вот основное внимание будет уделяться компаниям среднего размера» [8].

Итак, имеются веские основания ожидать, что решение «неразрешимой» проблемы увеличения несырьевого экспорта России в значительной степени может быть достигнуто на путях господдержки экспортной активности средних предприятий. Последнее потребует решения ряда конкретных задач.

Начать, вероятно, следует с создания солидной статистической базы изучения российского экспорта в разрезе предприятий-экспортеров. Дело в том, что в настоящее время не публикуется официальных статистических данных этого рода. Публикуемые же пионерные неофициальные исследования (или рейтинги экспортеров) являются несистематическими, зачастую основанными на устаревших данных, а базы данных компаний не содержат их описания, отраслевой принадлежности и оценки масштабов деятельности.

Кроме того, крупнейшие экспортеры России зачастую являются одновременно крупными

компаниями сырьевого сектора. Это делает трудным анализ экспортеров из числа компаний среднего бизнеса, т.к. они «теряются» на фоне сырьевых гигантов (например, не попадают в разнообразные топ-100 экспортеров и пр.).

Поворот в сторону поддержки экспорта среднего бизнеса одновременно должен означать изменение приоритетов совершенствования методов регулирования. В частности, должен быть существенно облегчен вывоз мелких партий несырьевых и высокотехнологичных товаров.

Деятельность централизованного института финансовой поддержки на базе ЭКСАР, объединяющего кредитный и страховой блоки, должна стать одним из ключевых стимулов развития несырьевого экспорта Российской Федерации и обеспечить задел роста объемов экспорта продукции российского производства на долгосрочную перспективу. Как результат, на базе ЭКСАР заработает полноценное экспортное агентство, которое будет предоставлять предельно гибкий инструментарий финансовой поддержки несырьевого экспорта.

Подчеркнем и то, что создание единого Центра поддержки экспорта не должно ослабить усилия уже хорошо зарекомендовавших себя в этой сфере государственных институтов. Большую роль в деле поддержки экспортной ориентации российских средних компаний, в частности, может сыграть Агентство стратегических инициатив (АСИ). Так, Агентством стратегических инициатив осуществляется поддержка значимых проектов, которые имеют не менее одной из следующих характеристик:

- импортозамещение;
- экспортоориентированность;
- тиражируемость;
- масштабируемость;
- инновативность.

Проблема слабой представленности продукции отечественного среднего бизнеса на зарубежных рынках, в частности в области высокотехнологичных изделий, может быть решена в результате более тесного взаимодействия Отдела по поддержке БРК АСИ с Федеральной таможенной службой. Это позволит снять множество возникающих споров по текущим вопросам, по проблемам ввоза в страну специальных реактивов или необходимых для проведения специальных исследований оборудования и компонентов.

В значительной степени активизации экспорта будет способствовать принятие системы



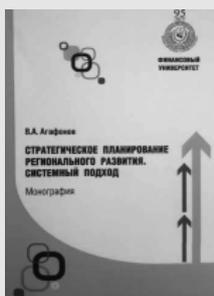
мер, направленных на возмещение затрат по внешнеэкономической деятельности. В частности, компенсация расходов по установлению контактов с зарубежными партнерами; затрат, связанных с участием в международных выставках и ярмарках; стартовых расходов на маркетинг; затрат на сертификацию экспортной продукции, т.е. всего комплекса необходимых расходов, которые вынужден финансировать бизнес при осуществлении внешнеэкономической деятельности.

Таким образом, «вечная» проблема слабости отечественного несырьевого экспорта может существенно приблизиться к своему решению, если меры по стимулированию российского экспорта, направленные на экспорт вообще, будут дополнены специализированным стимулированием несырьевого экспорта средних фирм.

Литература

1. Российский инновационный индекс / под ред. Л.М. Гохберга. М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2011.
Russian innovative index. [Rossiyskiy innovatsionnyy indeks] / pod red. L. M. Gokhberga. M.: Natsional'nyy issledovatel'skiy universitet «Vysshaya shkola ekonomiki», 2011.
2. URL: <http://viperson.ru/articles/vyacheslav-seltsovskiy-nekotorye-napravleniya-sovershenstvovaniya-tovarnoy-struktury-rossiyskogo-eksporta>.
3. Симо́н Г. Скрытые чемпионы. Уроки 500 лучших в мире неизвестных компаний. М.: Дело, 2005.
Simon G. Hidden Champions. Lessons from 500 of the world's best unknown companies. [Skrytye chempiony. Uroki 500 luchshikh v mire neizvestnykh kompaniy]. M.: Delo, 2005.
4. Симо́н Г. Скрытые чемпионы 21 века. Стратегии успеха неизвестных лидеров мирового рынка: переводное издание / Г. Симо́н, А. Ю. Юданов, Н. Н. Думная; под науч. ред. проф. А. Ю. Юданова. М.: КНОРУС, 2015.
Simon G. Champions of the 21st Century: Success Strategies of Unknown World Market Leaders. [Skrytye chempiony 21 veka. Strategii uspekha neizvestnykh liderov mirovogo rynka]: perevodnoe izdanie / G. Simon, A. Yu. Yudanov, N. N. Dumnaya; pod nach. red. prof. A. Yu. Yudanova. M.: KNORUS, 2015.
5. URL: <http://www.opora-credit.ru/wto/ghelp/detail.php?ID=63299>.
6. URL: <http://www.exiar.ru/press/news/1484/>.
7. URL: <http://ria.ru/economy/20150527/1066751374.html#ixzz3bhoSocrs>.

КНИЖНАЯ ПОЛКА



Стратегическое планирование регионального развития.

Системный подход: монография. М.: Финансовый университет, 2014. 228 с.

Агафонов В.А.

ISBN 978-5-7942-1215-0

Монография посвящена вопросам методологии разработки стратегий развития субъектов Российской Федерации. В работе развивается понятие «социально-экономическая система региона» на основе интерпретации применительно к региональным социально-экономическим системам, результатов современных исследований по теории систем Г. Клейнера, а также работ классиков общей теории систем Л. фон Берталанфи, С. Бира, Е. Майминаса, У. Эшби и др. В основе данной методологии разработки региональных стратегий лежит понятие «целереализующая система». Рассматривается положение, что предметом стратегического планирования региона является определение путей решения проблем развития целереализующих систем. Предлагается методология анализа последних, а также проблемных ситуаций в их развитии на основе принципа декомпозиции сложных систем. Рекомендуются принцип структуризации стратегий и разработки целевых программ их реализации, а также механизмы управления процессами реализации стратегии на основе целевого и проблемного подходов.