

**Институт экономической политики
имени Е.Т. Гайдара**

Научные труды № 178Р

**Малый и средний бизнес как фактор
экономического роста России**

**Издательство
Института Гайдара
Москва / 2019**

УДК [338.246.027:334.772.012.63/.64](470+571)
ББК 65.290.31-18(2Рос)

M20 Малый и средний бизнес как фактор экономического роста России / Ин-т экон. политики им. Е.Т. Гайдара. – М. : Изд-во Ин-та Гайдара, 2019. – 308 с. : ил. – (Научные труды / Ин-т экон. политики имени Е.Т. Гайдара; № 178Р). – ISBN 978-5-93255-548-4.

В настоящее издание вошли две работы ведущих специалистов Института экономической политики имени Е.Т. Гайдара, подготовленные по результатам научно-исследовательских работ Института в 2018 г. Обе работы посвящены вопросам функционирования сферы малых и средних предприятий (МСП). В первой работе «Статистика сферы малых и средних предприятий в России и в мире» авторы отмечают серьезные межстрановые расхождения в методологии подсчета статистических показателей сферы МСП и в самих критериях ее определения. Без понимания этих различий межстрановые статистические сопоставления теряют смысл. Использование мирового опыта поддержки и развития сферы МСП предполагает ясное представление о различиях в критериях определения данной сферы и соответственно в статистических данных, публикуемых в отчетах международных организаций. Во второй работе «Сравнительный анализ государственной поддержки экспорта малых и средних предприятий в региональном аспекте» авторы акцентируют внимание на сложившейся в России системе поддержки экспорта и отмечают серьезные недостатки, не позволяющие в достаточной степени ориентировать малые и средние предприятия на занятие экспортной деятельностью. В основе методологии исследования оценки влияния мер региональной поддержки экспорта на объемы как совокупного регионального экспорта, так и экспорта малых и средних предприятий лежат эконометрические модели.

Рецензент:

Каратаев Ф.С., доктор экономических наук, заведующий кафедрой математических методов анализа экономики экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова

Small and Mid-Sized Business as a Factor of Economic Growth in Russia

The present edition includes two papers by the leading experts of the Gaidar Institute for Economic Policy. The papers in question are based on the outputs of research carried out by the Gaidar Institute in 2018. Both the papers deal with operation of the sector of small and mid-sized business (SMB). In the first paper – “The Statistics of the Sector of Small and Mid-Sized Business in Russia and the World” – the authors note that there are serious differences in the methods of calculating statistical indices related to the SMB sector and definition criteria. Without understanding those differences, there is no point in inter-country statistical comparison. Utilization of international experience in facilitating and promoting the SMB sector suggests that there is clear awareness of the differences in this sector’s definition criteria and, consequently, statistical data published in international organizations’ reports. In the other paper – “Comparative Analysis of the Government’s Support to Exports by Small and Mid-Sized Businesses in the Regional Aspect” – the authors elaborate on the existing patterns of support to exports in Russia and point to serious disadvantages which largely prevent small and mid-sized businesses from engaging in export activities. The methods of analyzing the assessment of the impact of export support measures at the regional level on the volumes both of the overall regional exports and exports by small and mid-sized businesses are based on econometric models.

Reviewer:

F.S. Karatayev, Doctor of Economics, Head of the Department for Mathematical Methods of Economic Analysis, Department of Economics, the M.V. Lomonosov Moscow State University

JEL Classification: L25, L52, M13, R38, F13, F23

УДК [338.246.027:334.772.012.63/.64](470+571)
ББК 65.290.31-18(2Рос)

ISBN 978-5-93255-548-4

© Институт Гайдара, 2019

Содержание

Введение	5
<i>В.А. Баринаова, С.П. Земцов</i>	
Статистика сферы малых и средних предприятий в России и в мире	9
Введение	11
1. Подходы к определению малых и средних предприятий за рубежом.....	13
2. Основные статистические показатели, используемые для оценки развития сферы малых и средних предприятий за рубежом.....	67
3. Статистика малых и средних предприятий в России	93
4. Показатели «Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г.»	121
5. Рекомендации по проведению международных статистических сопоставлений в сфере МСП	141
Заключение	151
Список использованных источников	153
Приложение.....	161
<i>А.Ю. Кнобель, А.Н. Лощенкова</i>	
Сравнительный анализ государственной поддержки экспорта малых и средних предприятий в региональном аспекте	167
Введение	169
1. Сравнительный анализ системы поддержки экспорта малых и средних предприятий	171
2. Обзор и анализ теоретической и эмпирической литературы по оценке влияния государственных расходов на поддержку экспорта на объемы экспортных поставок малыми и средними предприятиями	227
3. Эмпирическая оценка влияния расходов на поддержку экспорта в рамках региональных программ на объемы экспортных поставок малыми и средними предприятиями	261
Заключение	285
Список использованных источников	289
Об авторах	305

Введение

В настоящее издание вошли две работы ведущих специалистов Института экономической политики имени Е.Т. Гайдара, подготовленные по результатам научно-исследовательских работ института в 2018 г. Обе работы посвящены вопросам функционирования сферы малых и средних предприятий (МСП). В первой работе авторы рассматривают статистику малых и средних предприятий в России и в мире, а во второй – проводится сравнительный анализ государственной поддержки экспорта малых и средних предприятий в региональном аспекте.

В 2016 г. была принята «Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г.», в которой по итогам международных сопоставлений сделаны выводы о том, что малый и средний бизнес в России по уровню своего развития заметно отстает от аналогичного сектора в развитых странах.

Стратегическим ориентиром является увеличение доли малых и средних предприятий в ВВП в 2 раза (с 20 до 40%), что будет соответствовать уровню развитых стран.

Однако наблюдаются серьезные межстрановые расхождения в методологии подсчета статистических показателей сферы малых и средних предприятий и в самих критериях определения МСП. Без понимания этих различий межстрановые статистические сопоставления теряют смысл. Для того чтобы учитывать мировой опыт поддержки сферы МСП, необходимо прояснить различия в критериях определения данной сферы и, соответственно, в статистических данных, публикуемых в отчетах международных организаций.

В первой работе авторы рассматривают подходы к определению малых и средних предприятий за рубежом, проводят сравнение критериев, используемых в

отдельных странах ОЭСР, СНГ, а затем – международные сопоставления количественных определений МСП, а также анализируют методологию, используемую международными организациями и банками.

В работе также рассмотрен российский опыт определения малых и средних предприятий и проанализированы основные показатели, используемые для оценки развития сферы МСП в России, в том числе показатели «Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г.». Отдельная часть посвящена исследованию проблем российской статистики по малым и средним предприятиям. На основе анализа международного и российского опыта разработаны рекомендации по доработке определения МСП в России для возможности международных статистических сопоставлений в сфере МСП.

Во второй работе авторы рассматривают российскую систему поддержки экспорта. Были выявлены серьезные недостатки, препятствующие малым и средним предприятиям успешно заниматься экспортной деятельностью. Кроме того, согласно результатам исследований, от характеристик самой фирмы зависит в значительной степени, насколько эффективны будут для нее реализуемые государством меры поддержки экспорта.

Авторы рассматривают меры поддержки экспорта малых и средних предприятий на федеральном уровне и в региональном разрезе в России, анализируют последние тенденции в системах поддержки экспорта в странах, достигших заметных успехов в реализации этой политики, а также определяют факторы, влияющие на объемы экспорта малых и средних фирм.

На основе обзора эмпирической литературы по оценке влияния государственной поддержки на объемы экспорта, в том числе малых и средних предприятий, проведенного статистического анализа воздействия региональной поддержки на

совокупные объемы экспорта малых и средних предприятий, а также их эффективности для различных экспортируемых товарных групп в зависимости от степени переработки авторы посчитали возможным предложить рекомендации для Российской Федерации по использованию государственных программ содействия экспорту малых и средних предприятий в целях проведения сбалансированной внешнеэкономической политики.

В.А. Барина, С.П. Земцов

**Статистика сферы малых и средних предприятий
в России и в мире**

Введение

В последнее время внимание к предпринимательству со стороны государства повышается, оно активно поддерживает малый и средний бизнес. В 2016 г. была принята «Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г.» (далее – «Стратегия»), в которой по итогам международных сопоставлений были сделаны выводы о том, что малый и средний бизнес в России по целому ряду показателей значительно отстает от аналогичного сектора в развитых странах.

В рамках реализации «Стратегии» и сопутствующего ей плана мероприятий («дорожной карты») по реализации «Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г.» поставлены цели по достижению ряда статистических показателей, в том числе:

- повышение в 2,5 раза в реальном выражении оборота малых и средних предприятий по отношению к 2014 г.;
- рост в 2 раза производительности труда в секторе малого и среднего предпринимательства в реальном выражении по отношению к 2014 г.;
- увеличение до 20% доли обрабатывающей промышленности в обороте сектора малого и среднего предпринимательства (без учета индивидуальных предпринимателей);
- повышение до 35% доли занятого населения в секторе малого и среднего предпринимательства в общей численности занятого населения.

Стратегическим ориентиром является рост вклада малых и средних предприятий в ВВП страны в 2 раза (с 20 до 40%), что будет соответствовать уровню развитых стран.

В то же время наблюдаются серьезные межстрановые расхождения в методологии подсчета статистических показателей сферы МСП и в самих критериях определения МСП. Без понимания этих различий межстрановые статистические

сопоставления теряют смысл. Для того чтобы учитывать мировой опыт поддержки и развития сферы МСП, необходимо прояснить различия в критериях определения данной сферы и, соответственно, в статистических данных, публикуемых в отчетах международных организаций.

1. Подходы к определению малых и средних предприятий за рубежом

Малые и средние предприятия играют важную роль в экономиках развитых и развивающихся стран. В ЕС малые и средние предприятия – это 99% всех компаний [1] и 85% всех рабочих мест [2]. В Китае в 2015 г. на сектор МСП пришлось 97,9% всех компаний, 53,4% всех активов, 62% выручки и 64,3% прибыли. Также китайские малые и средние предприятия обеспечили в 2015 г. около 58% ВВП и 68% объемов экспорта. В Китае на долю МСП приходится 82% рабочих мест и 75% вновь создаваемых рабочих мест [3]. Как отмечено в предисловии к докладу ОЭСР «Малые, средние, сильные. Тенденции в секторе МСП и условия ведения бизнеса» [5], значительная роль малых и средних предприятий в экономике стран стала еще более заметной после кризиса 2008–2009 гг., поскольку особенно негативное влияние кризиса коснулось именно этой группы предприятий.

Предприятия МСП по своей сути отличаются от других фирм и организаций в экономике. В работе [4] отмечается, что сферу МСП представляют предприятия, которые обязательно официально оформляют свою деятельность, платят налоги и социальные взносы, предоставляют сотрудникам больничные и ежегодные оплачиваемые отпуска; обучают их; планируют инвестиции в проекты со сроком окупаемости более 12 месяцев; участвуют в проектах местных сообществ на добровольных началах, а также в благотворительных проектах. В отличие от крупных предприятий, МСП имеют меньше возможностей для продвижения своих интересов и получения особых условий, поскольку не имеют такой лоббистской силы, как крупные компании. МСП чаще находятся под управлением своих владельцев, а не нанятых управленцев, имеют более централизованную систему управления, для них в меньшей степени свойственно делегирование. Они более сосредоточены

на краткосрочных задачах и выживании в среднесрочной перспективе, чем на выстраивании долгосрочной стратегии или на завоевании рынка, более зависимы от личных отношений между руководителями и работниками и руководителями и клиентами. Для МСП часто проблемой является подготовка качественного бизнес-плана и его последовательная реализация, они более консервативны в технологическом плане, не так быстро используют выгоды новых технологий. Вместе с тем они более гибки и быстрее адаптируются к незатратным изменениям, более тесно связаны с местными сообществами и более активны в социальном плане. МСП чаще нанимают менее квалифицированных работников, которые не смогли бы найти работу в крупной компании.

В настоящее время разработка мер стимулирования МСП и предпринимательства является приоритетом как развитых, так и развивающихся стран, и данный вопрос привлекает все больше и больше внимания как на национальном, так и на международном уровне [5]. Критерии отнесения предприятий к сектору МСП имеют большое значение, поскольку от этого зависит доступ компаний к программам финансирования и прочим видам государственной поддержки.

При этом следует отметить, что стандартное единое определение МСП в мире до сих пор отсутствует, хотя в последнее десятилетие в разных странах отмечается тенденция к унификации данного понятия. Большое число подходов к определению отчасти объясняется тем, что понятия «малый» и «средний» должны соотноситься с размером экономики, и предприятие, которое является малым для Китая, может быть достаточно крупным, например, для Бельгии.

Следует отметить, что определение малого и среднего бизнеса в сфере сельского хозяйства часто отличается от аналогичных определений в других отраслях. Это объясняется тем, что сельскохозяйственный бизнес может иметь большие масштабы и при этом давать работу очень ограниченному числу людей или

вообще не иметь сотрудников, используя труд сезонных рабочих, которые привлекаются на определенный срок и для выполнения определенных задач. Таким образом, отнесение фермерского хозяйства к МСП по критерию численности сотрудников нельзя назвать рациональным.

США. Критерии отнесения бизнеса к сектору малых и средних предприятий в США устанавливаются Управлением по делам малых предприятий США (Small Business Administration, SBA). Данное управление является мощным федеральным агентством с офисами в каждом штате. Критерии отнесения бизнеса к сектору МСП в США не являются определенными раз и навсегда. Поскольку в экономике постоянно происходят изменения, эти стандарты пересматриваются каждые 5 лет. При пересмотре Управление по делам малых предприятий США собирает и учитывает комментарии общественности.

Как и во многих других странах, в США для участия в определенных федеральных программах и для получения федеральных контрактов и субконтрактов компания должна относиться к сектору малых предприятий (именно малых – понятие «средний бизнес» в США отсутствует). Например, бизнес должен быть малым для участия в следующих программах развития [6]:

- Программа резервирования государственных закупок (Small business set asides);
- Программа поддержки малого бизнеса в области инновационных исследований (SBIR);
- Программа передачи технологий в сфере малого предпринимательства (STTR);
- Программа «Подтверждение квалификации» (COC)¹;

¹ Данная программа предназначена для определения достаточности квалификации малого бизнеса для выполнения определенных контрактов.

- Программа «Зона, исторически недостаточно используемая бизнесом» (HUBZone);
- Программы поддержки малого бизнеса, которым владеют женщины (WOSB) и малоимущие женщины (EDWOSB);
- Программа поддержки малого бизнеса инвалидов военных действий;
- Программа поддержки привлечения малого бизнеса в качестве субподрядчиков;
- Программа развития бизнеса 8(a);
- Программа технической помощи и помощи в управлении 7(j).

Таким образом, отнесение бизнеса к сектору МСП необходимо для определения компаний, которые могут претендовать на программы поддержки МСП и государственные контракты, предназначенные для малых и средних предприятий. Любая заинтересованная сторона, которая считает, что предприятие, получившее контракт или государственную поддержку, не может считаться малым, может опротестовать его статус [7].

Чтобы быть отнесенным к категории МСП, бизнес в США должен соответствовать следующим требованиям:

- являться коммерческим бизнесом с любой организационно-правовой формой;
- находиться в независимом владении и управлении;
- не доминировать в своей отрасли на национальном уровне;
- физически находиться и осуществлять операции в США или на территориях США; при этом компании, находящиеся за пределами США, но осуществляющие операции в США, которые вносят существенный вклад в американскую экономику через выплату налогов или использование американских продуктов, материалов или рабочей силы, тоже могут расцениваться как американские МСП.

Помимо этого, существуют и количественные критерии отнесения компании к сектору малого бизнеса в США, – это численность сотрудников и годовая выручка, причем эти критерии не всегда действуют одновременно. Под численностью сотрудников понимается среднее число работников, трудоустроенных в компании в течение каждого отчетного периода за последние 12 календарных месяцев. Каждый человек, включенный в платежную ведомость, должен учитываться как один сотрудник независимо от того, сколько часов он отработал и была ли его занятость временной. Годовая выручка компании рассчитывается как все доходы компании, включая доходы от продаж продуктов или услуг, дивиденды, процентный доход, роялти, комиссионные и т.д., за вычетом возвращенных и уцененных товаров.

В США размер бизнеса, при котором компания может относиться к сектору малых предприятий, зависит от отрасли, в которой работает данная компания. Для каждой отрасли действуют свои правила. Всего в США критерии отнесения к малому бизнесу различны для 1160 подотраслей [8]. Соответственно, размер малых предприятий по количеству работников варьируется от 1500 человек (добыча полезных ископаемых) до 50 человек (розничная торговля). По максимальной годовой выручке критерий начинается от 0,75 млн долл. (производство зерна или риса), а достигать может и 15 млн долл. (производство куриных яиц), и 38 млн долл. (семейные гипермаркеты, радиостанции), и 550 млн долл. в активах (коммерческие банки) [9].

Стандарты определения малого бизнеса привязаны к Североамериканской системе классификации отраслей экономики (North American Industry Classification System, NAICS). Ограничения, при которых компания может быть отнесена к малому бизнесу, установлены в зависимости от структуры отраслей, включая интенсивность конкуренции, средний размер фирмы в отрасли, издержки на открытие фирмы и входные барьеры, распределение фирм по размерам, а также

распространение технологических инноваций, конкурентное давление смежных отраслей, внутриотраслевые тенденции развития и роста и др.

Отраслевые особенности диапазона стандартов размера малых предприятий рассмотрены ниже [10].

Строительство. В данной отрасли предельный размер малых компаний определяется объемом годового дохода. Предельный размер годовой выручки генеральных подрядчиков в сфере строительства и выполнения тяжелых строительных работ составляет 36,5 млн долл. Для компаний, основной деятельностью которых является выполнение дноуглубительных работ, данный предел составляет 27,5 млн долл. Компании, годовой доход которых превышает указанные значения, не могут считаться малыми.

Промышленное производство. Здесь предельный размер малых компаний определяется численностью сотрудников. Примерно четверть производственных отраслей могут иметь до 500 сотрудников (производители солода, шлифовщики риса, булочные-пекарни, продающие свою продукцию через собственные магазины, и др.), еще четверть – до 750 сотрудников (переработчики и упаковщики морепродуктов, производители свекловичного сахара, производители женских сумок и кошельков, целлюлозно-бумажные фабрики и др.) и еще четверть – до 1000 сотрудников (компании, производящие консервы из фруктов и овощей, производители корма для кошек и собак, производители хирургических и медицинских инструментов и т.д.). В оставшейся четверти отраслей малые компании могут иметь до 1250 (переработчики мяса птицы, производители тортильи, печенья, пирожных, книгопечатные компании, компании, которые производят корабли и занимаются их ремонтом, и др.) или даже до 1500 сотрудников (автомобильное производство, производство небольших электроприборов, нефтеперерабатывающие производства).

Добыча полезных ископаемых. Компании, которые добывают сырую нефть и природный газ, могут считаться малыми, если численность их сотрудников не превышает 1250 человек. Прочие добывающие компании в основном могут иметь до 500–750, в редких случаях до 1500 сотрудников (добыча золотой руды, подземная добыча каменного угля). В сфере услуг для добывающих компаний предельный размер малых компаний определяется объемом годового дохода (до 38,5 млн долл.).

Розничная торговля. В данной отрасли предельный размер малых компаний определяется объемом годового дохода, кроме топливных дилеров и дилеров новых автомобилей – указанные компании могут иметь численность сотрудников соответственно до 100 и 200 человек. Стандарт размера для большинства отраслей розничной торговли продуктами питания составляет 7,5 млн долл. годовой выручки. Обувные магазины могут иметь годовую выручку в размере 27,5 млн долл., ювелирные магазины – 15 млн долл. Максимальным пределом для розничной торговли является 38,5 млн долл. выручки (магазины электроники, одежды для всей семьи).

Оптовая торговля. Для всех отраслей оптовой торговли применяется ограничение по численности сотрудников. Максимальное ограничение составляет 250 человек (оптовые продажи вина и крепких алкогольных напитков, компьютеров, автомобилей и прочих средств передвижения, оборудования для строительства и добычи полезных ископаемых и др.). Минимальное ограничение составляет 100 человек – такое ограничение имеют около 30% отраслей оптовой торговли (оптовые продажи мебели, ювелирных украшений, часов, драгоценных камней и драгоценных металлов, спортивных товаров и т.д.).

Сектор услуг. В сфере услуг предельный размер малой компании, как правило, определяется годовым объемом ее выручки. Малые компании, работающие в сфере ремонта автомобилей, ограничены годовой выручкой 7,5 млн долл., в сфере

ремонта и обслуживания офисного и компьютерного оборудования – 27,5 млн долл., в сфере ремонта обуви и изделий из кожи, а также ремонта мебели – 7,5 млн долл. Парикмахерские, салоны красоты, салоны услуг для животных относятся к малому бизнесу, если их годовая выручка не превышает 7,5 млн долл. Малые организации по защите прав человека ограничены годовой выручкой в 27,5 млн долл., политические организации и профсоюзы – 7,5 млн долл., экологические организации и организации, цель которых состоит в охране дикой природы, – 15 млн долл.

Малые компании в сфере компьютерного программирования, обработки данных и проектирования систем имеют годовую выручку не более 27,5 млн долл. В некоторых отраслях сектора услуг малые компании могут иметь годовую выручку в размере до 38,5 млн долл. – например, в сфере проектирования кораблей, сбора твердых бытовых отходов (ТБО), а также опасных и прочих отходов.

Услуги в сфере исследований и разработок, а также охраны окружающей среды являются единственными отраслями услуг, в которых предельные размеры ограничены численностью сотрудников. В этих отраслях предельные размеры составляют соответственно 1500 и 250 человек.

Финансовые услуги и страхование. В данной отрасли предельный размер малых компаний в основном определяется объемом годового дохода, иногда – объемом активов (коммерческие банки, сберегательные и кредитные кооперативы, компании, специализирующиеся на выпуске кредитных карт), в редких случаях – численностью сотрудников (страхование имущества и страхование от несчастных случаев напрямую). Коммерческий банк считается малым, если объем его активов не превышает 550 млн долл. Малый инвестиционный банк имеет годовую выручку в размере до 38,5 млн долл. Годовая выручка малого пенсионного фонда (а также страховых фондов) не должна превышать 32,5 млн долл.

Сельское хозяйство. Для всех сельскохозяйственных отраслей, кроме некоторых исключений, действуют единые ограничения по объему годовой выручки: к сектору малого бизнеса могут относиться компании с годовой выручкой до 0,75 млн долл. Исключение сделано для разведения скота, содержащегося на кормовых площадках (7,5 млн долл.), для производителей куриных яиц (15 млн долл.). Для компаний, которые оказывают услуги в сфере сельского хозяйства, предусмотрены более высокие ограничения:

- подготовка почвы, высадка и возделывание растений – 7,5 млрд долл.;
- уборка урожая, преимущественно механическая – 7,5 млрд долл.;
- обработка участков после сбора урожая – 27,5 млрд долл.;
- услуги в сфере животноводства – 7,5 млрд долл.;
- услуги по управлению фермами – 7,5 млрд долл.

В секторе государственного управления малые компании отсутствуют. В США организации в сфере государственного управления представляют собой федеральные, региональные и местные государственные агентства, которые управляют государственными программами и не являются частными организациями. Соответственно, они не могут пользоваться государственной поддержкой, предназначенной для малого бизнеса.

При расчете численности сотрудников, а также годовой выручки компании учитываются данные всех ее дочерних или аффилированных предприятий. Аффилированность имеет место, когда один бизнес контролирует другой или когда третья сторона (или стороны) контролирует оба бизнеса. Контроль может возникнуть в результате владения, управления или других отношений либо взаимодействия между сторонами. Согласно Гиду определений малого бизнеса Управления по делам малого бизнеса США [10], аффилированность наблюдается в основном в следующих случаях:

1. Физическое или юридическое лицо имеет более 50% голосующих акций компании. Например, компания А является основным владельцем компаний Б, В и Г, и ей принадлежат соответственно 55, 80 и 60% акций этих компаний. Все эти компании являются аффилированными, и при определении их размера их годовая выручка, а также численность сотрудников будут суммироваться.

2. Физическое или юридическое лицо имеет менее 50% голосующих акций компании. Аффилированность также может возникнуть, если физическое или юридическое лицо имеет менее 50% голосующих акций, однако его доля существенно больше долей других акционеров. Например, компания А имеет 40% голосующих акций компании Б, а следующий крупнейший акционер имеет всего 2%. В этом случае компания А контролирует компанию Б. Кроме того, все другие компании, контролируемые компанией А, будут рассматриваться как аффилированные с компанией Б.

3. Два или более акционера контролируют компанию. Если два или более физических или юридических лиц владеют долей менее 50% каждый, и их миноритарные доли имеют примерно одинаковый размер, а в сумме их совокупная доля велика в сравнении с долями других акционеров, наблюдается аффилированность с каждым из этих лиц. Следует отметить, что данная презумпция является опровержимой – иначе говоря, она может быть опровергнута при наличии доказательства иного в отношении перечисленных фактов. В качестве примера здесь можно привести следующую ситуацию. Инвестор Х, инвестор Y и компания А – каждый из них имеет по 23% акций компании Б. Ни один другой акционер не владеет более чем 5% акций компании Б. Будет считаться, что все три лица контролируют компанию Б, если они не опровергнут эту презумпцию. Если презумпция не будет опровергнута, то компания А и инвесторы Х и Y будут считаться аффилированными с компанией Б. Кроме того, все компании, контролируемые компаниями А и инвесторами Х и Y, будут аффилированными с компанией Б.

4. Когда голосующие акции компании принадлежат широкому кругу акционеров, и ни один из акционеров не владеет достаточно большой долей акций по сравнению с другими акционерами, считается, что компания находится под контролем совета директоров (каждого его члена) и исполнительного директора или президента, если не представлено доказательство обратного. Это означает, что любой бизнес, контролируемый членом совета директоров, генеральным директором или президентом компании, является аффилированным с данной компанией, если только соответствующий член совета директоров, генеральный директор или президент не опровергнут эту презумпцию.

5. Соглашение о будущем слиянии или о продаже акций имеет силу в настоящем времени, как будто эти будущие права уже были реализованы. Например, если компания А имеет право приобрести контрольный пакет акций в компании Б, то эта ситуация равноценна ситуации, когда компания А реализовала бы свои права и стала владельцем контрольного пакета акций компании Б. В данном случае компании А и Б являются аффилированными. Кроме того, все компании, контролируемые компанией А, будут считаться аффилированными с компанией Б. В качестве другого примера можно привести ситуацию, когда компании А и Б находятся в переговорах о будущем слиянии. Если представители обеих компаний провели несколько встреч по поводу слияния двух компаний, но пока еще нет ни формального, ни неформального соглашения о слиянии, то до заключения соглашения о слиянии Управление по делам малого бизнеса не выявит аффилированности этих двух компаний.

6. Если один или несколько должностных лиц, директоров, управляющих или общих партнеров бизнеса контролируют совет директоров и/или управление другим бизнесом, то эти предприятия являются аффилированными. Управление по делам малого бизнеса обычно выявляет аффилированность в следующих случаях.

Например, члены совета директоров компании А занимают три из пяти должностей в совете директоров компании Б. В таком случае компания А имеет контроль над компанией Б, и данные компании аффилированы. Кроме того, все компании, контролируемые компанией А, будут считаться аффилированными с компанией Б. В качестве другого примера можно привести следующую ситуацию. Член совета директоров компании А имеет право наложить вето на решение большинства членов совета директоров компании Б. Обладая таким контролем, компания А контролирует совет директоров компании Б, и эти две компании аффилированы. Кроме того, все компании, контролируемые компанией А, будут считаться аффилированными с компанией Б.

7. Лица или фирмы, имеющие идентичные (или практически идентичные) коммерческие или экономические интересы, могут рассматриваться как аффилированные, если они не продемонстрируют иное. В качестве примеров таких аффилированных лиц можно привести членов одной семьи, лиц с общими инвестициями или фирмы, которые экономически зависимы друг от друга в силу контрактных (или других) отношений. При этом потенциально аффилированные лица или фирмы могут опровергнуть свою аффилированность, предоставив убедительные доказательства того, что их потенциально идентичные интересы фактически разделены. Можно привести следующие примеры, когда компании все же являются аффилированными. Несколько сотрудников компании А также являются сотрудниками компании Б. Эти две компании работают в одной и той же сфере и заключают друг с другом субподряд. Взаимосвязь между двумя компаниями настолько сильна, что они действуют как единое целое, поэтому считаются аффилированными. В другой ситуации компании А и Б имеют общие офисные помещения и оборудование, а также делятся ключевыми сотрудниками. Кроме того, в течение

последних трех лет компания А передала существенный объем заказов компании Б. Все это свидетельствует о том, что обе компании объединили свои ресурсы и, следовательно, скорее всего, являются аффилированными.

8. Бизнес, который не может выжить самостоятельно или экономически зависит от другого лица, с большой долей вероятности является аффилированным с этим лицом. Например, компания А выполняет субподряды для компании Б, и компания Б обеспечивает 90% доходов компании А. В таком случае существование компании А зависит от компании Б, и они считаются аффилированными. В качестве другого примера можно привести ситуацию, когда компания А дает большой кредит компании Б и гарантирует другие ссуды, предоставленные компании Б. Компания Б в таком случае оказывается в зависимости от финансовой поддержки компании А (как прямой, так и косвенной), что приводит к их аффилированности. В качестве примера отсутствия аффилированности можно привести ситуацию, когда компания А запатентовала разрабатываемый ею продукт и выдала компании Б лицензию на использование этого продукта. При этом компания А предоставила такие лицензии и другим компаниям. В данном случае лицензионное соглашение не является причиной аффилированности компаний А и Б.

Поскольку отнесение бизнеса к сектору малых предприятий в США требует выполнения целого ряда сложных условий, существует удобный онлайн-сервис, который проверяет возможность отнесения компании к данному сектору и возможность участия компании в борьбе за государственные заказы [11]. Проверка осуществляется на основе анкетных данных, которые пользователь вводит в представленную на сайте форму.

Следует отметить, что требования некоторых программ стимулирования малого бизнеса могут отличаться от изложенных выше общих требований Управления по делам малого бизнеса. Так, в «Программе поддержки малого бизнеса в

области инновационных исследований» (SBIR) могут участвовать компании, которые принадлежат и контролируются гражданами США или постоянными иностранными резидентами США хотя бы на 51%, при этом численность их сотрудников, включая численность сотрудников аффилированных компаний, не должна превышать 500 человек. Также в программе могут участвовать компании, которые находятся во владении и управлении другого бизнеса более чем на 51%, при этом данный бизнес также должен находиться во владении и управлении граждан и постоянных резидентов США хотя бы на 51% [10].

Канада. Численность занятых – единственный критерий отнесения компании к сектору МСП в Канаде. Статистическое агентство Канады и правительство Канады определяют микропредприятия как предприятия с числом занятых до 4 человек включительно, малые предприятия – как предприятия с числом занятых от 5 до 99 человек, средние предприятия – как предприятия с числом занятых от 100 до 499 человек [12]. Провинция Британская Колумбия при этом использует другое определение: в данной провинции малым бизнесом считается предприятие, на котором работают менее 50 человек [13].

При этом некоторые финансовые организации, в том числе институты развития, применяют совершенно другие критерии, основанные на финансовых показателях. Например, Канадская корпорация развития экспорта определяет компании-экспортеры как малые компании с годовым объемом продаж до 1 млн долл.

В соответствии с Программой финансирования малого бизнеса «Промышленность Канады» (Industry Canada) к МСП относятся компании с годовой выручкой до 5 млн долл. Данная программа также предъявляет требования к численности сотрудников: малый бизнес должен иметь менее 100 сотрудников, а малый бизнес в секторе услуг – менее 50 сотрудников. Предприятие с численностью сотрудников от 100 до 500 относится программой к сектору средних предприятий, бизнес

с численностью сотрудников до 5 человек – к микропредприятиям. Таким образом, крупными являются компании со штатом 500 человек и более.

Ассоциация канадских банкиров определяет малый бизнес как компанию, общая сумма одобренных кредитных лимитов которой составляет до 500 тыс. долл., средний бизнес – до 1 млн долл. [14].

Программа финансирования малого бизнеса предъявляет к малым компаниям следующие требования [15]:

- компания должна находиться в Канаде и проводить в данной стране свои операции;
- бизнес должен предлагать свои товары и услуги широкой аудитории (включая секторы розничных и оптовых продаж);
- предприятие должно быть создано и функционировать с целью получения прибыли;
- годовая выручка действующего бизнеса не должна превышать 10 млн долл. (в том году, в котором одобряется кредит Программы финансирования), для новых компаний – оценка годовой выручки также не должна превышать 10 млн долл.;
- в программе могут участвовать компании, основной деятельностью которых является разведение рыбы в соленой или пресной воде;
- малые компании, которые находятся под управлением иностранных граждан, также могут получить кредит, если бизнес заемщика соответствует федеральному и региональному законодательству, а также если бизнес осуществляется в Канаде и приобретаемые активы используются в Канаде;
- заемщик может управлять несколькими компаниями, однако при этом совокупный объем привлеченных заемщиком кредитов не должен превышать 1 млн долл., из которых до 350 тыс. долл. могут быть использованы на приобретение или ремонт оборудования.

Австралия. В Австралии отсутствует единый подход к определению малого и среднего бизнеса. Например, Австралийская комиссия по ценным бумагам и инвестициям (ASIC) определяет малые компании следующим образом:

- численность сотрудников менее 50 человек на конец финансового года;
- годовая выручка менее 25 млн долл.;
- общая сумма активов менее 12,5 млн долл. по состоянию на конец финансового года.

Чтобы компания считалась малой, она должна удовлетворять двум из трех приведенных выше требований.

Налоговая служба Австралии определяет малый бизнес как бизнес, годовая выручка которого без учета налога с продаж не превышает 10 млн долл. Данное ограничение действует с 1 июля 2016 г. До этого действовало ограничение в 2 млн долл. [16].

Комиссия по справедливым трудовым отношениям в Австралии считает малым бизнесом компанию с общей численностью сотрудников менее 15 человек.

Австралийское бюро статистики понимает под микробизнесом компанию с численностью сотрудников от 1 до 4 человек, под малым бизнесом – бизнес с численностью сотрудников не более 19 человек включительно, в то время как средний бизнес определяется как компания, в которой работает до 199 человек включительно [17]. К категории крупных предприятий соответственно относятся компании с численностью сотрудников 200 человек и более. Под численностью сотрудников Австралийское бюро статистики понимает общее число занятых, а не эквивалента полной штатной единицы.

В целом последнее определение малого бизнеса – как бизнеса с численностью сотрудников менее 20 человек – в настоящее время является в Австралии наиболее распространенным [18]. В стране ведется активная дискуссия о необходимости унификации подходов к определению МСП, поскольку наличие большого

числа разных подходов создает дополнительные издержки. Однако единое определение пока еще не разработано.

Европейский союз. Европейский союз еще в конце 1990-х годов пришел к пониманию, что существование разных определений МСП порождает противоречия, поэтому в ЕС уже почти в течение двух десятилетий существует единый подход к определению малых и средних предприятий. Необходимость разработки единого подхода была вызвана прежде всего тем, что на территории единого рынка, лишенного внутренних границ, политика по отношению к бизнесу должна быть основана на едином наборе правил. Кроме того, необходимость выработки единого подхода была вызвана наличием масштабной поддержки микро-, малых и средних предприятий на уровне ЕС: ситуации, когда Союз проводит политику в отношении одной группы предприятий, считающихся малыми и средними, а страна – член Союза – в отношении другой, необходимо было устранить.

Современное определение малых и средних предприятий в ЕС содержится в Рекомендациях Комиссии ЕС 2003/361/ЕС от 6 мая 2003 г. о толковании понятий малого, среднего и микропредприятия [19]. Согласно этим рекомендациям, существуют два ключевых показателя, относящих бизнес к категории МСП: численность персонала и оборот или общий баланс (*табл. 1*).

В соответствии с подходом ЕС численность сотрудников – ключевой критерий отнесения предприятия к сектору МСП; финансовый критерий является важным, но дополнительным – он позволяет понять реальный масштаб и результаты деятельности предприятия, а также позиции предприятия в сравнении с конкурентами. Использование оборота предприятия как единственного финансового критерия является нежелательным, поскольку торговые предприятия обычно имеют более высокие обороты, чем компании производственного сектора. Таким образом, в качестве финансового критерия необходимо использовать оборот совместно с общим балансом.

К категории МСП относятся предприятия, численность сотрудников которых составляет менее 250 человек, годовой оборот которых не превышает 50 млн евро (60 млн долл.) и/или общий баланс которых не превышает 43 млн евро (53 млн долл.). В категории МСП выделяются малые предприятия, численность сотрудников которых составляет менее 50 человек, годовой оборот и/или общий баланс которых не превышает 10 млн евро (12,5 млн долл.). В свою очередь, в категории малых предприятий выделяются микропредприятия, численность сотрудников которых составляет менее 10 человек, годовой оборот и/или общий баланс которых не превышает 2 млн евро (2,5 млн долл.).

Таблица 1

Критерии отнесения компании к МСП в ЕС

Категория	Численность персонала, чел.	Оборот, млн евро (млн долл.)	или	Общий баланс, млн евро (млн долл.)
Среднее предприятие	< 250	≤ 50 (60)		≤ 43 (53)
Малое предприятие	< 50	≤ 10 (12,5)		≤ 10 (12,5)
Микропредприятие	< 10	≤ 2 (2,5)		≤ 2 (2,5)

Источник: [19].

Если предприятие превысило верхнее ограничение по численности персонала или по финансовым показателям один раз, то оно не теряет статус МСП немедленно; потеря данного статуса происходит лишь при двукратном превышении ограничения. То же самое касается статуса малого и микропредприятия. К числу сотрудников предприятия относятся работники, которые работали на предприятии полный рабочий день в течение всего года. Также в число сотрудников входят владельцы, которые выполняют функцию менеджеров, партнеры, регулярно участвующие в работе предприятия. Вклад сотрудников, которые работали неполный рабочий день или сезонно, учитывается как дробная часть рабочей единицы.

Кроме того, важно обратить внимание на то, что предприятие обязано соответствовать лишь одному из двух финансовых критериев. То есть, если годовой оборот фирмы не будет превышать лимит в 50 млн евро (60 млн долл.), а общий баланс превысит 43 млн евро (53 млн долл.), предприятие будет относиться к сектору МСП.

Важно отметить, что согласно Рекомендациям Комиссии ЕС 2003/361/ЕС от 6 мая 2003 г. под предприятием, которое потенциально может быть отнесено к сектору МСП, понимается любой хозяйствующий субъект независимо от его юридической формы, вовлеченный в экономическую деятельность, включая ремесленную деятельность как на индивидуальной основе, так и в качестве семейного бизнеса, а также партнерства или ассоциации, которые являются регулярными участниками экономической деятельности. Под экономической деятельностью понимается продажа продуктов или услуг по определенной цене на определенных рынках. К экономической деятельности не относится работа на гранты или пожертвования, активность, которая не имеет определенного рынка, а также деятельность, в результате которой организация получает доход, трудно отделимый от личных доходов ее участников или акционеров.

Предельные значения критерия численности сотрудников и финансовых критериев представляют собой максимальные ограничения. Страны-члены, Европейский инвестиционный банк и Европейский инвестиционный фонд могут устанавливать свои предельные значения на более низких уровнях, чем уровень ЕС, если они желают направить свою поддержку в адрес специфической категории МСП. Для упрощения административных процедур при реализации некоторых отдельных мер поддержки МСП страны-члены, Европейский инвестиционный банк и Европейский инвестиционный фонд могут использовать один критерий отнесения предприятий к МСП – численность сотрудников.

В настоящее время Европейская комиссия проводит общественные консультации по вопросу о возможном пересмотре подходов к определению малых и средних предприятий. Консультации проходили с 6 февраля по 6 мая 2018 г. [20]. К участию в них приглашены все граждане и организации. Особенно ценными являются комментарии национальных и региональных властей, предприятий, бизнес-ассоциаций, научно-исследовательских организаций. Такие консультации проводятся на регулярной основе. В последний раз независимая оценка необходимости пересмотра подхода к определению МСП проводилась в ЕС в 2012 г., и тогда такая необходимость не была обнаружена.

Следует отметить, что количественные критерии отнесения бизнеса к МСП не являются исчерпывающими. Помимо них, важную роль играет взаимосвязь потенциального малого или среднего предприятия с другими предприятиями. По данному критерию выделяются три группы предприятий:

- автономные (autonomous); в данном случае предприятие является полностью независимым или имеет одного или более миноритарных партнеров, каждому из которых принадлежит не более 25% предприятия, либо является миноритарным партнером других предприятий и владеет не более чем 25% любого другого предприятия; помимо этого, предприятие не должно быть связанным с другими компаниями через какое-либо иное физическое лицо (natural person);
- партнерские (partner); в данном случае другой компании может принадлежать от 25 до 50% акций предприятия;
- связанные (linked); если другой компании принадлежит более 50% предприятия, то данные компании расцениваются как связанные.

В зависимости от того, к какой из этих групп относится предприятие, ему может быть необходимо включать данные других компаний в расчеты для определения возможности вхождения в категорию МСП. Если по итогам этих расчетов

будут превышены максимальные значения количественных критериев, то компания не сможет пользоваться льготами МСП.

Если предприятие является автономным (а таких в ЕС большинство), то оно использует только собственные данные для выявления возможности вхождения в сектор МСП. Если предприятие имеет партнерские отношения с другими предприятиями, то оно должно учитывать данные своих партнеров с определенным коэффициентом. Если предприятие имеет связанные предприятия, то оно обязано прибавлять все данные связанной с ним фирмы к своим данным. Кроме того, предприятия, которые составляют консолидированные отчеты, а также предприятия, данные которых включаются в консолидированные отчеты других компаний, обычно рассматриваются как связанные предприятия.

Следует отметить, что из перечисленных правил есть исключения. Например, предприятие может расцениваться как автономное, если верхний предел на участие в другие фирмах или на участие других фирм в данном предприятии превышен, если инвесторами являются венчурные компании, бизнес-ангелы, университеты, некоммерческие научно-исследовательские центры, институциональные инвесторы, включая региональные фонды развития, местные власти с годовым бюджетом менее 10 млн евро (12,5 млн долл.) и населением менее 5 тыс. человек. Один или несколько из перечисленных видов инвесторов могут владеть долей до 50% при условии, что инвесторы не связаны между собой.

Если предприятие, которое претендует на статус МСП, имеет партнерские отношения с другими предприятиями, то оно должно включать данные своих партнеров с долей, равной доле участия других предприятий в нем или его участия в других предприятиях. Данные партнеров партнера предприятия, претендующего на статус МСП, при этом не учитываются.

Предприятие не может относиться к сектору МСП, если оно более чем на 25% принадлежит одному или нескольким государственным органам (public bodies),

как напрямую, так и косвенно. Это объясняется тем, что государственное участие может создать для предприятия ряд привилегий, которые отсутствуют у других МСП. Кроме того, если в предприятии участвует государственная структура, то возникают сложности с подсчетом масштабов ее вовлечения в деятельность малого или среднего предприятия. Данное правило не относится к университетам, местным органам власти и прочим перечисленным выше организациям, участие которых, наоборот, расширяет список компаний сектора МСП.

При наличии партнерских отношений между несколькими предприятиями количественные параметры каждого предприятия, претендующего на статус МСП, будут рассчитываться следующим образом. Если предприятие А владеет 33% предприятия В и 49% предприятия Г, а предприятие Б владеет 25% предприятия А, то к данным самого предприятия А будут прибавлены соответствующие доли значений показателей всех остальных предприятий:

$$\text{Итог} = 100\%А + 25\%Б + 33\%В + 49\%Г$$

Для связанных предприятий аналогичный расчет выглядит следующим образом. Если предприятие А владеет 51% предприятия В и 100% предприятия Г, а предприятие Б владеет 60% предприятия А, то к данным самого предприятия А будут полностью прибавлены значения показателей всех остальных предприятий:

$$\text{Итог} = 100\%А + 100\%Б + 100\%В + 100\%Г$$

Отнесение бизнеса к категории МСП необходимо прежде всего для выявления предприятий, которые сталкиваются с определенными вызовами ввиду своего

размера и поэтому должны претендовать на преференциальное отношение и государственную поддержку. В ЕС малые и средние предприятия могут претендовать на две ключевые преференции:

- участие в программе государственной поддержки (в том числе финансовой), предназначенной для МСП;
- упрощенные требования или сниженные пошлины.

Одним из самых серьезных барьеров, с которыми сталкиваются малые и средние предприятия, является проблема привлечения финансирования. Европейская комиссия сотрудничает с финансовыми институтами в целях повышения доступности финансовых средств для МСП. Помимо стимулирования предоставления кредитов и венчурного капитала малым и средним предприятиям, Комиссия помогает странам – членам ЕС совершенствовать свою политику в сфере краудфандинга, бизнес-ангельского финансирования, предоставления кредитов и гарантий и т.д. в целях облегчения доступа МСП к финансовым средствам.

ЕС обычно не предоставляет малым и средним компаниям прямого финансирования. Финансовая поддержка МСП направляется через местные, региональные или национальные власти или через финансовых посредников (банки, венчурные фонды и т.д.). Прямая поддержка доступна лишь тем проектам МСП, которые способствуют реализации программ ЕС. Ключевыми инициативами ЕС по предоставлению финансовой поддержки малым и средним предприятиям в настоящее время являются:

- Европейская программа для малых и средних предприятий «Программа конкурентоспособности предприятий и МСП» (COSME). Данная программа рассчитана на период 2014–2020 гг., а ее бюджет составляет 2,3 млрд евро (2,8 млрд долл.), из них 1,3 млрд евро (1,6 млрд долл.) предназначены для финансирования МСП.

COSME облегчает доступ малых и средних предприятий к финансированию на всех стадиях их жизненного цикла, помогает компаниям выйти на рынки в ЕС и за его пределами, поддерживает предпринимателей через повышение качества образования для предпринимателей, менторство, поддержку специфических групп, которым особенно сложно добиться высоких результатов (молодые люди, женщины, предприниматели преклонного возраста), способствует снижению административных и регуляторных барьеров, а также помогает компаниям переходить к новым бизнес-моделям и внедрять инновации. COSME поддерживает следующие программы и проекты:

- предоставление финансовых средств для малых и средних предприятий через посредников. Благодаря выделению финансирования для МСП со стороны программы COSME в размере 1,3 млрд евро, в общей сложности вместе со средствами посредников будет привлечено до 25 млрд евро. COSME оказывает поддержку МСП через кредитные гарантии (Loan Guarantee Facility, LGF) и рисковый капитал (Equity Facility for Growth, EFG);
- Европейская сеть поддержки предпринимательства (Enterprise Europe Network). Данная сеть помогает МСП найти партнеров и разобраться в законодательстве стран ЕС;
- портал «Твой европейский бизнес» (Your Europe Business Portal). Данный портал предоставляет информацию о ведении бизнеса в Европе. Здесь можно найти сведения о налогообложении, таможенных пошлинах, программах финансирования ЕС, урегулировании споров, экологической маркировке и т.д.;
- службы поддержки по вопросам прав интеллектуальной собственности. В таких службах работают эксперты, которые предоставляют бесплатные консультации и тренинги по вопросам регистрации прав интеллектуальной собственности, управления интеллектуальной собственностью, нарушения

прав интеллектуальной собственности. Европейская служба поддержки предназначена для обращения со стороны научных сотрудников и малых и средних предприятий Европы. Также ЕС финансирует специализированные службы поддержки, целью которых является оказание помощи европейским малым и средним предприятиям в Китае, Юго-Восточной Азии и Латинской Америке.

- Программа Horizon 2020 – крупнейшая программа ЕС в сфере науки и инноваций, рассчитанная на период 2014–2020 гг., с объемом годового финансирования около 80 млрд евро. Данная программа рассчитана не только на МСП, однако по условиям программы не менее 20% всех средств должно быть направлено малым и средним предприятиям [21].
- Недели европейского предпринимательства (European SME Week). Данная кампания координируется Европейской комиссией и заключается в проведении в течение всего года мероприятий, которые помогают существующим малым и средним предприятиям получить информацию о доступных мерах поддержки, а потенциальным предпринимателям – начать свой бизнес. Главное мероприятие проводится каждый год осенью.
- Награды за продвижение предпринимательства в Европе (European Enterprise Promotion Awards). Данные награды получают проекты, популяризирующие предпринимательство на национальном, региональном или локальном уровне. Начиная с 2006 г. в конкурсе приняли участие свыше 2800 проектов. Победители конкурса объявляются ежегодно на Неделе европейского предпринимательства.
- Организация развития предпринимательства и инноваций в западных Балканах (Western Balkans Enterprise Development & Innovation Facility, WB EDIF).

Задача данной организации заключается в облегчении доступа малых и средних предприятий в западных Балканах к финансированию, в развитии локального рынка венчурного капитала, в популяризации предпринимательства [21].

Норвегия. Малым бизнесом в Норвегии считаются предприятия с численностью сотрудников до 19 человек. К категории средних компаний относятся компании, в которых работают от 20 до 99 человек. Практически единственный критерий отнесения предприятий к сектору малых и средних предприятий – численность работников.

Действуют и дополнительные критерии отнесения компании к сектору МСП. Так, компании с численностью сотрудников менее 100 человек будут отнесены к числу крупных, если их годовой оборот превышает 99 млн норвежских крон (12,7 млн долл.), если у них имеется более 15 подконтрольных организаций, а также если они зарегистрированы как холдинговые компании с численностью сотрудников более 30 человек [22].

Япония. В Японии отсутствует понятие малого предприятия – выделяются лишь микропредприятия и вместе малые и средние предприятия (табл. 2). Для отнесения компании к сектору МСП используются два критерия – численность сотрудников и уставный капитал. При этом, чтобы компания получила статус малого и среднего предприятия, ей достаточно соответствовать лишь одному из этих двух критериев. Для микропредприятий установлен единственный количественный критерий – численность сотрудников. Количественные требования к микро- и малым и средним предприятиям в Японии зависят от сектора экономики, к которому относится предприятие. Так, для производственных предприятий предусмотрен гораздо более высокий потолок, чем для предприятий из сферы услуг и тем более розничной торговли. При этом сельскохозяйственные предприятия исключены из сектора МСП.

Указанное выше определение содержится в Основном законе о малых и средних предприятиях. Оно применяется Министерством экономики, торговли и промышленности Японии (МЕТП). Но, как и в других странах, в Японии есть иные подходы к определению МСП. Например, в соответствии с Законом о налогообложении корпораций под МСП понимается предприятие с уставным капиталом до 100 тыс. йен (0,9 тыс. долл.).

Таблица 2

**Критерии отнесения предприятий к сектору МСП
и микробизнесу в Японии**

Сектор экономики	МСП		Микробизнес
	Численность сотрудников	Уставный капитал	Численность сотрудников
Производство	300	До 300 млн йен (2,7 тыс. долл.)	20
Оптовая торговля	100	До 100 млн йен (0,9 тыс. долл.)	5
Услуги	100	До 50 млн йен (0,45 тыс. долл.)	5
Розничная торговля	50	До 50 млн йен (0,45 тыс. долл.)	5

Источник: [23].

Южная Корея. В Южной Корее для определения малых и средних предприятий используются два критерия – капитал или среднегодовой объем продаж (в зависимости от отрасли используются разные финансовые показатели) и численность сотрудников. Отнесение компаний к малому или микробизнесу при этом осуществляется исключительно на основе данных о численности сотрудников (табл. 3).

Для различных секторов экономики установлены разные предельные значения. Наиболее высокие максимальные значения установлены для производственных отраслей (300 сотрудников и капитал до 8 млн долл.), наименее высокие – для различных специфических услуг, таких как аренда промышленного оборудования для промышленного использования, проведение НИОКР в сфере естественных

наук и др. (50 сотрудников и продажи до 5 млн долл.). Такое определение заложено в Законе об МСП (статья 2) и используется Министерством промышленности и ремесел.

Таблица 3

**Критерии отнесения предприятий к сектору МСП и микробизнеса
в Южной Корее**

Сектор	МСП		Малый бизнес	Микробизнес
	Число сотрудников	Капитал и продажи	Число сотрудников	Число сотрудников
Производство	До 300	Капитал до 8 млн долл.	До 50	До 10
Добыча полезных ископаемых, строительство и транспорт	До 300	Капитал до 3 млн долл.	До 50	До 10
Ритейлеры, отели, коммуникации, обработка информации	До 300	Продажи до 30 млн долл.	До 10	До 5
Выращивание семян, рыболовство, электроэнергетика, снабжение населения газом и водой, медицинские продукты, оптовые продажи	До 200	Продажи до 20 млн долл.	До 10	До 5
Аренда промышленного оборудования для промышленного использования, ботанические сады, зоопарки и природные парки, очистка сточных вод, проведение НИОКР в сфере естественных наук	До 100	Продажи до 10 млн долл.	До 10	До 5
Прочие	До 50	Продажи до 5 млн долл.	До 10	До 5

Источник: [24].

Китай. Как и в США, определение малых и средних предприятий в Китае является достаточно сложным и зависит от отрасли, в которой работает компания. Критериями отнесения компании к сектору МСП в настоящее время являются численность сотрудников и выручка.

Критерии отнесения предприятий к сектору МСП в Китае периодически меняются. Впервые они были разработаны в 2003 г. Тогда было определено, что численность работников МСП может достигать 3 тыс. человек для строительной отрасли и транспортных перевозок, 2 тыс. человек – для производственных отраслей, 1 тыс. – для почтовых пересылок, 800 человек – для отелей и ресторанов, 500 человек – для розничной торговли и 200 человек – для оптовой торговли. Также действовали ограничения по объему активов и выручки: активы могли максимально достигать 400 млн юаней (63,6 млн долл.), годовая выручка – 300 млн юаней (47,7 млн долл.) [3]. Имелось разграничение между малым и средним бизнесом: в малых компаниях могли работать до 300 человек, годовой объем продаж таких компаний не должен был превышать 30 млн юаней, или 4,8 тыс. долл. (альтернативное финансовое требование: активы компании должны были находиться в пределах 40 млн юаней, или 6,4 тыс. долл.).

В 2011 г. в связи с изменением экономической ситуации и необходимостью введения понятия микропредприятия критерии были пересмотрены. Классификация была дополнена новыми отраслями, предел численности сотрудников был снижен до 2 тыс. человек, предельная выручка была увеличена до 2 млрд юаней, или 318 млн долл. [25] (*табл. 4*). Также предельная выручка стала единственным финансовым критерием отнесения компаний к сектору МСП.

**Критерии отнесения компаний к микро-, малому и среднему
бизнесу в Китае**

Сектор	Средний бизнес		Малый бизнес		Микробизнес	
	Число ра- ботников	Выручка	Число ра- ботников	Выручка	Число ра- ботников	Выручка
Сельское хозяйство, лесное хозяйство, рыболовство	...	<20 млн юаней	...	<5 млн юаней	...	<500 тыс. юаней
Производство	<1000	<400 млн юаней	<300	<20 млн юаней	<20	<3 млн юаней
Строительство	...	<800 млн юаней	...	<60 млн юаней	<10	<50 млн юаней
Оптовая торговля	<200	<400 млн юаней	<20	<50 млн юаней	<5	<10 млн юаней
Розничная торговля	<300	<200 млн юаней	<50	<5 млн юаней	<10	<1 млн юаней
Транспортные перевозки	<1000	<300 млн юаней	<300	<30 млн юаней	<20	<2 млн юаней
Хранение товаров	<200	<300 млн юаней	<100	<10 млн юаней	<20	<1 млн юаней
Почтовые услуги	<1000	<300 млн юаней	<100	<10 млн юаней	<20	<1 млн юаней
Отели, рестораны	<300	<100 млн юаней	<100	<20 млн юаней	<10	<1 млн юаней
Передача данных	<2000	<1 млрд юаней	<100	<10 млн юаней	<10	<1 млн юаней
Программное обеспе- чение и информаци- онные технологии	<300	<100 млн юаней	<100	<10 млн юаней	<10	<500 тыс. юаней
Недвижимость	...	<2 млрд юаней	...	<10 млн юаней	...	<1 млн юаней
Управление имуществом	<1000	<50 млн юаней	<300	<10 млн юаней	<100	<5 млн юаней
Лизинг и услуги для бизнеса	<300	<1,2 млрд юаней	<100	<80 млн юаней	<10	<1 млн юаней

Источник: [25].

Индия. В Индии политику в отношении малых и средних предприятий осуществляет в основном Министерство микро-, малых и средних предприятий в тесном сотрудничестве с другими министерствами и департаментами, правительствами штатов и прочими заинтересованными лицами. Национальный подход к

определению малых и средних предприятий содержится в Законе о развитии микро-, малых и средних предприятий от 2006 г. [26]. Согласно данному закону, единственным критерием отнесения предприятия к сектору малого и среднего бизнеса в Индии является объем инвестиций, причем их размер зависит от того, является ли предприятие производственным или же оно работает в сфере услуг.

Производственная фирма считается микропредприятием, если объем ее инвестиций в завод и оборудование не превышает 2,5 млн рупий (37,75 тыс. долл.), малым предприятием – если объем инвестиций составляет от 2,5 до 50 млн рупий (755 тыс. долл.), средним предприятием – если объем инвестиций составляет от 50 до 100 млн рупий (1,5 млн долл.). Аналогично фирма, работающая в сфере услуг, является микропредприятием, если объем ее инвестиций в оборудование не превышает 1 млн рупий (15 тыс. долл.), малым предприятием – если объем инвестиций составляет от 1 до 20 млн рупий (302 тыс. долл.), средним предприятием – если объем инвестиций составляет от 20 до 50 млн рупий (755 тыс. долл.). При подсчете объема инвестиций компании в завод и оборудование расходы на контроль загрязнения, научные исследования и опытно-конструкторские разработки, систему безопасности не учитываются.

Такой подход имеет существенный недостаток: ввиду быстрого развития индийской экономики в последние годы имеющиеся финансовые критерии существенно устарели, создавать предприятия с объемами инвестиций меньше указанных выше стало затруднительно. При этом механизм пересмотра требований к МСП и периодичность этого пересмотра не определены. Также в Индии наблюдается необходимость во введении критериев определения МСП, применяемых в других странах (годовой оборот предприятия и численность сотрудников), в целях унификации подходов.

Бразилия. В Бразилии отсутствует единый подход к определению малых и средних предприятий. Различные организации и администрации штатов и муниципальных образований используют свои подходы к классификации. На федеральном уровне документ, унифицирующий эти подходы, отсутствует. Наиболее часто используемые критерии выделения малых и средних предприятий – это численность сотрудников и годовая выручка [27].

Например, Национальный банк экономического и социального развития (BNDES) дает следующие определения. Микропредприятием считается компания с годовой выручкой менее 2,4 млн бразильских реалов (106 тыс. долл.), малым предприятием – от 2,4 до 16 млн бразильских реалов (1,1 млн долл.), средним бизнесом – от 16 до 90 млн бразильских реалов (4 млн долл.), крупным средним предприятием – от 90 до 300 млн бразильских реалов, крупным предприятием – от 300 млн бразильских реалов. В данной классификации необычным является выделение крупных средних предприятий – в других классификациях такая категория обычно отсутствует. Критерии, применяемые данной организацией, являются особенно значимыми, поскольку они используются, когда компания подает заявку в финансовую организацию на выделение ей кредитной линии.

При определении круга компаний, которые могут претендовать на льготное налогообложение (Simples Nacional) в связи со своим малым размером, используются следующие правила. Под микропредприятием понимается фирма, совокупная годовая выручка которой составляет от 240 до 360 тыс. бразильских реалов (15,9 тыс. долл.), под малым предприятием – фирма с годовой выручкой от 2,4 до 3,6 млн бразильских реалов (159 тыс. долл.). Также упрощенному налогообложению подлежат индивидуальные предприниматели с годовым доходом от 36 до 60 тыс. бразильских реалов (2,65 тыс. долл.) [27].

Система льготного налогообложения малых и микропредприятий была введена в Бразилии в 2007 г. В 2017 г. организация Sebrae, ключевая функция которой заключается в поддержке микро- и малых предприятий, выступила с предложением увеличить верхний предел дохода малого предприятия, при котором предприятие все еще может воспользоваться упрощенным налогообложением, до 7,2 млн бразильских реалов (318 тыс. долл.) [28]. Это предложение было лишь частично поддержано сенаторами – верхний предел был увеличен до 4,6 млн бразильских реалов (203 тыс. долл.). Изменения вступят в силу в 2018 г. (изначально планировалось, что в середине 2017 г.).

Следует отметить, что далеко не все компании с выручкой, которая находится в обозначенных пределах, могут воспользоваться упрощенной системой налогообложения. Помимо ограничений по годовой выручке, к компаниям применяется ряд других ограничений. В частности, в числе акционеров компании должны отсутствовать другие компании. Компания не должна являться агентством или представительством иностранной фирмы в Бразилии. Индивидуальные акционеры компании не должны владеть долями в других компаниях, которые уже используют упрощенную систему налогообложения, если совокупная выручка этих двух компаний превышает 3,6 млн бразильских реалов (159 тыс. долл.). Компания не может иметь партнера или представителя, которому принадлежит более 10% акций другой компании, не использующей упрощенную систему налогообложения, в случае, если совокупная выручка обеих компаний превышает 3,6 млн бразильских реалов (159 тыс. долл.). Компания не может являться кооперативом и не может держать акции другой компании. Компания не может быть образована путем отделения от другой компании, если это отделение произошло менее пяти лет назад. Также компания не может заниматься некоторыми видами деятельности в таких секторах, как финансовые услуги, страхование, транспортные перевозки и др. [29].

ЮАР. В ЮАР определение МСП дается в Законе о малом бизнесе от 1996 г. с учетом поправок 2003 г. Отнесение компаний к сектору МСП осуществляется на основе данных по трем количественным показателям: численность занятых (общая численность оплачиваемых работников; для сотрудников, которые работают неполный рабочий день, рассчитывается эквивалент полного рабочего дня), годовой оборот и стоимость активов (без учета недвижимости) [30].

В ЮАР установлены разные предельные размеры МСП для разных отраслей стандартной отраслевой классификации (табл. 5). Важно отметить, что в ЮАР, как следует из таблицы, помимо средних, малых и микропредприятий, выделяются «очень малые предприятия» (very small).

Таблица 5

**Критерии отнесения бизнеса к сектору
МСП в ЮАР**

Отрасль/подотрасль	Размер предприятия	Численность занятых	Годовой оборот, млн рэндов	Стоимость активов, млн рэндов
1	2	3	4	5
Сельское хозяйство	Среднее	100	5	5
	Малое	50	3	3
	Очень малое	10	0,5	0,5
	Микропредприятие	5	0,2	0,1
Добыча полезных ископаемых	Среднее	200	39	23
	Малое	50	10	6
	Очень малое	20	4	2
	Микропредприятие	5	0,2	0,1
Производство	Среднее	200	51	19
	Малое	50	13	5
	Очень малое	20	5	2
	Микропредприятие	5	0,2	0,1

Продолжение таблицы 5

1	2	3	4	5
Снабжение электроэнергией, газом и водой	Среднее	200	51	19
	Малое	50	13	5
	Очень малое	20	5,1	1,9
	Микропредприятие	5	0,2	0,1
Строительство	Среднее	200	26	5
	Малое	50	6	1
	Очень малое	20	3	0,5
	Микропредприятие	5	0,2	0,1
Розничная торговля, продажа моторных средств передвижения, ремонт	Среднее	200	39	6
	Малое	50	19	3
	Очень малое	20	4	0,6
	Микропредприятие	5	0,2	0,1
Оптовая торговля, коммерческое посредничество	Среднее	200	64	10
	Малое	50	32	5
	Очень малое	20	6	0,6
	Микропредприятие	5	0,2	0,1
Прочая торговля, кейтеринг и недвижимость	Среднее	200	13	3
	Малое	50	6	1
	Очень малое	20	5,1	1,9
	Микропредприятие	5	0,2	0,1
Транспортировка, хранение и коммуникации	Среднее	200	26	6
	Малое	50	13	3
	Очень малое	20	3	0,6
	Микропредприятие	5	0,2	0,1

1	2	3	4	5
Финансы и бизнес-услуги	Среднее	200	26	5
	Малое	50	13	3
	Очень малое	20	3	0,5
	Микропредприятие	5	0,2	0,1
Общественные и социальные услуги	Среднее	200	13	6
	Малое	50	6	3
	Очень малое	20	1	0,6
	Микропредприятие	5	0,2	0,1

Источник: [30].

Во всех секторах, кроме сельского хозяйства, численность сотрудников в средних компаниях может максимально составлять 200 человек, в малых компаниях – 50 человек, в очень малых – 20 человек, в микропредприятиях – 5 человек. В сельском хозяйстве ограничения составляют соответственно 100, 50, 10 и 5 человек. Что касается годового оборота и стоимости активов, то эти показатели существенно различаются в зависимости от отрасли. Так, в производственных отраслях средние предприятия могут иметь годовой оборот до 51 млн рэндов (4,3 млн долл.), в секторе оптовой торговли – до 64 млн рэндов (5,3 млн долл.), в то время как в сельском хозяйстве – всего лишь до 5 млн рэндов (417 тыс. долл.).

Грузия. Статистическое бюро Грузии не дает определение микропредприятия (Закон о Национальном инвестиционном агентстве Грузии). При этом в Налоговом кодексе предусмотрено понятие микропредприятия, а для малого бизнеса даются другие критерии, чем у статистического бюро. Так, согласно Закону о Национальном инвестиционном агентстве Грузии, под малыми предприятиями следует понимать компании с численностью сотрудников до 20 человек и с годовым оборотом до 500 тыс. грузинских лари (200 тыс. долл.), под средними – компании с

численностью сотрудников до 100 человек и с годовым оборотом до 1,5 млн грузинских лари (0,6 млн долл.). Согласно Налоговому кодексу, под микропредприятиями следует понимать компании без наемных сотрудников с годовым оборотом до 30 тыс. грузинских лари (12,3 тыс. долл.), под малыми предприятиями – компании с годовым оборотом до 100 тыс. грузинских лари (41 тыс. долл.) [34].

Страны СНГ. В Армении численность сотрудников микропредприятий не может превышать 5 человек независимо от отрасли. При этом для малых предприятий действуют следующие ограничения: сектор транспорта, торговли и услуг – до 15 сотрудников; наука, образование, строительство, электроэнергетика – до 25 сотрудников; промышленность и прочие производственные секторы – до 50 человек. Аналогичные ограничения существуют и для средних предприятий: сектор транспорта, торговли и услуг – до 30 сотрудников; наука, образование, строительство, электроэнергетика – до 50 сотрудников, промышленность и прочие производственные секторы – до 100 человек [31].

В Азербайджане выделяется лишь сектор малых предприятий, для которого предусмотрен ряд льгот. В стране применяются два количественных критерия отнесения компаний к сектору малых предприятий: численность сотрудников и годовой оборот. Предельные значения этих показателей зависят от отрасли, в которой преимущественно работает компания. Малые компании в строительных отраслях и в сфере промышленного производства не могут иметь до 50 сотрудников и годовой оборот более 500 тыс. азербайджанских манатов (294 тыс. долл.), для сельскохозяйственных отраслей данные пределы составляют соответственно 25 человек и 250 тыс. азербайджанских манатов (147 тыс. долл.), для оптовой торговли – 15 человек и 1 млн азербайджанских манатов (587 тыс. долл.), для розничной торговли, транспортных перевозок, услуг и прочих видов экономической активности – 10 человек и 250 тыс. азербайджанских манатов (147 тыс. долл.) [32].

В Республике Беларусь в настоящее время используется определение МСП, которое содержится в Законе Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. № 148-3 «О поддержке малого и среднего предпринимательства» с учетом поправок 2015 г. Единственным критерием отнесения бизнеса к сектору МСП является численность сотрудников. На микропредприятиях могут работать до 15 человек, в малых компаниях – от 16 до 100, в средних – от 101 до 250 человек. При этом дочерние предприятия и прочие виды аффилированности не принимаются во внимание. Также малый и средний бизнес может принадлежать государству или находиться под государственным управлением. В последние годы в Республике Беларусь ведутся дискуссии об изменении критериев отнесения бизнеса к сектору МСП [33].

В Казахстане используются одновременно два критерия: стоимость активов и численность сотрудников, причем, чтобы избежать многочисленных корректировок, связанных с высокими темпами инфляции, для расчета стоимости активов используется число так называемых месячных расчетных показателей (МРП). Данные показатели устанавливаются ежегодно. В 2018 г. 1 МРП был эквивалентен 2405 тенге. Для сравнения: прожиточный минимум в 2018 г. составляет 29 284 тенге, или 90 долл. [35]. При расчете показателя численности сотрудников в Казахстане учитывается численность работников филиалов и представительств [36].

Бизнес в Казахстане для принадлежности к сектору МСП должен удовлетворять двум указанным количественным критериям одновременно. В Казахстане малыми являются компании с численностью сотрудников до 50 человек и стоимостью активов до 60 тыс. МРП, средними – компании с численностью сотрудников до 250 человек и стоимостью активов до 325 тыс. МРП. Как к малым, так и к средним компаниям могут быть отнесены индивидуальные предприниматели, не имеющие юридического лица и создающие до 50 рабочих мест (среднегодовая численность работников).

Таким образом, в мире наблюдается большое разнообразие подходов к отнесению компаний к сектору МСП. В *табл. 6* и *рис. 1–6* сгруппированы и сравниваются все количественные критерии отнесения бизнеса к МСП, используемые в 11 странах, по которым был проведен анализ, а также еще в 19 странах мира и в ЕС. В случае, если в стране используются несколько разных подходов, в таблице представлен подход министерства, которое занимается делами малого и среднего бизнеса, или подход национального статистического бюро.

Как следует из таблицы, в 11 из 30 проанализированных стран внедрены критерии отнесения бизнеса к сектору МСП в зависимости от отрасли или сектора, к которым преимущественно относится компания. В подавляющем большинстве стран (за исключением четырех развивающихся экономик – Бразилии, Индии, Индонезии и Чили) одним из критериев (или даже единственным критерием) отнесения бизнеса к МСП является численность сотрудников. Как уже отмечалось выше, данный критерий плохо подходит для использования в развивающихся странах. В шести странах – в Австралии, Армении, Республике Беларусь, Канаде, Коста-Рике и Новой Зеландии – не используются финансовые критерии отнесения бизнеса к МСП. Это означает, что в этих странах единственным критерием отнесения бизнеса к МСП является численность сотрудников.

Наибольшее предельное ограничение по численности сотрудников средних компаний свойственно Китаю (*рис. 1*) – в китайских средних компаниях могут работать до 2000 сотрудников. На втором месте по данному показателю находится Канада (499 сотрудников), третье место разделяют еще две страны из Азии – Южная Корея и Япония (300 человек). Самые низкие ограничения – в Новой Зеландии и Норвегии (99 человек), а также в Армении, Бахрейне, Грузии, Израиле, Коста-Рике. Следует отметить, что здесь сложно проследить закономерность, к какому (высокому или низкому) пределу стремятся развитые, а к какому – развивающиеся страны.

По предельному ограничению численности сотрудников малых компаний лидируют США – там малые фирмы могут давать работу до 1500 сотрудникам (рис. 2). Второе место занимает Китай (300 человек), третье – Египет (200 человек). Таким образом, в данном случае тоже не наблюдается четкой разницы между предельными значениями развитых и развивающихся стран. То же самое касается и микропредприятий (рис. 3). Самые крупные микропредприятия допустимы в Китае (до 100 человек) и в Японии (до 20 человек), а также в Белоруссии, Коста-Рике и России (до 15 человек).

По годовому доходу китайские средние предприятия также существенно отличаются от всех остальных – для них допустим годовой доход до 318 млн долл. (рис. 4). Далее следуют ЕС – 61,7 тыс. долл., Россия – 32,6 тыс. долл., Южная Корея – 30 тыс. долл. Что касается малых компаний (рис. 5), то здесь лидером являются США (38,5 млн долл.). Далее следуют Россия (13 млн долл.), Китай (12,7 млн долл.) и ЕС (12,5 млн долл.). Самые крупные микропредприятия допустимы в ЕС (2,5 млн долл.), России (1,9 млн долл.) и Китае (1,6 млн долл.) (рис. 6).

Таблица 6

**Критерии отнесения к МСП в различных
странах мира**

Страна	Сектор МСП	Наличие отраслевых требований	Число сотрудников	Финансовые показатели (годовой оборот, если не указано иное)	Особенности
1	2	3	4	5	6
Австралия	Микробизнес	Нет	0–4	–	–
	Малый бизнес		5–19	–	–
	Средний бизнес		20–199	–	–
Азербайджан	Малый бизнес	Да	0–50	0–1 млн манатов (590 тыс. долл.)	–

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4	5	6
Албания	Микробизнес	Нет	0–9	Годовой оборот / годовые активы до 73 тыс. евро (90 тыс. долл.)	–
	Малый бизнес		10–49	Годовой оборот / годовые активы до 364 тыс. евро (449 тыс. долл.)	–
	Средний бизнес		50–249	Годовой оборот / годовые активы до 1,821 млн евро (2,2 млн долл.)	–
Алжир	Средний бизнес	Нет	0–249	Выручка до 2 млрд алжирских динаров (20 млн долл.) или годовой баланс до 500 млн алжирских динаров (5 млн долл.)	Другие компании могут владеть не более 25% капитала компании, претендующей на статус МСП
Армения	Микробизнес	Да	0–5	–	–
	Малый бизнес		6–50	–	–
	Средний бизнес		51–100	–	–
Бахрейн	Микробизнес	Нет	0–5	0–50 тыс. бахрейнских динаров (133 тыс. долл.)	–
	Малый бизнес		6–50	50 тыс. – 1 млн бахрейнских динаров (2,7 млн долл.)	–
	Средний бизнес		51–100	1–3 млн бахрейнских динаров (8 млн долл.)	–
Белоруссия	Микробизнес	Нет	1–15	–	–
	Малый бизнес		16–100	–	–
	Средний бизнес		101–250	–	–

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4	5	6
Бразилия	Микробизнес	Нет	–	240–360 тыс. бразильских реалов (106 тыс. долл.)	В Бразилии отсутствует единое официальное определение МСП; здесь представлено определение, применяемое при определении возможности использования компанией упрощенной схемы налогообложения
	Малый бизнес		–	2,4–3,6 млн бразильских реалов (1 млн долл.)	
Грузия	Малый бизнес	Нет	0–20	До 500 тыс. грузинских лари (20,5 тыс. долл.)	Определение из Закона о Национальном инвестиционном агентстве Грузии
	Средний бизнес		21–100	До 1,5 млн тыс. грузинских лари (615 тыс. долл.)	
Египет	Микробизнес	Да	0–10	До 1 млн египетских фунтов (60 тыс. долл.)	Определение Центрального банка Египта
	Очень малый бизнес		11–200	1–10 млн египетских фунтов (600 тыс. долл.)	
	Малый бизнес		11–200	10–20 млн египетских фунтов (1,2 млн долл.)	
	Средний бизнес		11–200	20–100 млн египетских фунтов (6 млн долл.)	
ЕС	Микробизнес	Нет	0–9	Оборот или общий баланс до 2 млн евро (2,5 млн долл.)	Численность персонала является ключевым показателем, финансовый показатель не рекомендуется использовать как единственный критерий
	Малый бизнес		10–49	Оборот или общий баланс до 10 млн евро (12,5 млн долл.)	
	Средний бизнес		50–249	Оборот до 50 млн евро или общий баланс до 43 млн евро (61,7 млн долл.)	

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4	5	6
Израиль	Микробизнес	Нет	0–4	До 1 млн шекелей (283 тыс. долл.)	–
	Малый бизнес		5–19	До 10 млн шекелей (2,8 млн долл.)	–
	Средний бизнес		20–100	До 100 млн шекелей (28,3 млн долл.)	–
Индия	Микробизнес	Да	–	Объем инвестиций до 2,5 млн рупий	–
	Малый бизнес		–	Объем инвестиций до 50 млн рупий	–
	Средний бизнес		–	Объем инвестиций до 100 млн рупий	–
Индонезия	Микробизнес	Нет	–	Чистые активы до 50 млн индонезийских рупий (3,6 тыс. долл.), годовая выручка – до 300 млн индонезий- ских рупий (21,6 тыс. долл.)	Здесь учитываются чи- стые активы без земли и зданий
	Малый бизнес		–	Чистые активы 50– 500 млн индонезий- ских рупий (до 36 тыс. долл.), годовая вы- ручка – 300 млн – 2,5 млрд индонезий- ских рупий (до 180 тыс. долл.)	
	Средний бизнес		–	Чистые активы 500 млн – 10 млрд ин- донезийских рупий (720 тыс. долл.), годо- вая выручка – 2,5– 50 млрд индонезий- ских рупий (3,6 млн долл.)	

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4	5	6
Казахстан	Малый бизнес	Нет	0–49	Активы: не более 60 тыс. МРП (месячного расчетного показателя)	Для того чтобы компания была отнесена к сектору МСП, необходимо выполнение двух указанных условий
	Средний бизнес		50–250	Активы: не более 325 тыс. МРП (месячного расчетного показателя)	
Канада	Микробизнес	Нет	0–4	–	–
	Малый бизнес		5–99	–	–
	Средний бизнес		100–499	–	–
Китай	Микробизнес	Да	0–100	0–10 млн юаней (до 1,6 млн долл.)	–
	Малый бизнес		До 300	До 80 млн юаней (до 12,7 млн долл.)	–
	Средний бизнес		До 2000	До 2 млрд юаней (до 318 млн долл.)	–
Колумбия	Микробизнес	Нет	0–10	Активы – до 500 минимальных зарплат (до 153 тыс. долл.)	–
	Малый бизнес		11–50	Активы: 501–5000 минимальных зарплат (до 1,526 млн долл.)	–
	Средний бизнес		51–200	Активы: 5001–30000 минимальных зарплат (до 9,158 млн долл.)	–
Южная Корея	Микробизнес	Да	До 10	–	К микро- и малому бизнесу предъявляется требование лишь по численности сотрудников
	Малый бизнес		До 50	–	
	Средний бизнес		До 300	Активы до 8 млн долл. или годовой доход до 30 млн долл.	В некоторых отраслях используется требование к объему активов, а в некоторых – к годовому доходу

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4	5	6
Коста-Рика	Микробизнес	Нет	0–15	–	–
	Малый бизнес		16–30	–	–
	Средний бизнес		31–100	–	–
Малайзия	Микробизнес	Да	До 5	До 300 тыс. ринггитов (78 тыс. долл.)	–
	Малый бизнес		До 75	До 15 млн ринггитов (3,9 млн долл.)	–
	Средний бизнес		До 200	До 50 млн ринггитов (13 млн долл.)	–
Новая Зеландия	Микробизнес	Нет	0–9	–	–
	Малый бизнес		10–49	–	–
	Средний бизнес		50–99	–	–
Норвегия	Малый бизнес	Нет	0–19	–	–
	Средний бизнес		20–99	До 99 млн норвежских крон (12,7 млн долл.)	–
Россия	Микробизнес	Нет	0–15	До 120 млн руб. (1,9 млн долл.)	–
	Малый бизнес		16–100	До 800 млн руб. (13 млн долл.)	–
	Средний бизнес		101–250	До 2 млрд руб. (32,6 млн долл.)	–
США	Малый бизнес	Да	До 1500	До 38,5 млн долл.	Для каждой отрасли – свои требования по численности сотрудни- ков или по годовой вы- ручке, иногда есть ограничение по объему активов
Таиланд	Малый бизнес	Да	До 50	До 50 млн ТНВ (1,5 млн долл.)	–
	Средний бизнес		До 200	До 200 млн ТНВ (6 млн долл.)	–

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4	5	6
Турция ¹	Микробизнес	Нет	0–9	Баланс или годовой доход до 1 млн турецких лир (248 тыс. долл.)	–
	Малый бизнес		10–49	Баланс или годовой доход до 8 млн турецких лир (2 млн долл.)	
	Средний бизнес		50–249	Баланс или годовой доход до 40 млн турецких лир (10 млн долл.)	
Чили	Микробизнес	Нет	–	До 2,4 тыс. UF ² (до 64,8 тыс. долл.)	–
	Малый бизнес		–	До 25 тыс. UF (до 675 тыс. долл.)	–
	Средний бизнес		–	До 100 тыс. UF (до 2,7 млн долл.)	–
ЮАР	Микробизнес	Да	До 5	Годовая выручка – до 0,2 млн рэндов, стоимость активов – до 0,1 млн рэндов (16,7 и 8,3 тыс. долл. США)	–
	Очень малый бизнес		До 20	Годовая выручка – до 6 млн рэндов, стоимость активов – до 2 млн рэндов (0,5 млн долл. США и 167 тыс. США)	–
	Малый бизнес		До 50	Годовая выручка – до 32 млн рэндов, стоимость активов – до 6 млн рэндов (2,7 млн и 0,5 млн долл.)	–
	Средний бизнес		До 200	Годовая выручка – до 64 млн рэндов, стоимость активов – до 23 млн рэндов (5,3 и 1,9 млн долл.)	–

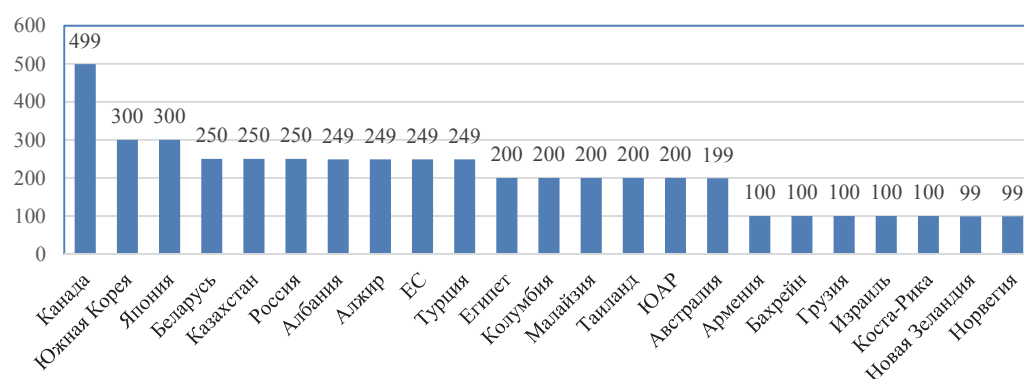
¹ Определение МСП в Турции было приведено в соответствие с определением ЕС, однако пределы финансовых показателей были установлены на более низких уровнях.

² Счетная денежная единица, которая меняется в зависимости от инфляции.

Окончание таблицы 6

1	2	3	4	5	6
Япония	Микробизнес	Да	До 20	–	–
	Малый и средний бизнес		До 300	Уставный капитал – до 300 млн йен (2,8 млн долл.)	Необходимо выполнение одного из критериев

Источники: составлено авторами по [37]; [32]; [38]; [33]; [39]; [40]; [34]; [19]; [24].



Примечание. Китай не входит в выборку из-за высокого значения предела численности сотрудников средних компаний – для некоторых отраслей данное ограничение доходит до 2000 человек.

Рис. 1. Предельные ограничения численности сотрудников средних компаний

Источники: составлено авторами по [37]; [32]; [38]; [33]; [39]; [40]; [34]; [19]; [24].

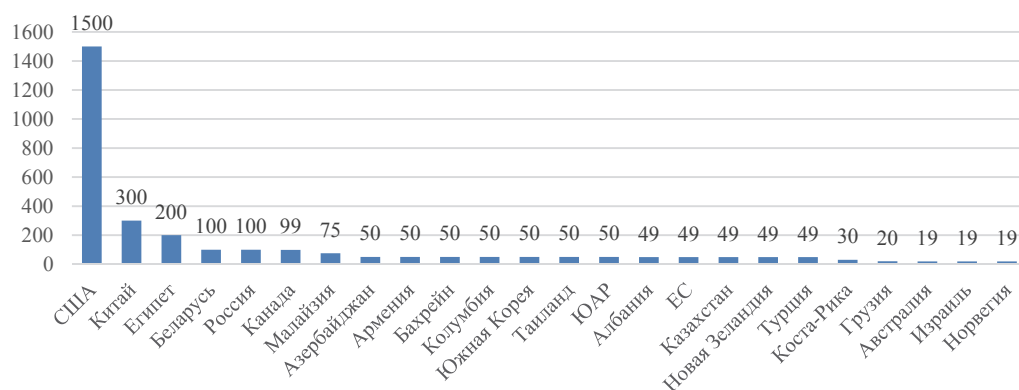


Рис. 2. Предельные ограничения численности сотрудников малых компаний

Источники: составлено авторами по [37]; [32]; [38]; [33]; [39]; [40]; [34]; [19]; [24].

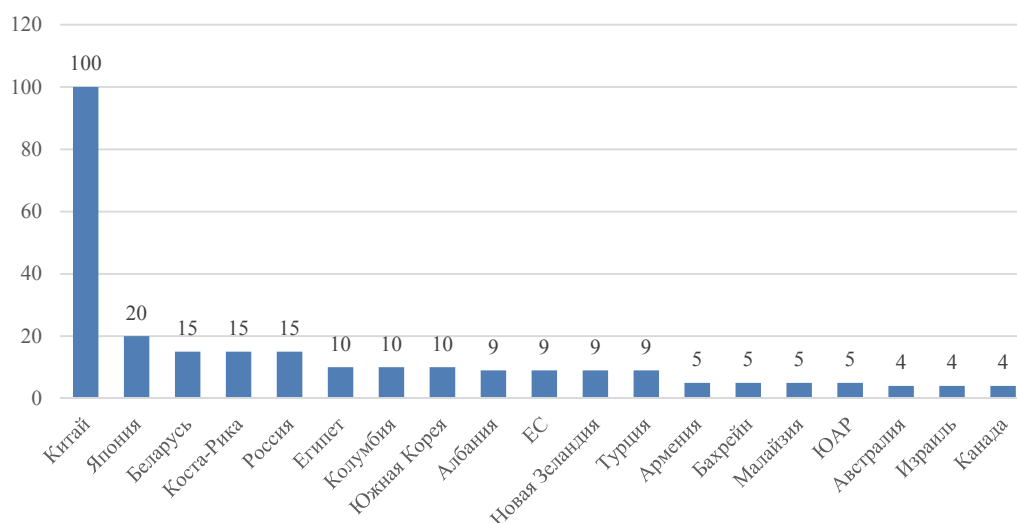
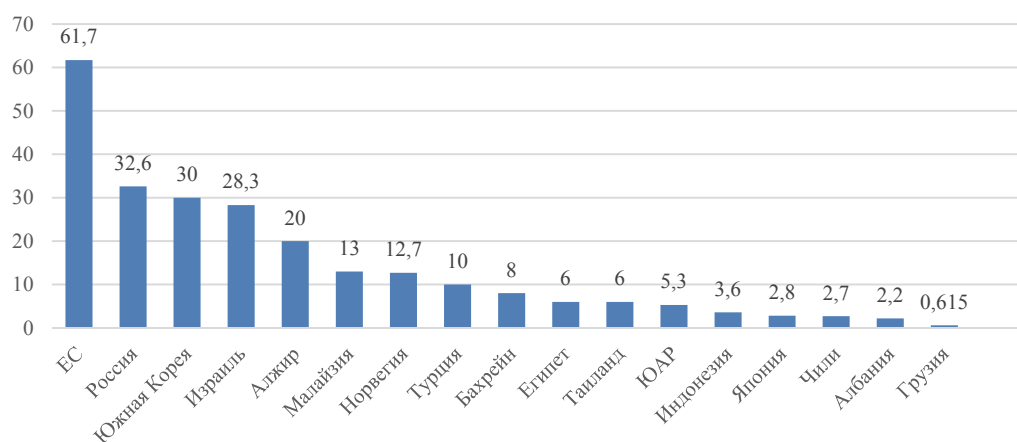


Рис. 3. Пределные ограничения численности сотрудников микрокомпаний

Источники: составлено авторами по [37]; [32]; [38]; [33]; [39]; [40]; [34]; [19]; [24].



Примечание. Китай не входит в выборку из-за высокого значения предела годового дохода средних компаний – для некоторых отраслей данное ограничение доходит до 318 млн долл.

Рис. 4. Пределные ограничения годового дохода средних компаний, млн долл.

Источники: составлено авторами по [37]; [32]; [38]; [33]; [39]; [40]; [34]; [19]; [24].

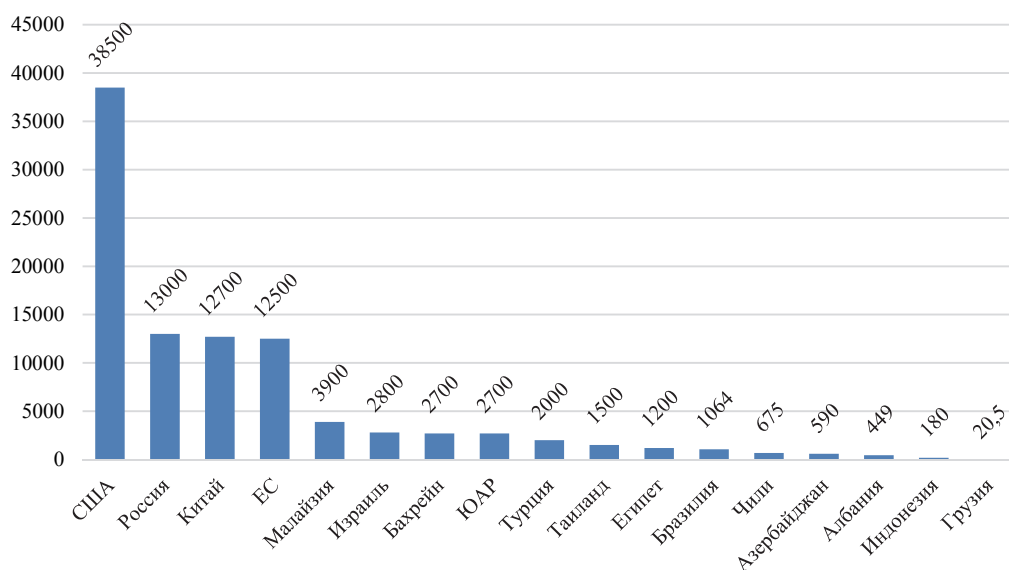


Рис. 5. Пределные ограничения годового дохода малых компаний, тыс. долл.

Источники: составлено авторами по [37]; [32]; [38]; [33]; [39]; [40]; [34]; [19]; [24].

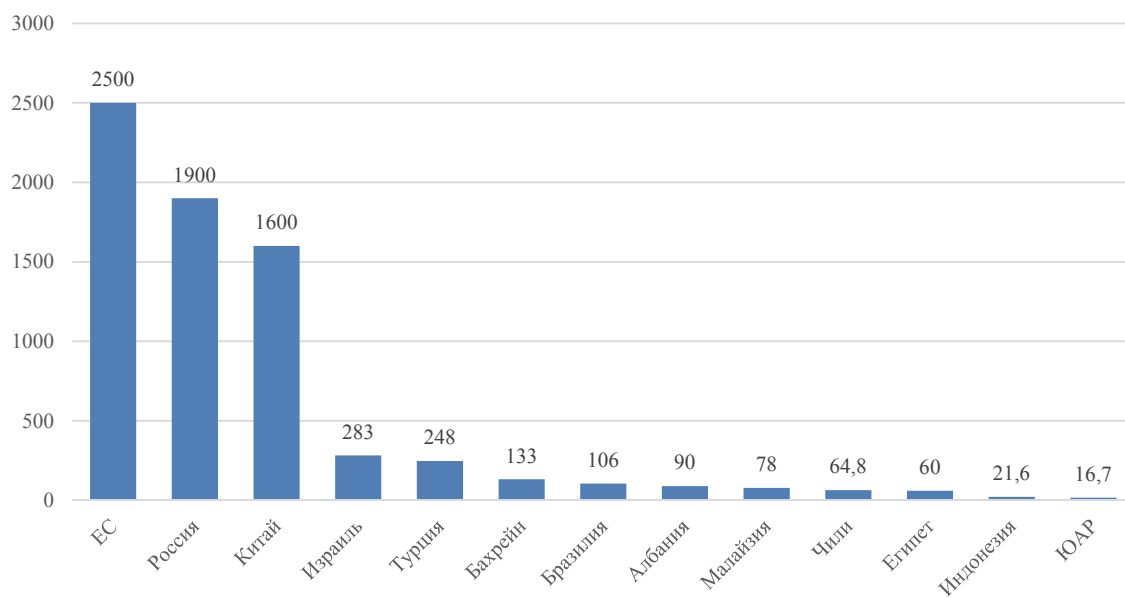


Рис. 6. Пределные ограничения годового дохода микрокомпаний, тыс. долл.

Источники: составлено авторами по [37]; [32]; [38]; [33]; [39]; [40]; [34]; [19]; [24].

1.1. Международные организации и банки

Международные организации (Европейская комиссия, Всемирный банк, ОЭСР и др.) неоднократно предпринимали попытки гармонизации определения МСП, однако консенсус в данной сфере отсутствует до сих пор. Созданию единого определения препятствуют такие факторы, как различия стран в социально-экономическом развитии, наличие большого количества подходов к определению МСП, а также особенности в динамике и в уровне развития конкретных отраслей экономики.

Для статистических целей ОЭСР относит к сегменту МСП компании с численностью сотрудников до 249 человек, при этом в категорию микропредприятий попадают фирмы с численностью персонала от 1 до 9 человек, в категорию малого бизнеса – фирмы с численностью персонала от 10 до 49 человек и в категорию среднего бизнеса – фирмы с численностью сотрудников от 50 до 249 человек.

Всемирный банк применяет совершенно другой подход к определению МСП. Под микропредприятием понимается компания с численностью сотрудников до 10 человек, с совокупными активами или объемом продаж до 100 тыс. долл. К малым предприятиям относятся компании с численностью сотрудников от 10 до 50 человек, совокупным объемом активов или годовым объемом продаж от 100 тыс. до 3 млн долл. К средним предприятиям относятся компании с численностью сотрудников от 50 до 300 человек, с совокупным объемом активов или годовым объемом продаж от 3 до 15 млн долл. (*табл. 7*).

Достаточно хорошим вариантом унификации может быть расчет размера малых и средних предприятий для каждой страны по какому-либо определенному принципу. Такой подход позволит унифицировать определение МСП, но при этом учесть особенности каждой страны. Например, согласно работе Гибсона и Ваарта, предельный размер МСП может определяться следующим образом: МСП – это официальное предприятие, годовой оборот которого превышает средний валовой

национальный доход на душу населения в 10–1000 раз с учетом покупательной способности (ППС) страны. Таким образом, у каждой страны будут свои числовые требования к МСП [4]. Кроме того, эти требования будут меняться с течением времени.

Таблица 7

Критерии отнесения бизнеса к сектору МСП международными организациями

Оборот, тыс. долл.			
	Минимум – малый бизнес	Максимум – малый бизнес	Максимум – средний бизнес
Всемирный банк	100	3000	15000
Численность сотрудников			
Всемирный банк	10	50	300
ОЭСР	10	50	250

Источник: [41].

Согласно другим авторам и, в частности, Кристине Кушнир, данное определение является очень привлекательным, и оно позволит унифицировать подход к определению МСП. Однако в развивающихся странах крайне сложно получить данные по обороту малых и средних предприятий, и это будет существенно затруднять выявление таких предприятий. Кроме того, в некоторых странах оборот неформальных предприятий в несколько раз превышает оборот официальных МСП [42].

* * *

Подведем некоторые итоги сказанного выше. Нами было показано, что подходы разных стран к определению МСП существенно различаются. Более того, внутри одной страны разными институтами развития и разными регионами могут

использоваться разные критерии. Это сделало необходимым выработать единые критерии в рамках экономических объединений (пример – ЕС), а также на уровне международных организаций в целях формирования сопоставимой статистики (пример – ОЭСР). В идеале следует разработать глобальную систему отнесения предприятий к сектору МСП, которая позволяла бы разным странам применять единые стандарты, но с поправкой на региональный контекст, а также позволяла бы собирать более сопоставимые данные на международном уровне. Такая система пока отсутствует, поэтому сравнивать значимость секторов МСП, а также масштабы их проблем достаточно трудно. Хотя некоторые международные организации (например, ОЭСР) собирают национальную статистику по одинаковым (как правило, простым и понятным) критериям.

Наиболее используемыми количественными критериями отнесения компаний к сектору МСП являются численность сотрудников и финансовые показатели (объем годовой выручки, хотя он тоже варьируется). При этом во многих странах компания не сможет получить статус МСП, если ее владельцем является более крупное предприятие. В ряде стран фактически единственным критерием отнесения предприятия к сектору МСП является численность сотрудников. В качестве примера такой страны можно привести Норвегию.

Некоторые авторы считают, что оборот является более подходящим критерием отнесения бизнеса к сектору МСП, чем такие традиционные критерии, как число сотрудников или стоимость активов [4]. Существенным недостатком показателя численности сотрудников является простота его фальсификации. Так, если есть ограничения по численности сотрудников, то, чтобы попасть в категорию МСП, компания может нанимать практикантов или консультантов, которые будут работать полный рабочий день, но при этом не будут входить в штат сотрудников компании. Такая ситуация возможна во многих развивающихся странах. Объем акти-

вов также является несовершенным показателем, поскольку у МСП обычно отсутствует точная оценка стоимости их активов, и при высоких ставках налогообложения малые и средние компании стремятся минимизировать объем своих активов. Наиболее подходящим критерием отнесения бизнеса к МСП, характеризующим размер компании, является объем продаж. Однако при использовании этого критерия необходимо обращать внимание на отрасль и на страну: компании с одним и тем же объемом продаж могут быть лидерами по данному показателю в одной отрасли и в одной стране и сравнительно небольшими участниками рынка в другой отрасли и в другой стране.

В настоящее время наиболее приемлемым, на наш взгляд, следует считать подход к определению МСП, учитывающий отрасль, в которой компания преимущественно ведет свою деятельность. Так, в США прописаны отдельные критерии более чем для 1000 отраслей, что позволяет учесть их особенности и делает государственную поддержку более адресной и оправданной. К наихудшим практикам можно отнести ситуации, когда в стране применяются финансовые критерии, однако они давно не менялись и уже устарели из-за высоких темпов инфляции.

2. Основные статистические показатели, используемые для оценки развития сферы малых и средних предприятий за рубежом

Малый и средний бизнес во всем мире выполняет несколько основных функций, от которых и зависит выбор тех или иных статистических показателей, используемых для оценки развития сферы малых и средних предприятий.

Во-первых, он служит для создания рабочих мест и обеспечения занятости, в том числе самозанятости. Во многих странах при закрытии крупных предприятий, бюджетных организаций именно малый бизнес выступает тем сектором экономики, куда переходит существенная часть работников. Многие бывшие безработные открывают свое дело, становясь так называемыми вынужденными предпринимателями. Самозанятость населения позволяет снизить негативные эффекты от экономических кризисов и спадов в экономике, помогает бороться с бедностью. Соответственно большое количество показателей связаны с оценкой роли сектора малых и средних предприятий в создании новых рабочих мест и обеспечении занятости, – таких как доля в занятости, абсолютные значения количества новых рабочих мест и численности самозанятых, доля ранних предпринимателей, заработная плата в секторе малых и средних предприятий и т.д.

Во-вторых, малый и средний бизнес создает добавленную стоимость и экспортирует продукцию за рубеж. Причем в развитых странах доля МСП в создании добавленной стоимости может достигать более 50% валового внутреннего продукта. Соответственно для оценки влияния сектора используются показатели его доли в ВВП, ВРП, обороте, экспорте, доля фирм-экспортеров и т.д. Кроме того, есть ряд показателей, оценивающих отдельно число и вклад быстрорастущих компаний в развитие экономик разных стран мира.

В-третьих, сектор малых и средних компаний повышает конкурентоспособность экономики в целом путем увеличения числа фирм, что позволяет повышать

качество продукции и услуг. В этом случае используются различные оценки производительности труда в секторе малых и средних фирм в целом, а также оценки среднего размера фирм (среднее число работников), плотности предпринимательства (число малых предприятий относительно численности жителей, общего числа предприятий и т.д.), наконец, опросные и иные оценки уровня конкуренции на рынках.

В-четвертых, сектор малых и средних предприятий существенно более разнообразен с точки зрения гибкости и многообразия форм предпринимательской активности, что обеспечивает возможности для более полного удовлетворения потребностей населения и крупных производителей. Поэтому используются различного рода оценки структуры малого и среднего бизнеса по числу фирм, по отраслям, регионам, занятости, обеспеченности услугами и т.д.

В-пятых, малый и средний технологический бизнес способствует созданию и развитию новых секторов экономики, созданию новых сервисов и продуктов, которые способствуют диверсификации экономики. Для оценки этого влияния используются различные показатели числа стартапов, развития венчурных инвестиций, рождаемости фирм и т.д.

В-шестых, государства расходуют существенные средства на поддержку сектора малого и среднего предпринимательства, поэтому очень часто используются различные оценки объемов поддержки, а также их результатов (созданные и сохраненные рабочие места, сумма поступивших налогов от новых предприятий и пр.). Сектор малых и средних фирм служит одним из главных источников пополнения местных бюджетов за рубежом, в частности, в США для привлечения малого бизнеса разные муниципалитеты стремятся регулировать процентную ставку налога на прибыль.

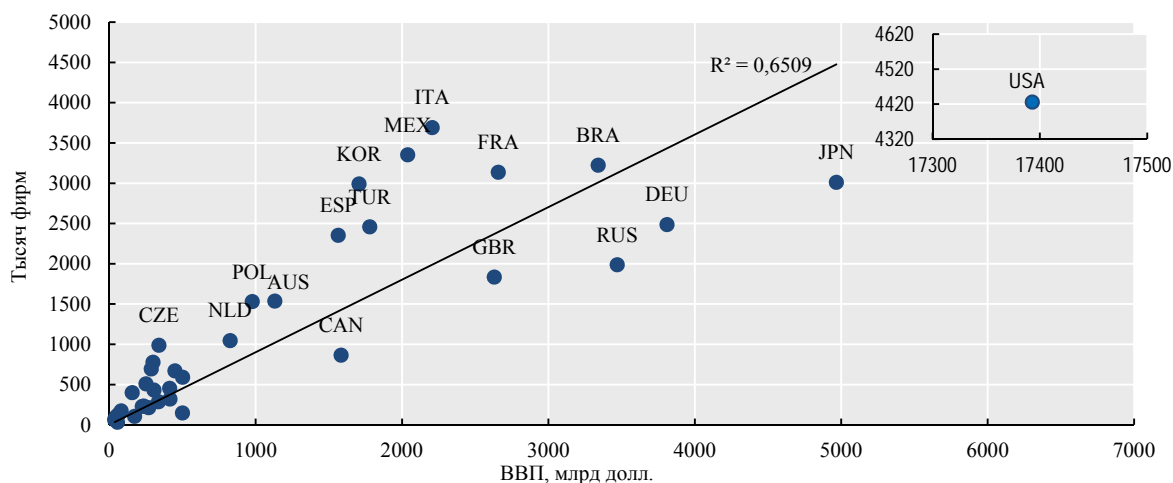
Основные статистические источники информации о развитии предпринимательства в различных странах мира – данные Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) [43] и Евростата [44]; [45].

Любые международные сопоставления уровня развития сферы малого и среднего бизнеса должны учитывать существенные различия в определениях понятия «малое и среднее предприятие». Тем не менее есть ряд показателей, которые часто используются для сопоставлений и основаны на размере фирм. К сектору малых и средних компаний при этом чаще всего относятся те фирмы, в которых численность работников не превышает 250 человек.

Самый простой способ соотнести страны – по числу фирм и размеру экономик, предположив, что это взаимозависимые переменные (*рис. 7*). Расшифровка названий стран и более подробная информация даны в *табл. П.3* Приложения. Страны, находящиеся ниже биссектрисы, в этом случае имеют более концентрированную экономику. К таким экономикам относятся крупнейшие страны мира: Япония, США, Россия, Германия, Великобритания и Канада. В этих странах отношение ВВП на одну фирму составляет более 1,5 млн долл. В среднем в странах ОЭСР это соотношение выше 1,2 млн долл. на предприятие. В целом указанный индикатор показывает высокую степень концентрации экономики.

Рассмотрим основные индикаторы, используемые ОЭСР и Евростатом для оценки уровня развития сектора малых и средних предприятий.

Наиболее простыми индикаторами развития сферы малого и среднего предпринимательства являются данные о числе фирм по различным группировкам. Во-первых, можно сравнить распределение числа фирм по численности занятых в них (т.е. по их размеру).



Примечание. Здесь и далее на рис. 7–13 среди стран ОЭСР отсутствуют расчеты по Чили и Исландии.

Рис. 7. Соотношение числа фирм и ВВП стран мира в 2014 г.
(и позднее, если доступны данные)

Источник: [43].

На рис. 8 хорошо видно, что в России доля микропредприятий (1–9 человек) в обрабатывающей промышленности, составляющая 68,1%, существенно (на 15,2%) меньше, чем в среднем по выборке ОЭСР (83,3%) и в большинстве развивающихся стран. При этом в таких крупных странах, как Канада, Германия, Бразилия и США, где представлены многочисленные заводы транснациональных корпораций и уровень концентрации производства существенно выше, доля микропредприятий ниже, но несущественно. Иными словами, их доля в обрабатывающей промышленности ниже в странах с крупной и развитой промышленностью, обеспечивающей большие рынки. За счет экономии на масштабе производства достигается повышение конкурентоспособности обрабатывающих производств. И здесь Россия находится практически на уровне лидеров благодаря существовавшей в СССР политике на укрупнение предприятий. Как индикатор развития сектора МСП данный показатель используется редко, тем не менее его необходимо учитывать при сопоставлении различных экономик. Большинство же стран, обладая существенно меньшими размерами рынков, имеют существенно большую

долю микропредприятий. Для развивающихся стран такая высокая доля микрофирм может быть связана с наличием большого числа субподрядчиков и кустарных производств.

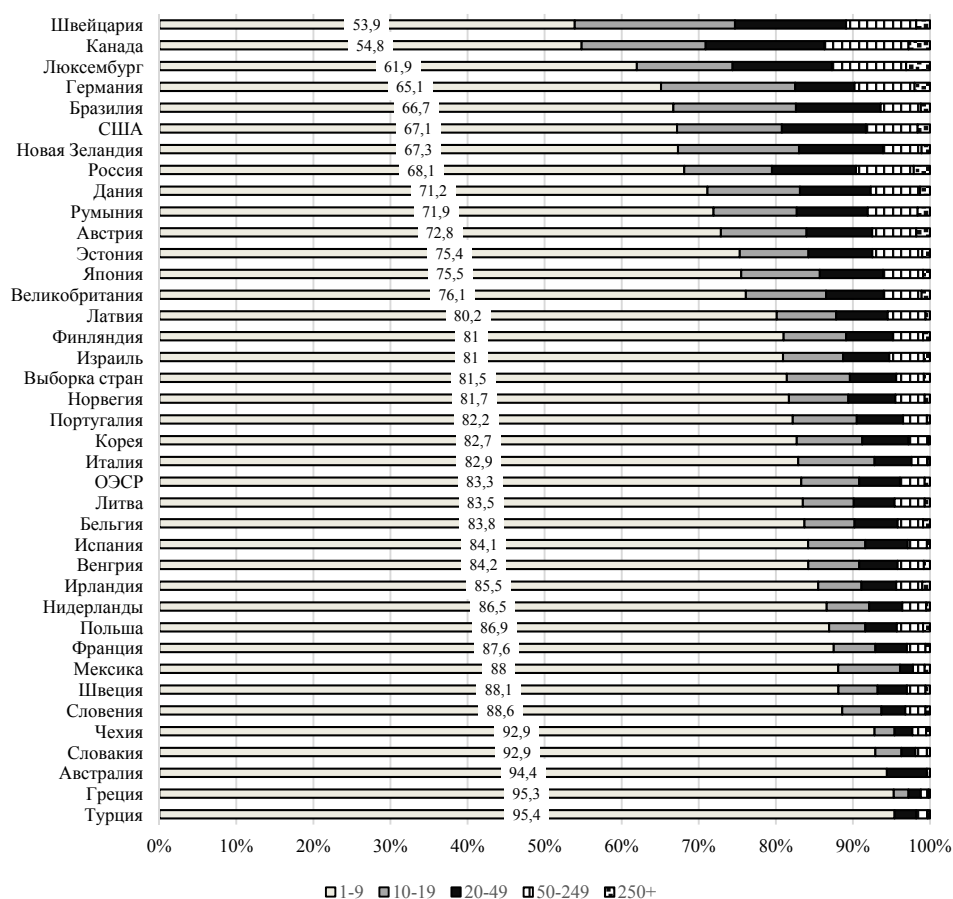


Рис. 8. Распределение фирм по численности работников (чел.) в обрабатывающей промышленности стран мира в 2014 г. (и позднее, если доступны данные), %

Источник: [43].

Если мы рассчитаем средневзвешенное значение численности работников по группам фирм (по числу работников: 1–9, 10–19 и т.д.), то Россия будет иметь

один из наиболее высоких показателей средневзвешенного размера фирм в обрабатывающей промышленности среди стран ОЭСР (рис. 9) – 25,3 человека (для сравнения: по ОЭСР – 13,8 человека).

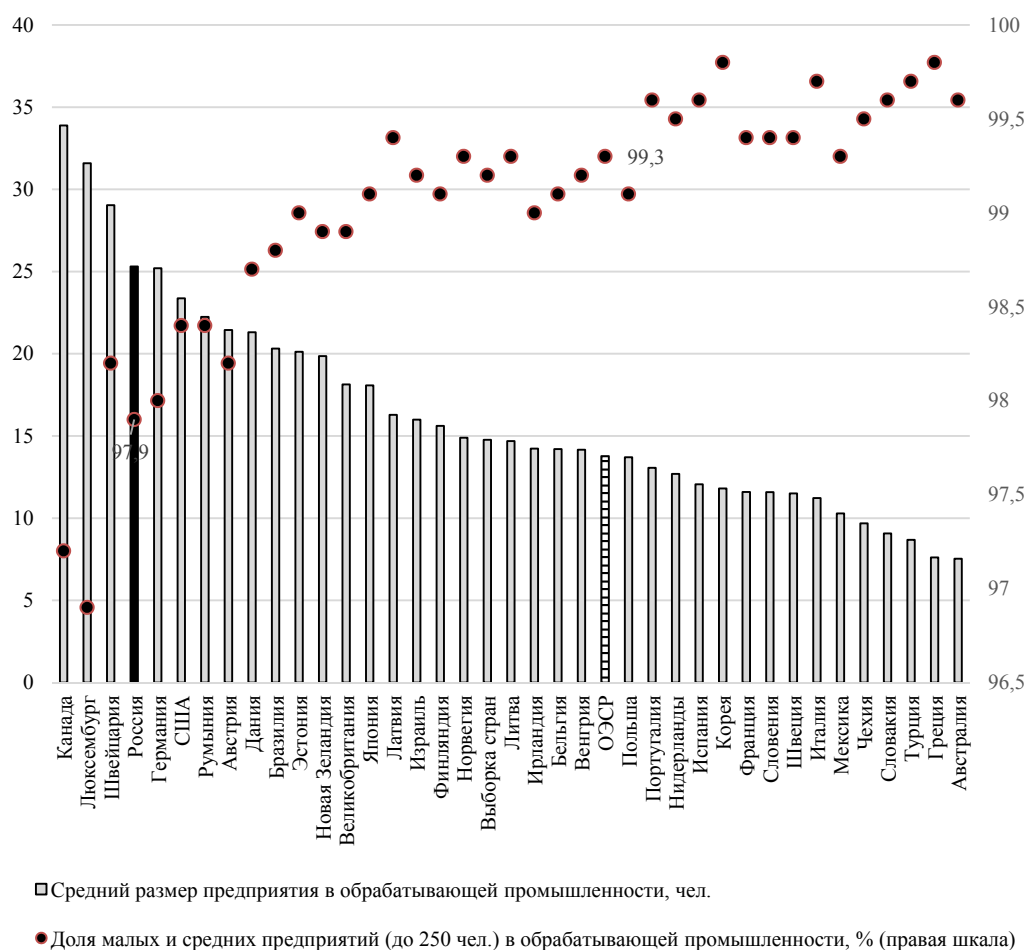


Рис. 9. Средневзвешенная численность работников фирм и доля малых и средних предприятий (с численностью работников менее 250 человек) в обрабатывающей промышленности стран мира в 2014 г. (и позднее, если доступны данные)

Источник: [43].

Безусловно, эта оценка весьма приблизительная, но она дает представление об уровне концентрации промышленности в России, а соответственно, косвенно свидетельствует об уровне монополизации и сложности входа на рынок. Чем выше средний размер фирмы, тем сложнее другим предприятиям быстро войти на рынок, так как устоявшийся средний размер фирмы может быть индикатором оптимального для рынка размера (минимально эффективного), а начать собственное дело, наняв сразу 25 человек, довольно проблематично.

При этом доля малых и средних фирм (с численностью работников менее 250 человек) в общем числе фирм в России одна из самых низких в мире 97,9%, в среднем по ОЭСР – 99,3%.

Доля микропредприятий (1–9 человек) в сфере услуг России – 83,2%, что на 9 п.п. ниже по сравнению со средним значением по странам ОЭСР – 92,2%. Это одно из наиболее низких значений среди стран мира (*рис. 10*).

Во многих развивающихся странах большинство фирм представлены в секторе торговли, бытовых услуг и туризма, где не требуется большого числа персонала. Ориентация экономики на туристический сектор приводит к высокому уровню развития ресторанного, гостиничного бизнеса и иных развлекательных услуг, в которых распространены микропредприятия (Турция, Греция, Португалия, Чехия и др.). Уровень развития указанных сфер также сильно зависит от качества регулирования и простоты регистрации компаний.

Уровень монополизации и средний размер фирмы в секторе услуг в России существенно выше, чем во многих странах мира, а соответственно, доступ (вход) новых фирм на рынок затруднен (*рис. 11*).

**Малый и средний бизнес как фактор
экономического роста России**

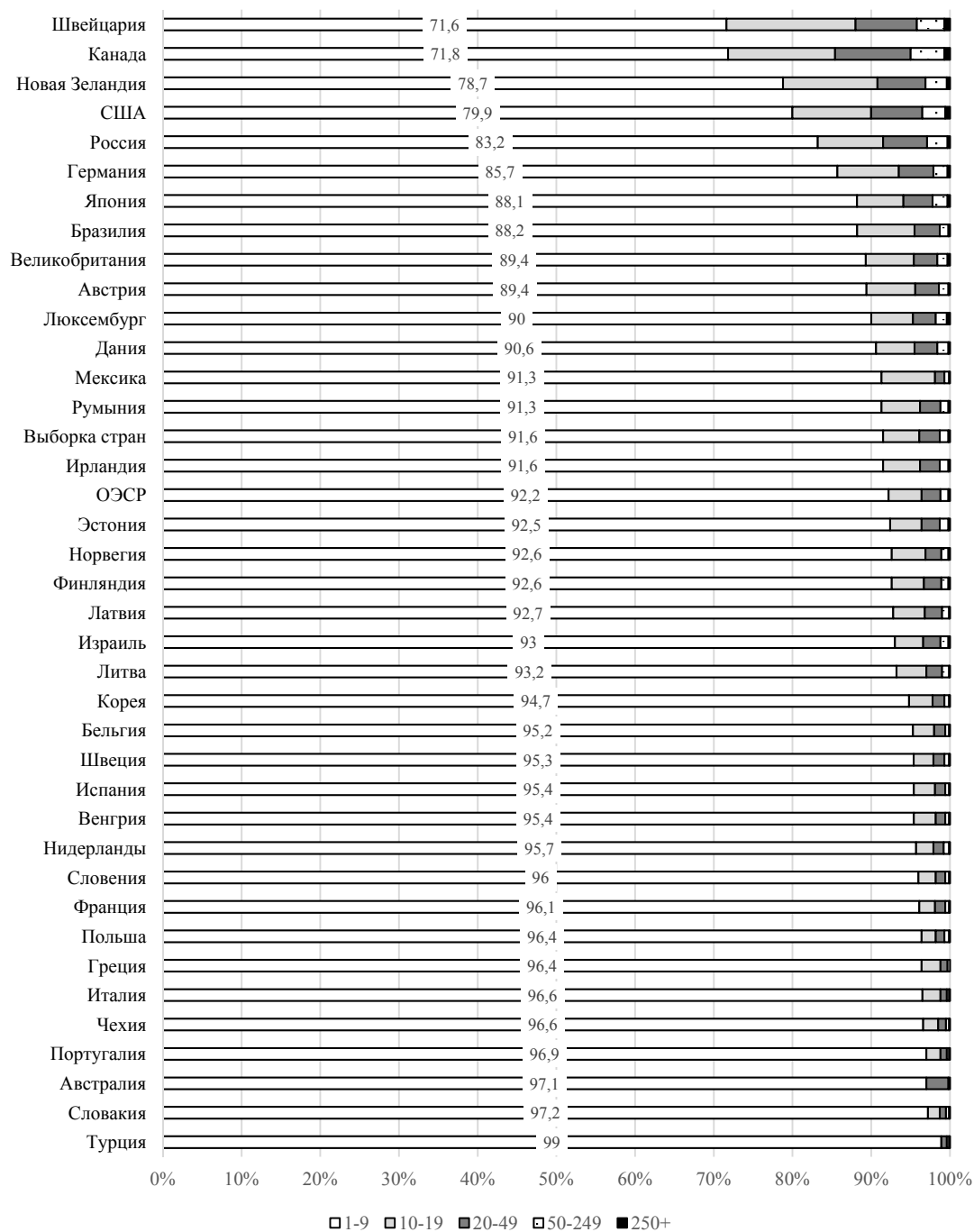


Рис. 10. Распределение фирм по численности работников (человек) в сфере услуг стран мира в 2014 г. (и позднее, если доступны данные)

Источник: [43].

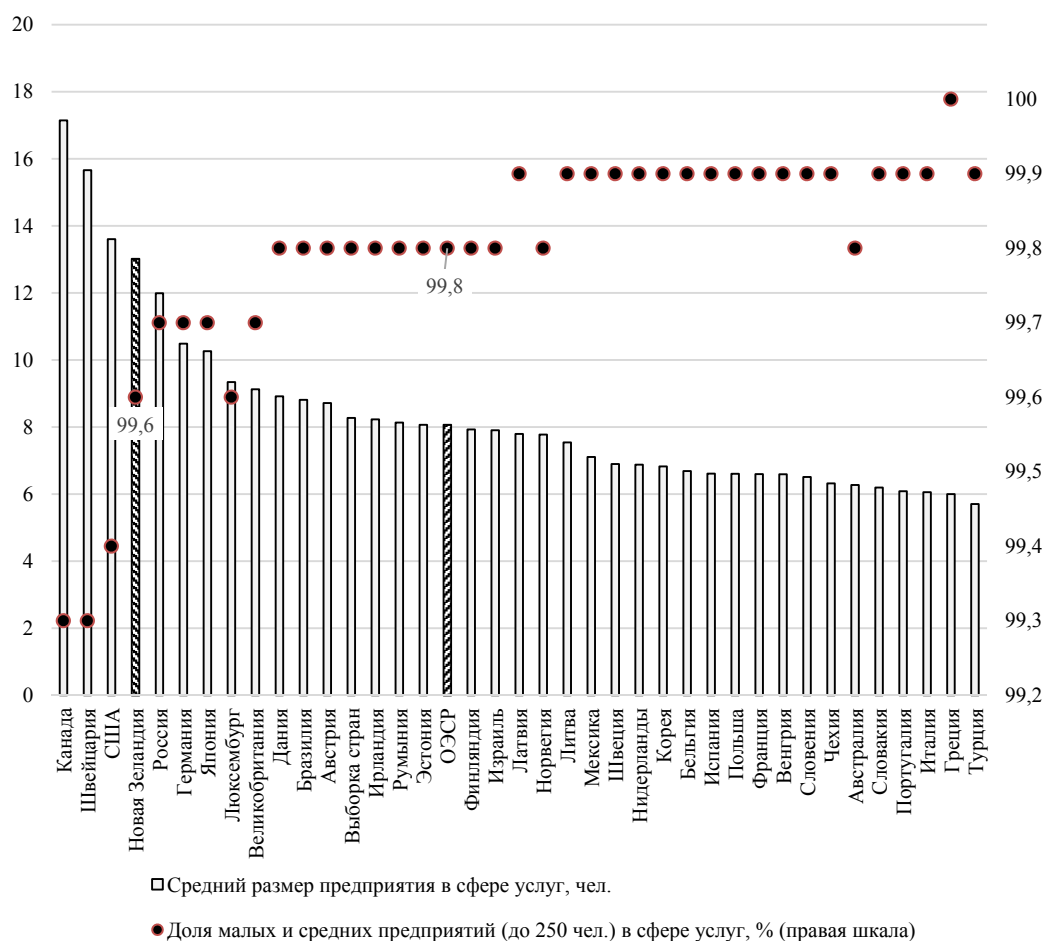


Рис. 11. Средневзвешенная численность работников фирм и доля малых и средних предприятий (с численностью работников менее 250 человек) в сфере услуг стран мира в 2014 г. (и позднее, если доступны данные)

Источник: [43].

Подавляющее большинство работников в России заняты на крупных предприятиях (более 250 человек) – 67% (рис. 12). Это существенно выше, чем в подавляющем большинстве стран, в ОЭСР в среднем – около 41%. Более подробная информация о занятости в фирмах стран мира указана в табл. 8 (в данных таблицы не учтены индивидуальные предприниматели и самозанятые). При этом на микропредприятиях занято всего 1,4% работников, имеющих статус юридических лиц.

Доля микропредприятий ниже в крупных странах с относительно замкнутой экономикой (США, Бразилия, Япония, Канада, Германия и т.д.). Выше доля в странах, ориентированных на международные связи, – в Греции (туризм), Эстонии (сфера услуг, туризм), Южной Корее (экспорт), Турции (туризм, экспорт и т.д.).

Принято считать, что в России слабая роль средних предприятий в экономике, однако доля фирм с числом сотрудников от 50 до 249 человек самая высокая в выборке – 24,4%, в то время как в среднем по ОЭСР – 16,6%.

Если соотнести число работников в фирмах с количеством этих фирм, то можно получить оценку среднего размера фирм для сравнения по странам мира (*рис. 13*).

В России одно из наиболее высоких средних значений размера фирм в экономике – 9,43 работника, в ОЭСР в среднем – 8,56, но в большинстве стран – ниже. По этому показателю Россия уступает только крупнейшим и наиболее развитым в промышленном отношении экономикам мира: США (20,7), Швейцарии (19,9), Канады (13), Новой Зеландии (12,5), Японии (11,87), Германии (11,2), Бразилии (10,66), Великобритании (10,12).

При этом по среднему размеру малых и средних фирм Россия, наоборот, входит в десятку стран с наименьшими значениями – 3,13 человека на фирму при значении в ОЭСР – 5,07 человека. Ниже значения в странах с развитым туристическим и аграрным сектором: в Турция (1,92), Чехии (2,47), Словакии (2,56), Греции (2,74), Португалии (2,91), Италии (3,04) и в Швеции (3,08), где создана эффективная система поддержки предпринимательства.

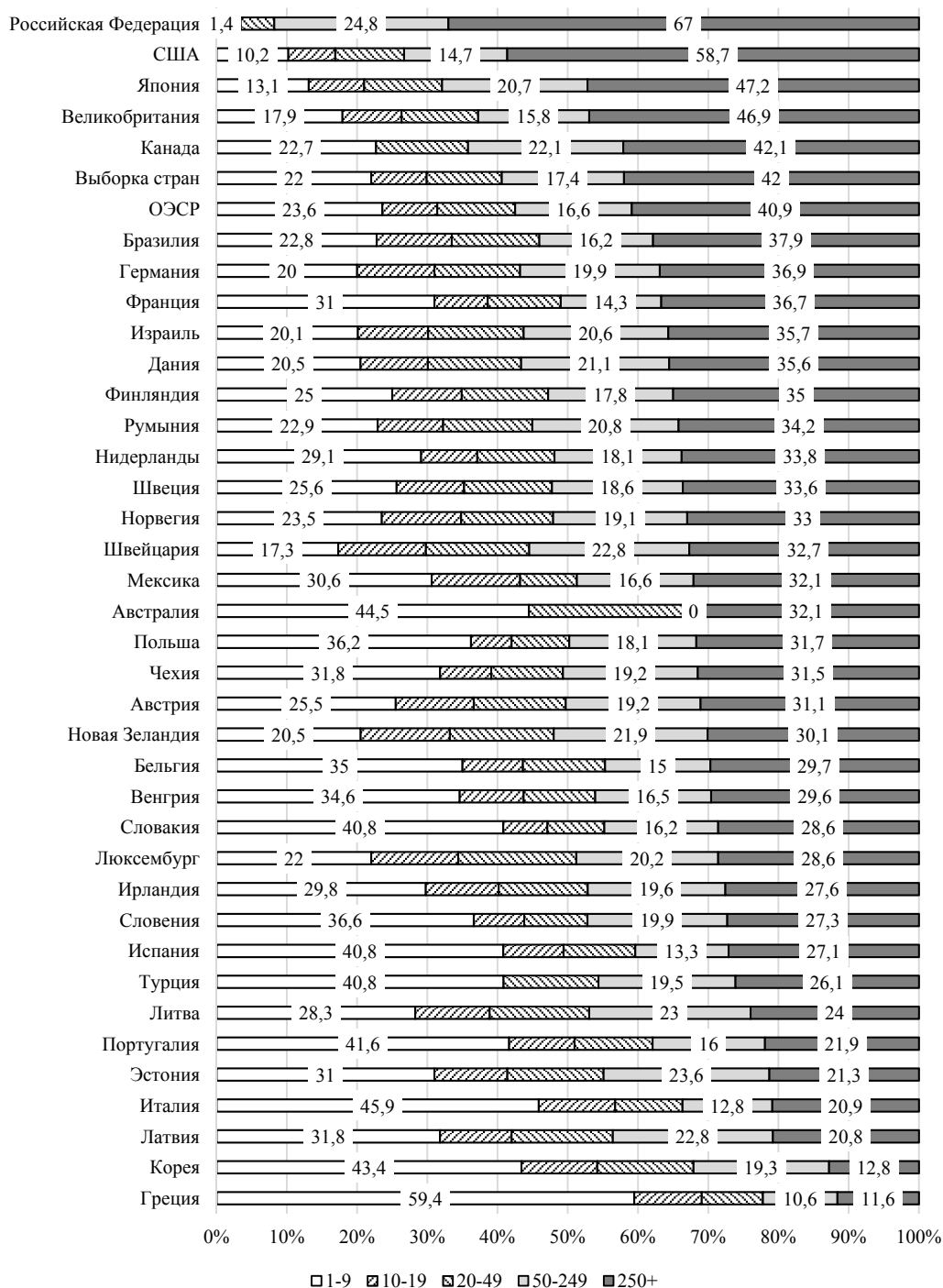


Рис. 12. Распределение количества фирм по численности работников в странах мира в 2014 г. (и позднее, если доступны данные)

Источник: [43].

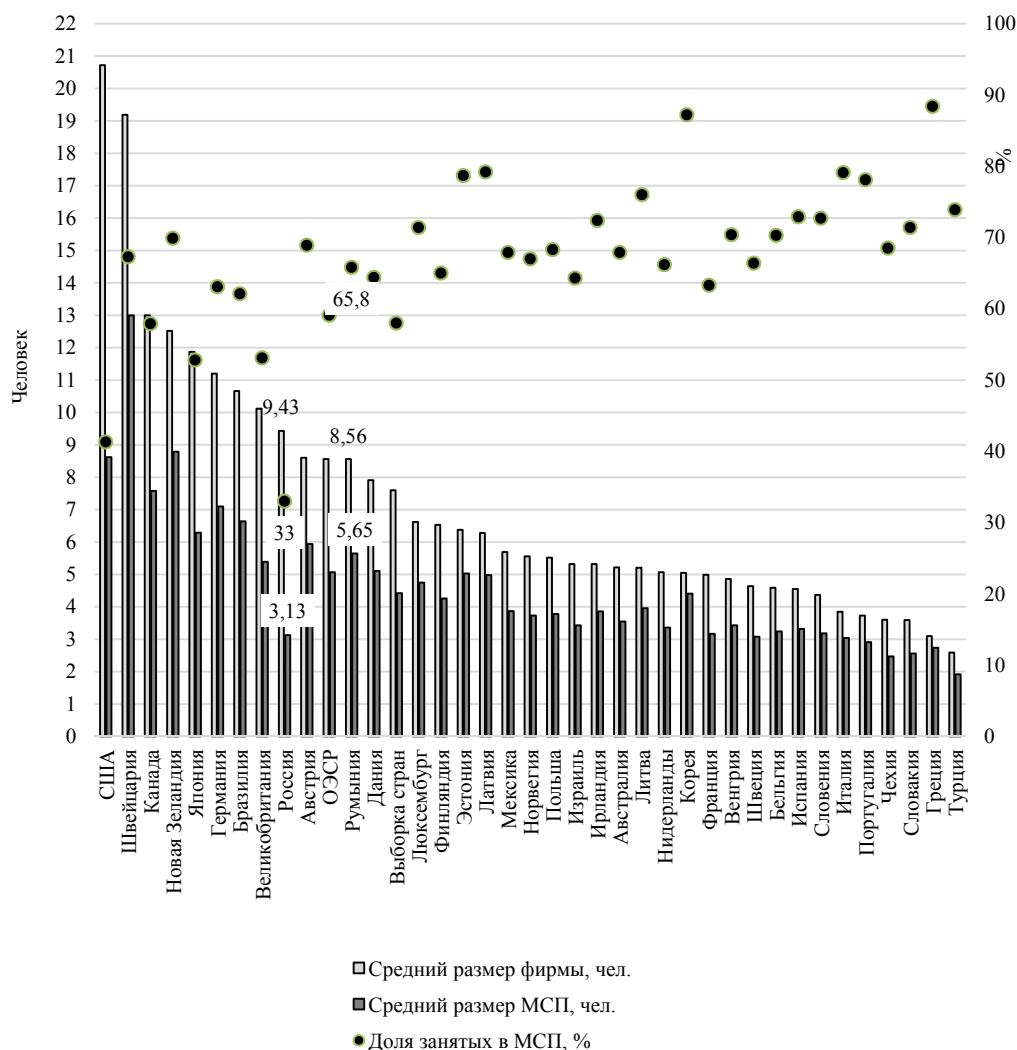


Рис. 13. Средний размер фирм и МСП по численности работников и доля занятых на малых и средних предприятиях (с численностью работников менее 250 человек) в общей численности занятых по странам мира в 2014 г. (и позднее, если доступны данные)

Источник: [43].

В целом по доле занятых на предприятиях малого и среднего бизнеса в общей численности работников Россия занимает последнее место в выборке стран – всего 33%, в среднем по странам ОЭСР – 59,1%, в США – 41,3%, в Японии – 52,8%. Безусловно, это свидетельствует о слабом развитии сектора малых и средних предприятий в России и о доминировании крупных корпораций.

Таблица 8

**Характеристики занятости в странах мира в 2014 г. (и позднее,
если доступны данные)**

Страна	Общая численность занятых, человек	Численность работников МСП, человек	Всего фирм	Всего фирм МСП	Средний размер фирмы	Средний размер МСП	Доля занятых в МСП в общей численности занятых, %
1	2	3	4	5	6	7	8
Австралия	7 926 000	5 385 000	1 519 806	1 517 250	5,22	3,55	67,9
Австрия	2 712 991	1 869 330	315 555	314 536	8,6	5,94	68,9
Бельгия	2 702 053	1 900 305	588 149	587 317	4,59	3,24	70,3
Бразилия	34 190 419	21 235 573	3 208 503	3 196 912	10,66	6,64	62,1
Великобритания	18 443 975	9 789 225	1 822 641	1 816 650	10,12	5,39	53,1
Венгрия	2 459 929	1 731 081	505 752	504 977	4,86	3,43	70,4
Выборка стран	374 797 334	217 421 429	49 290 298	49 165 654	7,6	4,42	58
Германия	27 739 409	17 497 428	2 476 293	2 465 603	11,2	7,1	63,1
Греция	2 148 862	1 899 184	692 488	692 147	3,1	2,74	88,4
Дания	1 634 184	1 052 402	206 622	205 994	7,91	5,11	64,4
Израиль	2 277 838	1 464 316	428 208	427 357	5,32	3,43	64,3
Ирландия	1 221 542	884 364	229 734	229 301	5,32	3,86	72,4
Испания	10 603 311	7 727 976	2 330 726	2 328 083	4,55	3,32	72,9
Италия	14 108 899	11 157 636	3 668 152	3 665 237	3,85	3,04	79,1
Канада	10 513 789	6 084 148	808 929	802 717	13	7,58	57,9
Корея	15 036 485	13 111 888	2 975 674	2 973 261	5,05	4,41	87,2
Латвия	617 460	488 809	98 270	98 078	6,28	4,98	79,2
Литва	884 855	672 691	169 994	169 674	5,21	3,96	76
Люксембург	205 969	147 113	31 106	30 966	6,62	4,75	71,4
Мексика	18 518 085	12 575 742	3 254 196	3 248 270	5,69	3,87	67,9
Нидерланды	5 286 472	3 498 863	1 042 148	1 040 667	5,07	3,36	66,2
Новая Зеландия	1 312 067	917 347	104 823	104 361	12,52	8,79	69,9

Окончание таблицы 8

1	2	3	4	5	6	7	8
Норвегия	1 566 523	1 049 471	281 628	281 058	5,56	3,73	67
ОЭСР	324 534 812	191 647 493	37 895 230	37 799 511	8,56	5,07	59,1
Польша	8 381 264	5 725 984	1 517 134	1 514 209	5,52	3,78	68,3
Португалия	2 884 389	2 251 544	773 688	772 975	3,73	2,91	78,1
Россия	18 466 227	6 100 065	1 958 681	1 948 883	9,43	3,13	33
Румыния	3 823 592	2 514 685	446 517	445 037	8,56	5,65	65,8
Словакия	1 418 041	1 012 510	395 512	395 020	3,59	2,56	71,4
Словения	554 838	403 206	126 879	126 682	4,37	3,18	72,7
США	90 769 240	37 519 048	4 381 071	4 354 443	20,72	8,62	41,3
Турция	12 481 956	9 226 843	4 816 854	4 812 564	2,59	1,92	73,9
Финляндия	1 464 166	952 354	224 370	223 808	6,53	4,26	65
Франция	15 457 232	9 784 261	3 094 595	3 090 554	4,99	3,17	63,3
Чехия	3 492 145	2 391 719	970 873	969 488	3,6	2,47	68,5
Швейцария	2 784 089	1 872 332	145 090	143 974	19,19	13	67,3
Швеция	3 005 334	1 994 053	647 903	646 982	4,64	3,08	66,4
Эстония	402 010	316 274	62 975	62 817	6,38	5,03	78,7
Япония	35 227 694	18 601 659	2 968 759	2 957 802	11,87	6,29	52,8

Примечание. Среди стран ОЭСР нет расчетов по Чили и Исландии.
Источник: [43].

Значимым индикатором развития предпринимательства служит динамика новых фирм. Для сравнения мы отобрали четыре страны, в которых динамика за 2008–2016 гг. была разнонаправленной (*рис. 14*).

В России кризис 2008–2009 гг. практически не затронул процессы создания новых фирм, более того, возможно, в условиях кризиса в целях налоговой оптимизации многие фирмы подверглись дроблению. Наименьшие значения в процессе создания новых фирм были характерны для IV квартала 2014 г., когда были введены санкции и на развитие бизнеса отрицательно влияли неопределенность и

высокие риски, связанные с международной ситуацией. Затем произошел «отскок», частично связанный с перерегистрацией фирм Крымского полуострова в российской юрисдикции, но впоследствии динамика стала отрицательной, что совпадает с общей нестабильной ситуацией и стагнацией в экономике.

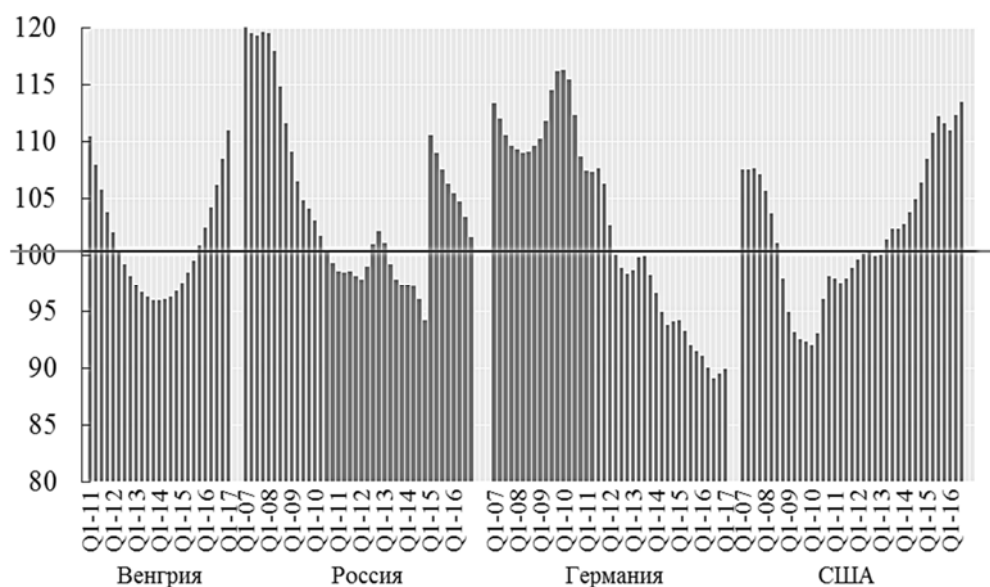


Рис. 14. Динамика количества новых фирм в 2008–2014 гг.
(значение 2012 г. = 100%)

Источник: [43].

В Венгрии отрицательная динамика 2014 г. сменилась положительным трендом, связанным с общим оживлением мировой экономики в 2015–2016 гг.

В Германии число новых фирм сократилось в период кризиса 2008–2009 гг., затем тренд выровнялся, но с середины 2010 г. постоянно падает: в начале 2017 г. количество новых фирм в Германии составило менее 90% от значения 2012 г.

В США динамика создания новых фирм полностью повторяет кризисные явления в экономике: резкое снижение в 2008–2009 гг., затем постепенный рост (в конце 2016 г. – 114% к уровню 2012 г.).

Для понимания диверсификации и сложности сектора малых и средних предприятий необходимо знать его отраслевую структуру (*рис. 15*). Наиболее значимый показатель – доля МСП в промышленности, поскольку именно производственные предприятия являются более технологичными и инновационно активными и встраиваются в глобальные и региональные цепочки добавленной стоимости.

Второй важный показатель – доля компаний, связанных с сектором информационно-коммуникационных технологий, как наиболее технологически сложным, определяющим возможности развития цифровой экономики.

В то же время высокая доля торговли и сектора услуг может свидетельствовать о примитивной структуре сектора малых и средних предприятий, имеющего связь с существующими массовыми рынками, но слабо ориентированного на международные рынки.

В отраслевой структуре сектора малых и средних фирм по численности занятых в России доля производственных предприятий в 2 раза выше, чем в количестве фирм – 22,1% (*рис. 16*), что выше, чем в США (14,9%), Канаде (14,7%), во Франции (17,9%), но заметно ниже, чем в ряде восточноевропейских стран (Чехия, Эстония, Румыния, Турция).

Лидерами по доле производственных предприятий являются ряд восточно-европейских стран: Чехия, Словения, Словакия, Польша, где располагаются многочисленные сборочные предприятия – поставщики транснациональных корпораций, организованные в кластерах. Высока доля производственных малых и средних предприятий в Мексике, где расположены многочисленные совместные с американскими предприятия – «макиладорас».

В России доля производственных предприятий довольно низкая в сравнении со многими развитыми и развивающимися странами – 11,6%. Хотя есть ряд развитых стран, в которых она еще ниже (Нидерланды, Израиль, Ирландия, Бельгия), но

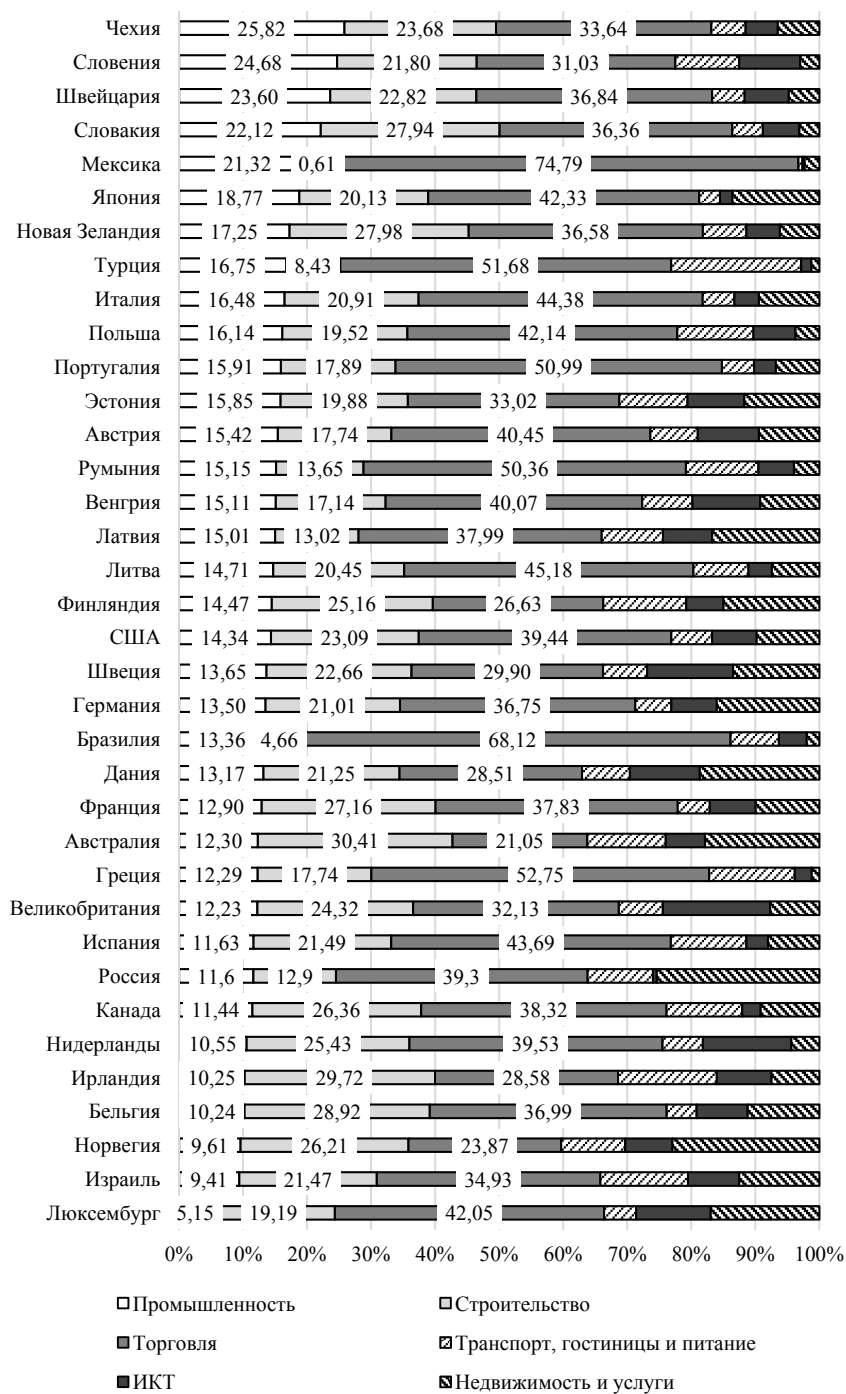


Рис. 15. Отраслевая структура сектора малых и средних предприятий по количеству фирм в странах мира в 2014 г. (или позднее, если доступны данные)

Источники: [43]; [46].

**Малый и средний бизнес как фактор
экономического роста России**

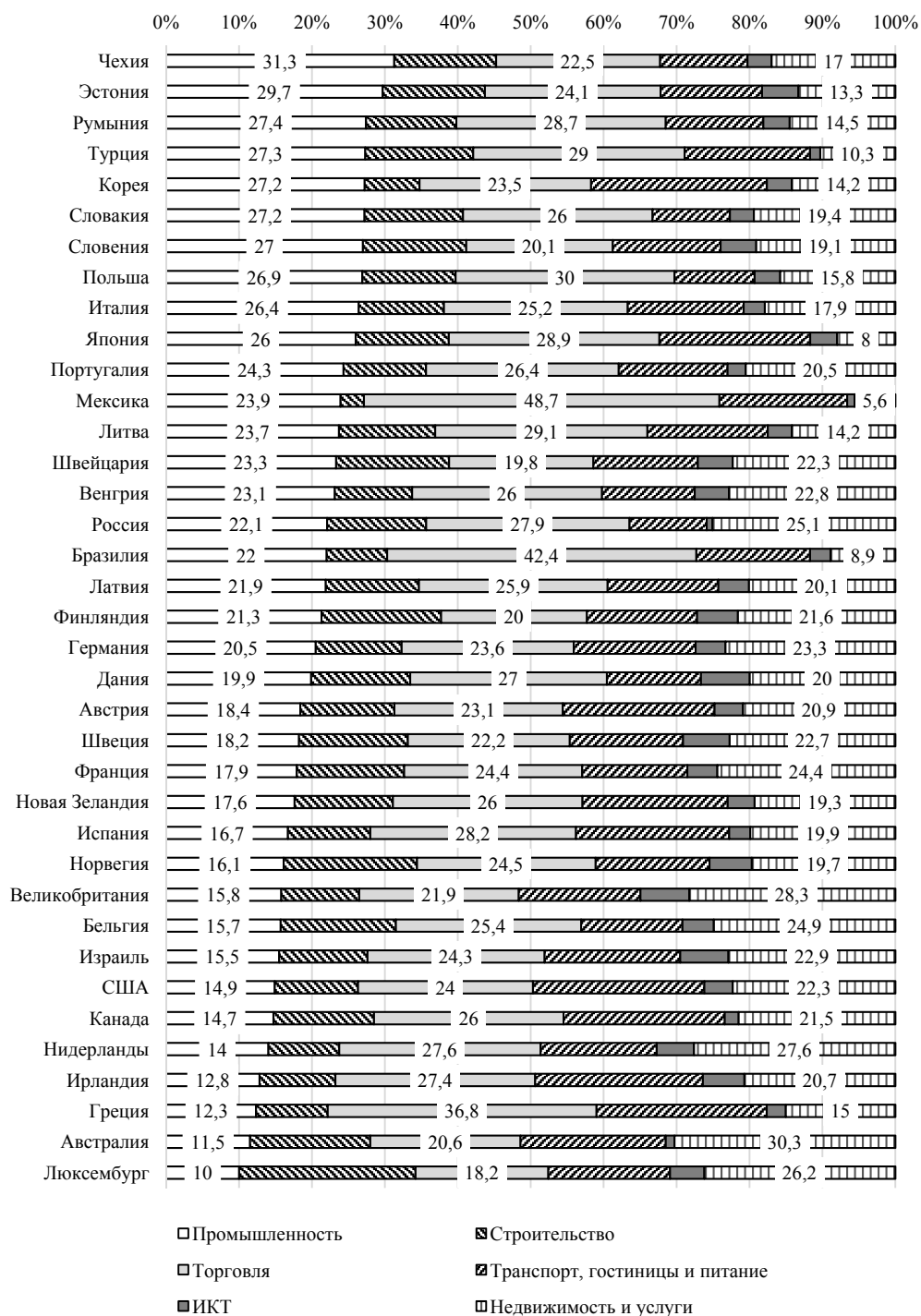


Рис. 16. Отраслевая структура сектора малых и средних предприятий по численности занятых в 2014 г. (или позднее, если доступны данные)

Источники: [43]; [46].

в них заметно выше доля информационно-коммуникационных технологий, которая в России составляет менее 1%.

В России максимальная доля компаний сосредоточена в сфере недвижимости (аренда) и услуг, при этом доля торговых предприятий (39,3%) существенно ниже, чем во многих развивающихся странах – таких как Мексика (74,8%), Турция (51,7%) – и среднеразвитых: Португалия (51%), Польша (42%) и т.д.

Отрицательный тренд в динамике среднего размера фирм по численности занятых в России заметно отличается от общего тренда по крупным странам мира (рис. 17). В России средний размер резко уменьшился, что может быть связано с дроблением фирм в связи с уходом от налогообложения и возможностью использования мер государственной поддержки сектора малого и среднего предпринимательства. Схожие процессы характерны только для Эстонии.

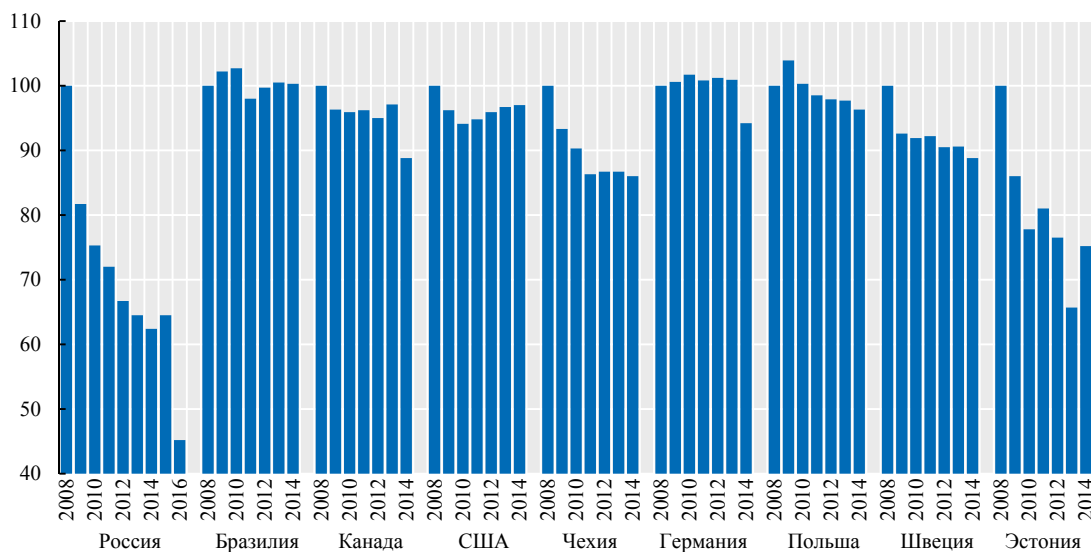


Рис. 17. Динамика среднего размера фирм сектора малых и средних предприятий (до 250 человек) по числу работников в 2008–2014 гг. (значение 2008 г. = 100%)

Источники: [43]; [46].

Если сравнивать страны мира по структуре добавленной стоимости по размеру фирм, то очевидно, что в России максимальная доля ВВП приходится на крупные компании (*рис. 18*). Впрочем, эта оценка дана для всей экономики страны, в то время как для других стран речь идет о частном секторе, т.е. должны быть исключены бюджетные организации. Если оценивать бюджетный сектор в треть экономики России, то в этом случае доля крупных компаний может сократиться до 70%, что по-прежнему останется максимальным показателем среди стран мира.

Минимальные значения доли крупных фирм в ВВП в Люксембурге (15,2%), Греции (20,6%), Эстонии (23,8%) и в ряде других малых стран. Преимущественно крупные компании создают больше добавленной стоимости в крупных странах, ориентированных на трудо- и капиталоемкие отрасли: горная добыча (Бразилия), нефте- и газодобыча (Россия), а также находящиеся под влиянием транснациональных компаний (Мексика, Бразилия, Ирландия, Польша, Турция).

Интересно отметить, что доля крупных компаний в обороте в России лишь немного превышает треть, что существенно ниже, чем в США (65,7%) (*рис. 19*).

Если соотнести объем оборота фирм и число занятых, то получим довольно странные оценки для России (*рис. 20*): из-за очень низкого количества фирм с малым числом работников и их более высокой доли в обороте оценки оказались выше, чем для других стран, при этом оценки для средних и крупных компаний соответствуют значениям стран с близким уровнем развития (Мексика, Бразилия).

Подводя итог нашему анализу, мы построили две диаграммы, на которых показаны основные страны ОЭСР, ЕС, Россия и Бразилия по базовым индикаторам развития сферы малого и среднего бизнеса.

Во-первых, мы сравнили средние размеры малых и средних фирм (по численности занятых) с отношением числа фирм к численности населения (условная предпринимательская активность) (*рис. 21*).

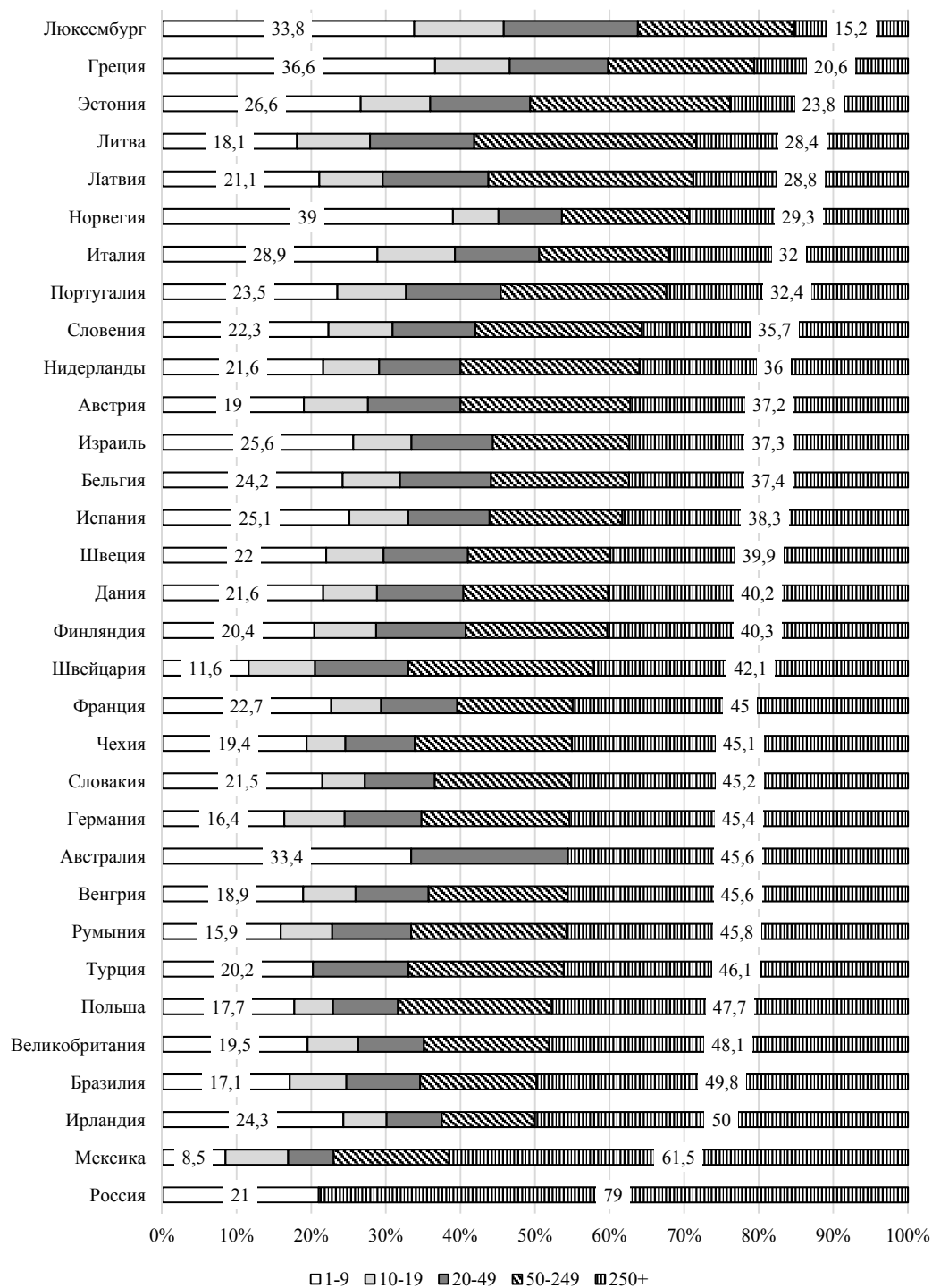


Рис. 18. Структура добавленной стоимости по размеру фирм (по числу работников) в 2014 г. (и позднее, если доступны данные)

Источники: [43]; [46].

**Малый и средний бизнес как фактор
экономического роста России**

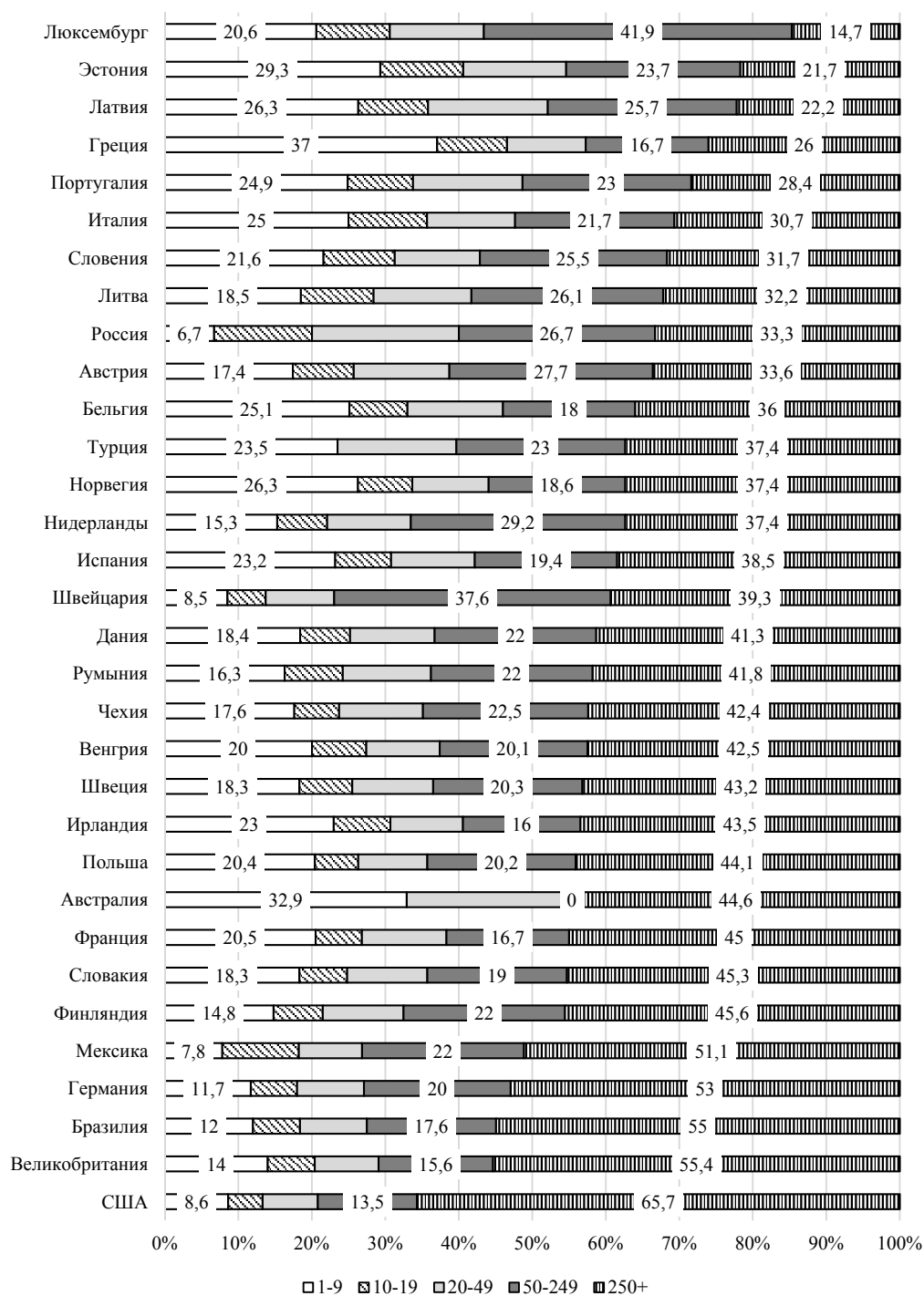


Рис. 19. Структура оборота по размеру фирм в 2014 г. (и позднее, если доступны данные)

Источник: [43].

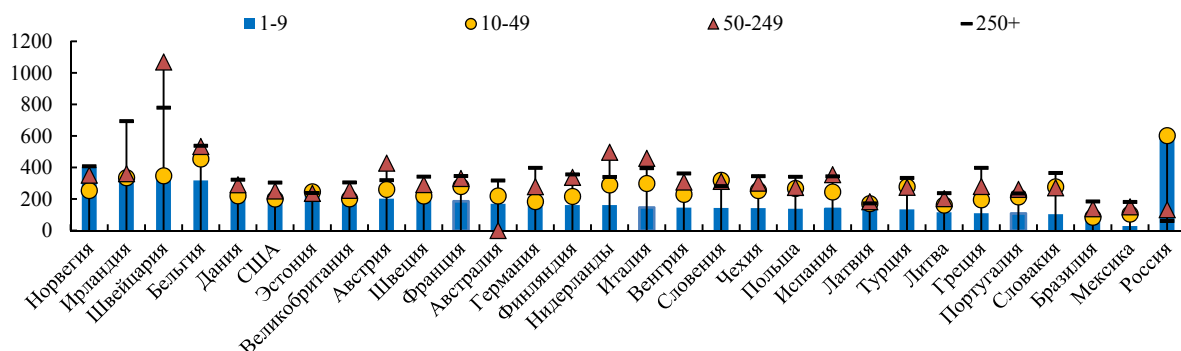
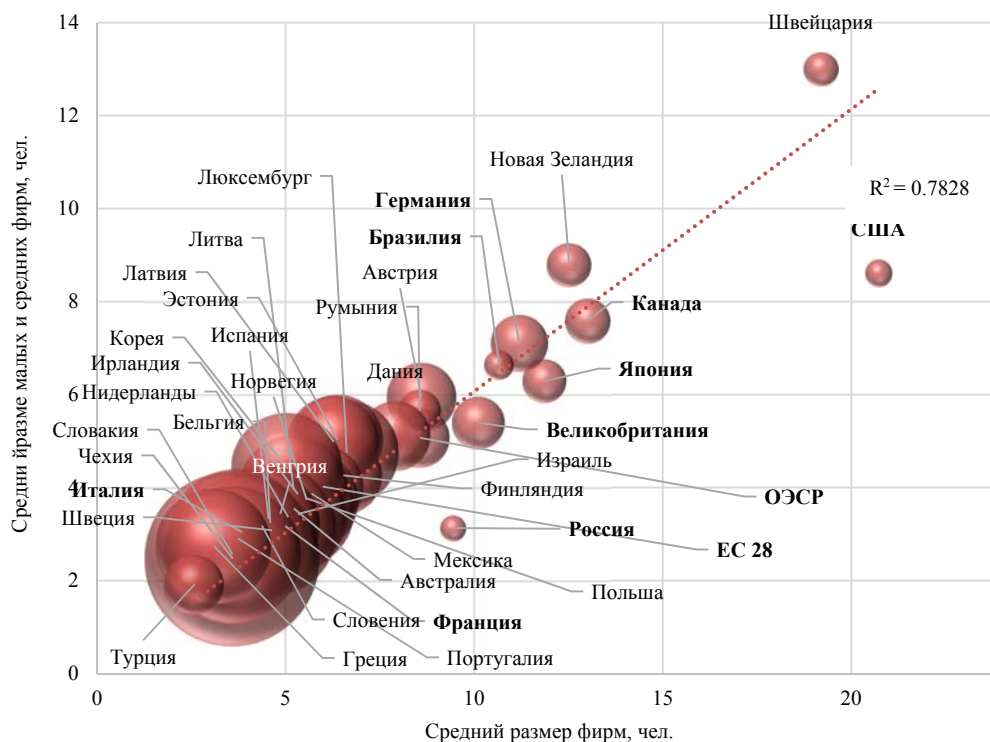


Рис. 20. Соотношение оборота фирм разного размера и численности работников в 2014 г. (и позднее, если доступны данные)

Источник: [43].



Примечание. Размер шара зависит от соотношения числа фирм и численности населения в стране; полужирным шрифтом отмечены страны из первой десятки по объему ВВП.

Рис. 21. Средний размер фирм в странах мира в 2014 г. (и позднее, если доступны данные)

Источники: [43]; [44].

Отношение числа фирм к населению определенно взаимосвязано со средним размером фирм: чем он больше, тем ниже указанное соотношение. При этом средний размер фирм выше в крупнейших экономиках. В целом средний размер фирм и размер малого и среднего предприятия взаимосвязаны довольно сильно, впрочем, есть страны-исключения. Например, в США и России размер фирм существенно больше среднего размера малых и средних фирм, в Швейцарии и Новой Зеландии – наоборот.

Заметим, что бывшие социалистические страны не выделяются среди других стран по характеристикам, соответствуя средним показателям по 28 странам Европейского союза.

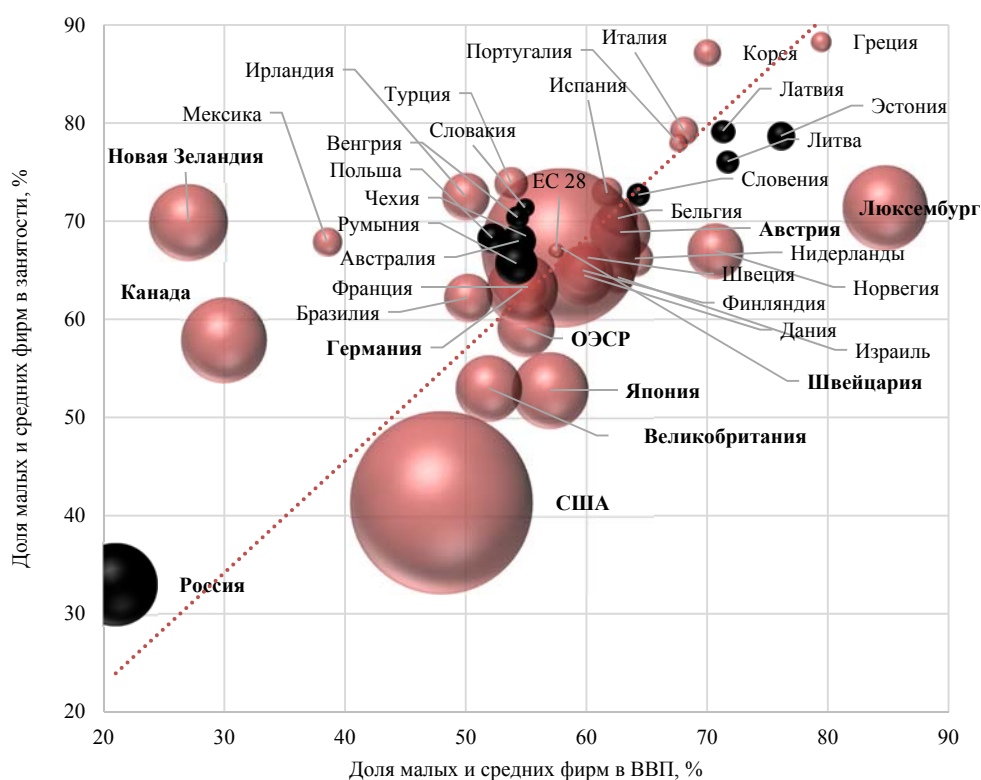
Соотнеся долю малых и средних фирм в ВВП и занятости с отношением ВВП к числу фирм (средний размер фирм по добавленной стоимости), можно заметить ряд важных закономерностей (*рис. 22*).

Выше доля малых и средних предприятий в небольших странах, где меньше размер фирмы по добавленной стоимости (Люксембург, Греция, Эстония, Литва, Латвия, Норвегия). В них же существенно больше малых и средних фирм и меньше их размер. Доля МСП в ВВП здесь несколько выше, чем в занятости, т.е. малые предприятия более производительны, чем крупные.

В крупных странах влияние сектора МСП ниже, а средний размер фирмы выше (Россия, США, Великобритания, Япония, Германия, Канада).

Заметим также, что малые высокоразвитые страны Северной, Центральной и Западной Европы (Норвегия, Бельгия, Австрия, Швейцария, Нидерланды, Швеция, Финляндия, Дания) образуют группу стран, в которых доля сектора МСП в ВВП несколько выше, чем в среднем по ОЭСР, а также выше, чем доля этого сектора в занятости. Возможно, речь здесь должна идти о близких культурных и институциональных условиях. К этой группе примыкает Израиль.

Восточноевропейские (постсоциалистические) страны образуют две группы, характеризующиеся довольно малым средним размером фирм по добавленной стоимости.



Примечание. Размер шара зависит от соотношения объема ВВП и числа фирм в стране; полужирным шрифтом отмечены страны из первой десятки по указанному соотношению; черным цветом выделены постсоциалистические страны.

Рис. 22. Доля сектора малых и средних фирм в ВВП и занятости в 2014 г. (и позднее, если доступны данные)

Источники: [43]; [44].

Первая группа тяготеет к группе развитых стран, у которых производительность труда в МСП выше, чем в крупных компаниях. Это Эстония, Латвия, Литва и Словения (перемещается в эту группу).

Вторая группа – Словакия, Венгрия, Чехия, Польша, Румыния – характеризуется более низким влиянием МСП на ВВП, нежели на занятость. Здесь малые и

средние фирмы в большей степени выполняют задачу обеспечения занятости, нежели производства.

Россия, скорее всего, является единственным представителем третьей группы – стран бывшего СССР (сюда же входят Украина и Белоруссия), в которых большой средний размер фирм и малая роль МСП в создании ВВП и занятости, при этом значение для занятости существенно выше. Итак, малый и средний бизнес в странах ОЭСР создает примерно 55% ВВП и около 59,1% рабочих мест, в Европейском союзе малые и средние предприятия составляют более 99,8% всех предприятий, создают 57,5% добавленной стоимости и обеспечивают рабочими местами не менее 65% занятых. В России – около 21% ВВП и лишь 33% занятости, что существенно ниже при сопоставимых оценках с другими странами.

Несмотря на существенные различия в критериях малого и среднего предпринимательства в странах мира, статистика доступна в разбиении по размеру фирм (по числу работников), поэтому сопоставима, если принять для всех стран, что к сектору малых и средних фирм относятся те, в которых численность работников менее 250 человек. Впрочем, ОЭСР оговаривается, что даже в этом случае некоторые страны предоставляют данные в несколько отличной разбивке.

3. Статистика малых и средних предприятий в России

3.1. Изменение критериев отнесения фирм к сфере малого и среднего предпринимательства

До 2007 г. в России определяли только субъектов малого предпринимательства – малые предприятия, а категорий «микропредприятие» и «среднее предприятие» не существовало, соответственно, статистика по ним отсутствует. Критерии отнесения к субъектам малого предпринимательства были прописаны в Федеральном законе от 14 июня 1995 № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации». Действовало всего два критерия:

- доля участия в уставном капитале предприятия Российской Федерации, субъектов РФ, различных сторонних организаций и предприятий, не являющихся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25%;

- средняя численность работников за отчетный период не превышает установленных предельных уровней для разных видов деятельности.

В 2007 г. был принят Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (ред. № 1 от 24 июля 2007 г.) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», который ввел понятия «микропредприятие» и «среднее предприятие» и установил новые критерии отнесения к субъектам малого и среднего предпринимательства. Были установлены три критерия, определяющих субъектов малого и среднего предпринимательства:

- число работников предприятия в предыдущем году;
- размер дохода от предпринимательской деятельности;
- доля участия в уставном капитале.

Предельные значения этих критериев несколько раз менялись. Так, в 2015 г. была увеличена допустимая доля участия иностранных юридических лиц и предприятий, не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства, в уставном капитале с 25 до 49% (ред. № 15 Федерального закона от 29 июня 2015 г.

№ 209-ФЗ), а с 1 августа 2016 г. Постановлением Правительства РФ от 13 июля 2015 г. № 702 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» были увеличены в 2 раза предельные значения по выручке.

Важно отметить, что для перехода в другую группу по выручке или среднесписочной численности работников (например, из категории средних предприятий в категорию малых) предельные значения по данным показателям не должны были выходить за пределы указанных ограничений в течение двух календарных лет, следующих один за другим. В 2015 г. указанный срок был увеличен до трех лет.

Изменение критериев независимости происхождения, а именно рост допустимой доли участия в уставном капитале МСП других организаций, не относящихся к сфере МСП, с 25 до 49%, а также исключение внешних совместителей и работников по договорам ГПХ из числа сотрудников позволило существенно увеличить статистически число малых и средних предприятий в России, так как фирмы, ранее считавшиеся крупными, теперь вошли в состав сферы МСП. Соответственно, возросли и основные показатели, используемые как целевые для оценки уровня развития сферы МСП, прежде всего показатели по обороту, занятости, инвестициям.

Сейчас к субъектам МСП в России относятся зарегистрированные в соответствии с законодательством Российской Федерации хозяйственные общества, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, сельскохозяйственные потребительские кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели (ИП), соответствующие критериям Федерального закона от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [47].

В настоящее время используются следующие основные критерии, актуальные с 1 августа 2016 г.:

1) среднесписочная численность работников (не входят внешние совместители и работники по договорам гражданско-правового характера) за прошедший год, предельные значения которой для микропредприятий составляют 15 человек, для малых – 100 человек, для средних – 250 человек [48];

2) размер дохода хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств, производственных и потребительских кооперативов, крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей, полученного от осуществления предпринимательской деятельности за предшествующий календарный год, суммируется по всем осуществляемым видам деятельности и применяется по всем налоговым режимам. Критерий величины дохода от предпринимательской деятельности за предшествующий календарный год был увеличен и теперь для микрофирм составляет 120 млн руб., для малых – 800 млн, для средних – 2 млрд руб.

Внесенные изменения [49] приблизили российскую практику отнесения фирм к сфере МСП к международной, поскольку за рубежом в среднем верхний порог для средних предприятий составляет около 3 млрд руб. в пересчете на текущий курс рубля.

Дополнительный критерий «независимости происхождения» действует для хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств. Он заключается в ограничении суммарной доли участия в уставном капитале обществ с ограниченной ответственностью (п. 1 ч. 1.1 ст. 4 Закона № 209-ФЗ):

– доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов (за исключением суммарной доли участия, входящей в состав активов инвестиционных фондов) не должна превышать 25%;

– суммарная доля участия иностранных юридических лиц и (или) юридических лиц, не являющихся субъектами МСП, не должна превышать 49%.

Этот критерий подразумевает ряд исключений. В частности, ООО независимо от суммарной доли участия в уставном капитале могут быть отнесены к сфере МСП при выполнении следующих условий:

– их акции, обращающиеся на организованном рынке ценных бумаг, отнесены к акциям высокотехнологичного (инновационного) сектора экономики в порядке, установленном Правительством Российской Федерации;

– в своей работе они применяют результаты интеллектуальной деятельности¹, исключительные права на которые принадлежат учредителям (участникам) соответственно таких хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств – бюджетным, автономным научным учреждениям либо являющимся бюджетными учреждениями образовательным организациям высшего образования;

– если хозяйственные общества, хозяйственные партнерства получили статус участника проекта в соответствии с Федеральным законом от 28 сентября 2010 г. № 244-ФЗ «Об инновационном центре «Сколково»;

– если учредителями (участниками) хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств являются юридические лица, включенные в утвержденный Правительством Российской Федерации перечень юридических лиц, предоставляющих государственную поддержку инновационной деятельности в формах, установленных Федеральным законом от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике»;

– акционеры – Российская Федерация, субъекты Российской Федерации, муниципальные образования, общественные и религиозные организации (объединения),

¹ К таким результатам относятся программы для электронных вычислительных машин, баз данных, изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, селекционных достижений, топологий интегральных микросхем, секретов производства (ноу-хау) (Федеральный закон № 209-ФЗ).

благотворительные и иные фонды (за исключением инвестиционных фондов) владеют не более чем 25% голосующих акций акционерного общества, а акционеры – иностранные юридические лица и (или) юридические лица, не являющиеся субъектами МСП, владеют не более чем 49% голосующих акций акционерного общества.

Сфера малого и среднего предпринимательства в России представлена юридическими лицами (микро-, малыми и средними предприятиями), а также индивидуальными предпринимателями, которые тоже могут быть разделены на три категории (микро-, малые и средние) по тем же самым критериям.

Для предприятий легкой промышленности с 2017 г.¹ действуют повышенные пороги: для хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств, осуществляющих в качестве основного вида деятельности² предпринимательскую деятельность в сфере легкой промышленности³, предельное значение среднесписочной численности работников может составлять от 250 до 1 тыс. человек, что существенно выше установленного общего порога в 250 человек и связано с высокой трудоемкостью обозначенных производств.

Действующие на настоящий момент критерии отнесения к субъектам МСП приведены в *табл. 9*.

Малые и средние предприятия в России имеют право использовать льготные режимы налогообложения («спецрежимы»), которым посвящен раздел VIII.1 Налогового кодекса РФ «Специальные налоговые режимы». К ним относятся:

¹ Федеральный закон от 26 июля 2017 г. № 207-ФЗ «О внесении изменений в статьи 4 и 4.1 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

² Доля доходов от осуществления этой деятельности по итогам предыдущего календарного года составляет не менее 70% в общей сумме доходов юрлица.

³ Постановление Правительства РФ от 22 ноября 2017 г. № 1412. Это деятельность класса 13 «Производство текстильных изделий», класса 14 «Производство одежды», класса 15 «Производство кожи и изделий из кожи» раздела С «Обрабатывающие производства» ОКВЭД.

единый сельскохозяйственный налог, упрощенная система налогообложения, система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности, патентная система налогообложения и система налогообложения при выполнении соглашений о разделе продукции.

Таблица 9

**Критерии отнесения к субъектам малого и среднего
предпринимательства (по состоянию на 1 мая 2018 г.)**

Категория	Средняя численность работников за предшествующий календарный год	Доход от предпринимательской деятельности за предшествующий календарный год	Доля участия в уставном капитале («независимость происхождения»)
Микропредприятия	До 15 человек	120 млн руб.	До 25% для РФ, субъектов РФ, муниципальных образований, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов, за исключением суммарной доли участия, входящей в состав активов инвестиционных фондов.
Малые предприятия	16–100 человек	800 млн руб.	
Средние предприятия	101–250 человек	2 000 млн руб.	

Источник: [50].

Важно отметить, что льготные режимы налогообложения не автоматически применяются к предприятиям сферы МСП, а выдвигают более строгие критерии. Так, например, упрощенная система налогообложения (УСН) может применяться¹ фирмами, которые подали уведомление о переходе на УСН, если за прошедшие девять месяцев отчетного года их доходы не превысили 112,5 млн руб., после индексации на коэффициент-дефлятор. Это условие перехода на УСН не распространяется на фирмы, которые перешли на УСН до 1 января 2015 г.²

¹ Раздел VIII-1, глава 26.2, ст. 346.12 НК РФ.

² Федеральный закон от 30 ноября 1994 г. № 52-ФЗ «О введении в действие части первой Гражданского кодекса Российской Федерации».

Обязательным условием применения УСН и сохранения возможности ее применять является средняя численность работников за налоговый (отчетный) период, которая не должна превышать 100 человек.

Выполнение этих критериев не гарантирует возможности применения УСН.

Так, ею не имеют право пользоваться иностранные организации, казенные и бюджетные учреждения, микрофинансовые организации, частные агентства занятости с числом сотрудников менее 100 человек, годовым доходом менее 150 млн руб.

Налоговый кодекс РФ также использует в качестве критерия для использования УСН понятие «остаточная стоимость основных средств»¹, которая не должна превышать 150 млн руб.

В соответствии с Налоговым кодексом РФ УСН не имеют право пользоваться банки, организации с филиалами, страховые компании, негосударственные пенсионные фонды, инвестиционные фонды, профессиональные участники рынка ценных бумаг, ломбарды, а также организации и ИП, занимающиеся производством подакцизных товаров, а также добычей и реализацией полезных ископаемых, за исключением общераспространенных, организации, осуществляющие деятельность по организации и проведению азартных игр, нотариусы, занимающиеся частной практикой, адвокаты, учредившие адвокатские кабинеты, а также иные формы адвокатских образований, организации, являющиеся участниками соглашений о разделе продукции, организации и ИП, использующие единый сельхозналог, а также аффилированные с другими организациями, если доля участия последних в уставном капитале фирмы превышает 25%.

Ограничение по аффилиации не распространяется на вклады в уставный капитал от общественных организаций инвалидов, если среднесписочная численность

¹ Остаточная стоимость основных средств определяется в соответствии с законодательством Российской Федерации о бухгалтерском учете, включает основные средства, которые подлежат амортизации и признаются амортизируемым имуществом в соответствии с главой 25 НК РФ.

инвалидов среди их работников составляет не менее 50%, а их доля в фонде оплаты труда – не менее 25%; на НКО, в том числе потребительские кооперативы и учрежденные ими хозяйственные общества; на учрежденные¹ бюджетными и автономными научными учреждениями хозяйственные общества и хозяйственные партнерства, деятельность которых заключается в практическом применении (внедрении) результатов интеллектуальной деятельности (программ для электронных вычислительных машин, баз данных, изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, селекционных достижений, топологий интегральных микросхем, секретов производства (ноу-хау), исключительные права на которые принадлежат указанным научным учреждениям, в том числе совместно с другими лицами); а также на учрежденные² образовательными организациями высшего образования, являющимися бюджетными и автономными учреждениями, хозяйственные общества и хозяйственные партнерства, деятельность которых заключается в практическом применении (внедрении) результатов интеллектуальной деятельности (программ для электронных вычислительных машин, баз данных, изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, селекционных достижений, топологий интегральных микросхем, секретов производства (ноу-хау), исключительные права на которые принадлежат указанным образовательным организациям, в том числе совместно с другими лицами).

Патентная система налогообложения рассчитана на ИП и не имеет количественных критериев.

ЕСХН вправе применять сельскохозяйственные товаропроизводители – как организации, так и ИП. Для рыбохозяйственных организаций и ИП действует

¹ В соответствии с Федеральным законом от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике».

² В соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

ограничение на среднюю численность работников за налоговый период – она не должна превышать 300 человек.

С 1 августа 2016 г. для учета показателей развития сферы МСП был создан Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [51] (далее – Единый реестр), оператором которого выступает Федеральная налоговая служба (ФНС). Реестр формируется на основе данных Единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ) и Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (ЕГРИП), налоговых деклараций, отчетов о среднесписочной численности и других показателей. В 2017 г. субъектами МСП признавались ИП и юридические лица, чья выручка и численность сотрудников не превышали лимитов в течение 2014–2016 гг. Иными словами, первые изменения статуса ранее внесенных в реестр субъектов МСП произойдут только в 2019 г., если в течение 3 лет подряд предельные значения критериев дохода и численности работников будут выше или ниже установленных. При этом требование в отношении суммарной доли участия юридических лиц, не являющихся субъектами МСП, в уставном капитале обществ с ограниченной ответственностью (ООО) не учитывались при внесении сведений в Единый реестр в 2016 г. [52].

Внесение в Единый реестр и приобретение формального статуса субъекта МСП дают организациям и ИП ряд преимуществ, связанных с использованием специальных налоговых режимов, с ведением упрощенного бухгалтерского учета и получением специализированной государственной поддержки и льгот.

3.2. Основные показатели, используемые для оценки развития сферы МСП в России

Малый и средний бизнес существует в России чуть более 25 лет. Это позволяет, с одной стороны, утверждать, что «он состоялся и является важнейшим способом ведения предпринимательской деятельности» [53], а с другой – сделать вывод о

том, что малый и средний бизнес в России – явление довольно новое в сравнении с большинством стран Западной Европы и США.

Данные по МСП в динамике собирает Росстат, с 2016 г. ведется статистика по реестру МСП [51]. Для анализа состояния сферы МСП Росстат оценивает число предприятий, занятость (тыс. чел.), среднюю численность работников одного предприятия, оборот (млрд руб.). Значения перечисленных показателей за 2016 г. приведены в *табл. 10*. По реестру можно определить число предприятий, средне-списочную занятость, среднюю численность работников одного предприятия, количество субъектов МСП (включая ИП) в расчете на 1 тыс. человек населения, количество созданных в отчетном периоде МСП на 1 тыс. действующих МСП на дату окончания отчетного периода, объем производства товаров и услуг, производительность.

Таблица 10

Основные показатели развития сферы МСП в России, 2016–2017 гг.

	ИП	Микропред- приятия	Малые пред- приятия	Средние предприятия	Всего по субъектам МСП
1	2	3	4	5	6
Данные Росстата за 2016 г.					
Число предприятий	2 523 575	2 597 646	172 916	13 315	5 307 452
Занятость, тыс. чел.	8 206,0	5 005,7	5 050,2	1 676,6	19 938,44
Средняя численность работников одного предприятия, чел.	3,3	1,9	29,2	125,9	3,8
Оборот, млрд руб.	12 369,2	20 138,8	18 738,2	7 586,2	58 832,33
Производительность, млн руб./чел.	1,5	4,0	3,7	4,5	3,0
<i>Доля от общего числа МСП, %</i>					
Число предприятий	47,55	48,94	3,26	0,25	100,00
Занятость, тыс. чел.	41,16	25,11	25,33	8,41	100,00

Окончание таблицы 10

1	2	3	4	5	6
Оборот, млрд руб.	21,02	34,23	31,85	12,89	100,00
Доля сектора МСП в ВВП, %					19,9
Данные Единого реестра субъектов МСП на 10 ноября 2017 г.					
Число предприятий	3 105 636	2 498 152	238 893	19 679	5 862 360
Среднесписочная занятость, тыс. чел.	5 418,8	5 452,4	6 290,7	1 904,7	19 066,6
Средняя численность работников одного предприятия, чел.	1,7	2,2	26,3	96,8	3,3
Количество субъектов МСП (включая ИП) в расчете на 1 тыс. человек населения					39,9
Количество созданных в отчетном периоде МСП на 1 тыс. действующих МСП на дату окончания отчетного периода					102,0
Производство товаров и услуг, млрд руб.	761	1 665	909	262	3 597
Производительность, млн руб./чел.	0,1	0,3	0,1	0,1	0,2
<i>Доля от общего числа МСП, %</i>					
Число предприятий	52,98	42,61	4,08	0,34	100,00
Среднесписочная занятость, тыс. чел.	28,42	28,60	32,99	9,99	100,00
Производство товаров и услуг, млрд руб.	21,16	46,29	25,27	7,28	100,00

Источники: [51]; [54].

Ниже подробнее рассмотрим основные вызовы, возникающие при статистическом анализе сферы МСП в России, характеристику сектора МСП в России, формируемую рассмотренными показателями, а также проанализируем показатели «Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г.»

3.3. Проблемы российской статистики при анализе состояния сферы МСП в России

Одна из основных проблем связана с отсутствием надежных и сопоставимых статистических данных за достаточно длинный период времени. Причинами отсутствия таких данных являются, во-первых, серьезные изменения в законодательстве, произошедшие с 1995 г., которые меняли критерии, определяющие субъект малого и среднего предпринимательства, во-вторых, несоответствие данных, собираемых различными ведомствами (Росстатом и Единым реестром субъектов МСП), а в-третьих, несовершенство и изменение методики сбора статистических данных.

На сегодняшний день в России существуют два основных источника данных по числу малых и средних предприятий и по численности занятых на них работников: Росстат [55] и Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [51].

Начиная с 1998 г. Росстат каждый год выпускает сборник, содержащий ежегодные статистические данные, собранные на основе выборочных и сплошных опросов бизнеса, по основным экономическим показателям деятельности субъектов малого и среднего¹ предпринимательства. Также на сайте Росстата в разделе «Институциональные преобразования в экономике» публикуются оперативная информация о состоянии сектора МСП и данные, начиная с 2008 г., с учетом поправок за предыдущие годы. Данные из сборника МСП могут иногда расходиться с более точными и обновленными данными из таблиц с сайта Росстата. Также статистические материалы Росстата по МСП с 2008 г. публикуются на сайте Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС) [56]. Предполагается, что данные Росстата в ЕМИСС и в разделе «Институциональные

¹ В 2009 г. сборник «Малое предпринимательство в России», содержащий статистику по МСП за 2008 г., был переименован в «Малое и среднее предпринимательство в России», поскольку в силу вступил Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ.

преобразования в экономике» должны полностью соответствовать друг другу. Однако и здесь можно встретить расхождения, которые отчасти объясняются тем, что в одном из этих источников (как правило, в ЕМИСС) данные обновленные, а в другом – нет. Кроме того, данные по некоторым показателям доступны только в каком-то одном из этих источников, что затрудняет процесс сбора данных для мониторинга состояния сферы МСП.

Явным примером противоречия данных Росстата, представленных в разных источниках, является показатель оборота средних предприятий. Существуют как минимум четыре варианта значения оборота средних предприятий в 2016 г. в России. В *табл. 11* это проиллюстрировано с указанием источника и ссылки на него.

Единый реестр субъектов МСП, оператором которого является Федеральная налоговая служба, начал работать с августа 2016 г. На сайте реестра публикуются ежемесячные данные по числу предприятий МСП и численности работников¹, которые меняются по сравнению с предыдущим месяцем в зависимости от числа ликвидированных и зарегистрированных новых фирм в текущем месяце.

Таблица 11

Несоответствие данных Росстата по одному и тому же показателю, представленному в разных источниках, на примере оборота средних предприятий в 2016 г.

	Источник данных	Оборот средних предприятий* в России в 2016 г., млрд руб.
1.	Росстат, сборник «Малое и среднее предпринимательство в России», 2017 г. [57]	7590,4
2.	Росстат, официальная статистика, раздел «Институциональные преобразования в экономике» [58]	6761,4*
3.	Росстат, база данных ЕМИСС [56]	6272,0*
4.	Росстат, данные от Минэкономразвития России [57]	7586,2

* – организаций.

¹ Данные по числу работников доступны с декабря 2016 г.

Таким образом, имеем возможность сравнить данные Росстата и реестра за 2016 и 2017 гг. и увидеть, что они также не соответствуют друг другу (табл. 12). Однако Росстат не так давно заявил о намерении в ближайшем будущем изменить методологию сбора данных так, чтобы их данные соотносились с данными реестра.

Таблица 12

**Число предприятий МСП (юридических лиц) в разбивке
по размеру (микро-, малые и средние), по данным
Росстата и Единого реестра субъектов МСП**

	Микропредприятия	Малые предприятия	Средние предприятия
Данные Росстата			
Январь – декабрь 2016 г.	2 597 646	172 916	13 346 (16 308)*
Январь – декабрь 2017 г.	2 497 879	256 698	– (14 037)**
Данные Единого реестра субъектов МСП			
Декабрь 2016 г.	2 534 752	240 219	20 286
В среднем за 2016 г. (август – декабрь)	2 454 330	240 510	20 199
Декабрь 2017 г.	2 530 460	239 528	20 003
В среднем за 2017 г. (январь – декабрь)	2 567 775	238 465	19 958

* В скобках приведено значение, включая территориально обособленные подразделения.

** Данные по средним предприятиям за 2017 г. доступны только с территориально обособленными подразделениями за январь – июнь.

Источники: [56]; [57].

Росстат ежегодно публикует данные по выборочным обследованиям малых и средних предприятий (результаты опросов выборочной части предприятий экстраполируются на всю совокупность), при этом раз в 5 лет (в 2010 и 2015 гг.) проходят сплошные наблюдения за деятельностью субъектов МСП, а выборочные обследования в эти годы не проводятся. Это приводит к образованию разрывов в рядах данных и к невозможности проследить общую динамику из-за различий в методике сбора информации.

Существенным недостатком Единого реестра субъектов МСП является то, что в августе каждого года проводится очистка реестра от предприятий, не осуществляющих фактическую деятельность и не сдавших отчетность, из-за чего показатели по числу малых и средних предприятий и численности работников в августе существенно ниже аналогичных значений за июль. Это «падение» затрудняет работу с анализом данных, поскольку, сравнивая значения двух соседних месяцев, мы не можем никак исключить из анализа предприятия, которые прекратили ведение хозяйственной деятельности, но не были ликвидированы официально.

Другой локальной проблемой является то, что Единый реестр не учитывает самих владельцев бизнеса в числе занятых в ИП, что исключает из статистического анализа около 3 млн человек. Однако, если знать об этой проблеме, ее можно решить прибавлением числа ИП к числу занятых в секторе МСП.

Важным источником данных по уровню развития предпринимательства в России являются результаты ежегодных опросов [59]¹, проводимых в рамках проекта Глобального мониторинга предпринимательства (GEM), нацеленного на измерение национального уровня предпринимательской активности, раскрытие факторов, обуславливающих эту активность, изучение роли предпринимателя в российском обществе и т.д. Наибольший интерес представляют показатели ранней, устойчивой и общей предпринимательской активности, динамика предпринимательских намерений в России, соотношение количества добровольных и вынужденных предпринимателей и доля населения, считающего карьеру предпринимателя привлекательной. К сожалению, в отчетах GEM данные представлены только по России в целом, без разбивки по регионам, что существенно ограничивает возможность проведения глубокого анализа, поскольку регионы России сильно

¹ В открытом доступе находятся отчеты GEM по России за 2006–2013 гг., а также отчет за период 2015/2016. URL: <http://gsom.spbu.ru/gsom/centers/eship/projects/gem/>

отличаются друг от друга по уровню социально-экономического развития в целом и по уровню развития малого и среднего бизнеса в частности.

На основе данных GEM на *рис. 23* приведена динамика показателей ранней предпринимательской активности, активности устоявшихся предпринимателей и общей предпринимательской активности в России в течение десятилетнего периода, начиная с 2006 г. Все эти показатели в целом на рассматриваемом периоде имели тенденцию к росту.



Рис. 23. Уровни предпринимательской активности в России с 2006 по 2016 г., %

Источник: [59].

Негативными чертами предпринимательства в России, согласно исследованию GEM [59], по-прежнему остаются:

- низкий уровень предпринимательских намерений;
- высокая доля вынужденных предпринимателей;
- низкий уровень «восприятия возможностей».

В 2016 г. доля людей, намеревающихся стать предпринимателями, составила 2,1% от общего населения России в возрасте от 18 до 64 лет. В то время как в Европе намерение стать предпринимателями имеют в среднем около 12% населения. Предпринимательское сообщество, согласно опросам, проведенным в ходе исследования GEM, состояло из 30,6% вынужденных предпринимателей и 69,4% добровольных. Доля населения России в возрасте от 18 до 64 лет, которое видит возможность начать дело на территории своего региона, была равна всего 18%. Очевидно, что для дальнейшего роста предпринимательской активности государству необходимо проводить политику популяризации предпринимательства и развития предпринимательских навыков у населения, а также демонстрировать возможности предпринимательства, которое может стать надежным источником дохода и карьерного роста.

В ряде случаев для анализа сферы МСП лучше использовать микроданные на уровне отдельных фирм, которые можно выгрузить из баз данных «СПАРК» или «Руслана». В «СПАРК» есть доступ к обширной информации о компаниях (сведения о регистрации, структура компании, финансовая отчетность и многое другое), а также удобные инструменты и сервисы для ее анализа и оценки рисков. Хотя база данных «СПАРК» изначально создавалась прежде всего для проверки контрагентов и снижения рисков компании, ее также можно использовать для общего анализа сферы малого и среднего предпринимательства в России в целом. В базе данных «Руслана», разработанной Бюро ван Дейк (BvD), публикуются различные данные о компаниях России, Украины и Казахстана, аналогичные данным «СПАРК» (финансовая отчетность за последние 10 лет, контакты директоров, подробная информация о структуре корпорации, коды видов деятельности, данные о запасах для листинговых компаний и т.д.), однако в «Руслане» отсутствует мощный инструмент анализа рисков, представляющий большой интерес для проведения анализа контрагентов и менее важный для агрегированного анализа

сферы МСП. Стоит отметить, что данные по числу работников фирмы, предоставляемые «Русланой», не являются надежными, часто не соответствуют действительности.

Для анализа развития сферы МСП также используют данные ФТС России по экспорту малых и средних предприятий, данные Корпорации МСП по закупкам, данные Минпромторга России по нестационарным торговым объектам, данные по кредитам и ставкам Банка России, данные ФНС (помимо данных Единого реестра МСП), данные опросов РСПП и расчетные данные Минэкономразвития России.

Характеристика сектора МСП в России

Рассмотрим состояние и динамику сферы МСП в России по размеру предприятий, по видам экономической деятельности, по субъектам Российской Федерации.

По размеру фирм (микропредприятия, малые, средние)

По данным Единого реестра субъектов МСП, по состоянию на апрель 2018 г. в Российской Федерации функционируют 6,1 млн субъектов МСП, в том числе 2,9 млн юридических лиц и 3,2 млн индивидуальных предпринимателей. Сфера МСП в России представлена в основном микропредприятиями, которые составляют 95% общего числа субъектов МСП и на которых в среднем заняты 1–2 работника. Малые предприятия составляют менее 5% сферы МСП, а средние – менее 0,5%. Структура предприятий сектора МСП по форме собственности (юридическое лицо или индивидуальный предприниматель) и по размеру (микропредприятия, малые и средние) представлена в *табл. 13*.

По данным Единого реестра субъектов МСП [51], по состоянию на 10 апреля 2018 г. в секторе МСП было занято чуть более 19,2 млн человек, из них 10,2 млн заняты на микропредприятиях, 7,1 млн – на малых и 2 млн – на средних (*рис. 24*). Фактически каждый четвертый работник занят в сфере МСП, так как численность экономически активного населения в России составляет около 76,6 млн человек.

Таблица 13

**Сектор МСП по размеру предприятий (по состоянию
на 10 апреля 2018 г.), ед.**

Показатель	Всего	Микропредприятия	Малые предприятия	Средние предприятия
Юридические лица				
Число предприятий	2 891 748	2 634 994	237 024	19 730
Индивидуальные предприниматели				
Число предприятий	3 225 338	3 197 421	27 569	348
Все субъекты МСП				
Число предприятий	6 117 086	5 832 415	264 593	20 078

Источник: [51].

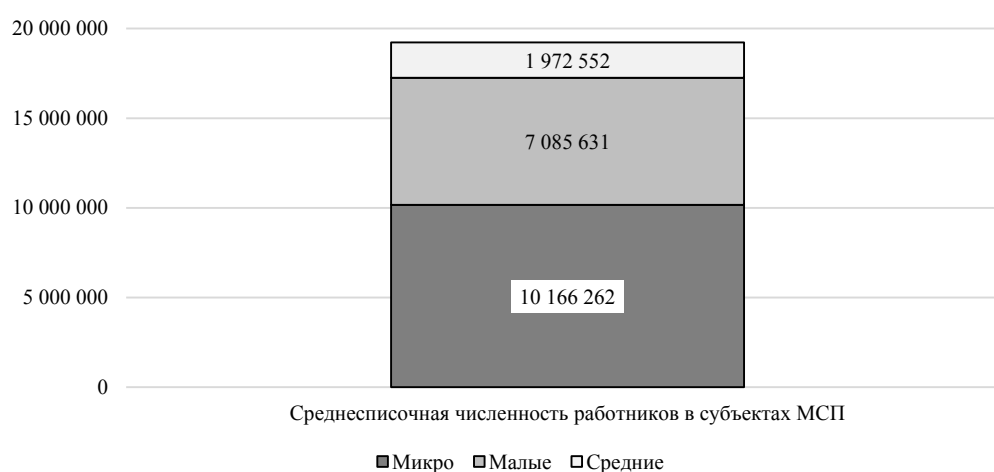


Рис. 24. Число работников (человек), занятых в сфере малого и среднего предпринимательства (по состоянию на 10 апреля 2018 г.)

Источник: [51].

По видам экономической деятельности

Самым популярным видом деятельности среди субъектов МСП была и остается торговля. Это вид деятельности как основной, по данным Росстата на 10 ноября 2017 г., был зарегистрирован у 2,27 млн предприятий МСП, или у 43,7% общего

числа МСП. Популярными среди предприятий малого и среднего бизнеса также являются такие виды деятельности, как операции с недвижимым имуществом (в них занято 18,8% общего числа предприятий МСП), транспорт и связь (10,1%), строительство (8,3%) и обрабатывающие производства (7,3%). В *табл. 14* содержатся данные о распределении числа субъектов малого и среднего предпринимательства по видам экономической деятельности по состоянию на конец 2017 г.

Таблица 14

**Распределение числа предприятий МСП по отраслям
на 10 ноября 2017 г.**

Отрасль	ИП	Малые и микропредприятия	Средние	Итого
1	2	3	4	5
Всего (% от общего числа предприятий)	2 445 574 (47,14)	2 728 888 (52,60)	13 309 (0,26)	5 187 771 (100)
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	1 231 735	1 032 067	3 350	2 267 152
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	370 927	600 666	1 280	972 873
Транспорт и связь	307 764	215 351	651	523 766
Строительство	92 018	335 948	1 522	429 488
Обрабатывающие производства	127 049	245 788	3 516	376 353
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	161 572	75 039	114	236 725
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	112 242	61 326	1 927	175 495
Гостиницы и рестораны		79 423	132	79 555
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	16 958	42 633	177	59 768
Образование	21 180	9 949	5	31 134
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	1 378	15 661	325	17 364
Добыча полезных ископаемых	439	10265	233	10937
Рыболовство, рыбоводство	2 312	4 772	77	7 161

Окончание таблицы 14

1	2	3	4	5
Доли от общего числа предприятий соответствующей категории (ИП, малые и микропредприятия, средние, весь сектор), %				
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	50,37	37,82	25,17	43,70
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	15,17	22,01	9,62	18,75
Транспорт и связь	12,58	7,89	4,89	10,10
Строительство	3,76	12,31	11,44	8,28
Обрабатывающие производства	5,20	9,01	26,42	7,25
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	6,61	2,75	0,86	4,56
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	4,59	2,25	14,48	3,38
Гостиницы и рестораны	0,00	2,91	0,99	1,53
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	0,69	1,56	1,33	1,15
Образование	0,87	0,36	0,04	0,60
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	0,06	0,57	2,44	0,33
Добыча полезных ископаемых	0,02	0,38	1,75	0,21
Рыболовство, рыбоводство	0,09	0,17	0,58	0,14

Источник: [57].

Среди индивидуальных предпринимателей более 50% заняты в торговле, 15% – в операциях с недвижимым имуществом, 12,6% – в сфере транспорта и связи. Стоит отметить, что довольно много индивидуальных предпринимателей заняты предоставлением коммунальных, социальных и персональных услуг населению (6,6% от всех ИП, или 161,5 тыс. ИП). Среди микропредприятий, малых и средних на этот вид деятельности приходится 2,75% числа микро- и малых предприятий и 0,86% общего числа средних предприятий.

Распределение количества микро- и малых предприятий по основным видам деятельности довольно схоже с распределением ИП, однако среди малых и микрофирм гораздо большая часть занята в сфере операций с недвижимым имуществом (22%) и в строительстве (12,3%).

Распределение числа средних предприятий по видам экономической деятельности существенно отличается от распределения числа малых (включая микропредприятия) и ИП, поскольку среди средних предприятий больше тех, которые заняты в сферах с более высокой добавленной стоимостью (обрабатывающие производства, сельское хозяйство). По данным Росстата, в конце 2017 г. больше всего средних предприятий было занято в обрабатывающих производствах (26%), чуть меньше средних предприятий – в торговле (25%). Также довольно много средних предприятий сконцентрировано в сельском хозяйстве (14,5%) и в строительстве (11,4%).

Подобная структура распределения числа предприятий по видам экономической деятельности сохраняется в течение последних нескольких лет.



Рис. 25. Структура оборота субъектов МСП (включая индивидуальных предпринимателей) по видам экономической деятельности в 2016 г., %

Источник: [51].

Вклад предприятий, занятых торговлей, в общий оборот субъектов МСП (включая ИП) в 2016 г. составил 59,3%, вклад операций с недвижимым имуществом в общий оборот – 10,2% и обрабатывающих производств – также 10,2%. На все остальные отрасли пришлось оставшиеся 10% суммарного оборота. Интересно отметить, что, хотя торговые предприятия составляют меньше половины общего числа предприятий МСП (43,7%), доля их оборота в общем объеме составляет почти 60%. На *рис. 25* показана структура оборота предприятий МСП в 2016 г.

По субъектам Российской Федерации

Распределение малых и средних предприятий по субъектам Российской Федерации отражает общую структуру расселения в России. Наибольшее число малых и средних предприятий, по данным Единого реестра субъектов МСП, сосредоточено в Центральном (31% общего числа МСП), Приволжском (18%), Южном (12%), Сибирском (12%) и Северо-Западном (12%) федеральных округах.

На *рис. 26* и *27* показано распределение субъектов МСП по регионам России. Регионами-лидерами на 2017 г. стали: Москва (749 788), Санкт-Петербург (340 781), Московская область (302 606), Краснодарский край (276 149), Свердловская область (196 453), Ростовская область (171 733), Республика Татарстан (150 445), Новосибирская (141 020), Челябинская (140 063) и Нижегородская (128 437) области. Перечисленные регионы – это преимущественно регионы с крупными агломерациями и развитой сферой услуг.

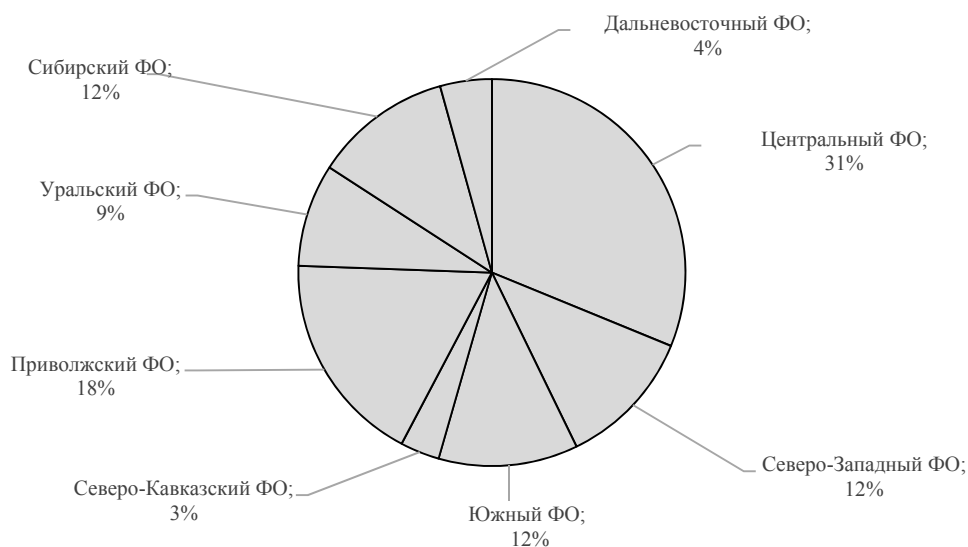


Рис. 26. Распределение числа субъектов малого и среднего предпринимательства по федеральным округам (по состоянию на 10 апреля 2018 г.)

Источник: [51].

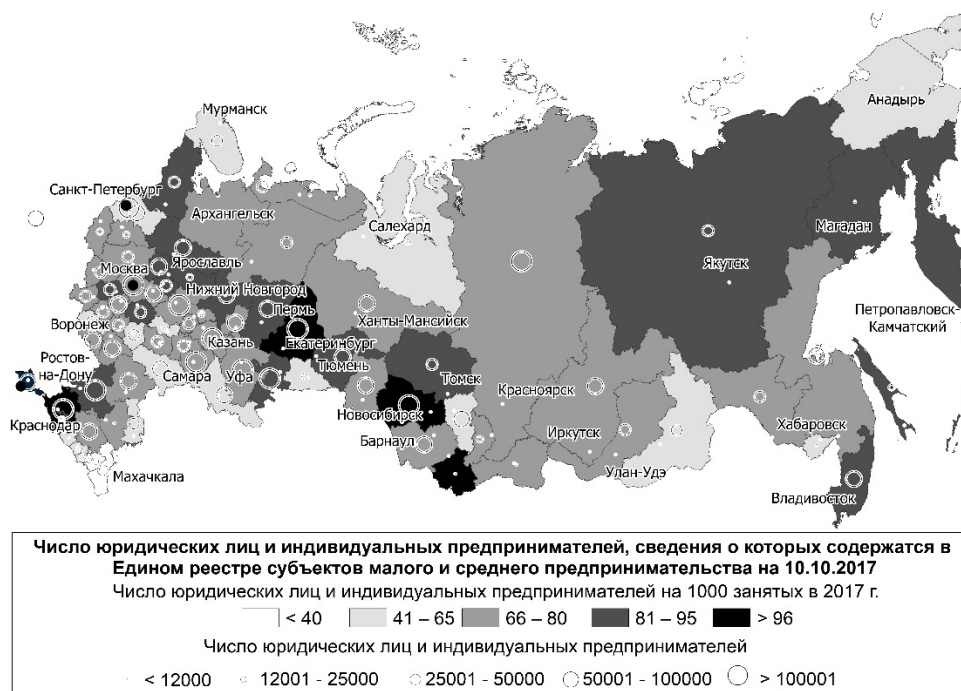


Рис. 27. Распределение субъектов малого и среднего предпринимательства по регионам России, 2017 г.

Источник: [51].

В табл. 15 приведены основные показатели развития сектора МСП в региональном разрезе.

Таблица 15

**Сектор МСП по размеру предприятий и организационной форме
в региональном разрезе на 10 ноября 2017 г.**

	Всего зарегистрировано юрлиц и ИП, по данным ФНС на 01.11.2017, ед.	Всего субъектов МСП в Едином реестре на 10.11.2017, ед.	Доля региона в числе субъектов МСП в России, %	Доля субъектов МСП в общем числе юрлиц и ИП, %	Доля ИП в числе субъектов МСП, %	Доля микро- и малых предприятий в числе субъектов МСП, %	Доля средних компаний в числе субъектов МСП, %	Прирост числа субъектов МСП, % (ноябрь 2017 г. к декабрю 2016 г.)
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Алтайский край	95 535	78 258	1,33	81,9	55,9	43,7	0,30	0,02
Амурская область	31 589	26 712	0,46	84,6	61,7	38,1	0,19	-1,38
Архангельская область и Ненецкий АО	47 764	40 076	0,68	83,9	63,9	35,9	0,23	1,09
Астраханская область	38 187	31 655	0,54	82,9	68,7	31,2	0,18	-4,45
Белгородская область	78 335	63 465	1,08	81	64,1	35,7	0,26	2,38
Брянская область	48 533	41 601	0,71	85,7	68,9	30,9	0,24	1,38
Владимирская область	64 335	52 962	0,9	82,3	63,4	36,4	0,27	-1,03
Волгоградская область	97 683	80 816	1,38	82,7	64,5	35,3	0,24	-1,43
Вологодская область	67 238	52 701	0,9	78,4	49,9	49,8	0,24	0,40
Воронежская область	104 454	85 574	1,46	81,9	57	42,6	0,39	0,68
Москва	1 159 826	768 618	13,11	66,3	27,9	71,4	0,60	3,08
Санкт-Петербург	462 058	347 355	5,93	75,2	32,8	66,8	0,44	2,26
Еврейская автономная область	6 024	4 203	0,07	69,8	69,5	30,4	0,07	-3,20
Забайкальский край	31 727	25 613	0,44	80,7	69	30,8	0,19	-3,64
Ивановская область	53 603	42 422	0,72	79,1	51,5	48,3	0,21	0,35
Иркутская область	106 062	87 031	1,48	82,1	54,6	45,1	0,29	0,06
Калининградская область	77 685	57 609	0,98	74,2	43,1	56,7	0,16	-0,07
Калужская область	52 721	41 727	0,71	79,1	65	34,7	0,30	3,08
Камчатский край	19 406	15 020	0,26	77,4	61,8	38	0,18	-3,78
Кемеровская область	85 543	71 600	1,22	83,7	56,6	43,1	0,27	-1,86
Кировская область	62 819	51 751	0,88	82,4	55,5	44,2	0,28	-3,30

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Костромская область	30 596	24 651	0,42	80,6	59,9	39,9	0,26	-2,33
Краснодарский край	336 651	276 966	4,72	82,3	70,8	29	0,24	1,21
Красноярский край	131 747	106 917	1,82	81,2	52,3	47,4	0,27	-0,40
Курганская область	28 428	22 618	0,39	79,6	63,6	36,2	0,21	-1,13
Курская область	43 975	35 569	0,61	80,9	65,5	34,2	0,21	-1,65
Ленинградская область	68 132	53 315	0,91	78,3	67,5	32,1	0,41	2,65
Липецкая область	47 207	40 131	0,68	85	64,2	35,5	0,28	2,42
Магаданская область	9 139	7 109	0,12	77,8	66,1	33,6	0,32	-3,34
Московская область	411 277	308 378	5,26	75	58,2	41,4	0,42	4,26
Мурманская область	31 970	25 998	0,44	81,3	55,3	44,5	0,20	-4,61
Нижегородская область	158 154	130 187	2,22	82,3	49,6	50	0,38	-1,56
Новгородская область	27 381	21 390	0,36	78,1	62,4	37,4	0,29	-1,24
Новосибирская область	181 097	143 366	2,45	79,2	42,3	57,5	0,32	1,66
Омская область	82 210	67 112	1,14	81,6	54,5	45,2	0,26	-2,76
Оренбургская область	73 779	58 980	1,01	79,9	63,6	36,1	0,33	-0,99
Орловская область	30 986	25 985	0,44	83,9	64,9	34,9	0,27	-0,31
Пензенская область	55 876	46 265	0,79	82,8	66,1	33,7	0,20	-1,24
Пермский край	130 620	102 073	1,74	78,1	53,7	46	0,29	-5,85
Приморский край	108 022	85 517	1,46	79,2	50,4	49,3	0,28	-3,54
Псковская область	27 434	22 262	0,38	81,1	56,1	43,7	0,26	2,04
Республика Адыгея (Адыгея)	19 131	15 864	0,27	82,9	76,2	23,6	0,23	-3,95
Республика Алтай	11 518	8 813	0,15	76,5	65	34,5	0,50	-1,11
Республика Башкортостан	152 197	123 093	2,1	80,9	58,1	41,6	0,31	-0,42
Республика Бурятия	35 632	27 401	0,47	76,9	61,3	38,6	0,11	-2,07
Республика Дагестан	56 472	30 812	0,53	54,6	80	19,9	0,15	-6,67
Республика Ингушетия	6 413	3 205	0,05	50	54	45,9	0,09	2,92
Кабардино-Балкарская Республика	25 820	18 881	0,32	73,1	73,6	26,2	0,19	-6,35
Республика Калмыкия	11 329	9 060	0,15	80	79,5	20,4	0,18	-4,15
Карачаево-Черкесская Республика	14 616	10 802	0,18	73,9	76,8	22,9	0,28	-3,15
Республика Карелия	35 078	25 771	0,44	73,5	50,1	49,7	0,16	-2,10

Продолжение таблицы 15

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Республика Коми	37 479	29 607	0,51	79	62	37,8	0,22	-4,89
Республика Марий Эл	25 486	21 600	0,37	84,8	54,7	44,9	0,37	-0,84
Республика Мордовия	27 630	20 970	0,36	75,9	66,3	33,3	0,39	-2,04
Республика Саха (Якутия)	51 893	39 352	0,67	75,8	71,5	28,4	0,13	-1,49
Республика Северная Осетия – Алания	19 883	15 060	0,26	75,7	74,1	25,8	0,16	-1,65
Республика Татарстан (Татарстан)	192 352	152 658	2,6	79,4	51,1	48,5	0,35	-1,85
Республика Тыва	9 343	6 845	0,12	73,3	84,3	15,6	0,12	1,05
Удмуртская Республика	69 737	56 933	0,97	81,6	55,3	44,2	0,39	-0,27
Республика Хакасия	21 511	17 834	0,3	82,9	68,6	31,2	0,16	-3,80
Чеченская Республика	20 866	13 558	0,23	65	80	19,9	0,09	-3,25
Чувашская Республика – Чувашия	53 531	46 040	0,79	86	64,4	35,3	0,29	0,60
Ростовская область	202 832	173 380	2,96	85,5	68,7	31	0,24	0,64
Рязанская область	52 431	41 643	0,71	79,4	55	44,7	0,31	-0,10
Самарская область	164 045	126 030	2,15	76,8	45,1	54,6	0,35	2,07
Саратовская область	89 572	73 088	1,25	81,6	60,5	39,2	0,30	-0,83
Сахалинская область	29 890	23 143	0,39	77,4	61,6	38	0,35	0,63
Свердловская область	251 909	199 103	3,4	79	47,7	52	0,32	-0,21
Смоленская область	46 977	37 493	0,64	79,8	54,5	45,2	0,37	0,01
Ставропольский край	117 218	99 962	1,71	85,3	73,9	25,9	0,28	-0,63
Тамбовская область	37 612	31 814	0,54	84,6	65,2	34,4	0,36	0,98
Тверская область	59 267	46 690	0,8	78,8	55,4	44,3	0,27	-0,26
Томская область	51 518	43 321	0,74	84,1	48,7	51	0,27	-1,25
Тульская область	67 828	54 723	0,93	80,7	60	39,7	0,29	0,29
Тюменская область	76 185	63 197	1,08	83	49	50,7	0,30	0,29
Ульяновская область	50 982	43 250	0,74	84,8	56,3	43,5	0,25	0,71
Хабаровский край	65 154	52 160	0,89	80,1	46,6	53,2	0,29	-1,89
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	72 257	61 175	1,04	84,7	63,5	36,2	0,33	-0,98
Челябинская область	169 102	142 267	2,43	84,1	51,1	48,7	0,26	0,24
Чукотский автономный округ	1 924	1 334	0,02	69,3	72,1	27,6	0,22	-1,40

Окончание таблицы 15

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Ямало-Ненецкий автономный округ	23 604	18 293	0,31	77,5	70,8	29	0,24	-3,63
Ярославская область	68 835	52 988	0,9	77	46,3	53,4	0,32	-3,66
Республика Крым	97 628	87 221	1,49	89,3	74,5	25,4	0,10	6,29
Севастополь	27 475	24 368	0,42	88,7	67,5	32,4	0,06	4,53
Дальневосточный ФО	323 041	254 550	4,34	78,8	56,6	43,2	0,25	-2,29
Приволжский ФО	1 306 780	1 052 918	17,96	80,6	54,9	44,8	0,32	-1,22
Российская Федерация	7 528 347	5 862 360	100	77,9	53	46,7	0,34	0,36
Северо-Западный ФО	882 219	676 084	11,53	76,6	44,1	55,6	0,35	0,97
Северо-Кавказский ФО	261 288	192 280	3,28	73,6	75,1	24,6	0,22	-2,58
Сибирский ФО	843 443	684 111	11,67	81,1	53,2	46,4	0,28	-0,60
Уральский ФО	621 485	506 653	8,64	81,5	52,2	47,4	0,30	-0,29
Центральный ФО	2 459 175	1 796 434	30,64	73,1	45,8	53,7	0,44	2,10
Южный ФО	787 211	699 330	11,93	88,8	70	29,8	0,21	1,00

Источники: [51]; [60].

4. Показатели «Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г.»

В 2016 г. Правительством РФ была принята «Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г.» вместе с планом мероприятий по ее реализации [53]. В «Стратегии» были установлены 14 целевых индикаторов, которые планируется достичь к 2030 г. Главным стратегическим ориентиром стал показатель доли МСП в ВВП, который к 2030 г. должен достичь уровня развитых стран и составить не менее 40%. Достижение указанного значения требует прироста доли МСП в ВВП не менее чем на 1% каждый год вплоть до 2030 г. По данным Минэкономразвития России [61] со ссылкой на Росстат, в 2016 г. вклад сектора МСП в ВВП страны составил почти 20%, увеличившись по сравнению со значением в 2014 г. всего на 0,8%, что является недостаточным для достижения поставленной цели.

«Стратегия» состоит из нескольких разделов, по каждому из них приведены целевые показатели, которые необходимо достичь до 2030 г. Рассмотрим поочередно разделы «Стратегии» и целевые показатели к ним.

4.1. Единый центр поддержки МСП

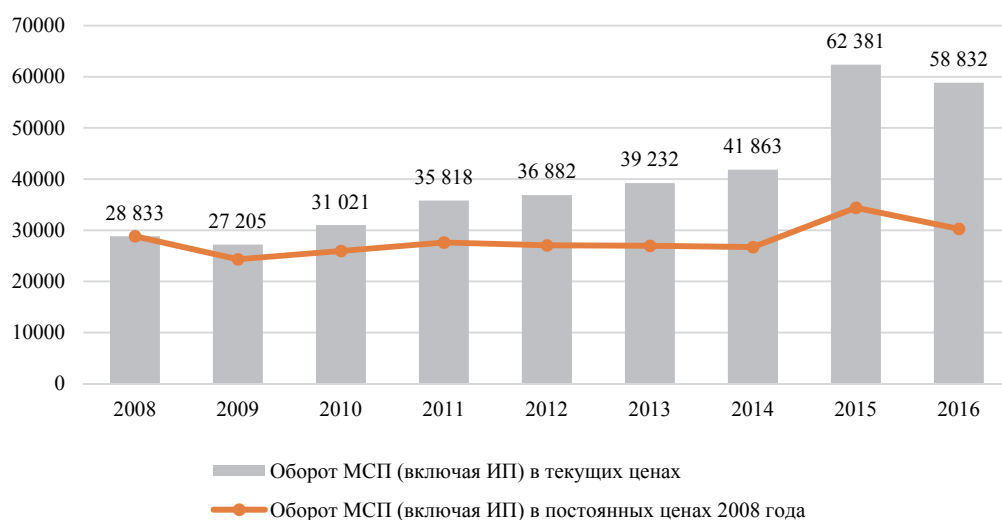
Центральными показателями достижения целей «Стратегии», посвященными Единому центру поддержки МСП, являются:

- 1) оборот малых и средних предприятий в постоянных ценах по отношению к показателю 2014 г. (в реальном выражении);
- 2) производительность труда в секторе малого и среднего предпринимательства в постоянных ценах по отношению к 2014 г. (в реальном выражении);
- 3) доля обрабатывающей промышленности в обороте сектора малого и среднего предпринимательства (без учета ИП);

4) доля занятого населения в секторе малого и среднего предпринимательства в общей численности занятого населения.

Оборот МСП. Суммарный оборот сектора МСП (с учетом ИП) в 2016 г. увеличился в 1,13 раза по сравнению со значением 2014 г. (в постоянных ценах 2008 г.), т.е. прирост составил 13,37%. Целевой ориентир, установленный «Стратегией» для этого показателя на 2018 г., составляет 118% (прирост на 18%).

Рост оборота МСП (с учетом ИП) в 2016 г. в большей степени был обусловлен ростом оборота микропредприятий, чей прирост в 2016 г. составил 67,5% (в постоянных ценах) по сравнению с 2014 г. (рис. 28). В то время как оборот малых предприятий снизился в 2016 г. относительно 2014 г. на 9,4%. Ниже на рис. 28 представлена динамика оборота сектора МСП с учетом индивидуальных предпринимателей.



Примечания.

1. По индивидуальным предпринимателям доступны данные только по выручке, поэтому к суммарному обороту микро-, малых и средних предприятий – юридических лиц была прибавлена выручка ИП. Полученный в результате этого показатель условно отражает совокупный оборот сектора МСП с учетом ИП.
2. Из анализа был исключен 2015 г., поскольку в этот год проводилось сплошное наблюдение за деятельностью МСП и данные по обороту микро- и средних предприятий отсутствуют.

Рис. 28. Оборот сектора МСП (включая ИП) в текущих и постоянных ценах в России в 2008–2016 гг.

Источник: [57], расчеты авторов.

Производительность труда в секторе МСП. Под производительностью труда в данном случае, как правило, понимается отношение оборота малых и средних предприятий к средней численности работников. Этот показатель не тождествен понятию производительности труда в ее буквальном смысле, однако является приемлемым аналогом. Явным преимуществом этого показателя является наличие данных для его расчета, находящихся в открытом доступе. Наибольший интерес представляет расчет данного показателя для отдельных видов деятельности по разным типам предприятий (микро-, малые и средние). Динамика производительности труда, рассчитанная как отношение оборота (для ИП – выручки) к среднесписочной численности работников (для ИП – занятых) в России в постоянных ценах, представлена на *рис. 29*.

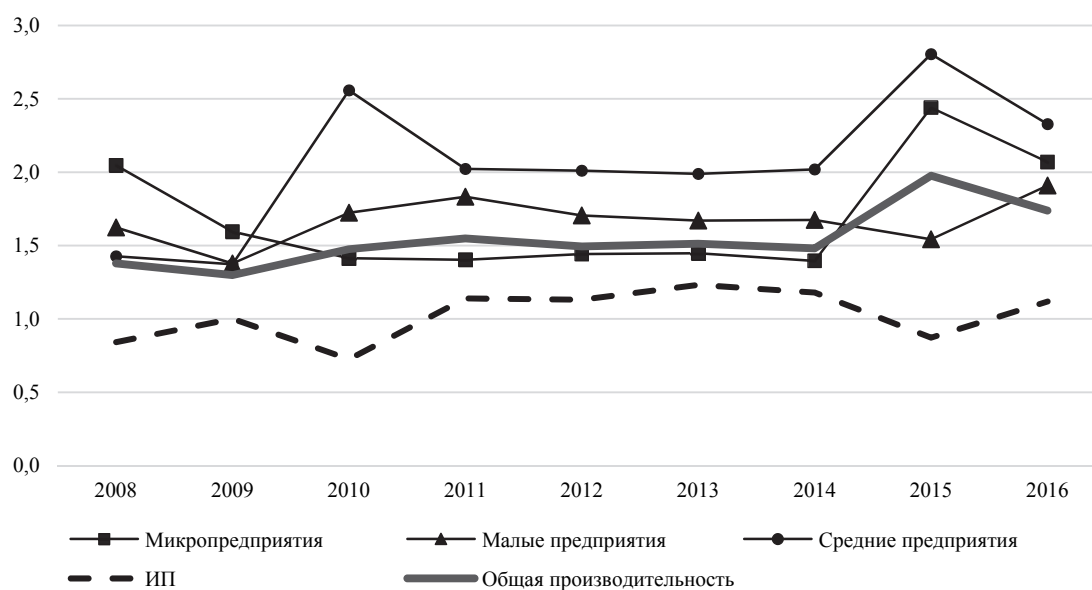


Рис. 29. Средняя производительность труда работников микро-, малых и средних предприятий (млн руб. в год на 1 работника), а также занятых в сфере индивидуального предпринимательства (млн руб. в год на 1 занятого в ИП) в России в 2008–2016 гг. в сопоставимых ценах 2008 г.

Источник: расчеты авторов по данным [57].

Наибольшая производительность труда была на средних и малых предприятиях (кроме 2008, 2009, 2016 гг.). В 2016 г. средняя производительность труда по сектору МСП с учетом индивидуальных предпринимателей составляла 1,74 млн руб. в год на 1 работника (занятого), а без учета ИП – 2,04 млн руб. Средняя производительность труда индивидуальных предпринимателей является самой низкой, что отчасти объясняется использованием иных данных для ее расчета (показателя «выручка» вместо «оборота» и показателя «занятые» вместо «среднесписочной численности работников»).

Оборот в расчете на 1 работника МСП (в постоянных ценах) в 2016 г. вырос по сравнению с аналогичным показателем 2014 г. на 17%, превысив целевой ориентир «Стратегии» для 2018 г., составляющий 12%.

Минэкономразвития России для расчета производительности труда сектора МСП предлагает использовать вместо данных по обороту МСП данные по валовой добавленной стоимости, созданной субъектами МСП. Этот показатель представляет большой интерес для анализа сферы МСП, однако для его расчета требуются закрытые данные. В 2014 г. производительность труда малых и средних предприятий, рассчитанная подобным образом, составляла 0,9 млн руб. в год [62].

Доля обрабатывающей промышленности в обороте МСП. Доля обрабатывающей промышленности в обороте МСП в 2016 г. составила (без учета индивидуальных предпринимателей) 11,8%, незначительно увеличившись по сравнению с 2014 г. (11,5%), но не достигнув установленного «Стратегией» на 2015 г. целевого ориентира – 12,2% (табл. 16).

Доля занятых в секторе МСП. При расчете доли занятого населения в секторе МСП в общем числе занятых возникает сложность, связанная с тем, что в российской статистике есть данные по среднесписочной численности работников МСП, которые формируются на основе отчетов предприятий, предоставляемых в налоговые службы, есть данные по общей численности занятых в экономике в целом,

которые собираются на основе опросов Росстата, но нет данных по числу занятых на МСП. В число занятых попадают те, кто работает, не будучи официально трудоустроенным, а показатель среднесписочной численности работников МСП таких лиц не учитывает. В то же время у Росстата есть данные по среднесписочной численности работников по полному кругу организаций по России. Поэтому целесообразно рассчитывать долю среднесписочной численности работников МСП в общем числе работников, а не в числе занятого населения, как это предлагается делать в «Стратегии».

Таблица 16

**Доля обрабатывающей промышленности
в обороте МСП в 2016 г.**

	Оборот предприятий, млрд руб.		Доля обрабатывающей промышленности в обороте МСП, %
	Всего	В том числе обрабатывающие производства	
Микропредприятия	20 138,81	1 485,13	7,4
Малые предприятия	18 738,21	2 194,90	11,7
Средние предприятия	7 586,15	1 812,51	23,9
Всего по МСП	46 463,18	5 492,54	11,8

Источник: [57].

Доля работников в секторе МСП в общей численности работников по полному кругу организаций в 2016 г. немного сократилась по сравнению с 2014 г. (как с учетом занятых в ИП, так и без них), показатель «доля работников МСП (с учетом занятых в ИП) в общей численности работников по полному кругу организаций и занятых в сфере ИП» оказывается близок к целевому ориентиру «Стратегии», установленному на 2030 г., который составляет 35% (табл. 17).

**Среднесписочная численность работников, занятых в секторе МСП,
в общей численности работников с учетом и без учета занятых
в сфере ИП, в 2014 и 2016 гг.**

Показатели численности	2014 г.	2016 г.
Среднесписочная численность работников по полному кругу организаций, тыс. чел.	45 486,4	44 446,4
Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей) МСП, тыс. чел.	12 375,2	11 732,5
Занятые в сфере ИП, тыс. чел.	5 645,7	5 682,4
Работники МСП с учетом занятых в сфере ИП, тыс. чел.	18 020,9	17 414,9
<i>Показатели доли работников МСП в общем числе работников</i>		
Доля работников МСП (без учета занятых в ИП) в общей численности работников по полному кругу организаций, %	27,2	26,4
Доля работников МСП (с учетом занятых в ИП) в общей численности работников по полному кругу организаций и занятых в сфере ИП, %	35,2	34,7

Источник: составлено авторами по данным [56].

4.2. Рыночные ниши для бизнеса

В качестве *индикаторов развития рыночных ниш для бизнеса* были выбраны

- 1) количество нестационарных торговых объектов круглогодичного размещения и мобильных торговых объектов;
- 2) годовой объем закупок товаров, работ, услуг, осуществляемых отдельными видами юридических лиц у субъектов малого и среднего предпринимательства, в совокупном стоимостном объеме договоров, заключенных по результатам закупок;
- 3) годовой стоимостной объем договоров, заключенных с субъектами малого и среднего предпринимательства по результатам закупок, участниками которых являются только субъекты малого и среднего предпринимательства.

Нестационарные торговые объекты. Для развития нестационарной и мобильной торговли Минпромторгом России был разработан и внесен в Правительство РФ законопроект, устанавливающий общие принципы предоставления новых мест для

размещения нестационарных торговых объектов и упрощающий требования к торговле с использованием мобильных торговых объектов [63]. Число нестационарных торговых объектов и мобильных торговых объектов в последние годы постепенно увеличилось и в 2017 г. составило 205,5 тыс. объектов (табл. 18).

Таблица 18

**Динамика числа нестационарных и мобильных торговых объектов
в России в 2015–2017 гг.**

	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Нестационарные торговые объекты, ед.	174 725	181 752	184 315
Мобильные торговые объекты, ед.	18 738	20 369	21 156
Сумма	193 463	202 121	205 471

Примечание. В докладе Минпромторга России [63] прямо не прописано количество каких именно нестационарных объектов приведено: только объектов круглогодичного размещения или включая нестационарные торговые объекты сезонного размещения. Исходя из информации, приведенной на официальном сайте Минпромторга России [64], можно сделать вывод, что речь идет именно об объектах круглогодичного размещения.

Источник: [63].

Таким образом, целевой ориентир, установленный «Стратегией» на 2018 г. по количеству нестационарных торговых объектов круглогодичного размещения и мобильных торговых объектов в 200 тыс. объектов, достигнут и даже перевыполнен.

Закупки у субъектов МСП. В соответствии с Федеральным законом от 18 июля 2011 г. № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» и с Постановлением от 19 августа 2016 г. № 819 «Об изменениях в порядке закупок товаров, работ, услуг у субъектов малого и среднего предпринимательства» с 1 января 2018 г. госкомпании обязаны 15% своего заказа направлять сектору МСП на «спецторги» (заказы до 200 млн руб., участниками которых являются только субъекты МСП) и 18% от всех заказов в целом (закупки «всеми

способами»). Установление этих квот совместно с активной поддержкой, оказываемой малому и среднему бизнесу Корпорацией МСП, способствует расширению доступа субъектов МСП к закупкам компаний с государственным участием.

Одним из целевых индикаторов Стратегии на 2018 г. является квота на закупки «всеми способами» в размере 25%, однако представители власти в лице главы Корпорации МСП А. Бравермана придерживаются мнения о необходимости поэтапного увеличения квоты выше 18%, т.е., скорее всего, целевой ориентир «Стратегии» в 2018 г. достигнут не будет, в то время как целевой ориентир по «спецторгам» на 2018 г. соответствует действующей квоте.

По данным Корпорации МСП, объем закупок у субъектов МСП в 2016 г. составил 1,511 трлн руб., в 2017 г. – 2,098 трлн руб., а целевой показатель на конец 2018 г. установлен на уровне 3 трлн руб. По состоянию на 23 апреля 2018 г. общий объем заключенных договоров составил 355,060 млрд руб., средняя доля прямых закупок оказалась равной 43,03%, превысив установленную квоту в 15% практически в 3 раза. Номенклатура закупочных позиций превысила 285 тыс. позиций, а лидерами среди крупнейших заказчиков стали: АО «ГСК «Югория» (28,07 млрд руб.), ПАО «НК «Роснефть» (24,43 млрд руб.), ПАО «ФСК ЕЭС» (22,30 млрд руб.), ПАО «Сбербанк» (11,96 млрд руб.), ПАО «АНК «Башнефть» (10,96 млрд руб.).

4.3. Технологическое развитие

В качестве индикаторов уровня технологического развития в «Стратегии» были выбраны:

- 1) прирост высокопроизводительных рабочих мест на малых и средних предприятиях (накопленным итогом);
- 2) доля экспорта малых и средних предприятий в общем объеме экспорта Российской Федерации.

Высокопроизводительные рабочие места. Расчет количества высокопроизводительных рабочих мест на малых и средних предприятиях является нетривиальной задачей. Приказом Минэкономразвития России от 9 октября 2017 г. № 665 Росстату была утверждена методика расчета показателя «прирост высокопроизводительных рабочих мест, в % к предыдущему году».

Согласно этому документу, к высокопроизводительным рабочим местам (далее – ВПРМ) относятся все замещенные рабочие места предприятия (организации), на котором среднемесячная заработная плата работников (для индивидуальных предпринимателей – средняя выручка) равна или превышает установленную величину критерия (пороговое значение) [65]. При этом понимается, что замещенные рабочие места для организаций, предприятий – это работники списочного состава, внешние совместители и работники, выполнявшие работы по договорам гражданско-правового характера; для индивидуальных предпринимателей – это занятые в бизнесе: сам индивидуальный предприниматель, партнеры, помогающие члены семьи, наемные работники.

Иначе говоря, под высокопроизводительными рабочими местами понимаются рабочие места с высокой производительностью и высоким уровнем заработных плат. Можно утверждать, что количество ВПРМ является индикатором качества жизни населения в стране.

В Приказе Минэкономразвития России, утверждающем методику расчета ВПРМ, приведен подробный алгоритм того, как рассчитывать ВПРМ в организациях (за исключением малых), а также на малых предприятиях, микропредприятиях и у индивидуальных предпринимателей. Критерием отбора организаций (предприятий) с ВПРМ является пороговое значение среднемесячной заработной платы работников на одно замещенное рабочее место, которое различно по типам предприятий и субъектам РФ.

Методика расчета ВПРМ Росстата, предполагающая измерение производительности исходя из уровня заработной платы, вызывает много критики, поскольку средняя заработная плата в регионе не является объективным показателем высокой производительности и приводит к завышению числа ВПРМ в бюджетных секторах, секторе добывающей промышленности, где добавленная стоимость низкая, а зарплаты – выше среднего. По данным Росстата, число ВПРМ в России в 2016 г. составило 15 980 тыс. ед., снизившись на 4,8% по сравнению с 2015 г. [66].

Группой экспертов¹ совместно с Общероссийским народным фронтом (ОНФ) была предложена альтернативная методика подсчета числа ВПРМ в России (методика «Деловой России»). Эта методика определяет производительность труда на конкретном предприятии как сумму двух слагаемых – оплаты труда работника (включая страховые взносы с зарплат) и валовой прибыли предприятия в расчете на 1 сотрудника. Расчеты по этой методике проводила Федеральная налоговая служба. Согласно этой методике, в 2016 г. число ВПРМ в России составило 16 606 тыс. ед., увеличившись по сравнению с 2015 г. на 8,3% [66]. Эти значения примерно соотносятся с данными Росстата, однако тренды по изменению числа ВПРМ в России за последние годы, рассчитанные по двум методикам (Росстата и «Деловой России»), существенно различаются.

Количество ВПРМ Росстата свидетельствует о его снижении с 2014 г., тогда как по методике «Деловой России» количество ВПРМ с 2014 г. имело возрастающий тренд. Тем не менее расчеты на основе обеих методик сходятся в том, что при сохранении действующей экономической политики достичь установленного майским Указом президента РФ № 596 «О долгосрочной государственной экономической политике» целевого ориентира в 25 млн ед. высокопроизводительных рабочих мест к 2020 г. не удастся.

¹ Институт экономики роста им. П.А. Столыпина.

К настоящему моменту официальных данных с расчетами числа ВПРМ в секторе МСП нет, поскольку до недавнего времени не было официально утвержденной методики для подобных расчетов, однако есть расчеты ОНФ [67] по числу ВПРМ на предприятиях, использующих спецрежимы налогообложения. Специальные режимы наиболее распространены среди малых и средних предприятий, поэтому динамика числа ВПРМ на предприятиях, их использующих, представляет для нас особый интерес. Так, согласно расчетам ОФН, с 2011 по 2016 г. число ВПРМ на предприятиях, находящихся на спецрежимах, сократилось на 1,3 млн ед. (или снизилось на 27%).

Доля экспорта МСП. По данным Минэкономразвития России со ссылкой на данные ФТС России, в течение последних нескольких лет доля малых и средних предприятий-экспортеров в общем объеме российского экспорта составляла 6–6,5%. Хотя эта цифра довольно небольшая, она показывает, что среди российских предприятий малого и среднего бизнеса есть активные и гибкие фирмы, способные выдерживать конкуренцию на международных рынках и умеющие адаптироваться к новым условиям. Одна из целей политики поддержки развития сферы МСП должна заключаться в том, чтобы таких фирм в России становилось больше.

В докладе Минэкономразвития России [61], опубликованном в 2017 г., также приведена доля малых и средних предприятий в общем объеме российского несырьевого экспорта, составляющая 9,2%, что косвенно свидетельствует о том, что малых и средних предприятий в сырьевом секторе экономики меньше, чем в несырьевом.

Кроме того, на сайте Росстата опубликованы данные, полученные от ФТС России, по числу малых и средних предприятий, занимающихся экспортной деятельностью (*рис. 30*). На графике, представленном на *рис. 30*, видно, что количество предприятий-экспортеров в России в течение последних четырех лет увеличилось.

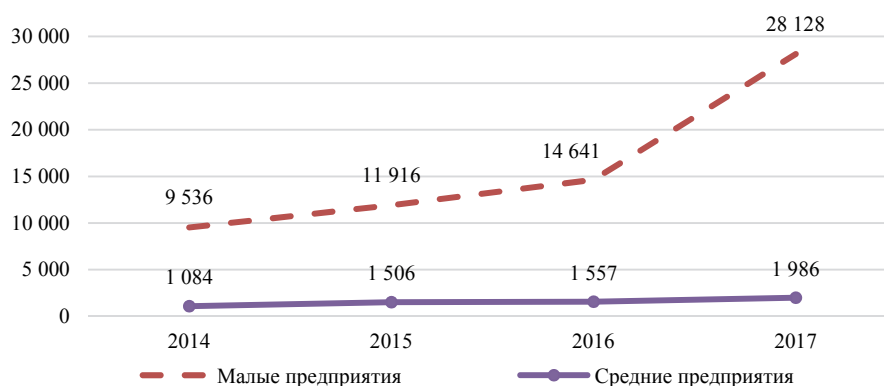


Рис. 30. Количество малых и средних российских предприятий, осуществляющих экспортную деятельность в 2014–2017 гг.

Источник: [57].

4.4. Доступность финансирования

Индикатором доступности финансирования служит доля кредитов субъектам малого и среднего предпринимательства в общем кредитном портфеле юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Общий объем кредитов, предоставленных субъектам МСП, за 2017 г. составил 5984,5 млрд руб., из них было предоставлено индивидуальным предпринимателям 421,0 млрд руб., т.е. 7% общего объема кредитов сектора МСП.

Средневзвешенная ставка по выданным субъектам МСП кредитам на срок до 1 года, включая «до востребования», составила в декабре 2017 г. 12,17%, по кредитам свыше 1 года – 10,84%. Это самые низкие показатели с 2014 г.

Доля кредитов субъектам МСП в общем кредитном портфеле юридических лиц и индивидуальных предпринимателей по итогам 2017 г. составила 17,2%. На начало 2018 г. указанная доля снизилась до 15,6%, что связано в большей степени с сезонными скачками (рис. 31). Если сравнить это значение со значением доли кредитов субъектам МСП за аналогичный период 2017 г., то можно увидеть, что

в 2018 г. доля кредитов субъектам МСП выросла на 0,3 п.п. по сравнению с предыдущим годом.

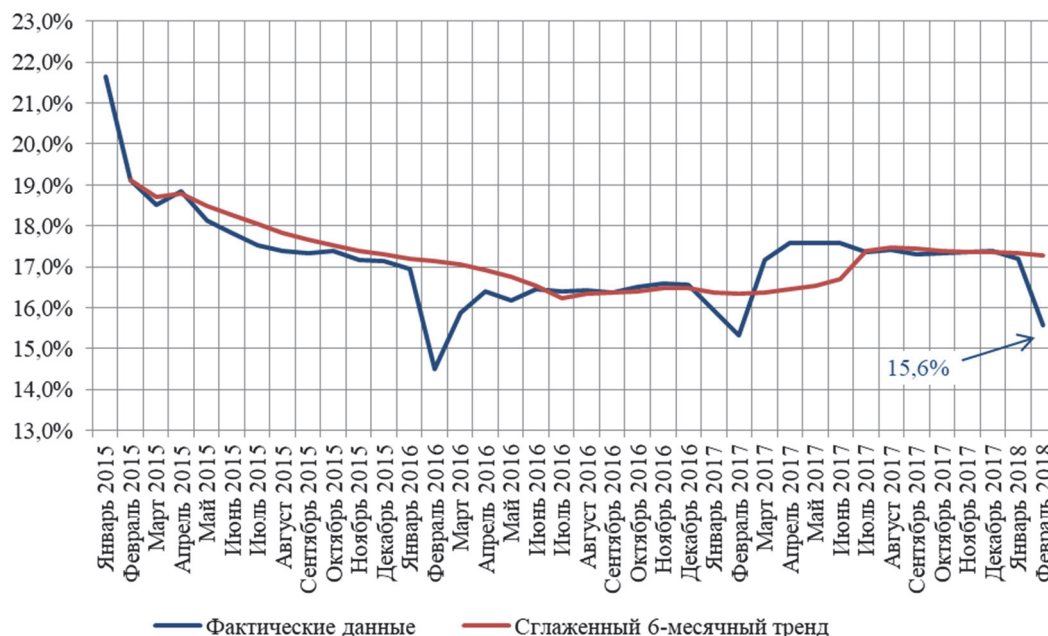


Рис. 31. Доля кредитов, предоставленных субъектам малого и среднего предпринимательства в рублях, в общем объеме выданных кредитов юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям в рублях

Источник: [68].

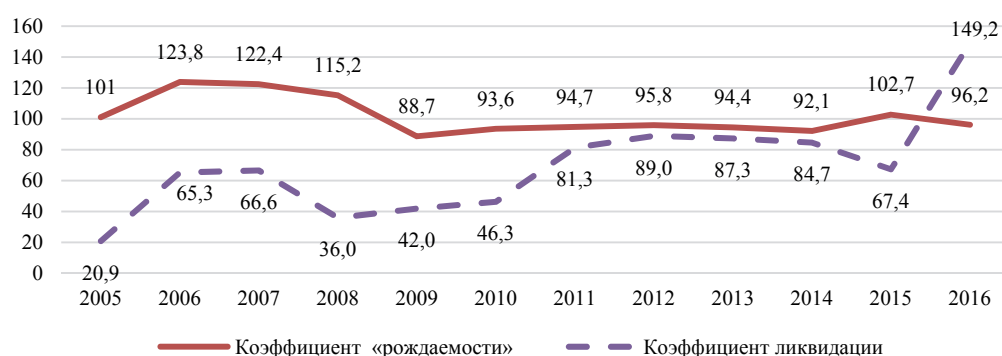
4.5. Фискальная политика

Предсказуемость фискальной политики может быть оценена таким показателем, как коэффициент «рождаемости» субъектов малого и среднего предпринимательства (количество созданных в отчетном периоде малых и средних предприятий на 1 тыс. действующих на дату окончания отчетного периода малых и средних предприятий).

Этот показатель весьма косвенно отражает непосредственно предсказуемость фискальной политики, поскольку рост числа вновь созданных предприятий может быть связан со множеством других факторов (например, рост спроса, повышение

доступности кредитов и т.д.). Теоретически изменение коэффициента «рождаемости» МСП может произойти и при увеличении налоговой нагрузки на предприятия малого и среднего бизнеса, в ситуации массовой перерегистрации предприятий.

Тем не менее этот показатель является важным индикатором развития сферы МСП. По данным Росстата, коэффициент «рождаемости» организаций в 2016 г. составил 96,2, а коэффициент официальной ликвидации – 149,2. Это означает, что на 1000 действующих организаций приходится 96 открытий новых и 149 ликвидаций старых. Превышение значения коэффициента ликвидации над коэффициентом «рождаемости» организаций в 2016 г. свидетельствует о наличии неблагоприятных трендов развития сектора МСП. На *рис. 32* приведена динамика коэффициентов «рождаемости» и ликвидации за 2005–2016 гг., а в *табл. 19* показана ежемесячная динамика коэффициентов «рождаемости» и ликвидации организаций в течение I–III кварталов 2017 г.



Примечания.

1. Коэффициент «рождаемости» организаций – отношение количества зарегистрированных организаций за отчетный период к среднему количеству организаций, учтенных органами государственной статистики в Статистическом регистре по данным государственной регистрации в отчетном периоде, рассчитанное на 1000 организаций.
2. Коэффициент официальной ликвидации организаций – отношение количества официально ликвидированных организаций за отчетный период к среднему количеству организаций, учтенных в Статистическом регистре органами государственной статистики по данным государственной регистрации в отчетном периоде, рассчитанное на 1000 организаций.

Рис. 32. Показатели демографии организаций
в Российской Федерации за 2005–2016 гг.

Источник: [57].

Таблица 19

**Динамика коэффициентов «рождаемости» и ликвидации
организаций в России в 2017 г.**

2017 г.	Январь	Фев- раль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сен- тябрь
Коэффициент «рождаемо- сти» организаций на 1000 организаций	5,7	8,2	9,5	8,4	7,6	7,5	7,2	7,2	6,5
Коэффициент официальной ликвидации организаций на 1000 организаций	18,1	9,9	9,9	7,6	7,8	9,3	10,9	11,8	9,6

Источник: [57].

Другими индикаторами, характеризующими гибкость фискальной политики по отношению к сектору МСП, можно считать показатель объема налоговых поступлений по специальным режимам налогообложения (УСН, ЕНВД, ПСН, ЕСХН) в консолидированный бюджет Российской Федерации, который за 2017 г. составил 516,8 млрд руб. (выше значения 2016 г. на 5,4%, ниже значения 2015 г. на 1,1%), и показатель количества индивидуальных предпринимателей, применяющих патентную систему налогообложения (по состоянию на 1 июля 2017 г. – 187,7 тыс. человек).

4.6. Качество государственного регулирования

Индикатором качества государственного регулирования в «Стратегии» является количество субъектов малого и среднего предпринимательства (включая индивидуальных предпринимателей) в расчете на 1 тыс. человек.

Этот показатель можно считать аналогом предпринимательской активности населения, поскольку он отражает регистрационную активность фирм (интенсивность создания новых предприятий) в совокупности с вовлеченностью населения в развитие бизнеса. Отметим, что значение этого индикатора зависит не только от

качества государственного регулирования, но и от других экономических (и демографических) факторов. Кроме того, на него существенно влияет изменение критериев отнесения предприятий к субъектам МСП.

В «Стратегии» предлагается относить число МСП к общей численности населения, хотя нам кажется, что более целесообразно соотносить число МСП с численностью экономически активного населения (ЭАН), поскольку дети и пенсионеры в большинстве случаев не участвуют в создании и развитии бизнеса. В *табл. 20* приведены данные из сборников «Малое и среднее предпринимательство в России» Росстата по числу предприятий, а также данные Росстата по численности населения, используемые нами для расчета предпринимательской активности. Данные за 2010 и 2015 гг. получены Росстатом по итогам сплошного наблюдения за деятельностью МСП, поэтому выбиваются из общего ряда выборочных наблюдений, проводимых в остальные годы, что особенно заметно по показателю числа средних предприятий. В целом можно отметить, что динамика изменения предпринимательской активности в России в эти годы была положительной. Небольшой видимый спад в 2011 г. связан, скорее, с несовершенством российских статистических данных, чем с реальным снижением уровня предпринимательской активности.

Таблица 20

**Число предприятий МСП, численность населения
и предпринимательская активность в России в 2008–2016 гг.**

	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Число предприятий в секторе МСП									
Малые предприятия, включая микропредприятия, ед.	1 347 667	1 602 491	1 644 269	1 836 432	2 003 038	2 063 126	2 103 780	2 222 372	2 770 562
Средние предприятия, ед.	14 170	15 547	25 170	15 945	13 767	13 684	13 672	19 278	13 346
Индивидуальные предприниматели, человек	2 741 953	2 663 904	2 927 500	2 505 123	2 602 308	2 499 043	2 413 793	2 792 000	2 523 575
Всего МСП, включая ИП, ед.	4 103 790	4 281 942	4 596 939	4 357 500	4 619 113	4 575 853	4 531 245	5 033 650	5 307 483

Окончание таблицы 20

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Численность населения									
ЭАН, тыс. человек	75 757	75 658	75 440	75 779	75 676	75 529	75 428	76 588	76 636
Население, тыс. человек	142 742	142 785	142 850	142 961	143 202	143 507	146 091	146 406	146 675
Предпринимательская активность									
Число МСП, включая ИП, на 1 тыс. человек ЭАН	54,2	56,6	60,9	57,5	61,0	60,6	60,1	65,7	69,3
Число МСП, включая ИП, на 1 тыс. человек населения	28,7	30,0	32,2	30,5	32,3	31,9	31,0	34,4	36,2

Источник: [56] (статистические сборники «Малое и среднее предпринимательство в России» за разные годы).

4.7. Территориальное развитие

Территориальное развитие в «Стратегии» предлагается измерять следующими показателями:

- 1) количество субъектов российской федерации, на территории которых зафиксирована положительная динамика числа зарегистрированных малых и средних предприятий;
- 2) доля средств, направляемая на реализацию мероприятий в сфере развития малого и среднего предпринимательства в монопрофильных муниципальных образованиях, в общем объеме финансового обеспечения государственной поддержки малого и среднего предпринимательства за счет средств федерального бюджета.

Рост количества предприятий МСП (без учета ИП) за период 2014–2016 гг. наблюдался в 43 регионах, т.е. в этих регионах общее число предприятий МСП в 2015 г. оказалось больше, чем в 2014 г., а в 2016 г. – больше, чем в 2015 г. (табл. 21).

**Субъекты Российской Федерации, в которых в 2014–2016 гг.
наблюдалась положительная динамика роста числа МСП**

	Регион России	Число микро-, малых, средних предприятий, ед.			Прирост числа МСП в 2016 г. по сравнению с 2014 г., %
		2014 г.	2015 г.	2016 г.	
1	2	3	4	5	6
1	г. Москва	246 216	297 670	517 377	110,1
2	Мурманская область	5 980	10 739	11 890	98,8
3	Вологодская область	12 674	19 085	23 269	83,6
4	Республика Крым	13 024	17 325	22 345	71,6
5	Пермский край	35 706	58 338	61 083	71,1
6	Челябинская область	42 177	57 521	71 325	69,1
7	Воронежская область	23 559	33 339	38 329	62,7
8	Московская область	78 481	86 775	122 484	56,1
9	Республика Татарстан	49 281	71 395	75 016	52,2
10	Самарская область	47 252	54 603	70 574	49,4
11	Республика Алтай	2 277	2 898	3 331	46,3
12	Хабаровский край	20 788	26 453	30 047	44,5
13	Приморский край	31 993	39 059	46 001	43,8
14	Краснодарский край	63 313	82 429	90 755	43,3
15	Нижегородская область	36 085	41 945	51 665	43,2
16	Костромская область	6 759	9 412	9 676	43,2
17	г. Севастополь	5 290	5 736	7 545	42,6
18	Республика Карелия	9 321	12 691	12 734	36,6
19	Иркутская область	28 883	34 491	38 540	33,4
20	Свердловская область	82 185	88 022	108 460	32,0
21	Ярославская область	22 074	22 237	28 924	31,0
22	Амурская область	8 093	8 862	10 540	30,2
23	Смоленская область	13 476	14 178	17 525	30,0
24	Калининградская область	21 871	27 113	28 399	29,8
25	Камчатский край	5 194	6 145	6 701	29,0
26	Удмуртская Республика	21 847	23 778	27 779	27,2
27	Тверская область	17 249	17 963	21 930	27,1

Окончание таблицы 21

1	2	3	4	5	6
28	Орловская область	7 872	8 501	9 983	26,8
29	Забайкальский край	6 544	7 490	8 137	24,3
30	Тамбовская область	8 791	9 724	10 773	22,5
31	Ульяновская область	16 072	16 319	19 689	22,5
32	Рязанская область	17 068	17 229	20 617	20,8
33	Республика Башкортостан	41 856	46 863	49 895	19,2
34	Алтайский край	32 222	32 852	38 410	19,2
35	Волгоградская область	28 877	31 652	33 933	17,5
36	Республика Марий Эл	9 538	9 726	11 036	15,7
37	Курганская область	7 378	7 496	8 473	14,8
38	Республика Адыгея	4 014	4 221	4 540	13,1
39	Брянская область	12 383	12 546	13 985	12,9
40	Владимирская область	18 563	20 191	20 524	10,6
41	Тульская область	20 962	21 256	23 078	10,1
42	Оренбургская область	19 440	19 555	20 956	7,8
43	Новосибирская область	76 884	79 223	81 793	6,4

Источник: составлено авторами.

Если оценить число регионов, в которых количество предприятий МСП увеличилось в 2016 г. по сравнению с 2014 г., не беря в расчет значение 2015 г., то число регионов с положительной динамикой количества зарегистрированных МСП окажется значительно больше – 66 регионов. Тогда можно утверждать, что целевой ориентир в «Стратегии» по данному показателю, который составляет 47 регионов для 2015 г. и 55 для 2018 г., достигнут.

Для оценки по второму индикатору – «Развитие МСП в монопрофильных муниципальных образованиях» данные пока отсутствуют.

4.8. Квалифицированные кадры

Успешность исполнения мероприятий раздела, посвященного квалифицированным кадрам, в «Стратегии» предлагается оценивать по показателю «доля граждан, планирующих открыть собственный бизнес в течение ближайших 3 лет».

Этот показатель является неоднозначным индикатором для отражения роста или падения доли квалифицированных кадров в обществе, поскольку его изменение может быть обусловлено влиянием других факторов (например, экономическим подъемом, популяризацией предпринимательства, упрощением процедур регистрации бизнеса и т.д.), не связанным непосредственно с увеличением числа граждан, обладающих навыками, необходимыми для создания собственного бизнеса. Возможно, для того чтобы понять, что происходит с квалифицированными кадрами в стране, стоило также разработать показатель, отражающий доступность предпринимательского образования, – например, показатель количества обучающих программ «для будущих предпринимателей» и программ дополнительного образования по развитию бизнеса, различных онлайн-курсов по теме предпринимательства и других обучающих материалов.

По данным GEM, в 2016 г. доля граждан, планирующих открыть собственный бизнес в течение ближайших 3 лет, составляла 5% населения, при этом лишь 2,1% россиян, не являющихся предпринимателями, сказали, что они рассматривают возможность открытия собственного бизнеса в ближайшее время [58].

5. Рекомендации по проведению международных статистических сопоставлений в сфере МСП

5.1. Обобщение мировой практики

На сегодняшний день в мире отсутствует единый критерий для отнесения предприятий к сфере МСП. Критерии варьируются по странам и используются, как правило, с единственной целью – для получения поддержки (финансовой и не только) и льгот (преференций, упрощенных требований, сниженных пошлин).

Иногда различные критерии в стране выдвигают разные организации/органы: например, в Канаде критерии государственных органов не совпадают с критериями институтов развития. При этом в зависимости от специфики программы поддержки или института развития к кандидатам на получение поддержки могут выдвигаться и другие требования: отраслевые, организационные, географические и др. По этой же причине в Евросоюзе, где поддержка МСП централизована, уже более 10 лет действуют единые критерии.

Более того, в мире нет единого понимания сферы МСП. Например, в США для включения в программы поддержки нужно быть малым бизнесом, понятие «средний» как таковое отсутствует. В Японии выделяются микробизнес и вместе малые и средние предприятия. В Бразилии Национальный банк экономического и социального развития (BNDES) выделяет в отдельную категорию «крупные средние предприятия» (годовая выручка до 13,25 млн долл.). В ЮАР, помимо средних, малых и микропредприятий, выделяются «очень малые предприятия» (very small).

Кроме того, под малыми и средними предприятиями понимаются организации разной юридической формы: в ЕС – любой хозяйствующий субъект, вовлеченный в экономическую деятельность (а значит, и семейный бизнес, и партнерства, и ассоциации).

В качестве критериев МСП используются следующие параметры:

- численность работников. Она учитывается по-разному. В США, например, это среднее число трудоустроенных в компании в течение каждого отчетного периода сотрудников, за последний год, включая временных сотрудников, практикантов и т.д., независимо от длительности трудоустройства. В ЕС в число сотрудников входят только работавшие полный рабочий день весь год, а также владельцы-менеджеры и участвующие в работе фирмы партнеры;
- годовая выручка (включены все типы доходов);
- оборот (turnover) или общий баланс (активы);
- уставный капитал;
- объем инвестиций в завод или оборудование (Индия);
- отраслевые критерии (США, Китай и др.).

Применение отраслевых критериев позволяет сделать поддержку более адресной, варьировать выбор компаний, претендующих на льготы и преференции, в соответствии с национальными приоритетами.

Для получения поддержки во многих странах малое или среднее предприятие должно соответствовать дополнительным критериям, например, таким, как:

- независимость происхождения или отсутствие аффилированности с другими фирмами и (или) государственными предприятиями.

В США аффилированность устанавливается целым перечнем критериев, включая не владение только голосующими акциями, но и субподрядами, и общими экономическими интересами. В ЕС фирмы делятся на автономные, партнерские и связанные. В зависимости от принадлежности к этим группам определяется степень аффилированности, и данные других компаний включаются полностью или в долях в отчетность. В Норвегии учитываются подконтрольные организации и холдинговые компании;

- принадлежность стране получения поддержки (на которую не могут претендовать агентства или представительства иностранных фирм).

Количественные критерии значительно варьируются по странам. По численности сотрудников самый широкий критерий для сферы МСП в Китае (до 2000 сотрудников), в Канаде (499 сотрудников), в Южной Корее и Японии (300); самый узкий – в Новой Зеландии и Норвегии (99 человек). Наиболее часто встречающийся за рубежом порог по численности сотрудников для сферы МСП – 250 человек.

По финансовому критерию также наиболее широкий диапазон в Китае (для средних фирм годовой доход – до 318 млн долл.), за ним ЕС (61,7 тыс. долл.), Россия (32,6 тыс. долл.), Южная Корея (30 тыс. долл.).

Максимально высокий порог для малых компаний – в США (38,5 млн долл.), в России (13 млн долл.), в Китае (12,7 млн долл.) и в ЕС (12,5 млн долл.). Самые крупные микропредприятия – в ЕС (2,5 млн долл.), в России (1,9 млн долл.) и в Китае (1,6 млн долл.).

Закономерностей в применении различных критериев по определенным регионам, правовым системам, по уровню развития страны не просматривается.

Зарубежная практика повсеместно отдельно выделяет малые и средние предприятия в сельском хозяйстве, предлагая собственные критерии для этой отрасли, по причине сезонности работы и, как следствие, большой вариативности в численности работников. В Японии сельскохозяйственные предприятия вообще не относятся к сфере МСП.

5.2. Сопоставление стран по различным показателям сферы МСП

Используемые за рубежом показатели отражают основные функции, которые МСП выполняет в экономике. Это создание рабочих мест и обеспечение занятости, производство добавленной стоимости и обеспечение экспорта, экономический рост и повышение конкурентоспособности экономики, персонализированное удовлетворение потребностей потребителей, создание новых отраслей и диверсификация экономики, пополнение местных бюджетов.

Сравнение стран по числу фирм и размеру экономик отражает экономическую концентрацию. Доля микропредприятий ниже в крупных странах с относительно замкнутой экономикой (США, Бразилия, Япония, Канада, Германия и т.д.). Выше эта доля в странах, ориентированных на международные связи (Греция (туризм), Эстония (сфера услуг, туризм), Южная Корея (экспорт), Турция (туризм, экспорт и т.д.)).

Доля МСП в общем числе фирм в России одна из самых низких в мире (97,9%), тогда как по ОЭСР средний показатель – 99,3%. Это говорит о высокой концентрации промышленности на рынке, о высоких барьерах входа, но также и о крупном или относительно замкнутом внутрискановом рынке, как, например, в Швейцарии, Канаде, Новой Зеландии, США. Доля МСП в общем числе фирм также выше в странах, где традиционно развит туризм, а соответственно, и торговля, и бытовые услуги (Греция, Турция и др.).

Средний размер фирм в России выше, чем за рубежом (12 человек против 8 человек), даже с учетом того, что с 2008 г. этот показатель снизился, вероятно, в связи с дроблением компаний. Интересно отметить, что в России и США показатель «средний размер фирм» существенно выше показателя «средний размер малых и средних фирм», что подтверждает вывод об особенностях концентрации экономики России.

Малый и средний бизнес в странах ОЭСР создает примерно 55% ВВП и около 59,1% рабочих мест. В Европейском союзе малые и средние предприятия составляют более 99,8% всех предприятий, создают 57,5% добавленной стоимости и обеспечивают рабочими местами не менее 65% занятых. В России – около 21% ВВП и лишь 33% занятости, что существенно ниже при сопоставимых оценках с другими странами.

Проведенные сопоставления показали, что в небольших странах доля малых и средних предприятий выше, в целом их больше и они меньше по размеру. Доля

МСП в ВВП выше, чем в занятости, так как малые фирмы более производительны, чем крупные. В странах с крупными рынками и экономиками влияние сферы МСП в целом ниже, а средний размер фирмы выше (помимо России, это США, Великобритания, Япония, Германия, Канада).

При сопоставлении показателей занятости важно отметить, что в России в расчет не принимаются самозанятые и индивидуальные предприниматели, учитываемые за рубежом, соответственно, формальный разрыв между числом занятых в МСП в России и числом занятых в МСП за рубежом велик.

При анализе отраслевой структуры сферы МСП для анализа качества сферы МСП важно обращать внимание на роль производственных предприятий и фирм ИКТ. В России доля производственных предприятий ниже, чем в других странах (11,6%). В ряде стран, где этот показатель еще ниже, в противовес ему выше доля ИКТ фирм, которая в России составляет менее 1%. Вместе с тем в связи с большим средним размером производственных фирм в России показатель занятости на производственных предприятиях сферы МСП в стране достаточно высок (22,1%) – выше, чем в США, Франции, что, однако, все равно ниже, чем в ряде восточноевропейских стран.

Анализ показателей в динамике позволяет косвенно оценить условия для развития предпринимательства в России. Сопоставления показывают, что значительное негативное влияние на число новых фирм оказал кризис 2008 г. В России наименьшие значения этого показателя были в 2014 г., вероятно, в связи с санкциями, общая динамика до 2016 г. отрицательная. Динамика среднего числа фирм свидетельствует о процессах дробления для получения налоговых и иных преференций.

При сопоставлении доли добавленной стоимости, приходящейся на фирмы с разным числом работников, важно помнить, что за рубежом рассматривается только частный сектор (без бюджетных организаций – public sector), тогда как в

России оценивается вся экономика, что существенно занижает оценки по доле МСП в ВВП (79% приходится на организации с числом работников более 250). Вместе с тем перерасчет все же оставляет 70% за крупными компаниями, что максимально высоко по сравнению с другими странами. В целом создаваемая крупными компаниями стоимость больше в крупных странах, ориентированных на трудозатратные и капиталоемкие отрасли.

Анализ доли крупных компаний в обороте позволяет утверждать, что в России они создают добавленную стоимость, перераспределяет которую сфера МСП. Она же поставляет комплектующие для крупных компаний, среди которых менее распространена вертикальная интеграция.

По производительности труда в сфере МСП Россия отстает от развитых стран мира.

При анализе выделяется ряд малых европейских стран и Израиль, где доля МСП в ВВП выше средней по ОЭСР, что можно объяснить схожими институциональной средой, традициями, культурой.

Ситуация в России является нетипичной, она не повторяет ни страны Восточной Европы, ни Украину, ни Белоруссию: для России характерны большой средний размер фирм и малая роль МСП в ВВП и занятости, хотя уровень занятости существенно выше, чем в ВВП.

5.3. Рекомендации для России

В настоящее время Россия предъявляет к МСП требования, сравнимые с требованиями развитых стран. Это касается как численности сотрудников, так и годового оборота предприятий.

По финансовым критериям российские МСП достаточно велики – 2 млрд руб.; выше российских критериев – только пороги для МСП стран – членов Европейского союза и США.

Отраслевой критерий в России является наименее проработанным и установлен только для отдельных отраслей легкой промышленности, он расширяет порог по численности занятых до 1 тыс. человек. Разумным представляется рассмотреть и другие отрасли, в том числе с наибольшим количеством занятых, и ввести дополнительные повышающие критерии для МСП в этих отраслях. Ориентиром может служить майский Указ Президента 2018 г. с обозначением приоритетных направлений и ключевых проектов (программ).

Наличие нескольких критериев, которые должны соблюдаться одновременно, накладывает достаточно строгие требования на предприятие для того, чтобы оно могло считаться малым (включая микропредприятие) или средним. Безотносительно участия в программах поддержки, для статистического учета данных по МСП и в части приближения к международному опыту определения предприятий сферы малого и среднего предпринимательства необходима унификация используемых критериев отнесения к МСП, которые могут быть не столь строгими.

В России также отличаются критерии МСП, применяемые в целях участия в государственных программах поддержки, и критерии ФНС для применения УСН: 112,5 млн руб. – для перехода на УСН, менее 100 человек средней численности работников и не более 150 млн руб. остаточной стоимости основных средств – для сохранения возможности применять УСН. В данном направлении целесообразно продолжать диверсификацию мер поддержки различных МСП и деконцентрацию их у разных операторов (Корпорация МСП, Минпромторг, Минсельхоз, Минэкономразвития России и др.). Использование разных критериев разными инстанциями в целях оказания адресной поддержки конкретным группам предприятий вполне согласуется с зарубежным опытом.

Представляется перспективным создание формулы расчета размера малых и средних предприятий, которая бы была единой для всего мира, но при этом учитывала специфику каждой страны. Например, годовой оборот МСП может быть

привязан к валовому национальному доходу в расчете на душу населения с учетом покупательной способности (ППС) страны. Однако и такой подход имеет недостатки – в частности, в развивающихся странах крайне сложно собрать адекватные данные по обороту малых и средних предприятий.

Частые изменения критериев, с одной стороны, позволяют более гибко подстраивать государственную поддержку под изменяющиеся экономические реалии, но с другой – затрудняют проведение аналитических исследований относительно динамики развития МСП в России, роли этой сферы в экономике страны, закономерностей ее деятельности, оценки эффективности оказываемой господдержки.

В связи с этим в ближайшие годы не рекомендуется изменять определение МСП и общие критерии отнесения предприятий к малым и средним.

Целесообразным представляется проведение тщательного анализа отраслевого распределения МСП и на его основе рекомендовать уточняющие критерии по отраслевому принципу, исключительно в рамках действующих программ поддержки приоритетных направлений развития промышленности.

Важно обеспечить статистическую сопоставимость и надежность собираемых данных, исключая появление противоречивых данных из разных источников (реестр МСП, Росстат и т.д.). Позитивную роль в данном процессе должны сыграть цифровизация экономики и развитие электронного контроля и надзора. Тогда ФНС как оператор реестра сможет учитывать все автоматически собираемые данные о фирмах и проводимых ими операциях в единой системе. Значимую роль в данном процессе может сыграть банковская система.

Сближение деятельности Росстата и Минэкономразвития России должно способствовать оптимизации системы сбора и обработки данных о предприятиях, сокращению лишних статистических форм, обеспечению сопоставимости и актуальности статистических данных.

Наиболее важным аспектом, который требует корректировки по итогам международных сопоставлений, является показатель доли МСП в ВВП, который взят в качестве ориентира «Стратегией развития МСП до 2030 г.» в России. Уровень данного показателя, взятый как бенчмарк, рассчитывается за рубежом без учета вклада в ВВП государственных предприятий и предприятий бюджетной сферы (public sector). Таким образом, в этот показатель оказываются включенными только частные компании, в некоторых странах – без аффилированных. Показатель учитывает и самозанятых. В России в аналогичный показатель вошли все предприятия в экономике, т.е. доля МСП рассчитывается в общем объеме ВВП, произведенном всеми агентами. Кроме того, в России множество незарегистрированных самозанятых, работающих в теневом секторе, которые также оказываются исключены из расчетов ВВП. При корректировке требуется пересчитать долю МСП в объеме ВВП, произведенном только частными компаниями, а также предложить методику для оценки объема ВВП, произведенного в теневом секторе экономики.

Для достижения стабильного развития сферы МСП в России и приближения статистики по сфере МСП к зарубежной целесообразным представляется определить статус самозанятых, принять меры по их легализации и статистическому учету.

Заключение

Данное исследование посвящено анализу подходов к определению сферы малого и среднего предпринимательства в России и за рубежом, анализу системы поддержки экспорта малых и средних предприятий, а также последующей выработке рекомендаций для России на основе анализа зарубежного опыта и проведенных расчетов.

Любые международные сопоставления политики в отношении малых и средних предприятий и уровня развития сферы МСП подразумевают единый формат объекта сравнения. Вместе с тем проведенный анализ показал, что в каждой стране используется свой подход к определению малых и средних предприятий и единого понимания этого явления не существует. В зарубежных отчетах используется единый критерий по количеству трудоустроенных, однако выборки по странам, используемые для расчетов показателей по МСП, не отражают реального состояния сферы МСП в этих странах. Например, по данным ОЭСР, в бизнес-секторе МСП в России занято 6,1 млн человек, а по данным Реестра МСП – 19,22 млн человек. Очевидно, лишь малая часть фирм в России учитывается в данных ОЭСР по России. Схожая ситуация наблюдается при расчетах структуры оборота и других показателей.

Сопоставление стран по числу фирм и размеру экономик отражает экономическую концентрацию. В небольших странах доля малых и средних предприятий выше, в целом их больше и они меньше по размеру. При анализе отраслевой структуры сферы МСП важно обращать внимание на роль производственных предприятий и фирм ИКТ. В России доля производственных предприятий ниже, чем в других странах: 11,6%.

Ситуация в России является нетипичной, она не повторяет ни страны Восточной Европы, ни Украину, ни Белоруссию: для России характерны большой средний размер фирм и малая роль МСП в создании ВВП и занятости.

Анализ международного и российского опыта позволяет говорить о том, что уровень развития сферы МСП в России не настолько отстает от зарубежного, как принято считать, не принимая во внимание различие методик подсчета разных показателей.

В части рекомендаций для России можно сделать вывод, что определение МСП в России не требует кардинального пересмотра, однако пристального внимания требует совершенствование статистики малых и средних предприятий. Это связано не столько с отсутствием достоверных данных за длительные периоды времени, сколько с обеспечением статистической сопоставимости и надежности данных из разных источников, а также с пересмотром основных статистических показателей, используемых для оценки уровня развития сферы МСП в России.

Список использованных источников

1. European Commission. What is an SME? [Электронный ресурс] URL: http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition_en (Дата обращения: 20 апреля 2018 г.).
2. European Commission. COSME. Europe's programme for small and medium-sized enterprises. [Электронный ресурс] // European Commission [сайт]. URL: https://ec.europa.eu/growth/smes/cosme_en (Дата обращения: 20 апреля 2018 г.).
3. Hoffmann R. SMEs in China [Электронный ресурс] // ECOVIS Beijing [сайт]. [2017]. URL: <http://www.ecovis-beijing.com/en/blog-en/articles/smes-in-china> (Дата обращения: 28 марта 2018 г.).
4. Gibson T., van der Vaart H.J. Defining SMEs: A Less Imperfect Way of Defining Small and Medium Enterprises in Developing Countries. Brookings Global Economy and Development, 2008.
5. OECD. Small, Medium, Strong. Trends in SME Performance and Business Conditions. OECD, Paris, 2017.
6. SBA. Small Business Compliance Guide. Size and Affiliation. SBA, 2014.
7. SBA. Size standards [Электронный ресурс] // SBA [сайт]. URL: <https://www.sba.gov/federal-contracting/contracting-guide/size-standards/> (Дата обращения: 25 марта 2018 г.).
8. Плетнёв Д.А., Николаева Е.В., Кампа А. Сравнительный анализ критериев отнесения предприятий к малому и среднему бизнесу в разных странах // Стратегии бизнеса. 2015. Т. 9. № 17.
9. Small Business Administration of United States of America. Table of Small Business Size Standards [Электронный ресурс] // Small Business Administration of United States of America [сайт]. [2015]. URL: <https://www.sba.gov/content/small-business-size-standards>
10. SBA. Guide to SBA's Definitions of Small Business // SBA.

11. SBA. Size Standards Tool [Электронный ресурс] // SBA [сайт]. URL: <https://www.sba.gov/size-standards/> (Дата обращения: 16 апреля 2018 г.).

12. Government of Canada. Employment size category [Электронный ресурс] // Government of Canada [сайт]. [2017]. URL: https://www.ic.gc.ca/eic/site/cis-sic.nsf/eng/h_00005.html#employment_size_category (Дата обращения: 4 апреля 2018 г.).

13. Ministry of Jobs; Trade and Technology. Small Business Profile 2017. Ministry of Jobs; Trade and Technology, 2017.

14. Flock Free Nation. What Is a Small Business? [Электронный ресурс] // Flock Free Nation [сайт]. [2011]. URL: <http://businessplangeni.us.com/blog/2011/07/18/what-is-a-small-business/> (Дата обращения: 18 апреля 2018 г.).

15. Government of Canada. Canada Small Business Financing Program: Guidelines [Электронный ресурс] // Government of Canada [сайт]. [2017]. URL: https://www.ic.gc.ca/eic/site/csbfp-pfpec.nsf/eng/h_la03133.html#s2_2 (Дата обращения: 15 апреля 2018 г.).

16. Australian Taxation Office. Small business entity concessions [Электронный ресурс] // Australian Taxation Office [сайт]. [2017]. URL: <https://www.ato.gov.au/business/small-business-entity-concessions/eligibility/> (Дата обращения: 12 апреля 2018 г.).

17. ASIC. Print this page Small business-what is small business [Электронный ресурс] // ASIC [сайт]. URL: <http://asic.gov.au/for-business/your-business/small-business/small-business-overview/small-business-what-is-small-business/> (Дата обращения: 17 апреля 2018 г.).

18. D&B Small Business. SMEs call for universal definition of small business [Электронный ресурс] // D&B Small Business [сайт]. URL: http://dnbsmallbusiness.com.au/News/SMEs_call_for_universal_definition_of_small_business/indexdl_8518.aspx (Дата обращения: 2 апреля 2018 г.).

19. Official Journal of the European Union. Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises [Электронный ресурс] // Official Journal of the European Union [сайт]. [2003]. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32003H0361&from=EN> (Дата обращения: 21 марта 2018 г.).

20. European Commission. Public consultation on the review of the SME definition [Электронный ресурс] // European Commission [сайт]. [2018]. URL: https://ec.europa.eu/info/consultations/public-consultation-review-sme-definition_en (Дата обращения: 21 марта 2018 г.).

21. European Commission. Horizon 2020 in Full Swing. 2017. [Online]. Hyperlink URL: https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/sites/horizon2020/files/h2020_threeyearson_a4_horizontal_2018_web.pdf

22. Iversen E. Norwegian Small and Medium-Sized Enterprises and the Intellectual Property Rights System: Exploration and Analysis. STEP Center for Innovation Policy. Oslo, 2003.

23. Research Office, Small and Medium Enterprise Agency. 2016 White Paper on Small and Medium Enterprises in Japan (outline). Research Office; Small and Medium Enterprise Agency, 2016.

24. OECD. Financing SMEs and Entrepreneurs 2016: An OECD Scoreboard. OECD, 2016.

25. Table 8.2. Definition of SME in China. OECD, 2016.

26. The Micro, Small and Medium Enterprises Development Act. Indian Ministry of Law and Justice, 2006.

27. Mello J. Company Classification in Brazil. The Brazil Business, 2012.

28. Timm S. Brazilian tax regime helps SMEs double survival rate. Small Business Insight, 2017.

29. Nes CF. Taxation Regime Simples Nacional. The Brazil Business, 2015.

30. Africa TBAS. Small Business Definition. The Banking Association South Africa, 2018.

31. Kushnir K. How Do Economies Define Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)? Companion Note for the MSME Country Indicators Contents Matrix, 2007.

32. Mirzeyev S. Small and Medium Entrepreneurship in Azerbaijan; Country Assessment. CESD, Baku, 2012.

33. Кнут А., Лиссем А. Рекомендации по реформированию определения МСП в Беларуси. Немецкая экономическая группа в Беларуси. Берлин/Минск, 2017.

34. Ministry of Economy and Sustainable Development of Georgia. SME Development Strategy of Georgia 2016-2020. Ministry of Economy and Sustainable Development of Georgia, 2015.

35. Закон РК «О республиканском бюджете на 2018–2020 годы» от 30 ноября 2017 г. № 113-VI.

36. Мороз С. О развитии и поддержке малого и среднего предпринимательства в Казахстане [Электронный ресурс] // Информационная система «Параграф» [сайт]. [2017]. URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=38173021#pos=1;-117 (Дата обращения: 21 апреля 2018 г.).

37. Kushnir K et al. Micro, Small, and Medium Enterprises Around the World: How Many Are There, and What Affects the Count? World Bank. IFC. MSME Country Indicators, 2010.

38. Ministry of Industry CaToB. «MSMEs Definition». Ministry of Industry; Commerce and Tourism of Bahrain, 2018.

39. ILO. Policies for the formalization of micro and small enterprises in Colombia. ILO, 2014.

40. ILO. Policies for the formalization of micro and small enterprises in Costa Rica. ILO, 2014.

41. The World Bank. SMEs for Job Creation in the Arab World. The World Bank, 2012.
42. Kushnir K. A Universal Definition of Small Enterprise: A Procrustean bed for SMEs? World Bank Group, 2010.
43. Entrepreneurship at a Glance 2017 // OECD. 2017. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/employment/entrepreneurship-at-a-glance-2017_entrepreneur_aag-2017-en (Дата обращения: 12 февраля 2018 г.).
44. Eurostat [сайт]. [2017]. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (Дата обращения: 12 февраля 2018 г.).
45. Annual report on European SMEs // European Commission. 2017. URL: https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/annual_report_-_eu_smes_2015-16.pdf (Дата обращения: 12 февраля 2018 г.).
46. Росстат. Малое и среднее предпринимательство в России. [сайт]. [2017]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1139841601359 (Дата обращения: 12 февраля 2018 г.).
47. Федеральный закон от 29 декабря 2015 г. № 408-ФЗ (ред. от 3 июля 2016 г.) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями, вступившими в силу с 21 декабря 2016 г.). [Электронный ресурс].
48. Федеральный закон от 26 июля 2017 г. № 207-ФЗ «О внесении изменений в статьи 4 и 4.1 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» позволяет правительству установить более высокие значения для средних фирм легкой промышленности [сайт].
49. Постановление Правительства Российской Федерации от 13 июля 2015 г. № 702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» [сайт].

50. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 27 ноября 2017 г.) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [сайт].

51. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [сайт]. [2018]. URL: <https://rmsp.nalog.ru/>

52. Письмо ФНС от 18 августа 2016 г. № 14-2-04/0870@ «О направлении разъяснений по вопросам ведения Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства» [сайт].

53. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г. // Консультант Плюс. 2016. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_199462/f3fa9da4fab9fba49fc9e0d938761ccffdd288bd/

54. Росстат. Институциональные преобразования в экономике и количество крупных и средних предприятий и организаций [Электронный ресурс] // Росстат [сайт]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1139841601359

55. Федеральная служба государственной статистики Росстат [сайт]. [2018]. URL: <http://www.gks.ru/>

56. ЕМИСС [сайт]. [2018]. URL: <https://fedstat.ru/>

57. Росстат. [Электронный ресурс] // Статистический сборник «Малое и среднее предпринимательство в России» [сайт]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1139841601359

58. Росстат. [Электронный ресурс] // Институциональные преобразования в экономике [сайт]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/reform/#

59. Верховская О.Р. и др. Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2016/2017. Национальный отчет. Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2017.

60. Статистическая информация по государственной регистрации ФНС России [Электронный ресурс] // Федеральная налоговая служба [сайт]. [2018]. URL: https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/registration_ip_y1/

61. Доклад о достигнутых результатах по улучшению условий ведения предпринимательской деятельности, развитию малого и среднего бизнеса и поддержке индивидуальной предпринимательской инициативы. Министерство экономического развития РФ, 2017.

62. Основные положения проекта «Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года». [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития РФ [сайт]. URL: http://smb.gov.ru/files/images/Презентация_стратегия.pdf

63. Доклад о целях и задачах Минпромторга России на 2018 год и основных результатах деятельности за 2017 год. Минпромторг России, 2017.

64. Минпромторг направил в регионы рекомендации по работе нестационарных и мобильных торговых объектов [Электронный ресурс] // Минпромторг РФ [сайт]. [2015]. URL: http://minpromtorg.gov.ru/press-centre/news/#!minpromtorg_napravil_v_regiony_metodicheskie_rekomendacii_po_organizacii_nestacionarnyh_i_mobilnyh_torgovyh_obektov

65. Приказ от 9 октября 2017 г. № 665 «Об утверждении методики расчета показателя «Прирост высокопроизводительных рабочих мест, в процентах к предыдущему году» [Электронный ресурс] // Консультант [сайт]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_280225/

66. Высокопроизводительные рабочие места (ВПРМ) – интересная работа, достойная зарплата, основа социально-экономического развития страны.

Институт экономики роста им. П.А. Столыпина, 2017.

67. ОНФ обсудил перспективы создания новых высокопроизводительных рабочих мест [Электронный ресурс] // ОНФ [сайт]. [2017]. URL: <https://onf.ru/2017/06/29/titov/>

68. Статистика [Электронный ресурс] // Центральный банк Российской Федерации: [сайт]. [2018]. URL: <http://www.cbr.ru/statistics/>

Приложение

Таблица П.1

Характеристики стран Европейского союза по основным показателям развития сферы малых и средних компаний, 2014 г. (и позднее, если доступны данные)

Страна	Число фирм		Число работников		Добавленная стоимость, млн евро		Общее	МСП	Доля МСП, %	Средний размер фирм, чел.	Средний размер МСП, чел.	Отношение ВВП к числу фирм, тыс. евро
	Общее	МСП	Доля МСП, %	Общее	МСП	Доля МСП, %						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Бельгия	566006	565136	99,8	2718355	1904867	70,1	189085,7	117548	62,2	4,8	3,4	334
Болгария	312608	311935	99,8	1872997	1414243	75,5	18245,8	11365,4	62,3	6	4,5	58
Чехия	1007441	1006019	99,9	3521520	2456805	69,8	84141,5	47130,8	56,0	3,5	2,4	84
Дания	213358	212718	99,7	1602105	1041594	65,0	119935,9	74956,2	62,5	7,5	4,9	562
Германия	2189737	2179097	99,5	26401395	16508986	62,5	1385501,1	738735,4	53,3	12,1	7,6	633
Эстония	58408	58257	99,7	393545	307390	78,1	9337,6	6991	74,9	6,7	5,3	160
Ирландия	146741	0		1097444	0		88360,1	0		7,5		602
Греция	726581	726179	99,9	2198986	1902696	86,5	54702,7	39833	72,8	3	2,6	75
Испания	2385077	2382328	99,9	10923323	8072216	73,9	434156	273359,7	63,0	4,6	3,4	182
Франция	2882419	0		15495621	0		890597,2	0		5,4		309
Хорватия	148573	148171	99,7	1002905	684773	68,3	19115,1	10467,9	54,8	6,8	4,6	129
Италия	3825458	0		14715132	0		646475,8	0		3,8		169
Кипр	46139	46071	99,9	224915	0		7863,8	0		4,9	0	170
Латвия	91939	91759	99,8	573580	452093	78,8	9269,2	6418,7	69,2	6,2	4,9	101
Литва	141893	141597	99,8	835630	636534	76,2	12155	8322,2	68,5	5,9	4,5	86
Люксембург	29265	29126	99,5	242533	165761	68,3	19249,5	13611,7	70,7	8,3	5,7	658
Венгрия	528519	0		2430681	0		46496,6	0		4,6		88
Мальта	26796	26747	99,8	119224	94603	79,3	3547,6	2657,2	74,9	4,4	3,5	132
Нидерланды	862697	861203	99,8	5359446	3573662	66,7	310022,3	195141,3	62,9	6,2	4,1	359
Австрия	308411	307354	99,7	2671477	1817788	68,0	164976,1	99761,6	60,5	8,7	5,9	535
Польша	1519904	1516886	99,8	8326839	5740366	68,9	171627,1	85962	50,1	5,5	3,8	113
Португалия	793235	792494	99,9	2942895	0		66360,4	0		3,7	0	84
Румыния	425731	424149	99,6	3837868	2546430	66,4	48431,6	0		9	6	114

Окончание таблицы П.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Словения	119644	119419	99,8	574479	415529	72,3	17140	10766,9	62,8	4,8	3,5	143
Словакия	398392	397877	99,9	1417228	987196	69,7	32922	19920	60,5	3,6	2,5	83
Финляндия	226373	225768	99,7	1457599	917842	63,0	86956,8	51801,9	59,6	6,4	4,1	384
Швеция	661822	660814	99,8	3025006	1978712	65,4	210859,4	123304,7	58,5	4,6	3	319
Великобритания	1703562	1697653	99,7	17784620	9430021	53,0	1037293,2	528130,3	50,9	10,4	5,6	609
EU28	22346729	22303139	99,8	133767348	89689532	67,0	6184825,1	3557447,7	57,5	6	4	277
Норвегия	278899	278300	99,8	1510838	1021774	67,6	230660,5	135155,4	58,6	5,4	3,7	827

Источник: [44].

Таблица П.2

**Характеристики стран ОЭСР, России, Бразилии по основным
показателям развития сферы малых и средних компаний, 2014 г.
(и позднее, если доступны данные)**

Страна	Число фирм, тыс. ед.	Средний размер фирм (по добавленной стоимости), млн долл.	Число фирм на 1000 чел.	Доля МСП в добавленной стоимости, %	Доля МСП в занятости, %	Средний размер фирмы, чел.	Средний размер МСП, чел.	Доля МСП в числе фирм, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Австралия	1535,4	0,74	65,4	54,4	68,0	5,2	3,6	99,9
Австрия	320,2	1,30	37,1	62,8	68,9	8,6	5,9	99,6
Бельгия	590,4	0,85	52,6	62,6	70,3	4,6	3,2	99,9
Бразилия	3222,8	1,04	15,8	50,2	62,2	10,7	6,6	99,8
Великобритания	1834,2	1,43	28,2	51,9	53,0	10,1	5,4	99,8
Венгрия	508,6	0,49	51,8	54,3	70,4	4,9	3,4	99,9
Германия	2485,7	1,53	30,5	54,7	63,1	11,2	7,1	99,7
Греция	693,2	0,42	61,5	79,4	88,3	3,1	2,7	–
Дания	211,2	1,28	37,3	59,8	64,5	7,9	5,1	99,7
ЕС 28	22346,7	0,33	43,8	57,5	67,0	6,0	4,0	99,7
Израиль	429,8	0,71	54,1	62,6	64,3	5,3	3,4	99,8
Ирландия	231,6	1,02	49,4	50,0	72,5	5,3	3,9	99,8
Испания	2352,6	0,66	50,6	61,7	72,9	4,6	3,3	99,9
Италия	3690,1	0,60	61,9	68,1	79,2	3,9	3,0	99,9
Канада	863,6	1,83	24,3	30,0	57,9	13,0	7,6	99,3

Окончание таблицы П.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Корея	2989,1	0,57	59,3	70,0	87,2	5,1	4,4	99,9
Латвия	99,4	0,48	49,3	71,3	79,2	6,3	5,0	99,8
Литва	172,0	0,48	58,1	71,7	76,1	5,2	4,0	99,9
Люксембург	31,3	1,81	56,2	84,8	71,4	6,6	4,8	99,3
Мексика	3351,6	0,61	27,0	38,5	67,9	5,7	3,9	99,8
Нидерланды	1045,3	0,79	61,9	64,0	66,2	5,1	3,4	99,9
Новая Зеландия	105,6	1,65	23,1	27,0	69,9	12,5	8,8	99,8
Норвегия	285,0	1,18	55,4	70,7	67,0	5,6	3,7	99,8
ОЭСР	39322,2	1,23	31,9	55,0	59,1	8,6	5,1	99,9
Польша	1528,6	0,64	39,9	52,2	68,3	5,5	3,8	99,9
Португалия	777,0	0,39	74,2	67,6	78,0	3,7	2,9	99,9
Россия	1987,1	1,75	13,8	21,0	33,0	9,4	3,1	99,6
Румыния	452,3	0,91	22,6	54,2	65,7	8,6	5,7	99,7
Словакия	397,8	0,40	73,2	54,9	71,4	3,6	2,6	99,9
Словения	129,0	0,50	62,3	64,3	72,7	4,4	3,2	99,9
США	4425,2	3,93	13,9	48,0	41,4	20,7	8,6	99,7
Турция	2458,0	0,72	31,9	53,8	73,8	2,6	1,9	99,9
Финляндия	227,6	1,00	41,7	59,7	65,0	6,5	4,3	99,8
Франция	3134,2	0,85	48,8	55,1	63,3	5,0	3,2	99,9
Чехия	987,9	0,34	93,2	55,0	68,5	3,6	2,5	99,9
Швейцария	146,5	3,42	17,8	57,9	67,3	19,2	13,0	99,4
Швеция	668,8	0,67	69,0	60,1	66,3	4,6	3,1	99,9
Эстония	63,6	0,59	48,3	76,1	78,7	6,4	5,0	99,8
Япония	3009,9	1,65	23,5	57,0	52,8	11,9	6,3	99,8

Примечание. Среди стран ОЭСР нет расчетов по Чили, Исландии.

Источники: [43]; [44].

Таблица П.3

Характеристики стран по числу фирм и размеру экономики

Код	Страна	ВВП, млрд долл.	Число фирм, тыс. ед.	ВВП / число фирм, млн долл. на одну фирму
1	2	3	4	5
	ОЭСР	48541,6	39322,2	1,23
USA	США	17393,1	4425,2	3,93

Продолжение таблицы П.3

1	2	3	4	5
JPN	Япония	4967,1	3009,9	1,65
DEU	Германия	3810,9	2485,7	1,53
RUS	Россия	3470,2	1987,1	1,75
BRA	Бразилия	3340,2	3222,8	1,04
FRA	Франция	2658,5	3134,2	0,85
GBR	Великобритания	2630,4	1834,2	1,43
ITA	Италия	2206,3	3690,1	0,6
MEX	Мексика	2039,3	3351,6	0,61
TUR	Турция	1780,3	2458,0	0,72
KOR	Корея	1706,7	2989,1	0,57
CAN	Канада	1584,7	863,6	1,83
ESP	Испания	1564,5	2352,6	0,66
KOR	Корея	1706,7	2989,1	0,57
CAN	Канада	1584,7	863,6	1,83
ESP	Испания	1564,5	2352,6	0,66
AUS	Австралия	1131,5	1535,4	0,74
POL	Польша	977,2	1528,6	0,64
NLD	Нидерланды	826,6	1045,3	0,79
BEL	Бельгия	502,1	590,4	0,85
CHE	Швейцария	501,4	146,5	3,42
SWE	Швеция	449,9	668,8	0,67
AUT	Австрия	415,3	320,2	1,3
ROU	Румыния	413,7	452,3	0,91
CZE	Чехия	340,6	987,9	0,34
NOR	Норвегия	337,3	285,0	1,18
ISR	Израиль	306,3	429,8	0,71
PRT	Португалия	299,6	777,0	0,39
GRC	Греция	287,9	693,2	0,42
DNK	Дания	269,8	211,2	1,28
HUN	Венгрия	251,5	508,6	0,49
IRL	Ирландия	236,7	231,6	1,02

Окончание таблицы П.3

1	2	3	4	5
FIN	Финляндия	226,7	227,6	1
NZL	Новая Зеландия	174,4	105,6	1,65
SVK	Словакия	157,2	397,8	0,4
LTU	Литва	82,6	172,0	0,48
SVN	Словения	63,9	129,0	0,5
LUX	Люксембург	56,7	31,3	1,81
LVA	Латвия	47,6	99,4	0,48
EST	Эстония	37,5	63,6	0,59

Источники: [43]; [44].

А.Ю. Кнобель, А.Н. Лощенкова

**Сравнительный анализ государственной поддержки
экспорта малых и средних предприятий
в региональном аспекте**

Введение

Россия прилагает значительные усилия по наращиванию экспорта, особенно высокотехнологичных товаров. Основные меры поддержки экспортной деятельности осуществляет Российский экспортный центр. В регионах финансирование поддержки экспорта заложено в региональные программы развития предпринимательства, а нефинансовые меры поддержки оказывают также региональные центры содействия экспорту. Однако в сложившейся системе поддержки экспорта существуют серьезные недостатки, не позволяющие в достаточной степени ориентировать малые и средние предприятия заниматься экспортной деятельностью. Кроме того, согласно результатам исследований, от характеристик самой фирмы в значительной степени зависит, насколько эффективны будут для нее реализуемые государством меры поддержки экспорта. Исходя из этого представляется важным, во-первых, проанализировать меры поддержки экспорта малых и средних предприятий на федеральном и региональном уровнях, во-вторых, выявить последние тенденции в системах поддержки экспорта в странах, имеющих успехи в реализации этой политики, а также оценить факторы, влияющие на объемы экспорта малых и средних фирм.

Объектом исследования настоящей работы является региональная поддержка экспорта в России, в том числе меры по поддержке экспорта малых и средних предприятий. В основе методологии исследования лежат эконометрические модели, оценивающие влияние мер региональной поддержки экспорта как на объемы совокупного регионального экспорта, так и на объемы экспорта малых и средних предприятий.

В настоящее время практически все страны имеют довольно развитые системы поддержки национального экспорта. В России поддержка экспорта осуществляется на федеральном и региональном уровнях. При этом региональная поддержка

играет важную роль, поскольку именно она способствует максимальному достижению интересов региональных фирм-экспортеров. Кроме того, в многочисленных исследованиях выдвигается гипотеза, что на рост совокупного экспорта в стране в первую очередь оказывает влияние выход на экспортные рынки новых фирм из числа малых и средних предприятий. Поэтому становится особенно важным оказывать поддержку именно этой категории фирм для снижения ими издержек выхода на иностранные рынки, поскольку такие издержки для большинства малых и средних предприятий оказываются запретительными. Среди основных ожидаемых результатов работы стоит отметить: обзор и анализ инструментов поддержки экспорта малых и средних предприятий в России и других странах, обзор эмпирической литературы по оценке влияния государственной поддержки экспорта на объемы экспорта, в том числе малых и средних предприятий; статистический анализ влияния региональной поддержки экспорта на совокупные объемы экспорта малых и средних предприятий, а также их эффективность для различных экспортируемых товарных групп в зависимости от степени переработки; выработка рекомендаций для Российской Федерации по использованию государственных программ содействия экспорту малых и средних предприятий в целях проведения сбалансированной внешнеэкономической политики.

1. Сравнительный анализ системы поддержки экспорта малых и средних предприятий

1.1. Обзор и анализ инструментов поддержки экспорта в России и других странах

Как в развитых, так и в развивающихся странах государственная политика в области содействия экспорту осуществляется посредством агентств по поддержке экспорта. Среди основных мер поддержки, реализуемых этими агентствами, можно отметить прямое кредитование экспорта, выдачу государственных гарантий, субсидирование процентных ставок по кредиту. Среди нефинансовых мер поддержки экспорта можно отметить консультирование, организацию выставок, предоставление возможности экспортерам участия в зарубежных выставках, проведение анализа зарубежных рынков и барьеров для экспорта и т.д. Однако в последнее время меняются функционал и ориентация агентств, в частности, особое развитие получают программы участия экспортеров в цепочках добавленной стоимости, программы поддержки оборотного капитала, а также поддержка малых и средних предприятий.

Поддержка малых и средних предприятий является в настоящее время одним из основных видов деятельности агентств. Поддержку экспорта малых и средних предприятий в европейских странах реализуют около 80% агентств, большинство агентств также начинают внедрять программы участия в цепочках поставок [1]. Программы поддержки участия экспортеров в цепочках поставок реализуются в США, Канаде, Турции, Китае, Венгрии и Мексике и начинают разрабатываться в Великобритании, Нидерландах и Норвегии. При этом в США и Китае эти программы охватывают только краткосрочное кредитование, в Венгрии – долгосрочное, а в остальных указанных странах – и краткосрочное, и долгосрочное. Во всех странах эти программы ориентированы в том числе на кредитование экспорта

малых и средних предприятий. Программы поддержки оборотного капитала реализуются в США, Италии, Франции, Корее, Австрии, Швеции, Швейцарии и Дании. В США, Корее и Швеции они охватывают только краткосрочное кредитование, в остальных указанных странах – и краткосрочное, и долгосрочное. Среди получателей услуг по данным программам малые и средние предприятия выступают только в США, Швеции и Швейцарии.

Агентство Японии заявило, что поддержка МСП является одним из пяти ключевых направлений деятельности в 2015–2017 гг., а агентство Кореи запустило «Инициативу скрытых чемпионов», целью которой является инкубирование 100 малых и средних предприятий для конкуренции на зарубежных экспортных рынках [2].

Стоит также отметить, что агентства становятся более склонными к принятию рисков, поскольку при поддержке малого и среднего предпринимательства риски для агентства (в части кредитования особенно) резко повышаются. Среди зарубежных агентств по поддержке экспорта с высокой степенью принятия рисков необходимо отметить агентства Китая (Sinosure, EXIM Bank of China), Германии (Euler Hermes), Франции (Bpifrance), Италии (SACE).

Агентства в азиатских странах в значительной мере отличаются от европейских или американских тем, что прежде всего используются для внутренних целей государств. Вот почему мерами поддержки в азиатских странах выступают несвязанные программы и программы поддержки инвестиций, что помогает конкурировать с китайским финансированием поддержки экспорта. При этом указанные программы финансируются даже в большей степени, чем экспортное кредитование. Например, с 2012 по 2016 г. расходы на экспортные кредиты в Японии и Корее составили 86 млрд долл., а на несвязанные программы и программы поддержки инвестиций – 224 млрд долл. за тот же период.

Согласно отчету Эксимбанка США (EXIM Bank) [3], к характеристикам современного «высокоэффективного» агентства по поддержке экспорта следует относить реализацию программ для поддержки малых и средних предприятий (как минимум программ страхования), снижение допустимого уровня риска, т.е. повышение принятия рисков; осуществление программ гарантий на рынках капитала; использование фиксированной и плавающей ставки для прямого кредитования; внедрение «одного окна» для экспортеров, использование различных инструментов рефинансирования.

Что касается новых ориентиров политики по поддержке экспорта, интересен опыт США, когда в рамках программы Национальной инициативы по экспорту (National Export Initiative, NEI) [4] были созданы инструменты и меры по продвижению экспорта сельскохозяйственной продукции с помощью нового сельскохозяйственного тарифного трекера [5], по поддержке экспорта экологических решений и установок для производства энергии из возобновляемых источников. Экспортные планы создаются для крупных городов. Важным направлением государственной политики в США стали обширные инвестиции в транспортную инфраструктуру – с 2010 г. в рамках программы TIGER инвестиции составили более 1,2 млрд долл. Также EXIM Bank США увеличивал информированность компаний о мерах поддержки, дополнительно проводилось экспортное кредитование компаний, осуществляющих экспорт услуг. В Индии встраивание в цепочки добавленной стоимости поощряется тем, что экспортеров фактически освобождают от уплаты импортных пошлин и сборов. Также правительством Индии определены приоритетные регионы, в которых происходит усиленная поддержка (в основном нефинансовая) экспорта. В Дании поддержка экспорта осуществляется, помимо прочего, путем укрепления и развития экономической дипломатии [6].

Помимо Совета по торговле – центрального института, отвечающего за поддержку экспорта, в регионах Дании действуют местные центры содействия экспорту, а некоторые муниципалитеты создают представительства за рубежом.

В рамках новой стратегии экспорта в Швеции правительство создало список из 26 потенциальных стран-импортеров (из числа развивающихся стран), а критерием отбора стала в том числе степень экономической свободы. Интересной особенностью системы поддержки экспорта в Швеции стало создание «команды Швеции», объединяющей представителей министерств, региональных органов власти для разработки и реализации мер поддержки экспорта. Для содействия экспорту большинство стран направляют усилия на упрощение трансграничной электронной торговли и потоков данных.

В России поддержка экспорта лежит на трех институтах – это Акционерное общество «Российский экспортно-импортный банк» (Росэксимбанк), Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций – экспортное страховое агентство ЭКСАР, Акционерное общество «Российский экспортный центр» (РЭЦ). В регионах России поддержку экспортерам оказывают не только региональные власти, но и центры содействия экспорту, которые укрепляются созданием точек присутствия РЭЦ. Росэксимбанк отвечает за предоставление финансовой поддержки экспортерам. ЭКСАР обеспечивает страхование гарантии, краткосрочной дебиторской задолженности, кредита на пополнение оборотного капитала экспортера, кредитов покупателя, кредитов поставщика, подтвержденного аккредитива, российских инвестиций за рубежом, экспортного факторинга. Российский экспортный центр предоставляет финансовые и нефинансовые инструменты поддержки, обеспечивает развитие экспортной среды, реализацию национального проекта «Международная кооперация и экспорт».

В настоящее время экспортерам предоставляются, помимо указанных, специальные программы по поддержке экспорта, в частности, компенсация части затрат

на транспортировку сельскохозяйственной и продовольственной продукции, на транспортировку высокотехнологичной продукции (до 80%), размещение продукции компании в дегустационно-демонстрационном павильоне в стране-импортере, компенсация по экспортным кредитам коммерческих банков, компенсация затрат на сертификацию продукции и патентования за рубежом, обеспечение участия в международных выставочных мероприятиях и деловых миссиях [7].

Стоит также отметить, что Фонд развития промышленности (ФРП) предоставляет льготные займы на реализацию промышленных инвестиционных проектов под 5% годовых суммой от 5 до 500 млн руб. на срок до 5–7 лет (4 программы финансирования), однако эти меры носят уникальный, а не массовый характер и предоставляются крупным фирмам [8].

Правительством РФ определен перечень видов продукции, поддержка экспорта которых будет являться приоритетной [9]: продукция агропромышленного комплекса, гражданского машиностроения, легкой промышленности, лесопромышленного комплекса, фармацевтической и медицинской промышленности, металлообрабатывающей и химической промышленности, а также работы и услуги, осуществляемые субъектами малого и среднего предпринимательства в таких сферах, как туризм, образование, здравоохранение, инжиниринг, строительство, техобслуживание и ремонт, информационные и компьютерные услуги.

К косвенной форме поддержки традиционно относятся: государственные закупки, компенсационные платежи, налогообложение, страхование, субсидирование выплат по страхованию имущества, субсидирование лизинговых схем и субсидирование процентов по кредитам. В 2017 г. был профинансирован имущественный взнос на сумму 667,5 млн руб. во Внешэкономбанке для поддержки экспорта высокотехнологичной продукции в размере 8 млрд руб. [10]. Также на цели поддержки экспорта несырьевых товаров, продукции АПК, программного

обеспечения, IT-услуг, результатов интеллектуальной деятельности в телекоммуникационной, компьютерной и информационной областях предусмотрено финансирование в размере 10 млрд руб. [11]. Организациям автомобилестроения, сельскохозяйственного машиностроения, транспортного машиностроения и энергетического машиностроения предусмотрена субсидия для компенсации части затрат на транспортировку продукции. На эти цели в 2017–2019 гг. планируется потратить 11,8 млрд руб.

Среди наиболее крупных успешных проектов группы РЭЦ в области поддержки экспорта можно отметить три крупные сделки, которые прошли при содействии ЭКСАР и Росэксимбанка. Росэксимбанком были открыты кредитная линия для АО «БРК-Лизинг» для закупки пассажирских вагонов, произведенных ОАО «Тверской вагоностроительный завод», а также кредитная линия в размере 150 млн долл. сроком до 1,5 года для поставок минеральных удобрений группой компаний «Уралхим» в Китай, Бразилию и США под страховое покрытие ЭКСАР [12].

Помимо национального проекта «Международная кооперация и экспорт», планируется реализация приоритетных проектов «Системные меры развития международной кооперации и экспорта», «Экспорт продукции АПК», «Развитие экспортного потенциала российской системы образования». В 2019 г. РЭЦ планирует открыть точки присутствия в 30 субъектах РФ.

В рамках реализации проекта «Экспорт продукции АПК» предполагается модернизация системы обеспечения безопасности сельхозпродукции и продовольствия, надзора за здоровьем животных, растений и контроля происхождения продукции [13]. Для повышения привлекательности российских образовательных программ для иностранцев, разрабатывается целевая модель деятельности высшего учебного заведения по экспорту образования, в том числе создаются международные службы для поддержки иностранных студентов.

В 2017 г., помимо экспортной «Стратегии», были разработаны «Стратегии развития экспорта продукции» 4 отраслей: автомобильной промышленности, сельскохозяйственного машиностроения, железнодорожного машиностроения и авиационной промышленности до 2025 г. Объемы финансирования в 2018 г. составят: автомобильной промышленности – 6,4 млрд руб., гражданской продукции авиационной промышленности – 1,4 млрд руб., сельскохозяйственного машиностроения – 1,8 млрд руб., железнодорожного машиностроения – 2 млрд руб. [14].

В комплекс мер финансовой поддержки экспорта войдет субсидирование процентных ставок, обеспечение гарантии остаточной стоимости продукции самолетостроения и запуск механизма гарантий обратного выкупа самоходной сельскохозяйственной техники, компенсация затрат на маркетинговую и рекламную деятельность на зарубежных рынках, транспортировку, сертификацию, защиту прав интеллектуальной собственности, экспортные научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР). В части нефинансовой поддержки предполагаются создание и развитие каналов сбыта, обеспечение послепродажного обслуживания. Данные меры поддержки экспорта будут распространены и на прочие отрасли промышленности, производящие несырьевые товары, которые предназначены для экспорта.

Российским экспортным центром (РЭЦ) была разработана Программа поддержки российских брендов и товаров за рубежом под названием «Сделано в России» («Made in Russia»). Российские компании и товары под единым зонтичным брендом «Made in Russia» должны соответствовать следующим основным критериям [15]:

- 1) качество и надежность;
- 2) современный имидж российского несырьевого экспорта;
- 3) доступность и популярность продукции;
- 4) безопасность продукции;

5) экологичность продукции.

Программа включает:

1. Систему добровольной сертификации и маркировки «Made in Russia». Данная маркировка нацелена на повышение узнаваемости российских товаров и брендов на зарубежных рынках. Для ее получения необходимо пройти процедуру сертификации в РЭЦ. Экспертами проводится независимая оценка внешнеэкономического потенциала и компетенций компании, кроме того, проверяется продукция на соответствие требованиям российского законодательства. Соответственно, имеются два типа маркировки: знак соответствия, подтверждающий, что производитель является добросовестным экспортером, и знак соответствия, свидетельствующий о том, что продукция произведена в Российской Федерации производителем, признанным добросовестным экспортером.

2. Запуск электронного каталога российских производителей на иностранных языках. В настоящий момент в нем представлены российские производители в таких секторах, как агропромышленный комплекс, химическая промышленность, металлообработка, лесопромышленный комплекс, товары народного потребления, гражданское машиностроение, строительные материалы и медицинская промышленность.

3. Запуск системы цифровой идентификации маркированных российских товаров для борьбы с контрафактом.

4. Разработку и реализацию комплекса маркетинговых мероприятий (в частности, исследований), направленных на продвижение российских брендов и продукции на внешних рынках с учетом особенностей страны-импортера.

5. Бренд «Made in Russia», представляющий собой коммуникационный инструмент для российских производителей, дающий право использования официального знака «Made in Russia» на любых рекламных материалах, упаковке, веб-сайте

сертифицированной продукции в качестве элемента дизайна и фирменного стиля экспортоориентированных компаний.

В настоящий момент в реестр добросовестных экспортеров по программе «Made in Russia» вошло 115 компаний-экспортеров из различных регионов России в разных секторах и 245 наименований продукции в соответствующем реестре продукции. Больше всего в реестре продукции товаров из групп 19 («Готовые продукты из зерна злаков, муки, крахмала или молока; мучные кондитерские изделия»), 11 («Продукция мукомольно-крупяной промышленности; солод; крахмалы; инулин; пшеничная клейковина»), 84 («Реакторы ядерные, котлы, оборудование и механические устройства; их части») и 27 («Топливо минеральное, нефть и продукты их перегонки; битуминозные вещества; воски минеральные») [15].

Рассматриваются возможности развития под общим зонтичным брендом «Made in Russia» также суббрендов – к примеру, «Made in Tatarstan» или «Товары из Сибири» и т.д. Остается проблема прав собственности и дихотомии двух брендов с разными логотипами и одинаковым названием – рассматриваемой программы РЭЦ [15] и проекта агентства «Национальный бренд» и Фонда «Росконгресс» «Сделано в России», который был создан с целью российского экспорта, бизнеса и культуры и состоит из международного СМИ, логотипа «Сделано в России» и отраслевых каталогов компаний [16]. Кроме того, реализации программы мешает недостаточно прочная репутация России как производителя высокотехнологичных и инновационных товаров и услуг, а также недостаточная узнаваемость этого бренда в зарубежных странах из-за слабого маркетинга. Экспортеры зачастую отмечают непрозрачность входа в бренд и не видят выгоды от его использования.

В регионах меры поддержки экспорта реализуются центрами содействия экспорта. По результатам проверки РЭЦ и Минэкономразвития России отчетов центров содействия экспорту за 2017 г. был составлен рейтинг центров в зависимости

от охвата поддержки, числа «историй успеха», географии и объема экспортных поставок. На 1-м месте оказались центры в Свердловской области и Ставропольском крае, на 2-м – в Республике Татарстан и Удмуртии, далее – Ярославская область, Приморский край, Новосибирская, Нижегородская, Московская, Саратовская области, Красноярский край и Томская область [17].

Можно было предположить, что чем дольше в регионе функционирует центр содействия экспорту, тем выше будет доля экспорта в ВРП как прямой показатель результативности работы центра, однако статистические данные такой зависимости не отражают (рис. 1). Например, в Республике Марий Эл и Красноярском крае региональные центры поддержки экспорта работают более 20 лет, а доля экспорта в ВРП составляет менее 20%, как и в большинстве других регионов РФ.

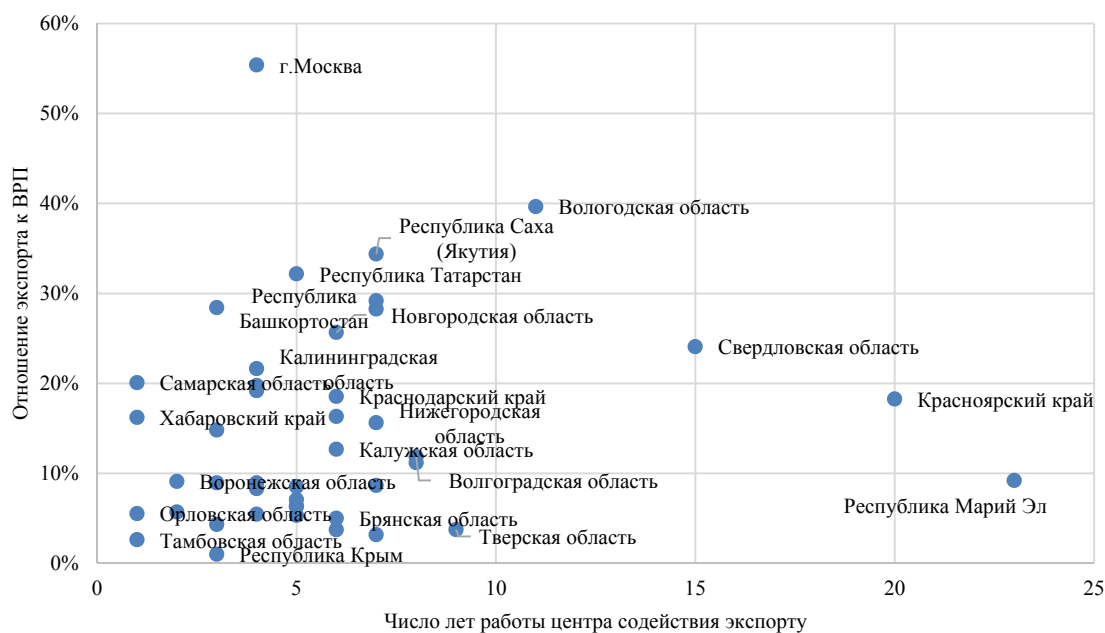


Рис. 1. Зависимость числа лет работы центра содействия экспорту и доли экспорта в ВРП

Источник: построено авторами с использованием [18].

Для выявления более однозначного влияния продолжительности работы центра поддержки экспорта в регионе на объемы регионального экспорта (или на его долю в ВРП) необходимо провести эконометрическую оценку.

В российской системе поддержки экспорта продолжают оставаться нерешенными ряд проблем, которые главным образом касаются доступа МСП к мерам поддержки. В целом проблемы экспорта и функционирования механизмов поддержки можно разделить на пять основных категорий.

1. Проблемы, связанные с информированностью фирм-экспортеров о получении государственной поддержки для выхода на экспортные рынки, а также о проводимых инвестиционных проектах, тендерах за рубежом.

2. Проблемы организации системы поддержки экспорта:

- неоднозначность ее нормативно-правовой основы;
- отсутствие налаженного взаимодействия между органами исполнительной власти на федеральном и региональном уровнях;
- неопределенные сроки государственной поддержки;
- недостаточность компетенций в проведении государственной региональной политики в области поддержки экспорта у региональных чиновников;
- отсутствие единой согласованной системы поддержки экспорта, в том числе единого интернет-ресурса, включающего все этапы, меры поддержки на федеральном и региональном уровнях;
- отсутствие гармонизации нормативно-правовой базы (есть несоответствия в перечнях товаров, подпадающих под субсидирование, частое изменение этого перечня, отсутствует определение экспортоориентированных компаний);
- неэффективная работа торговых представительств в странах-импортерах.

3. Недостаточность линейки продуктов, предлагаемых Российским экспортным центром, ЭКСАР и ВЭБ, в том числе невозможность получения некоторых мер поддержки малым и средним бизнесом:

- высокая стоимость получения экспортерами качественной и адекватной информации о потенциальных рынках сбыта своей продукции, о ценах на аналогичные товары и об их качестве;
- высокие неконкурентные ставки по несубсидированным кредитам;
- высокие страховые комиссии;
- сложность в осуществлении расчетов в национальных валютах страны-импортера;
- сложность в получении финансовой поддержки, особенно в начале экспортной деятельности, из-за непрозрачного процесса и высокого числа отказов;
- отсутствие эффективных финансовых мер поддержки МСП, поскольку администрирование небольших кредитных лимитов не отличается от крупных, а риски выше;
- высокая стоимость участия в выставках, в том числе в узкоспециализированных, даже для экспортеров, получающих субсидии;
- отсутствие понимания экспортерами выгоды от использования бренда «Made in Russia» [15];
- отсутствие поддержки экспортеров при аренде небольших складских помещений в странах-импортерах;
- недостаточность субсидирования пилотных поставок медицинского оборудования [19];
- высокие затраты на авиаперевозку товаров, поскольку они не субсидируются программой [20];
- отсутствие в качестве инструмента поддержки экспорта кредитов на инвестиционные цели¹, на модернизацию производств, отсутствие налоговых льгот до выхода на значительные производственные мощности;

¹ Как уже отмечалось, ФРП предоставляет инвестиционные займы крупному бизнесу.

- сбор большого количества документов для получения поддержки, отсутствие электронного документооборота.

4. Проблемы со стороны фирмы:

- неконкурентоспособная продукция фирм низкого качества;
- высокие затраты на импорт сырья и комплектующих, зарубежных технологий;
- отсутствие необходимых знаний по ведению экспортной деятельности;
- отсутствие мотивации у лица, принимающего решения, в начале экспорта.

5. Проблемы, связанные с положением России на международной арене:

- многие страны-импортеры не признают сертификаты российских лабораторий и других тестирующих органов;
- в связи с введением в отношении России санкций и созданием санкционных списков предприятий объявление токсичными любых контактов этих предприятий привело не только к тому, что иностранные компании и субподрядчики отказываются закупать российскую продукцию и выполнять работы для российских компаний, но и к тому, что прекратилось зарубежное инвестирование в большое количество проектов российских компаний-экспортеров;
- в значительной степени усложнились или вовсе прекратились взаиморасчеты между российскими и зарубежными компаниями.

Тем не менее Президентом РФ подписан Указ «О национальных целях и стратегических задачах развития РФ на период до 2024 г.» [21], в котором определены следующие цели: повышение несырьевого экспорта до 20% ВВП, общего объема несырьевого экспорта товаров – до 250 млрд долл. в год, объема экспорта услуг – до 100 млрд долл. в год, увеличение доли МСП-экспортеров не менее чем до 10%. При этом целевой объем экспорта в 2024 г. продукции машиностроения составляет 50 млрд долл. в год, а продукции агропромышленного комплекса – 45 млрд долл. в

год [21]. Кроме того, ставится цель сокращения административных процедур и барьеров, особенно в сфере лицензирования экспорта и осуществления валютного контроля, а также внедрения принципа «одного окна».

В 2018 г. РСПП презентовал результаты опроса компаний-участниц по вопросам государственной поддержки малых и средних предприятий. Наиболее чувствительными тенденциями компании называют ограничительные меры в отношении России со стороны ЕС и США, а также рост международной конкуренции и растущий технологический разрыв (рис. 2).

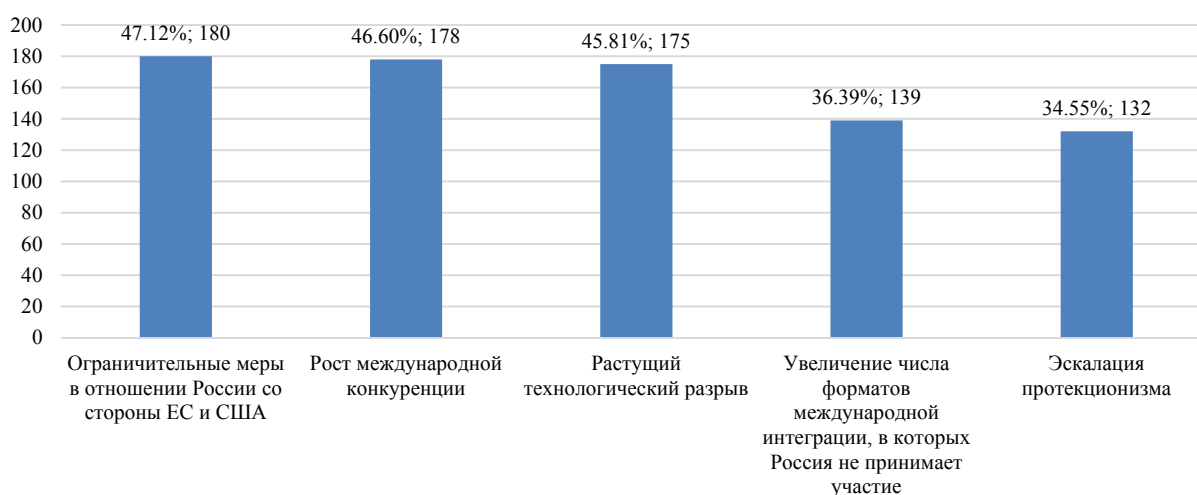


Рис. 2. Наиболее чувствительные тенденции и риски для российского бизнеса (% от числа опрошенных, число компаний, выбравших данный ответ)

Источник: [22].

По мнению опрошенных компаний, для обеспечения конкурентоспособности российского бизнеса необходимо стимулирование инвестиций в развитие собственных производственных мощностей и модернизацию российской экономики, а также снижение фискальной и нефискальной нагрузки для национальных экспортеров (рис. 3).

Среди наиболее действенных механизмов поддержки экспорта компании отмечают формирование общей площадки для продвижения интересов российских

компаний за рубежом, финансовую поддержку экспорта по высокорискованным направлениям, а также увеличение форматов и объема предоставления как финансовой, так и нефинансовой поддержки экспорта (рис. 4).



**Рис. 3. Необходимые меры для обеспечения конкурентоспособности
российского бизнеса, % от числа опрошенных**

Источник: [22].



**Рис. 4. Наиболее действенные механизмы поддержки экспорта,
% от числа опрошенных**

Источник: [22].

1.2. Особенности механизмов интернационализации малых и средних предприятий в АТРЭС

Малые и средние предприятия играют важную роль в Азиатско-Тихоокеанском регионе (АТР), они составляют примерно 97% всех предприятий и обеспечивают более половины рабочих мест. Во многих странах региона малый и средний бизнес вносит существенный вклад в ВВП и занятость. Однако, по мнению экспертов, экспортный потенциал МСП в АТР в настоящий момент реализован не полностью, уровень участия малого и среднего бизнеса в международной торговле в АТР пока еще недостаточен. На долю МСП приходится не более 35% регионального экспорта [23]. Кроме того, существует проблема учета деятельности малого и среднего бизнеса в теневой экономике и в рамках глобальных цепочек поставок, за счет чего масштабы участия МСП в экономике и международной торговле могут быть значительно выше. В настоящее время все больше представителей малого и среднего бизнеса вовлечены в глобальные цепочки поставок через производство промежуточных товаров и услуг [23]. Причем вклад малого и среднего бизнеса в значительной степени разнится между странами региона. Наибольшая доля экспорта МСП в общем объеме экспорта в Китае (около 70%), для Канады, Республики Корея, Таиланда, Вьетнама эти значения менее 50%, а для Индонезии, Японии, Малайзии, Сингапура, Китайского Тайбэя и США – менее 25% [24].

Как правило, те МСП, которые поставляют свою продукцию не только на внутренний рынок, но и на внешний, имеют больше работников, более высокие производительность, доходность, конкурентные преимущества и технологический уровень. Однако основная проблема для малого и среднего бизнеса, которые ведут или хотят вести международную деятельность, заключается в том, что зачастую им сложнее преодолевать внутренние и внешние барьеры выхода на международные рынки, чем более крупным предприятиям. Внутренние барьеры в основном связаны со сложностью получения, анализа и использования информации

о состоянии рынка; с нехваткой управленческих, финансовых и человеческих ресурсов для осуществления экспортной деятельности; с недостатком маркетинговых стратегий. Внешние барьеры связаны с необходимостью прохождения экспортных процедур, соблюдением норм и правил, валютными рисками [23]. При этом имеет место различный взгляд на важность тех или иных барьеров со стороны малого и среднего бизнеса и представителей государственного сектора (см. табл. 1).

Кроме того, существует статистическая проблема, поскольку в разных странах АТР имеют место различные определения микро-, малых и средних предприятий, как правило, в зависимости от количества работников и оборота.

Таким образом, интернационализация важна для малого и среднего бизнеса, и в целях ее облегчения и диверсификации возрастает потребность в различных мерах государственной поддержки. Страны АТР используют различные меры и инструменты. В качестве основных направлений государственной поддержки можно выделить следующие [25]:

- расширение доступа МСП к источникам финансирования;
- льготы и специальные схемы в области налогообложения;
- преференции в государственном заказе;
- комплекс мер нефинансового содействия (консультационные услуги, информационная и правовая поддержка и т.д.).

В рамках Форума «Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество» (АТЭС)¹ действует рабочая группа по развитию малых и средних предприятий (Small and Medium Enterprises Working Group, SMEWG). Основные задачи АТЭС

¹ Форум объединяет 21 экономику Азиатско-Тихоокеанского региона: Австралия, Бруней-Даруссалам, Вьетнам, Гонконг, Индонезия, Канада, Китай, Китайский Тайбэй, Малайзия, Мексика, Новая Зеландия, Папуа – Новая Гвинея, Перу, Республика Корея, Россия, Сингапур, США, Таиланд, Филиппины, Чили и Япония. Термин «экономика» применяется к участникам АТЭС в связи с тем, что в форум помимо стран отдельно входят две территории – Гонконг и Китайский Тайбэй (Тайвань). Мы в дальнейшем, чтобы избежать возможной путаницы, будем привычно называть страны АТЭС.

заканчиваются в либерализации торговли и инвестиций, содействии развитию бизнеса (в том числе микро-, малого и среднего) и продвижении экономического и технического сотрудничества в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

Таблица 1

**Ранжирование барьеров для интернационализации¹
МСП представителями частного
и государственного секторов**

Барьер	Ранжирование представителями МСП	Ранжирование представителями госсектора
Недостаток оборотного капитала для финансирования экспорта	1	2
Трудности в определении возможностей для бизнеса за рубежом	2	4
Ограниченная информация для рынков	3	3
Невозможность связаться с потенциальными зарубежными клиентами	4	6
Трудность получения надежного представления за рубежом	5	7
Недостаточность управленческих навыков для интернационализации	6	5
Недостаточное количество персонала соответствующей квалификации	7	1
Трудности в сопоставлении с ценами конкурентов	8	15
Недостаточность государственной помощи и инициатив	9	23
Чрезмерные издержки транспортировки и страхования	10	19

Источник: [24].

Основная цель группы по развитию МСП заключается в повышении конкурентоспособности микро-, малых и средних предприятий (ММСП), в обеспечении более открытой торговли и инвестиционной среды. Россию в группе представляет Департамент развития малого и среднего предпринимательства и конкуренции Министерства экономического развития [26]. Приоритетными направлениями работы группы являются:

- поддержка стартапов и инновационных МСП;

¹ Под интернационализацией фирм в широком смысле понимается их вовлечение в международные отношения, выражающееся как в участии фирм в международной торговле, так и в привлечении или осуществлении прямых иностранных инвестиций, найма иностранных работников, обмена технологиями и т.д.

- интернационализация МСП;
- поддержка «зеленых» МСП;
- доступ к информации;
- обмен технологиями;
- доступ на рынки;
- благоприятная регуляторная среда;
- доступ к финансированию.

В 2015 г. Филиппины были председателями в АТЭС. Одним из приоритетов своего председательства эта страна выбрала стимулирование участия малых и средних предприятий в региональной и глобальной экономике. По результатам работы АТЭС в 2015 г. были приняты два важных документа по тематике поддержки интернационализации МСП:

- Боракайская программа действий по глобализации микро-, малых и средних предприятий (ММСП) – ряд практических шагов для осуществления интернационализации ММСП (Приложение к заявлению министров торговли 2015 г.) [27];
- Илойлская инициатива: глобализация МСП для инклюзивного роста – идея создания информационного онлайн-портала АТЭС для ММСП (APEC MSME Marketplace) [28,29].

В рамках Боракайской программы действий странами АТЭС было выработано восемь приоритетных областей сотрудничества [30]:

- 1) ММСП и преференциальные/региональные торговые соглашения;
- 2) таможня и ММСП;
- 3) информационный обмен о требованиях и процедурах экспорта/импорта;
- 4) уполномоченный экономический оператор и программы доверенных торговых партнеров;
- 5) доступ ММСП к финансам;

- 6) информационно-коммуникационные технологии и электронная коммерция;
- 7) институциональная поддержка ММСП;
- 8) ММСП под руководством женщин.

Филиппины координируют работу по промежуточной оценке реализации Боракайской программы действий в 2018 г. Изучаются возможности сотрудничества разных органов АТЭС с частным сектором для продолжения выработки инициатив, которые будут способствовать интернационализации ММСП и снижению барьеров торговли и инвестиций для малого и среднего бизнеса. В качестве примера проекта, который вносит свой вклад в реализацию Боракайской программы действий и Илойлской инициативы, можно назвать компендиум (сборник) по методологиям интернационализации и успешным историям интернационализации МСП, завершение составления которого ожидается в 2018 г. Данный проект реализуется по инициативе Перу, совместно с Малайзией и Мексикой и при поддержке Филиппин и Китайского Тайбэя с основными целями:

- 1) обмен опытом между странами АТЭС по мерам регулирования и поддержки интернационализации МСП;
- 2) обмен опытом по инициативам частного сектора по:
 - программам поддержки для включения ММСП в цепочки добавленной стоимости (ЦДС);
 - собственным программам ММСП по выходу на международные рынки;
- 3) сбор лучших практик программ поддержки для справочной информации при обсуждении методологии сравнительного анализа таких программ в странах АТЭС;
- 4) сравнение позиционирования МСП на региональных и глобальных рынках в странах АТЭС.

В 2016 г. Перу – как председатель в АТЭС – одним из приоритетов выбрал модернизацию малых и средних предприятий. Этот приоритет состоит из четырех подприоритетов:

- 1) содействие инновационному развитию;
- 2) интеграция и развитие через улучшение производственной инфраструктуры;
- 3) участие «зеленых» ММСП в цепочках добавленной стоимости;
- 4) интернационализация ММСП и их участие в глобальных ЦДС.

9 сентября 2016 г. в г. Лиме, Перу, состоялась 23-я встреча министров МСП, на которой было принято заявление для дальнейшей модернизации микро-, малого и среднего бизнеса в Азиатско-Тихоокеанском регионе: «МСП как двигатель качественного роста и процветания» [31]. Соединяя вместе два приоритета АТЭС – «качественный рост и развитие человеческого капитала» и «модернизация МСП», министры акцентировали внимание на важности МСП в экономической деятельности, их роли как источника инноваций и занятости, а также на участии в структурных реформах и усилении стабильности. В заявлении описаны совместные действия стран АТЭС для стимулирования роли малого бизнеса как двигателя роста и улучшения стандартов жизни. В частности, в заявлении говорится о важности увеличения инновационных способностей МСП, улучшения среды и мер регулирования, а также доступа к финансированию, усилению участия МСП в электронной коммерции в целях доступа на новые рынки, увеличения доступности технологий, содействия переходу в сторону экологического и «зеленого» производства. Отдельно подчеркивалась важность интегрирования МСП в глобальные цепочки добавленной стоимости (ЦДС). Для этого поддерживаются усилия по интернационализации МСП и развитию государственно-частного партнерства.

В 2017 г. одним из приоритетов председательства Вьетнама в АТЭС было повышение конкурентоспособности и инновационного потенциала ММСП в цифровую эпоху. В *табл. 2* представлены основные темы, рассматриваемые в данном приоритете в 2017 г.

Таблица 2

Подприоритеты повышения конкурентоспособности и инновационного потенциала ММСП в цифровую эпоху в 2017 г. в АТЭС

Подприоритет	Основные темы
1. Содействие более активному участию ММСП в глобальных ЦДС	Продолжение работы по усилению доступа для ММСП и увеличению их участия в ЦДС. Лучшее понимание источников связей между ММСП и крупными компаниями для определения того, как меры регулирования могут сделать участие в ЦДС более полным. Объединение заинтересованных сторон для поддержки основных приоритетных услуг (таких как логистика, финансы, электронная коммерция и т.д.).
2. Создание благоприятной предпринимательской среды для успешной работы ММСП в цифровую эпоху	Выработка мер регулирования в цифровую эпоху. Продвижение понимания со стороны представителей правительств экономических и социальных эффектов от цифровой трансформации на политику, особенно в области ММСП. Усиление связей между государственным и частным секторами, а также научными кругами как внутри, так и среди экономик АТЭС. Обмен опытом по цифровой трансформации, имеющей место в экономиках АТЭС. Усиление конкурентоспособности ММСП с помощью поддержки в информационном обмене, обучении, консультационных услугах и подборе деловых партнеров.
3. Содействие стартапам и инновационным ММСП	Развитие устойчивых экосистем, ориентированных на стартапы и инновационные ММСП. Продолжение содействия способности ММСП к инновационной деятельности и усилению их конкурентоспособности. Содействие деловым этикам с помощью продвижения деловых стандартов для ММСП. Создание сети цифровых стартапов, ММСП и поддерживающих университетов.

Источник: [32].

В рамках АТЭС реализуется множество проектов, связанных не только с увеличением интернационализации МСП и их участием в цепочках добавленной стоимости, но и с цифровой экономикой, в частности с электронной коммерцией, женским предпринимательством, «зеленым» и устойчивым ММСП, развитием стартапов и т.д. В Группе АТЭС по развитию малого и среднего предпринимательства было реализовано около 140 проектов. Из них примерно 12% связаны с тематикой интернационализации МСП, в частности содействия представителям

малого и среднего бизнеса в выходе на международные рынки и развитии экспортирующих МСП. В основном проекты на данную тему в АТЭС инициировали такие страны, как Вьетнам, Республика Корея, Сингапур и Чили. В целом чаще всего по разным аспектам развития малого и среднего бизнеса в соответствующей группе АТЭС проекты инициировали США (23 проекта, или 16% общего количества проектов в группе), Вьетнам (19 проектов, или 14%), Республика Корея (16 проектов, или 11%), Тайвань (15 проектов, или 11%), Китай (12 проектов, или 9%) и Перу (11 проектов, или 8%) (рис. 5).

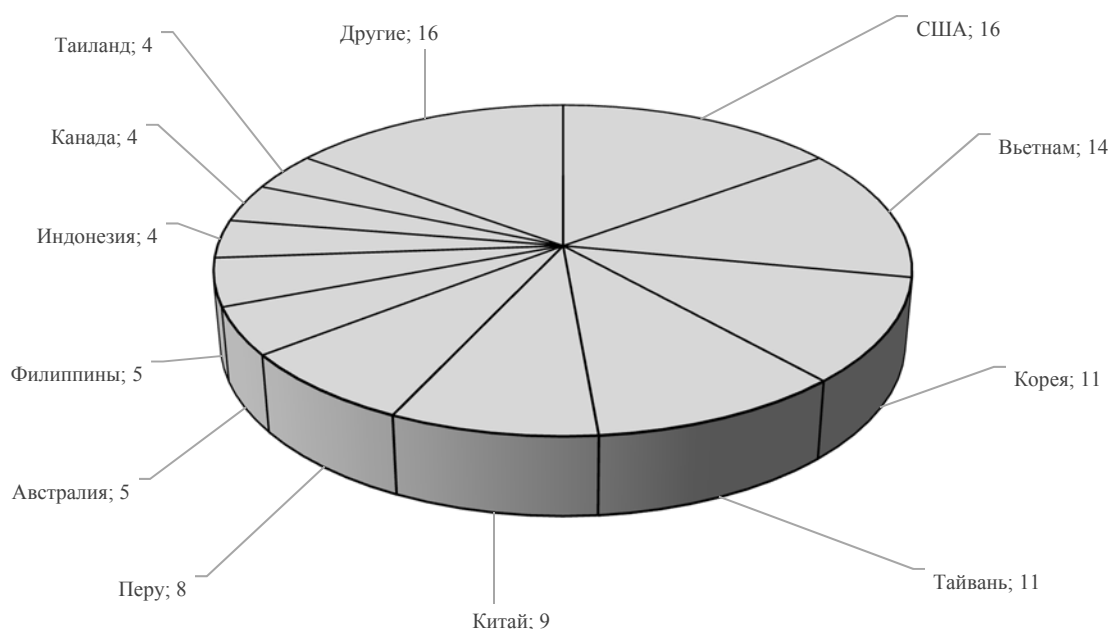


Рис. 5. Доля проектов экономик АТЭС в Группе по развитию малого и среднего предпринимательства, %

Источник: составлено авторами по [33].

Россия реализовывала проекты по исследованию вовлечения МСП в глобальную торговую систему, производственные цепочки и цепочки добавленной стоимости в АТР в 2013 г. [34] и по опросу стран АТЭС о вовлечении малого и среднего бизнеса в деятельность крупных корпораций и в государственные закупки в

2016 г. [35]. Кроме того, к 20 проектам (14% всех рассматриваемых проектов) Группы АТЭС по развитию МСП Россия присоединилась в качестве коспонсора.

Анализ проектов по развитию малого и среднего бизнеса в АТЭС показал некий недостаток в проектах, посвященных поддержке экспорта в различных странах АТЭС. В 2013 г. Австралия предложила проект по составлению консолидированного ресурса регуляторных инициатив, помогающих МСП в странах АТЭС стать готовыми для выхода на международные рынки (некоего справочника) [36]. Инициативы могут включать программы, меры регулирования и инструменты, которые помогают МСП развивать и/или проверять свои возможности стать успешными экспортерами, в том числе хотя бы одна инициатива должна быть ориентирована на МСП под руководством женщин. В 2018 г., в год своего председательства, Папуа – Новая Гвинея проводит двухдневный политический диалог, целью которого является изучение преимущественно развивающимися странами опыта и лучших практик других стран АТЭС в области выработки конкретных мер регулирования для поддержки выхода ММСП на региональные рынки (Policy Dialogue on Sharing of Best Practices in Building Institutional Capacities to Promote Internationalisation of MSMEs and Developing Competitiveness of MSMEs to go Global).

Таким образом, представляется целесообразным предложение в Группе АТЭС по развитию малого и среднего предпринимательства проекта от России (возможно, с поиском соинициаторов и обязательно (по правилам АТЭС) с поиском коспонсоров) в области изучения опыта различных органов по поддержке экспорта в странах АТЭС.

Кроме того, некоторые проекты по тематике развития малого и среднего бизнеса реализовывались в рамках других органов и подфорумов АТЭС. С 2017 г. был выделен специальный фонд для проектов АТЭС по ММСП, и с 2018 г. были введены новые правила подачи проектных заявок [37].

Основным достижением АТЭС в области развития малого и среднего бизнеса, в частности повышения интернационализации, можно назвать создание в 2017 г. информационного онлайн-портала для ММСП – АРЕС MSME Marketplace, инициатором и координатором которого стали Филиппины [29]. Данный портал является удобным инструментом, с помощью которого представители бизнеса могут узнать не только об органах регулирования и поддержки экспорта малого и среднего бизнеса, о правилах торговли в странах АТЭС, но и о торговых платформах, инициативах и проектах Рабочей группы АТЭС по МСП, о лучших практиках ММСП в странах, о вебинарах и других полезных ресурсах, а также об анонсах предстоящих мероприятий, в том числе проводимых не в рамках АТЭС. Необходимо дальнейшее наполнение актуальной информацией данного портала со стороны всех стран АТЭС, а также информирование представителей малого и среднего бизнеса о возможностях этого удобного веб-инструмента.

На заседании 15 сентября 2017 г. министры АТЭС по вопросам малого и среднего бизнеса приняли заявление министров АТЭС по вопросам МСП «Усиление конкурентоспособности и инновационности микро-, малых и средних предприятий (ММСП) в цифровую эпоху» [38]. В нем отражены совместные действия, которые страны АТЭС будут предпринимать в 2018 г. для того, чтобы повысить участие малого и среднего бизнеса в торговле с использованием цифровых технологий для усиления экономического роста и повышения благосостояния людей.

Кроме того, министрами была одобрена Инициатива АТЭС по продвижению стартапов (АРЕС Initiative on Promoting Innovative Start-Ups), направленная на достижение результатов в следующих областях [39]:

- нормативно-правовая база;
- удобный доступ к ресурсам для стимулирования стартапов;
- укрепление этических деловых связей для инновационных МСП и стартапов;
- развитие сетей и партнерств для стартапов.

Также министры одобрили «Стратегию АТЭС по «зеленым», устойчивым и инновационным ММСП» (APEC Strategy for Green, Sustainable and Innovative MSMEs), которая нацелена на [40]:

- повышение осмысленности в экологических вопросах для усиления конкурентоспособности заинтересованных лиц;
- проведение тренингов и развитие навыков для ММСП;
- содействие соблюдению соответствующих международных стандартов;
- разработку комплексных регуляторных рамочных программ на региональном и национальном уровнях;
- поддержку инициатив по продвижению науки, технологий и инноваций, а также интернет-экономики и цифровой экономики для расширения доступа на рынки для ММСП;
- содействие развитию «зеленых» ЦДС и создание сетей для «зеленых», устойчивых и инновационных ММСП.

На начальном этапе реализации «Стратегии» рассматриваются пять основных секторов, в которых странам предлагается на добровольной основе стать лидерами по продвижению «зеленых» и устойчивых ММСП в выбранном секторе, к примеру, с помощью инициирования проектов и организации соответствующих мероприятий:

- биоматериалы и возобновляемые источники энергии;
- строительство, в том числе экологическое;
- туризм;
- пищевая промышленность;
- текстильная промышленность.

Внутрироссийская повестка подтверждает важность и актуальность вопросов деятельности МСП в цифровой экономике. Россия активно включилась в наполнение информационного онлайн-портала для ММСП (APEC MSME Marketplace).

В дальнейшем следует не только продолжать участвовать в наполнении данного портала, но и информировать российские ММСП о возможностях APEC MSME Marketplace. Перспективным видится продолжение работы по обмену опытом со странами АТЭС по удобным в использовании инструментам поддержки и развития для представителей малого и среднего бизнеса в условиях цифровой среды. Россия могла бы использовать бизнес-навигатор МСП в качестве лучшей практики в данном контексте.

Основные документы, принятые по результатам встречи министров по вопросам малого и среднего бизнеса, отвечают интересам России и российских МСП. Развитие и поддержка инновационных стартапов в цифровую эпоху являются важными для развития малого и среднего предпринимательства. России следует активно подключаться к процессу создания сообщества стартапов в АТЭС. Реализация стратегии АТЭС, в соответствии с которой ММСП будут становиться более инновационными, «зелеными» и устойчивыми, будет приводить к решению экологических задач. Желательно рассмотреть возможности России стать лидером по продвижению «зеленых» и устойчивых ММСП в одном из секторов (к примеру, биоматериалов и возобновляемых источников энергии, а также туризма, в первую очередь экологического).

В 2018 г. Папуа – Новая Гвинея как председатель в АТЭС не стала выделять развитие малого и среднего бизнеса в отдельный приоритет, вставив данную тематику в подприоритет «Электронная коммерция и МСП» в приоритете по улучшению взаимосвязанности и усилению региональной экономической интеграции и в подприоритет «Совершенствование бизнес-среды (в том числе для МСП)» в приоритете по продвижению инклюзивного и устойчивого роста.

Кроме того, проблематика малого и среднего предпринимательства тесно переплетена с гендерными вопросами, которые были выделены в качестве подприоритета в приоритете по продвижению инклюзивного и устойчивого роста.

К примеру, по инициативе России был учрежден ежегодный конкурс в рамках АТЭС на лучший женский проект (APEC Business Efficiency and Success Target (BEST) AWARD). Основная цель проекта заключается в содействии интернационализации МСП под руководством женщин. Данный конкурс успешно проводился в 2016 и 2017 гг., его проведение планируется и в 2018 г. В 2017 г. был выпущен сборник лучших практик интернационализации МСП на основе первого конкурса [41].

Помимо общих усилий стран АТР по развитию малого и среднего бизнеса в рамках АТЭС, отдельные страны также реализуют различные меры господдержки для стимулирования интернационализации МСП. Деятельность малого и среднего бизнеса в том числе связана с решением таких ключевых общеэкономических задач, стоящих перед государством, как: достижение стабильного экономического роста и ускорение его темпов, содействие конкуренции в экономике, повышение инновационного потенциала в различных отраслях, диверсификация экспорта, решение проблем безработицы и диспропорций социально-экономического развития регионов страны. Поэтому многие страны ставят развитие МСП, в том числе увеличение их интернационализации, участие в ЦДС, одним из приоритетов.

Как было отмечено выше, в рамках современных экономических систем предстатели малого и среднего бизнеса сталкиваются со значительными барьерами, особенно при выходе на международные рынки. Основные барьеры связаны с недостаточным доступом к рыночным механизмам финансирования и, как следствие, с жесткими бюджетными ограничениями. Также высоки административно-бюрократические барьеры, отдельным моментом является несовершенство системы защиты прав интеллектуальной собственности, что также снижает стимулы для инновационной деятельности.

Более развитые страны АТР уже давно ведут деятельность по стимулированию активности малых и средних предприятий, в том числе для увеличения их интернационализации, развивающиеся страны начали вводить подобные меры государственной поддержки позже. В настоящий момент, в условиях поиска новых механизмов экономического роста, важной задачей во всех странах становится продвижение малого и среднего бизнеса.

В 2016 г. Всемирная торговая организация (ВТО) выпустила отчет, посвященный участию МСП в международной торговле, где выделены проблемы, с которыми представители малого и среднего бизнеса сталкиваются при выходе на международные рынки, а также проблемы их участия в глобальных ЦДС, международной электронной коммерции и вопросы торговой политики, связанные с МСП [42]. Наиболее важными моментами остаются интернационализация МСП, а также вопросы регулирования и доступа к финансированию, которые, в свою очередь, также тесно связаны с интернационализацией МСП [30].

Меры государственной поддержки малого и среднего бизнеса можно условно разделить на прямые, как правило, направленные на увеличение доступа к финансированию, и меры в области налогообложения, и на косвенные, которые содействуют созданию прозрачных правил регулирования и благоприятной среды для ведения бизнеса.

Расширение доступа к финансированию

Многие страны АТР применяют инструменты государственной финансовой поддержки малого и среднего бизнеса. Зачастую это выражается в форме прямой финансовой поддержки через предоставление грантов, беспроцентных займов, содействие участию представителей малого и среднего бизнеса в специальных государственных программах. Государственные гарантии банковских займов для МСП представляют собой наиболее распространенный механизм господдержки.

Кроме того, важная роль отводится государству в обеспечении условий для венчурного финансирования проектов малого и среднего предпринимательства с высоким уровнем риска, особенно в области научно-технических разработок и внедрения инноваций. Некоторые страны АТР уделяют значительное внимание финансовой поддержке экспортной деятельности представителей малого и среднего бизнеса. Это увеличивает для МСП возможности по встраиванию в глобальные производственные цепочки и ЦДС.

Эффективно функционирующая институциональная система в стране играет очень важную роль при оказании финансовой помощи частному сектору, особенно малому и среднему бизнесу. Во многих странах Азиатско-Тихоокеанского региона создаются специальные структуры для поддержки малого и среднего бизнеса, разрабатываются для этого различные инструменты, в частности финансовые (табл. 3).

Таблица 3

**Ответственные организации и основные инструменты
в области расширения источников финансирования
МСП в некоторых странах АТР**

Страна	Ответственная государственная структура	Основные инструменты
1	2	3
США	Управление малого бизнеса (Small Business Administration)	Предоставление государственных гарантий под банковские займы МСП, венчурное финансирование.
Канада	Правительство Канады, Банк развития бизнеса Канады (Business Development Bank of Canada), Агентство по развитию экспорта (Export Development Canada)	Прямая финансовая поддержка, в том числе венчурное финансирование, предоставление займов в рамках Программы по финансированию малого бизнеса, поддержка экспортных МСП, в том числе предоставление 100%-й гарантии займов в отечественных банках таким МСП.
Республика Корея	Корпорация развития малого бизнеса (Small Business Corporation), специальные фонды	Государственные гарантии под банковские займы МСП, кредитование МСП.

Окончание таблицы 3

1	2	3
Чили	Корпорация промышленного развития (Production Development Corporation, CORFO), Государственный банк Banco Estado	Создание фондов венчурного финансирования, долгосрочное кредитование таких фондов, гранты для МСП, привлечение предпринимателей мирового уровня, в том числе зарубежных, в рамках программы Start-Up Chile, программы государственных гарантий под займы (FOGAPE со стороны госбанка, FOGAIN со стороны CORFO).
Россия	Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства, АО «Российский экспортный центр» (РЭЦ), МСП Банк, Российская венчурная компания (РВК)	Программа стимулирования кредитования, гарантийная поддержка субъектов МСП (Национальная гарантийная система), создание венчурных фондов для инвестирования в МСП в научно-технической сфере.
Япония	Правительство Японии, Финансовая корпорация Японии (Japan Financial Corporation), Банк Shoko Chukin	Предоставление долгосрочных займов (стартапы, экспортная деятельность МСП, внешние шоки, например, финансовый кризис, природные катастрофы), финансовая помощь МСП при реструктуризации займа.
Мексика	Министерство экономики Мексики	Фонд МСП, программа «посевого» капитала, гарантийная поддержка банковских займов, предоставление займов МСП в сельской местности и неразвитых регионах с льготными условиями кредитования.
Таиланд	Корпорация по кредитным гарантиям для малого бизнеса (Small Business Credit Guarantee Corporation)	Предоставление гарантийной поддержки банковским займам МСП при отсутствии достаточного обеспечения кредита.

Источник: [25].

В США ключевая роль в финансовой поддержке малого и среднего бизнеса отведена Управлению малого бизнеса (УМБ). Данным управлением была разработана «Программа по доступу к капиталу», состоящая из нескольких подпрограмм по софинансированию и гарантийной поддержке. Так, в рамках подпрограммы займов (7(a) Loan Programme) предоставляются гарантии на займы при инвестициях в размере не более 5 млн долл. в оборотный капитал компании. В соответствии с другой подпрограммой при инвестициях в основной капитал (в здания, сооружения или земельные участки) предоставляются гарантии и софинансирование займов в размере до 5,5 млн долл. Кроме того, согласно еще одной

подпрограмме была создана Инвестиционная компания малого бизнеса, предоставляющая средства венчурным предприятиям, которые были сертифицированы УМБ [25].

В настоящее время в России разработана в достаточной степени централизованная система по поддержке малых и средних предприятий. Основной ответственной государственной структурой является Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства (Корпорация МСП), созданная в 2015 г. Основными направлениями финансовой поддержки Корпорации МСП являются [43]:

- предоставление финансовыми организациями (в частности, банками) – партнерами участников Национальной гарантийной системы (НГС) кредитов и займов субъектам МСП и организациям инфраструктуры поддержки МСП (в том числе финансовым организациям) с обеспечением в виде гарантий или поручительств участников НГС;
- привлечение специализированной финансовой организацией средств в рамках сделок секьюритизации, обеспечиваемых гарантиями и поручительством участников НГС;
- обеспечение гарантиями и поручительством со стороны НГС обязательств субъектов МСП, исполняемых ими по заключенным по результатам закупок договорам и контрактам;
- предоставление уполномоченными банками Корпорации МСП кредитов субъектам МСП и организациям инфраструктуры поддержки МСП в рамках «Программы стимулирования кредитования субъектов МСП»;
- предоставление субъектам МСП и организациям инфраструктуры поддержки МСП кредитов АО «МСП Банк».

Таким образом, финансовая поддержка малого и среднего бизнеса со стороны Корпорации МСП заключается в следующем: предоставление гарантийной поддержки МСП в рамках Национальной гарантийной системы, развитие и участие в лизинговых и факторинговых операциях на рынке, разработка механизмов рефинансирования долговых обязательств МСП, формирование выгодных условий кредитования для МСП в приоритетных отраслях (таких как сельское хозяйство, обрабатывающая промышленность, в том числе пищевая, производство и распределение электроэнергии, газа, воды, строительство, транспорт, внутренний туризм, высокие технологии) в рамках «Программы стимулирования кредитования субъектов МСП», в которой участвуют ряд банков. Корпорация МСП, как правило, при оказании гарантийной помощи фокусируется на средних и крупных проектах, в то время как МСП Банк и региональные гарантийные организации ведут деятельность в данной области в основном с микро- и малыми предприятиями.

В Чили действует система господдержки МСП, в чем-то схожая с российской. В Чили Корпорация промышленного развития (CORFO), а также Государственный банк (Banco del Estado) реализуют гарантийную поддержку банковских кредитов малых и средних предприятий с помощью Чилийского государственного фонда гарантий для малых предприятий (FOGAPE) и специальной программы покрытия кредитного риска за счет предоставления малому и среднему бизнесу краткосрочного и долгосрочного финансирования. Чилийская Корпорация промышленного развития также содействует развитию венчурных инвестиций путем предоставления долгосрочных кредитных линий частным венчурным фондам. Корпорация промышленного развития управляет двумя венчурными фондами: Фондом первоначального этапа и Фондом развития и роста. Фонд первоначального этапа занимается вопросами мелких инновационных компаний, а также стартапов. Таким компаниям для начала реализации проектов трудно собрать достаточное финансирование. Фонд развития и роста работает с компаниями, которые

находятся на стадии активного роста и расширения своей деятельности. Помимо прочего, интересен чилийский опыт в программах, которые нацелены на содействие использованию и разработке малым и средним бизнесом новых технологий, – например, это программа «Start-Up Chile». В рамках данной программы осуществляется привлечение в проекты на начальной стадии предпринимателей международного уровня из разных стран [25].

Для увеличения источников финансирования малого и среднего бизнеса как в Чили, так и в другой южноамериканской стране – Перу значительную роль играют инструменты факторинга. В Перу была проведена реформа, по результатам которой сформирован рынок торгуемых накладных, следствием чего стало снижение ставки факторинга для представителей малого и среднего бизнеса из-за усиления конкуренции между факторинговыми компаниями. Таким образом, была развита система финансирования МСП с помощью операций факторинга: количество операций факторинга увеличилось с 70 в месяц до примерно 2000 в месяц после проведения реформы [44].

Мексика также начала использовать в последнее время современные рыночные инструменты, такие как факторинг, и государственную гарантийную поддержку кредитования малого и среднего бизнеса [25].

В Брунее и Республике Корея была сформирована государственная корпорация по поддержке малого и среднего бизнеса, которая среди прочего занимается также финансовой поддержкой МСП. В Брунее такой структурой является Darussalam Enterprise (DARe), которая оказывает содействие отечественному малому бизнесу с момента его создания до достижения стадии роста. Одним из ключевых направлений работы данной структуры является предоставление грантов на реализацию проектов [45].

В Республике Корея существуют две структуры, которые в том числе занимаются гарантийной поддержкой субъектов малого и среднего бизнеса [47]:

- Корейский кредитный гарантийный фонд (Korea Credit Guarantee Fund (KODIT)), деятельность которого сфокусирована на представителях малого и среднего предпринимательства, не имеющих собственного материального обеспечения для реализации перспективных бизнес-проектов;
- Корейская финансовая технологическая корпорация (Korea Technology Finance Corporation Roles: credit guarantee for new technology-based enterprises (KOTEC)), которая специализируется на оказании услуг высокотехнологичным МСП.

Интересен и опыт Японии в сфере государственной поддержки малых и средних предприятий. Основные меры сосредоточены на системе гарантийной поддержки кредитов, а также на прямом кредитовании МСП. В марте 2017 г. сумма займов, предоставленных МСП, равнялась примерно 237 трлн японских йен (предоставляемых следующими частными финансовыми институтами: отечественными лицензированными банками и кредитными ассоциациями). Общее финансирование по программам гарантийного кредитования составило 25,1 трлн японских йен и охватило 1,3 млн представителей малого и среднего бизнеса. Общее финансирование по программам прямых займов составило 21,2 трлн японских йен и охватило 1 млн из 3,8 млн МСП [46]. Для снижения последствий для малого и среднего бизнеса финансового кризиса, землетрясения и аварии на Фукусиме в 2011 г. в Японии были приняты некоторые временные меры. Эти меры были введены до 2013 г. и заключались в увеличении в некоторых отраслях коэффициента действия программы гарантийной поддержки с 80 до 100% и снижении на 0,5% ставки по прямым займам [25]. Расширение доступа к финансированию способствует не только деятельности малого и среднего бизнеса на внутреннем рынке, но и продвижению их экспортной деятельности. К примеру, Финансовая корпорация Японии и Банк Shoko Chukin предоставляют малым и средним предприятиям займы на расширение своей деятельности за рубежом.

Агентство Канады в сфере кредитования экспортных операций (Export Development Canada) дает 100%-е гарантии займов национальным банкам, предоставляемых малому и среднему бизнесу, для расширения их финансовых возможностей для ведения экспортной деятельности.

В Австралии специальная структура под названием «Корпорация финансирования и страхования экспортных операций» осуществляет аналогичную поддержку австралийским представителям малого и среднего бизнеса. Основными инструментами австралийской корпорации в данной области являются предоставление займов, гарантий, а также страховых услуг [25].

Меры в области налогообложения

Существенную роль в повышении интернационализации малых и средних предприятий играют инструменты налоговой политики. В качестве примеров стран АТР, которые применяют меры в сфере налогообложения, стимулирующие малый и средний бизнес, можно выделить Австралию, Канаду, Китай, Перу и Таиланд.

В Австралии предоставляется освобождение в размере 20% (с ограничением не более 200 тыс. австралийских долл. в год) от уплаты налога на доход с капитала инновационных МСП и стартапов. С июля 2015 г. компании, оборот которых составляет менее 2 млн австралийских долл., стали уплачивать налог вместо обычной ставки, равной 30%, по сниженной ставке, равной 28,5%, а в 2016 г. – по ставке, равной 27,5%. Для компаний с годовым оборотом от 2 млн до 10 млн долл. австралийское правительство также снизило ставку налога до 27,5% в целях стимулирования развития и расширения бизнеса. Ставка налога далее постепенно снижается, а пороговое значение годового оборота МСП для получения налоговых льгот будет постепенно расти [25].

В Канаде также проводится политика преференциальной ставки налога в отношении малого и среднего бизнеса. Преференциальная налоговая ставка доступна

только для канадских компаний с капиталом не более 15 млн канадских долл. В 2008 г. ставка налога на доходы корпораций была снижена с 15 до 11%. В 2015 г. было объявлено, что ставка налога к 2019 г. будет снижена до 9% [46].

Китай также активно содействует малому и среднему бизнесу с помощью механизмов налоговой системы. В 2014 г. для компаний, доход которых не превышает 100 тыс. юаней, была понижена ставка на налог на доходы с 25 до 20% на половину от общей суммы дохода. От уплаты налога на добавленную стоимость и налога на бизнес освобождаются те малые и средние предприятия, выручка с продаж которых не превышает 20–30 тыс. юаней в месяц. Кроме того, для отечественных малых и средних предприятий были упразднены 54 административных налога и сбора [25].

Помимо прочего, существенное внимание в Китае уделяется поддержке национальной инновационной продукции. Если деятельность фирмы связана с инновациями, то она может воспользоваться налоговым вычетом в размере 150% от расходов на исследования и разработки в производстве нового товара или технологии. Кроме того, предусмотрено освобождение от НДС в случае трансфера технологий, развития технологий, технологических консультаций и технологических услуг [48].

В Перу были приняты схожие меры по стимулированию малого и среднего бизнеса, направленные в том числе на содействие инновационным компаниям. Начиная с 2016 г. фирмы в Перу могут получить налоговый вычет в размере 175% от своих расходов на НИОКР. В данном случае инвестиции в инновационные проекты одобряются Национальным советом по науке, технологиям и технологическим инновациям [49].

В Таиланде в 2016 г. была принята программа в области налогообложения для содействия малому и среднему бизнесу. В соответствии с данной программой МСП, которые дадут согласие на участие в ней, будут освобождены на год от

уплаты налога на доходы компании, а в течение следующего года смогут платить налог по сниженной с 20 до 10% ставке. Кроме того, программой предусмотрено ведение малыми и средними предприятиями должным образом бухгалтерии и своевременное предоставление необходимых документов в налоговые органы. К тому же если какое-то МСП не присоединится к программе до конца 2019 г., то оно не сможет получать кредиты в коммерческих банках, которые будут запрашивать налоговые документы [50].

Создание бизнес-среды, благоприятной для малого и среднего бизнеса

Большое значение, в том числе для интернационализации МСП, в АТР имеет создание деловой среды, благоприятной для малого и среднего бизнеса. В Японии для этих целей была создана Организация по развитию МСП и региональных инноваций, ключевые направления деятельности которой заключаются в следующем [51]:

- консультационное содействие со стороны экспертного сообщества в таких областях, как финансирование, технологии, правовая поддержка;
- создание бизнес-инкубаторов для решения технологических и управленческих задач МСП;
- развитие деловых связей МСП;
- особая поддержка проектов МСП в отраслях сельского хозяйства;
- интернационализация малых и средних предприятий;
- образовательная деятельность, в частности в рамках специальных университетов МСП;
- поддержка МСП в решении вопросов, связанных с обеспечением защиты прав интеллектуальной собственности;
- содействие внедрению экологических стандартов и стандартов безопасности в деятельности МСП;
- развитие соответствующей инфраструктуры.

В России Корпорация МСП также оказывает различные виды поддержки МСП. Прежде всего это консультационная поддержка по юридическим вопросам. Корпорация работает и в сфере повышения правовой грамотности предпринимателей, формирует так называемую «базу правовых решений для субъектов МСП». Кроме того, с помощью специальных программ обучения корпорация выполняет образовательную функцию, а посредством предоставления государственного и муниципального имущества во владение или пользование – имущественную поддержку малого и среднего бизнеса [25].

Кроме того, корпорацией был разработан бесплатный веб-инструмент, который помогает представителям малого и среднего бизнеса начать бизнес и вести его в дальнейшем, – «Бизнес-навигатор МСП». Данный онлайн-портал создан по принципу «одного окна», с его помощью представители МСП могут [52]:

- подобрать бизнес;
- получить ориентировочный бизнес-план;
- узнать о возможности получения кредита и оформить гарантию;
- ознакомиться с мерами поддержки малого и среднего бизнеса;
- подобрать в аренду помещение для своего бизнеса;
- узнать о планах закупок крупнейших заказчиков.

В *табл. 4* представлены основные статистические показатели онлайн-портала «Бизнес-навигатор МСП». С момента создания портала количество уникальных посетителей выросло до 0,3 млн пользователей.

Веб-инструмент «Бизнес-навигатор МСП» был представлен Корпорацией МСП на встрече Группы АТЭС по развитию малого и среднего предпринимательства в 2017 г., и им заинтересовались такие страны АТЭС, как Таиланд, Япония, Китай, Индонезия, Папуа – Новая Гвинея и Филиппины.

**Количество пользователей портала «Бизнес-навигатор МСП»
по состоянию на 27.05.2018**

	Всего (накопленным итогом)	Прирост за неделю
Количество уникальных посетителей портала «Бизнес-навигатор МСП» (по данным Яндекс-метрики) с 09.09.2016	2 724 000	58 436
Количество зарегистрированных уникальных пользователей портала «Бизнес-навигатор МСП» с 09.09.2016	905 292	15 625
Количество зарегистрированных уникальных субъектов МСП – пользователей портала «Бизнес-навигатор МСП» с 01.01.2017	635 315	10 317

Источник: [53].

Интерес представляет и австралийский опыт содействия развитию малому и среднему бизнесу. В 2015 г. в Австралии были приняты поправки к Закону о защите потребителей и к Закону о комиссии по ценным бумагам и инвестициям 2001 г. Их основной целью являлась защита представителей малого и среднего предпринимательства от недобросовестного поведения более крупных компаний-поставщиков, которые могут использовать не совсем честные условия сделок при заключении контрактов с неопытными МСП. Также в Австралии существует «Программа предоставления консалтинговых услуг малому бизнесу» [25].

* * *

Страны Азиатско-Тихоокеанского региона уделяют большое внимание развитию малого и среднего бизнеса, представители которого вносят существенный вклад в экономический рост, занятость и экспортный потенциал региона. Значительную роль в содействии поддержке малых и средних предприятий в разных областях играет Форум АТЭС, в рамках которого принимаются соответствующие стратегические документы в приоритетных областях, а также ведется проектная

деятельность, в том числе в области интернационализации МСП, в которой принимает участие и Россия. Представляется целесообразным предложение в Группе АТЭС по развитию малого и среднего предпринимательства проекта от России в области изучения опыта различных органов по поддержке экспорта в странах АТЭС.

При выходе на международные рынки представители малого и среднего бизнеса сталкиваются со значительными трудностями. Наиболее важными моментами остаются интернационализация МСП, а также вопросы регулирования и доступа к финансированию, которые, в свою очередь, также тесно связаны с интернационализацией МСП. Условно можно разделить меры государственной поддержки, наиболее часто используемые в странах АТР, на прямые (меры, содействующие доступу МСП к финансированию, и меры налоговой поддержки) и косвенные (меры, улучшающие деловую среду для малого и среднего бизнеса).

В ряде стран АТР государство предоставляет прямую поддержку малому и среднему бизнесу с помощью грантов и прямого кредитования. Однако большее распространение получили такие меры, как гарантийная поддержка банковских займов малых и средних предприятий и содействие развитию рыночных инструментов (к примеру, факторинг).

В странах АТР также применяются стимулирующие меры в сфере налогообложения: преференциальные ставки налога на прибыль, налоговые вычеты, особенно для поддержки инновационных предприятий, которые в значительной степени инвестируют в НИОКР.

Совершенствование деловой среды также является важной составляющей для повышения интернационализации МСП и их участия в цепочках добавленной стоимости. Это подтверждается как совместной работой в таких региональных организациях, как АТЭС, так и деятельностью стран на национальном уровне. Оно включает снижение административного бремени, повышение прозрачности

мер регулирования, совершенствование доступа к образовательным и консультационным услугам, улучшение системы защиты прав интеллектуальной собственности и др.

Участие компаний в проектной деятельности АТЭС также косвенно способствует интернационализации МСП, поскольку предоставляет компаниям возможность обмениваться опытом, продвигать свои технологии и разработки, находить потенциальных партнеров и инвесторов и выходить на новые рынки АТР.

1.3. Статистический анализ государственных расходов на поддержку экспорта малых и средних предприятий в регионах Российской Федерации

Для статистического анализа использовались данные Росстата по объемам экспорта регионов РФ [18], а также показатели по финансированию региональных программ по развитию предпринимательства, включающие меры по поддержке экспорта. При этом учитывалось финансирование только федерального, регионального и местного бюджетов, а внебюджетные источники не входили в наш анализ. Также стоит отметить, что данные, указанные в соответствующих программах, имеют плановый характер, особенно это касается финансирования из внебюджетных источников. Тем не менее мы исходим из того, что программы выполняются и все запланированные средства осваиваются. Поскольку наиболее релевантные данные по объемам регионального экспорта на текущий момент известны за 2016 г., все диаграммы и таблицы с использованием этих данных ограничены 2016 г.

Наибольший объем финансирования программ поддержки предпринимательства, включая меры по поддержке экспорта малых и средних предприятий, наблюдался в 2016 г. в Магаданской области, Республике Северная Осетия. В целом отмечается положительная зависимость больших объемов поддержки МСП в рамках региональных программ и объемов регионального экспорта, что может

свидетельствовать об эффективности государственных мер поддержки экспорта (рис. 6).

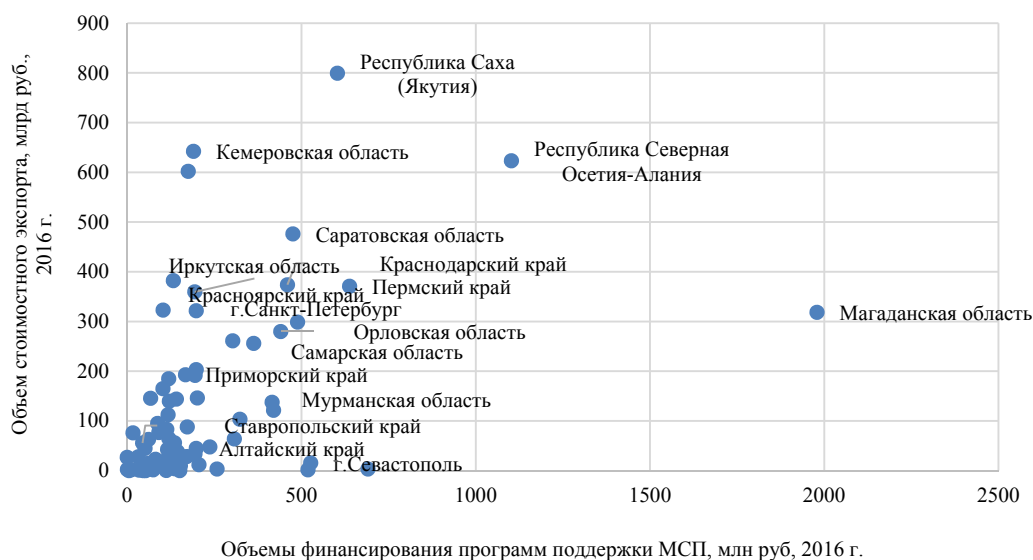


Рис. 6. Зависимость объемов финансирования программ поддержки МПС и объемов экспорта, 2016 г.

Источник: построено авторами на основе [18] и региональных программ развития предпринимательства.

По показателю отношения объема экспорта к объему финансирования региональных программ в 2016 г. на 1-м месте находится Еврейская автономная область (5283), на 2-м – Саратовская область (4570), на 3-м – Сахалинская область (3445). Самое наименьшее значение показателя – у Чеченской Республики (0,4), Республики Ингушетия (1,7), Республике Адыгея (3) и г. Севастополя (3,5).

В 2017 г. наибольший объем финансирования по программам развития предпринимательства отмечен в Москве (12 069 млн руб.), в Московской области (2062 млн руб.), в Республике Татарстан (1255 млн руб.), в Ханты-Мансийском автономном округе (542 млн руб.), в Ростовской области (540 млн руб.). Средний объем поддержки в рамках программ поддержки предпринимательства в 2017 г. составил 338 млн руб.

Эффективность расходов на поддержку экспорта можно проиллюстрировать соотношением объемов финансирования программ в ВРП и экспорта в ВРП. Наиболее эффективны эти расходы в Сахалинской и Кемеровской областях, где доля экспорта в ВРП более 70%, а расходы на программу – всего 0,02% ВРП (рис. 7). Вместе с тем такой результат может иметь место, когда в регионе большие объемы экспорта без государственного протекционизма, поэтому нет необходимости в значительной степени финансировать программы поддержки экспорта. В любом случае, о регионах с крайне низкой долей экспорта при низких относительных расходах на поддержку экспорта можно сказать, что в них необходимо наращивать государственную поддержку предпринимательства, в том числе принимать меры по поддержке экспорта. Среди таких регионов следует отметить в первую очередь Республику Калмыкию, Карачаево-Черкессию, Кабардино-Балкарию, Тамбовскую и Тверскую области.

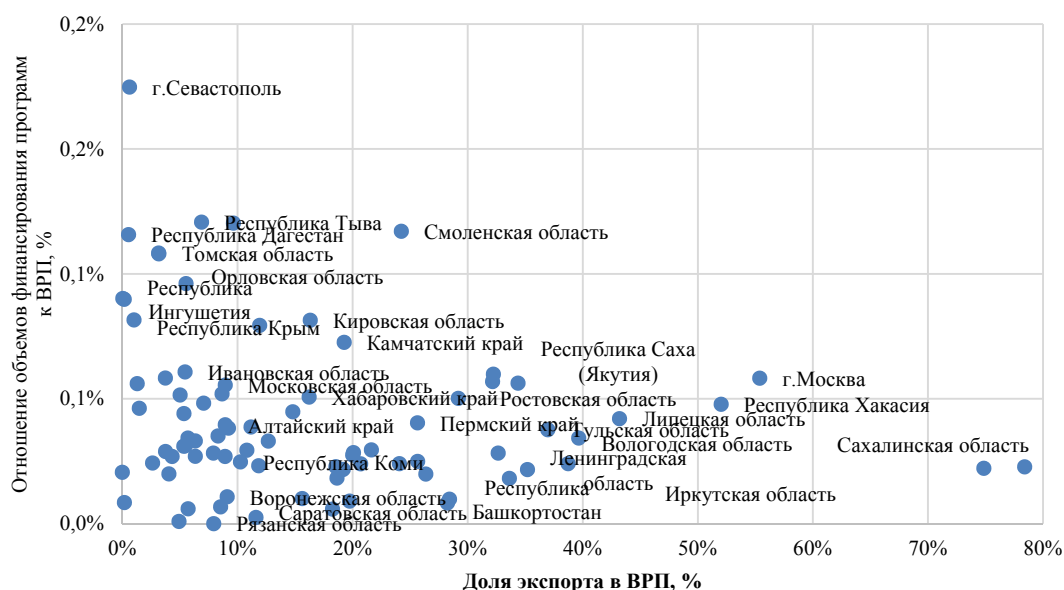


Рис. 7. Соотношение объемов финансирования программ поддержки МПС и доли регионального экспорта в ВРП, 2016 г.

Источник: построено авторами на основе [18] и региональных программ развития предпринимательства.

1.4. Статистический анализ объемов экспорта малых и средних предприятий в регионах

Анализ статистических данных по результатам экспортной деятельности и различных характеристик компаний строился посредством объединения двух баз данных: Руслана [54] и государственных таможенных деклараций (ГТД) [55]. Выборка ограничена 2016 г. Важно отметить, что в базе данных Руслана представлены данные не по всем российским фирмам, возможны пропуски. Тем не менее распределение долей фирм в зависимости от их различных характеристик будет соответствовать фактическому из-за большого набора данных и репрезентативности выборки.

Доля крупных фирм в российском экспорте в 2016 г. составила 90,8%, доля средних фирм – 1,6%, доля малых фирм – 7,6%. Наиболее велика доля малых фирм в экспорте в Чукотском АО, Республике Тыве, Еврейской автономной области, Республике Алтай, Ингушетии, Дагестане, Чечне.

Поскольку российские регионы специализируются на экспорте лишь некоторых категорий отраслей (по буквенной классификации ОКВЭД), распределение фирм будет рассматриваться только в отношении этих отраслей: А – «Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство», В – «Добыча полезных ископаемых», С – «Обрабатывающие производства», G – «Оптовая и розничная торговля, ремонт автомобилей и мотоциклов», Н – «Транспортировка и хранение», М – «Деятельность профессиональная, научная и техническая». Разделение на малые, средние и крупные фирмы производится на основе российской классификации.

Среди рассматриваемых видов экономической деятельности наибольшую долю в экспорте малые фирмы занимают в транспортировке и хранении (33,27%), в оптовой и розничной торговле, ремонте автомобилей и мотоциклов (25,19%), а также в сельском, лесном хозяйстве, охоте, рыболовстве и рыбоводстве (16,77%) (рис. 8). При этом наибольшая доля малых предприятий в экспорте отрасли А

(«Сельское хозяйство») наблюдается в Астраханской, Нижегородской, Самарской, Курганской, Омской, Саратовской, Смоленской, Тюменской областях, в Удмуртии и Республике Саха, а наибольшая доля крупных фирм в этой отрасли – в Липецкой, Тульской, Новгородской и Архангельской областях. Наибольшая доля малых предприятий отрасли G («Оптовая и розничная торговля») – в Чукотском АО, Республике Дагестан, Северной Осетии, Чеченской Республике и Ханты-Мансийском АО. Наибольшая доля малых предприятий отрасли H («Транспортировка и хранение») сложилась в Амурской, Владимирской, Вологодской, Ивановской, Кировской, Костромской, Курганской, Курской, Липецкой, Новгородской, Псковской, Рязанской и Челябинской областях.

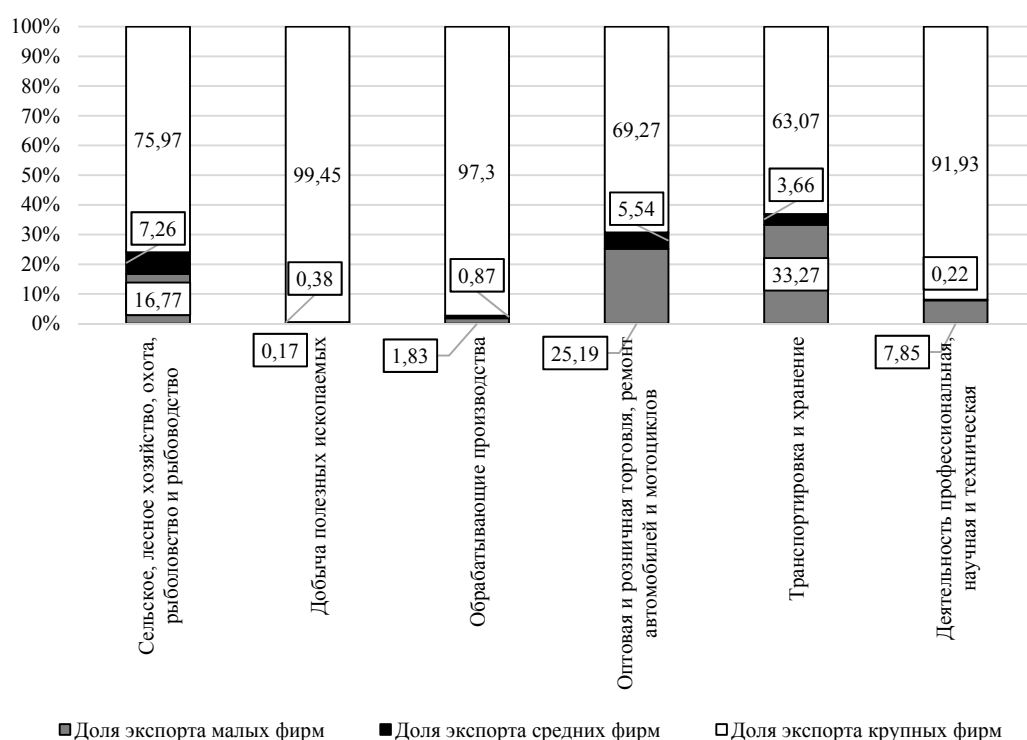


Рис. 8. Распределение фирм по размеру в экспорте некоторых отраслей, %, 2016 г.

Источник: построено авторами на основе [54] и [55].

Экспортирующих малых и средних предприятий возраста 1–2 года в базе данных нет, вероятно, потому, что для начала экспортной деятельности компаниям не хватает опыта, а кроме того, компании в России изначально не создаются «глобальными», т.е. ориентированными на экспорт, решение о начале экспортной деятельности принимается спустя годы после начала работы. Это подтверждают и статистические данные по распределению экспортирующих малых и средних предприятий по возрасту (рис. 9). Более половины экспортирующих МСП работают более 10 лет. Встает вопрос: в каком регионе больше доля молодых компаний, ведущих экспортную деятельность, из числа МСП?

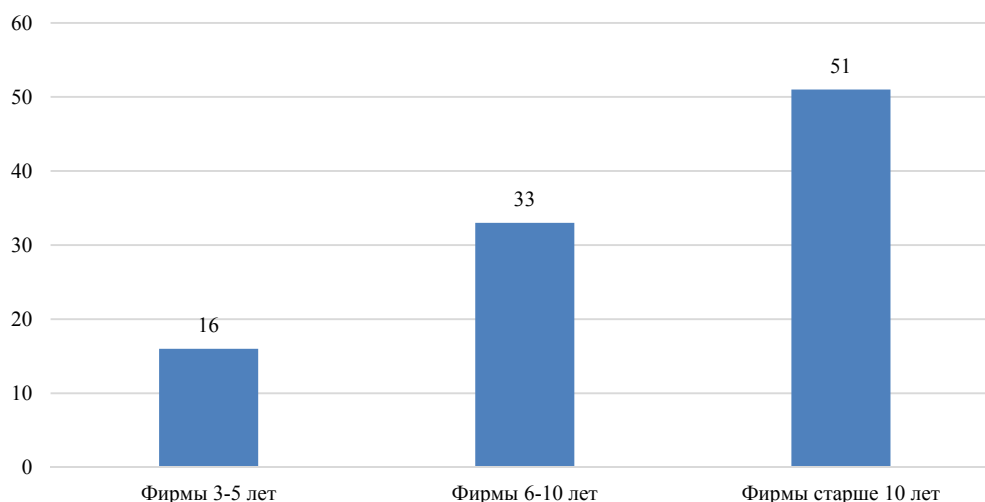


Рис. 9. Распределение экспортирующих МСП по возрасту, %, 2016 г.

Источник: построено авторами на основе [54] и [55].

При этом экспорт фирм старше 10 лет имеет большие объемы по сравнению с более молодыми фирмами, поэтому их доля в экспорте еще выше и составляет более 62% (рис. 10). Чем моложе фирма, тем меньше она экспортирует, поэтому доля фирм возраста 3–5 лет в экспорте составляет лишь 13,11%.

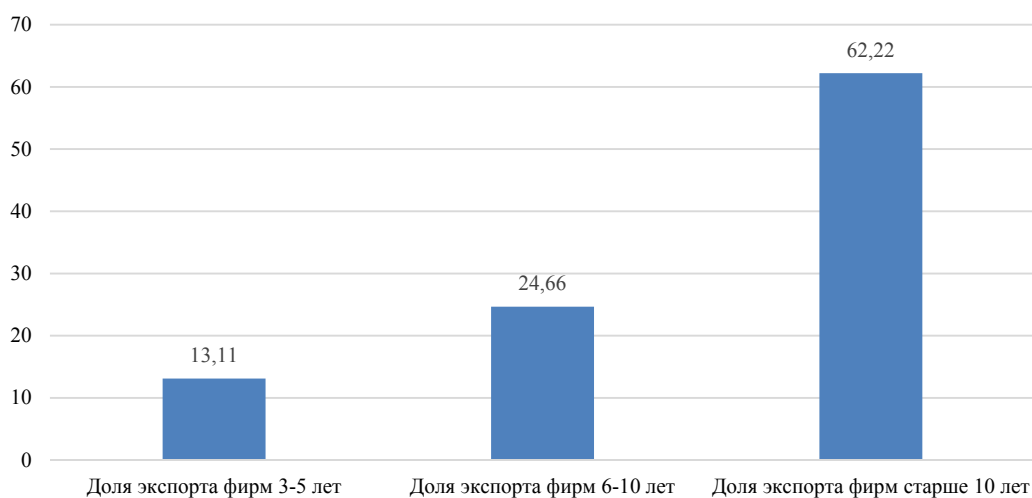


Рис. 10. Доля МСП разного возраста в экспорте, %, 2016 г.

Источник: построено авторами на основе [54] и [55].

Наибольшая доля экспортирующих МСП 3–5 лет (не считая МСП в Чукотском АО и в Республике Тыва с подозрением на неадекватность данных) в Еврейской автономной области (33%), Рязанской области (27%) и Ямало-Ненецком АО (25%). Меньше всего их в НАО и республиках Северного Кавказа. Доля фирм 3–5 лет по объему экспорта наиболее велика в Ямало-Ненецком АО (62%), Рязанской (38,7%) и Саратовской (33,6%) областях.

Среди российских экспортирующих малых и средних предприятий наиболее велико число тех, которые экспортируют 1–2 товара (в разрезе шестизначной классификации), – 55%. При этом довольно высока и доля фирм, экспортирующих 11 товаров и более (12,8%) (рис. 11). Доля таких фирм наиболее высока в Чечне (50%), Чувашии (24%), Ростовской области (22%).

Доля в объеме экспорта фирм с 11 товарами и более составляет 16,9% (рис. 12). Наиболее высока доля этих фирм в Калмыкии (89%), Чечне (85%), Башкирии (83%), Хакасии (74%), в Ивановской (69%), Ленинградской (60%) областях. При этом доля фирм, экспортирующих 3–5 и 6–10 товаров, ниже, чем их доля в экспорте (28,12 и 20,84% соответственно).

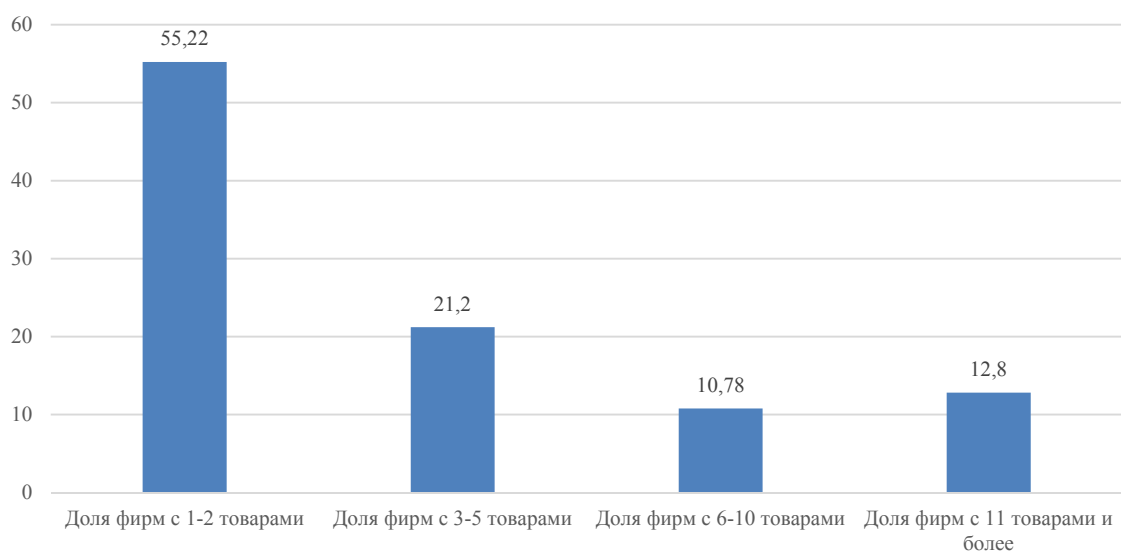


Рис. 11. Доля экспортирующих МСП с разным числом наименований товаров в экспорте, %, 2016 г.

Источник: построено авторами на основе [54] и [55].

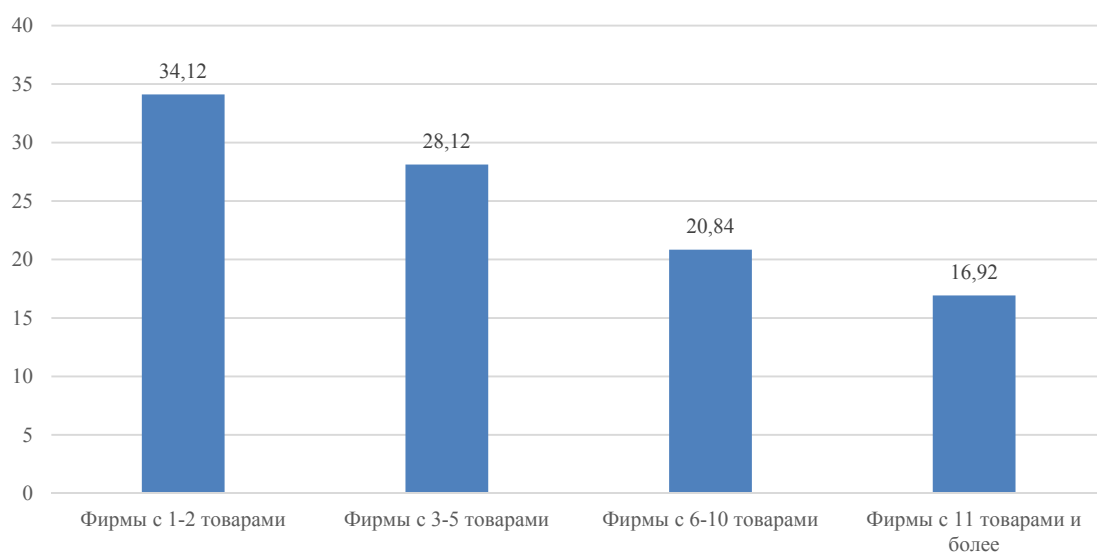


Рис. 12. Доля в экспорте МСП с разным числом наименований товаров в экспорте, %, 2016 г.

Источник: построено авторами на основе [54] и [55].

На *рис. 13* представлено распределение экспортирующих МСП в зависимости от числа стран назначения экспорта. Наибольшую долю занимают фирмы, экспортирующие в 1 страну (59,5%). Доля фирм, экспортирующих более чем в 6 стран, составляет 8,8%. Доля этих фирм наиболее высока в Кемеровской области (34%), Республике Марий Эл (20%), Рязанской области (19%) и Чувашии (18,5%).

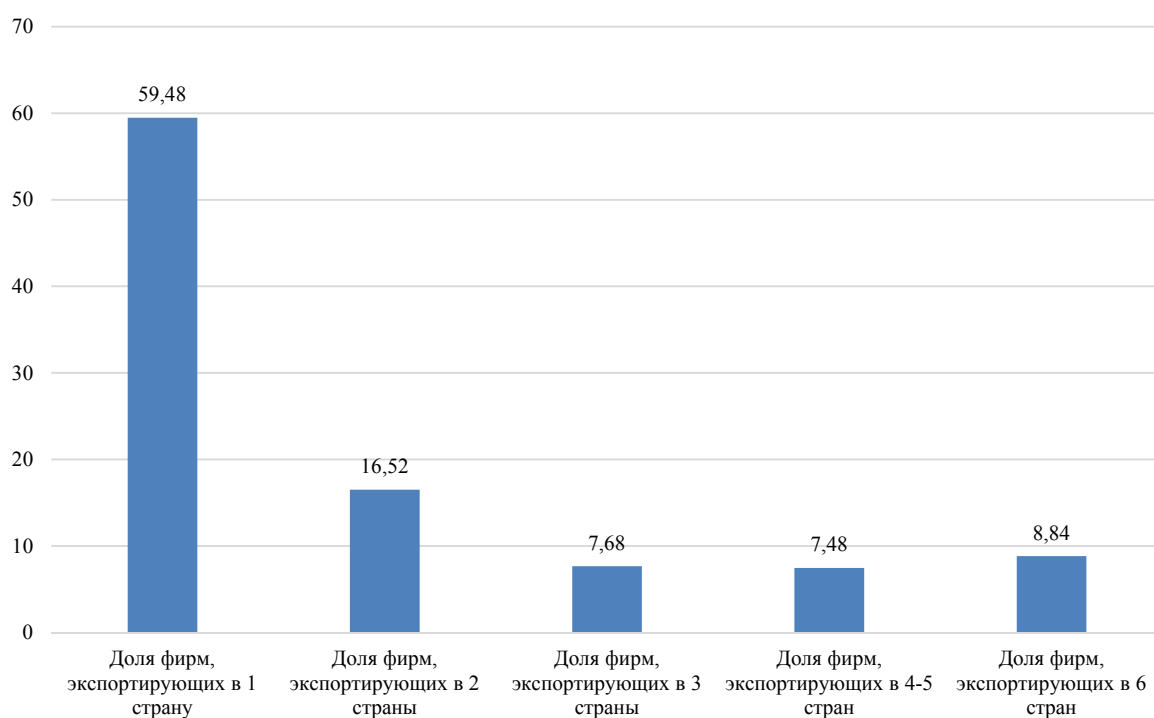


Рис. 13. Распределение МСП, экспортирующих в разное число стран, %, 2016 г.

Источник: построено авторами на основе [54] и [55].

При этом фирмы, экспортирующие более чем в 6 стран, составляют 60,6% среди всех МСП региона (*рис. 14*). Доля таких фирм в экспорте всех МСП наиболее высока в Краснодарском крае (94,7%), в Кемеровской (94,6%), Тульской (90,5%), Тюменской (85%) областях, в Башкирии (84,4%), в Ленинградской (84,2%), Костромской (82%) областях.

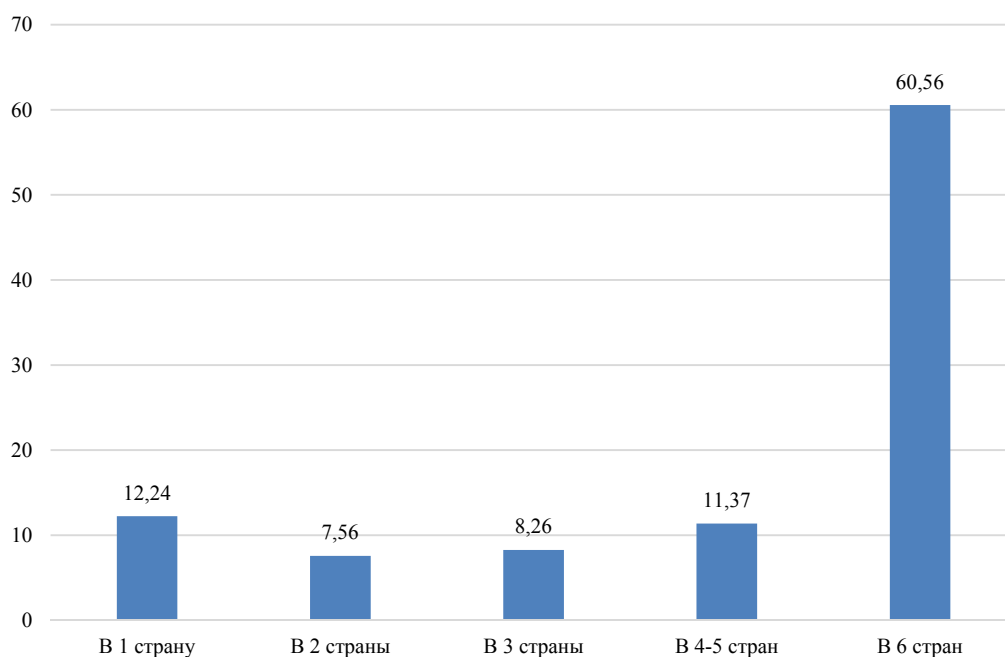


Рис. 14. Доля фирм в экспорте МСП с разным числом стран назначения, %, 2016 г.

Источник: построено авторами на основе [54] и [55].

В целом, если принять гипотезу о том, что наиболее успешными регионами в области поддержки экспорта являются те, у которых высокая доля молодых фирм, фирм с небольшим количеством экспортируемых товаров и небольшим числом стран назначения экспорта, то потенциалом наращивания экспорта обладают (топ-10 в рейтинге):

- с ростом возраста фирм: Чукотский АО, Республика Тыва, Еврейская автономная область, Ямало-Ненецкий АО, Рязанская, Амурская области, Приморский край, Тамбовская, Воронежская области, Красноярский край;
- с ростом числа наименований экспортируемых товаров: Чукотский АО, Республика Тыва, Ямало-Ненецкий АО, Республика Ингушетия, Ненецкий АО, Республика Алтай, Мордовская Республика, Курганская область, Республика Саха, Кемеровская область;

- с ростом числа стран назначения экспорта: Чукотский АО, Республика Ингушетия, Еврейская автономная область, Забайкальский край, Республика Бурятия, Астраханская область, Амурская область, Ненецкий АО, Кабардино-Балкарская Республика, Хабаровский край.

1.5. Выводы из анализа системы поддержки экспорта малых и средних предприятий

Новыми тенденциями в системе поддержки экспорта в разных странах являются реализация программ для поддержки малых и средних предприятий (как минимум, программ страхования), снижение допустимого уровня риска (т.е. повышение принятия рисков), осуществление программ гарантий на рынках капитала, использование фиксированной и плавающей ставки для прямого кредитования, внедрение «одного окна» для экспортеров, использование различных инструментов рефинансирования.

Существенную роль в содействии поддержке малых и средних предприятий в разных областях играет Форум АТЭС, в рамках которого принимаются соответствующие стратегические документы в приоритетных областях, а также ведется проектная деятельность, в том числе в области развития интернационализации МСП, в которой принимает участие и Россия. В ряде стран АТР для стимулирования интернационализации МСП государство предоставляет прямую поддержку малому и среднему бизнесу с помощью грантов и прямого кредитования, однако в большей степени распространены гарантийная поддержка банковских займов МСП и содействие развитию рыночных инструментов (к примеру, факторинг), а также стимулирующие меры в сфере налогообложения. Отдельным направлением является совершенствование деловой среды, повышение ее прозрачности. Это достигается благодаря как совместной работе в таких региональных организациях, как АТЭС, так и деятельности стран на национальном уровне, за счет сни-

жения административного бремени, повышения прозрачности мер регулирования, совершенствования доступа к образовательным и консультационным услугам, улучшения системы защиты прав интеллектуальной собственности и др. Участие компаний в проектной деятельности АТЭС также косвенно способствует интернационализации МСП, поскольку предоставляет компаниям возможность обмениваться опытом, продвигать свои технологии и разработки, находить потенциальных партнеров и инвесторов, выходить на новые рынки АТР.

Несмотря на значительные усилия России по созданию эффективной системы поддержки экспорта, нерешенными остаются проблемы, которые существенно ограничивают действие государства в этой сфере. Во-первых, помимо внешнеэкономических и политических факторов, мешающих наращиванию экспорта России, экспортеры отмечают недостаток информированности о государственных мерах поддержки экспорта. Во-вторых, у фирм зачастую отсутствует мотивация к экспортной деятельности, что может быть связано с недостаточным опытом и знаниями у руководства фирмы, с неконкурентоспособной продукцией. В-третьих, есть проблемы организации системы поддержки экспорта – в частности, неоднозначность и отсутствие гармонизации ее нормативно-правовой основы, отсутствие налаженного взаимодействия между органами исполнительной власти на федеральном и региональном уровнях, неопределенность сроков государственной поддержки, недостаточные компетенции в реализации мер в этой области у региональных исполнителей. В-четвертых, линейка продуктов, предлагаемых РЭЦ, весьма ограничена и подчас не отвечает конкретным целям экспортеров, а малый и средний бизнес отмечает высокую долю отказов в предоставлении помощи.

Согласно результатам статистического анализа, необходимо наращивать объемы финансовой и нефинансовой поддержки экспорта в регионах с крайне низкой долей экспорта при низких относительных расходах на поддержку экспорта.

В первую очередь к таким районам относятся Республика Калмыкия, Карачаево-Черкесия, Кабардино-Балкария, Тамбовская и Тверская области. Наиболее велика доля малых фирм в экспорте в Чукотском АО, Республике Тыва, Еврейской автономной области, Республике Алтай, Ингушетии, Дагестане, Чечне. Наибольшая доля экспортирующих МСП возраста 3–5 лет наблюдается в Еврейской автономной области (33%), Рязанской области (27%) и Ямало-Ненецком АО (25%), что свидетельствует о благоприятном климате для ведения экспортной деятельности в этих регионах. Об успешности экспортной деятельности свидетельствует доля малых и средних предприятий с большими количеством наименований экспортируемых товаров и числом стран назначения экспорта. Доля МСП, экспортирующих 11 товаров и более, наиболее высока в Чечне (50%), Чувашии (24%), Ростовской области (22%), а их доля в экспорте наиболее велика в Калмыкии (89%), Чечне (85%), Башкирии (83%), Хакасии (74%), Ивановской (69%), Ленинградской (60%) областях. Доля МСП, экспортирующих более чем в 6 стран, наиболее высока в Кемеровской области (34%), Республике Марий Эл (20%), Рязанской области (19%) и Чувашии (18,5%), а их доля в экспорте наиболее высока в Краснодарском крае (94,7%), Кемеровской (94,6%), Тульской (90,5%), Тюменской (85%) областях, Башкирии (84,4%), Ленинградской (84,2%), Костромской (82%) областях.

Следующие регионы обладают потенциалом наращивания экспорта посредством реализации мер по поддержке экспорта (топ-10 в рейтинге):

- с ростом возраста фирм: Чукотский АО, Республика Тыва, Еврейская автономная область, Ямало-Ненецкий АО, Рязанская область, Амурская область, Приморский край, Тамбовская, Воронежская области, Красноярский край;
- за счет стимулирования роста числа наименований экспортируемых товаров: Чукотский АО, Республика Тыва, Ямало-Ненецкий АО, Республика Ингушетия, Ненецкий АО, Республика Алтай, Мордовская Республика, Курганская область, Республика Саха, Кемеровская область;

- за счет стимулирования роста числа стран назначения экспорта: Чукотский АО, Республика Ингушетия, Еврейская автономная область, Забайкальский край, Республика Бурятия, Астраханская, Амурская области, Ненецкий АО, Кабардино-Балкарская Республика, Хабаровский край.

2. Обзор и анализ теоретической и эмпирической литературы по оценке влияния государственных расходов на поддержку экспорта на объемы экспортных поставок малыми и средними предприятиями

2.1. Обзор литературы по оценке эффективности мер по содействию экспорту малых и средних предприятий на основе результатов социологических и экономических исследований

Необходимость участия государства в поддержке экспорта экономистами объясняется теорией асимметричной информации и другими провалами рынка. Частные фирмы не в состоянии преодолеть барьеры входа на экспортный рынок, связанные с поиском информации о предпочтениях потребителей, технических требованиях и процедурах и т.д. [56]. Вмешательство государства в эту сферу вызвано неопределенностью, связанной с торговлей на рынках с разным регулированием [57]. Аргументом в пользу государственного финансирования агентств по поддержке экспорта является преобладание социальных выгод над издержками из-за значительных положительных внешних эффектов от роста экспорта среди фирм, внутри отраслей, регионов или внутри страны-экспортера с течением времени. Однако оценка влияния программ поддержки экспорта на экономическое развитие страны затруднена.

Значительная часть ранних исследований связана с анализом выгод и издержек государственной поддержки экспорта [58; 59; 60; 61]. Поздние исследования ставили целью оценить соответствие программ потребностям компаний [62; 63; 64; 65]. Если в одних исследованиях анализировалось общее восприятие полезности программ поддержки экспорта [66], то в других – различия в восприятии этих программ в зависимости от этнического происхождения управленцев [67]. Кроме того, исследования касались оценки степени осведомленности о программах содействия экспорту и масштаба их использования [68].

Результаты социологических исследований довольно противоречивые: одни авторы находят положительное влияние программ содействия экспорту на совокупные объемы экспорта, другие указывают на то, что эти программы не оказывают значимого влияния на экспорт. Среди положительного влияния агентств по поддержке экспорта отмечается помощь в преодолении информационных барьеров [64; 69], в получении знаний и компетенций [70; 71; 72], выбор страны назначения для определенных товарных позиций [73]. В целом помощью агентства в среднесрочной или долгосрочной перспективе удовлетворены три компании из четырех [74]. В исследовании, основанном на опросе 367 фирм, было выявлено, что государственная программа поддержки экспорта привела к росту продаж на 350 млн долл., другими словами, на каждый потраченный государством доллар пришлось 28 долл. [75]. В других работах оцененная отдача от программ поддержки экспорта составила 432 долл. роста выручки компаний на каждый затраченный в рамках программы доллар [76].

Тем не менее в некоторых исследованиях отмечаются: несоответствие приоритетов программ потребностям компаний [77; 78; 79]; отсутствие взаимосвязи между программными мерами и результатами экспорта [80; 81]; низкая осведомленность компаний о действующих мерах [82; 83]; руководители компаний считают такие программы бесполезными [62; 84].

Интересно с точки зрения результатов исследование, предполагающее, что прямая и косвенная государственная поддержка экспорта может оказывать различное влияние на начинающих экспортеров и экспортеров с опытом экспортной деятельности [85].

В рамках этого исследования был проведен опрос 1210 компаний-экспортеров. Согласно результатам, независимо от опыта экспортной деятельности фирм программы поддержки экспорта фирмами стимулировали диверсификацию экспорта. Для начинающих экспортеров программы помогли создать сети сбыта продукции

в стране назначения. Однако положительные результаты для начинающих экспортеров наблюдаются только на промежуточном этапе. Использование консультационной поддержки не дает значимых выгод экспортерам (однако и число таких программ составляет только 4%). Для компаний-экспортеров, имеющих дочерние компании, выгоды приносят инвестиционные программы поддержки экспорта.

Социологические исследования на основе опросов позволяют выявить те типы и характеристики фирм, на экспортную деятельность которых оказывает наибольшее влияние государственная поддержка экспорта. Например, поддержка экспорта в большей степени влияет на получение экстенсивной маржи за счет выхода на новые экспортные рынки и экспорта новых продуктов, согласно опросам перуанских фирм [86]. Наибольшие выгоды от поддержки экспорта в Чили получили малые предприятия [87]. Из опросов бельгийских фирм было выявлено, что поддержка экспорта способствует увеличению экстенсивной маржи, однако для экспортеров с большим опытом экспортной деятельности растет и интенсивная маржа [88]. По опросам бразильских фирм, содействие экспорту помогает по большей части выходу на экспортные рынки фирм средних размеров, а также управлению экспортной деятельностью начинающим экспортерам [89]. Схожие результаты были получены из опросов латиноамериканских фирм [90]. Государственная поддержка экспорта помогла фирмам в Бельгии и Перу успешно функционировать на зарубежных рынках во время Великой депрессии [91]. Оценки по рандомизированным выборкам и проведение экспериментов позволили сделать вывод о том, что предоставление информации об экспортных рынках также стимулирует рост объемов экспорта фирм [92]. Деятельность Агентства по поддержке экспорта PROMPEX (Перу) обеспечивает предоставление фирме-экспортеру достоверной информации об экспортных рынках и необходимой для экспорта документации, что значительно снижает издержки экспорта [93; 94; 95; 96].

Многие государства поддерживают экспорт малых и средних предприятий из-за важности МСП в создании рабочих мест. Однако, несмотря на эту стратегическую направленность, в большинстве стран пропорциональное участие МСП в экспорте остается низким, что ставит важный вопрос о том, какие факторы препятствуют экспорту фирм, которые ведут успешную деятельность на внутреннем рынке. При этом фокус многих научных исследований был направлен на широкую концепцию «экспортных барьеров». Например, тарифы, квоты и административные процедуры рассматриваются в качестве основной преграды для экспортной деятельности.

«Скрытая жесткость» в принятии решений как фактор, тормозящий начало экспортной деятельности, была популярна в литературе в 1970-х годах.

В научных исследованиях интернационализации фирм уже давно уделяется пристальное внимание, особенно в отношении малых и средних предприятий [97]. МСП являются важной группой, поскольку они представляют более 95% предприятий по всему миру и составляют не менее 60% занятости в частном секторе [98]. Несмотря на их меньший размер по сравнению с крупными транснациональными фирмами, МСП в совокупности вносят гораздо больший вклад в создание рабочих мест в странах ОЭСР с 1970-х годов [99]. Кроме того, согласно докладу ОЭСР [100], уровень развитости сферы МСП значительно влияет на инновационность экономики развитых стран, ее гибкость и динамичность. Однако, несмотря на все усилия государств, подавляющее большинство МСП остаются неэкспортирующими, не участвуют в какой-либо коммерческой деятельности вне их внутренних границ. Согласно недавнему отчету Sensis [101], только 11% австралийских МСП экспортируют товары за границу, и за последние три года эта цифра практически не изменилась. В том же отчете также показано, что только 1% неэкспортирующих австралийских МСП намерены экспортировать за рубеж в

течение следующих 12 месяцев. В Великобритании 17% МСП являются экспортерами, а во Франции эта доля не превышает 10% [102]. В Канаде недавние статистические данные показывают, что только около 11,5% малых и средних предприятий экспортируют [103], а в более раннем исследовании отмечается, что не более 12% неэкспортирующих МСП намерены выйти на международные рынки в ближайшем будущем [104].

Возникает важный вопрос: почему существует такая большая доля МСП, которые не экспортируют и, более того, демонстрируют отсутствие интереса к началу экспортной деятельности в ближайшем будущем? Понятно, что в некоторых случаях экспорт нецелесообразен (например, в некоторых отраслях услуг) и что некоторые фирмы не являются конкурентоспособными на международных рынках. Но остается значительное количество МСП, которые являются конкурентоспособными не только на внутреннем, но и на внешнем рынке, которые могут выиграть от экспорта, но не начинают и не планируют такую деятельность. В настоящее время основная часть соответствующих исследований сфокусирована на концепции «экспортных барьеров», особенно внешней среды [105; 106; 107; 108; 109; 110]. Несмотря на важность изучения проблемы «экспортных барьеров», существует и альтернативная исследовательская задача для понимания процесса интернационализации, рассматривающая саму фирму, а не ее окружающую рыночную среду. Здесь интернационализация объясняется как процесс, осуществляемый поэтапно посредством решений, принятых фирмой [111; 112].

Поведенческая теория процесса интернационализации утверждает, что знания, решения, взаимоотношения и обязательства менеджеров внутри фирмы являются движущей силой интернационализации, которая становится все более популярной в исследованиях [113].

Интересно, что изначальная «скрытая жесткость» как элемент поведенческой модели интернационализации, впервые предложенная Луостариненом в 1979 г.,

в значительной степени упускается из виду. «Скрытая жесткость» описана как тенденция в действиях руководства фирмы сосредоточиться на планируемых мероприятиях и сопротивляться незапланированным отклонениям от ожидаемого. Итак, если фирма ориентирована изначально на внутренний рынок, (а в большинстве МСП это и наблюдается), то «скрытая жесткость» оказывает влияние на устойчивость этого решения [114]. Интернационализация фирмы, следуя поведенческой модели, будет почти всегда связана с преодолением «скрытой жесткости», кроме как в особых случаях фирм, «рожденных глобальными», которые интернационализируются с момента создания [115].

Исследования интернационализации опираются на две теории: поведенческую теорию фирмы (ВТФ) и теорию роста фирмы (ТГФ) [112]. Обе теории возникли как попытки устранить недостатки неоклассического подхода к организационной науке [116; 117]. ВТФ подчеркивает ограниченность знаний фирм о рынках и ресурсах и о процедурах принятия решений, которые полагаются на ограниченную рациональность и удовлетворение [118], в то время как ТГФ подчеркивает важность эмпирических знаний и соответствующего использования ресурсов для роста фирмы [119].

Концепция ограниченной рациональности является центральным понятием в ВТФ. Ограниченная рациональность подразумевает, что ответственные лица не обладают всей необходимой информацией для принятия полностью рационального решения, это означает достижение цели «удовлетворения», а не «оптимизации/максимизации».

В отличие от неоклассической теории, которая предполагает, что фирмы стараются максимизировать прибыль, ВТФ утверждает, что фирмы медленно реагируют на изменения внешнего спроса и являются «адаптивным учреждением», которое учится на своем опыте [118]. В целом ВТФ предполагает, что фирмы характеризуются квазирешениями конфликтов, ограниченной рациональностью,

стремлением избежать неопределенности, проблемным поиском, организационным обучением и последовательным вниманием к целям [120].

Согласно TGF, рост фирмы лучше всего объясняется ее способностью эффективно использовать, управлять и развивать свои ресурсы [119]. В отличие от неоклассической теории, предполагающей, что ресурсы мобильны, а фирмы однородны, TGF делает упор на гетерогенность и отсутствие мобильности ресурсов [116]. Роль фирмы в достижении конкурентного преимущества является результатом запаса ценных и неповторимых ресурсов [120]. Ключевые принципы TGF заключаются в следующем: во-первых, деятельность фирмы зависит от ресурсов, которыми управляют предприниматели для производства и реализации товаров или услуг с целью получения долгосрочной прибыли; во-вторых, опыт создает знания для фирмы, и эти знания могут быть либо «объективными» (легко передаются), либо «неявными» (трудно передаются); и, в-третьих, неиспользованные ресурсы у фирм присутствуют и являются важными факторами развития и инноваций [119].

Поведенческие исследования интернационализации подчеркивают постепенный и прогрессивный характер этого процесса [121; 122], среди них наиболее часто упоминаются Упсальские исследования 1970-х годов [111; 112]. На развитие модели процесса интернационализации оказали сильное влияние как поведенческая теория фирмы, так и теория роста фирмы, которые подчеркивают взаимодействие между развитием знаний фирм и повышением приверженности иностранному рынку.

Обоснование поэтапной модели процесса интернационализации подкрепляется эмпирическими знаниями фирмы. Эмпирические знания подразделяются на рыночные (приобретены через опыт работы на конкретном рынке) и собственные (касающиеся собственных ресурсов и способности развивать международные операции). В модели интернационализация понимается как взаимодействие

между отношениями, формирующими основу для принятия решений, и фактическим поведением, которое следует из международного опыта [123].

В модели переход из «состояния» в «изменение» означает дополнительное тяготение фирмы к интернационализации. Хотя критики отмечают, что модель ничего не говорит о начале процесса интернационализации [124; 125], более глубокое исследование концепции «ограниченной рациональности» ВТФ частично объясняет, что будет иметь важное значение для первоначального перехода фирмы с внутреннего на международный рынок. Влияние «ограниченной рациональности» можно проследить при изменении позиции фирмы, когда решение на внешнем рынке принимается на основе восприятия возможностей и проблем лицами, принимающими решения. Понятие «ограниченная рациональность» используется для того, чтобы подчеркнуть доминирование «эффекта неопределенности» при неспособности лиц, принимающих решения, правильно прогнозировать рыночные условия. В этом случае решения принимаются только после оценки допустимого риска для фирмы.

В то время как модель фокусируется на пошаговом процессе принятия обязательств на международном рынке после начала интернационализации, предэкспортная модель делает шаг назад, чтобы сосредоточиться на деятельности фирмы и ее развитии до первоначального решения фирмы выйти на внешний рынок [126]. Предэкспортная модель исследует поведенческую перспективу в соответствии с поведением модели, рассмотренной ранее, сосредоточившись на роли организационного обучения и накопления знаний через постоянное взаимодействие между фирмой и ее окружающей средой. Она определяет информационные факторы и характеристики лиц, принимающих решения, как ключевой фактор влияния на начало экспортной деятельности фирмы. В основе этой модели лежит взаимодействие между лицом, принимающим решения, фирмой и ее окружающей средой. Влияние стимулирующих факторов может убедить лицо, принимающее решения,

рассматривать экспорт как стратегию. Такая взаимосвязь между воздействием стимулов и восприятием также подчеркивает влиятельную роль лица, принимающего решения, как его/ее характеристики определяют, как эти стимулы воспринимаются, как фирма будет реагировать на них [127]. Некоторые исследователи объединяют две рассмотренные модели: от предэкспортной модели в процессе изменений окружающей среды фирма переходит к модели Упсала¹ и начинает экспорт.

Согласно предэкспортной модели, решение о начале экспорта зависит от восприятия лицом, принимающим решения, стимулов для экспорта. Стимулирующие факторы обычно классифицируются на две группы: внутренние стимулы, интерпретируемые как те, которые возникают внутри фирмы, и внешние стимулы, используемые для описания изменений в отрасли, на рынке и в окружающей среде. Стимулы приводят к запуску процесса принятия решений, выступая в качестве источников информации о наличии потенциальных преимуществ или возможностей для фирмы через экспорт.

Однако уверенности в том, что фирмы под воздействием стимулов инициируют экспорт, нет. Исследования показали, что только наличия стимулов недостаточно для гарантии выхода фирмы на зарубежный рынок [126]. Отсутствие интереса к экспорту может быть результатом таких трудностей, как ограничения в финансах и смежных (например, административных, управленческих) ресурсах, недостаточное понимание потенциального рынка, недостаточная связь с потенциальным рынком или отсутствие сетевых связей либо каналов распространения, ограничения руководства или базы знаний руководства фирмы, а также колебания валютных курсов и процедурные различия [105; 100; 110]. Поведенческая теория вос-

¹ Суть Упсальской модели интернационализации заключается в том, что фирма в первую очередь расширяет свое присутствие на соседних рынках и постепенно расширяет свою вовлеченность в международную торговлю за счет отдаления от первоначальных экспортных рынков.

производит спонтанный и адаптивный, а не нормативный характер принятия решений об экспорте. Это согласуется с ВТФ в том, что лица, принимающие решения в фирмах, редко делают оптимальный выбор и чаще всего руководствуются ограниченной рациональностью [118].

Понятие «скрытая жесткость» предлагается в качестве возможного объяснения того, почему лица, принимающие решения, могут противостоять принятию решений об экспорте.

«Скрытая жесткость» описывает типичное поведение на каждом этапе процесса принятия решений по интернационализации из-за «ограниченного восприятия», «ограничительной реакции», «выборочного поиска» и «ограниченного выбора» [114]. Во-первых, «ограниченное восприятие» вызвано неблагоприятным положением фирмы с точки зрения воздействия информации. Контакты и социальные взаимодействия имеют жизненно важное значение для международного развития и преодоления разрыва с внешними рынками [125]. Это мнение получило широкую поддержку со стороны сторонников сетевого подхода к интернационализации [128]. В этом случае, будучи географически изолированной, фирма имеет меньше возможностей для ответа на импульсы, вызванных контактами с другими фирмами, которые могут быть существенными для сокращения дистанционных барьеров.

«Ограничительная реакция на импульсы» может возникнуть из-за низкой квалификации персонала. Как отмечено в TGF и ВТФ, фирма вряд ли будет использовать возможности в бизнес-среде, если ее руководители не верят, что она имеет возможности для этого. Фирма, в которой у лиц, принимающих решения, не хватает международного опыта или соответствующих знаний, скорее всего, будет менее восприимчива к соответствующим стимулам [105; 100]. К тому же «ограничительная реакция» может быть результатом удовлетворенности фирмы

ее деятельностью на внутреннем рынке, особенно в случае, когда она предполагает стабильное существование в ближайшем будущем.

«Выборочный поиск» относится к отсутствию эффективного метода поиска для международных бизнес-импульсов. Это актуально для фирм, которые более ориентированы на внутренний рынок, а также для фирм, чья политика, как правило, является пассивной, а не активной. Например, если фирма может решить все свои операционные проблемы внутри страны, то маловероятно ее участие в интернационализации. Лица, принимающие решения, с этноцентрическим мышлением, как правило, больше ориентированы на реализацию стратегии фирмы в своей стране, что влияет на общее намерение и готовность выйти на международные рынки.

«Ограниченный выбор» связан с ответом лица, принимающего решения, на неопределенность и риск. Отклоняющие риск фирмы предпочитают использовать известные альтернативы в процессе принятия решений и, вероятно, воспринимают интернационализацию как очень рискованное мероприятие [100; 125]. Другая ситуация, которая порождает «ограниченный выбор», – отсутствие лиц, принимающих решения, с подходящим опытом и знаниями об иностранных рынках. «Ограниченный выбор» может также возникать из-за восприятия лицами, принимающими решения, того, что информацию о внешних рынках получить трудно или дорого.

Понятие «стратегическая гибкость» описывает способность фирмы адаптироваться к изменяющимся условиям с помощью принятия стратегических мер по развитию своего конкурентного преимущества. Переход фирмы от неэкспорта к экспорту отражает гибкость в адаптации к окружающим внешним силам. Умеренная роль «скрытой жесткости», однако, показывает, что эта гибкость не всегда приводит к интернационализации, хотя качество окружающей среды позволяет предполагать, что это был бы оптимальный выбор.

Для выявления «скрытой жесткости» исследователи изучали опыт МСП с помощью группового обсуждения и интервью с руководителями семи австралийских МСП [129]. Три из этих фирм были экспортерами. Все экспортеры были фирмами типа Упсала в процессе их интернационализации. Далее опрашивались фирмы, численность сотрудников которых не превышает 200 человек. Среди 290 опрошенных фирм 189 были экспортерами, 101 – неэкспортерами.

С помощью SPSS и AMOS был проведен факторный анализ выборки с процедурами повторной спецификации. В итоге было выявлено 4 фактора, которые проверены на внутреннюю согласованность посредством анализа надежности (порог 0,7). Измерение коэффициента адекватности выборки составляет 0,908, что значительно выше рекомендуемого значения 0,5. Выявленные факторы: «внутренняя ориентация» ($\alpha = 0,888$), «ограниченные стимулы» ($\alpha = 0,824$), «ограниченные знания и опыт» ($\alpha = 0,877$) и «инерция» ($\alpha = 0,874$).

Элементы фактора «внутренней ориентации» фирмы подчеркивают сильную приверженность фирмы внутреннему рынку. Кроме того, этот фактор демонстрирует отсутствие возможности у лица, принимающего решения, выделять ресурсы для реагирования на любые экспортные стимулы, поскольку фирма ориентирована только на внутренний рынок.

Элементы фактора «ограниченных стимулов» подчеркивают ограниченность восприятия лиц, принимающих решения, или полное отсутствие внимания к экспортным стимулам. Это может быть связано с тем, что фирма не может получить доступ к соответствующей информации и уменьшить дистанционные барьеры. Другое объяснение заключается в том, что производитель может иметь сильную внутреннюю ориентацию. Корреляция между «ограниченными стимулами» и «внутренней ориентацией» составляет 0,5, что предполагает средний и высокий уровни зависимости между факторами. Следовательно, этноцентричное лицо,

принимающее решения, с меньшей вероятностью обратит внимание на возможности внешнего рынка.

Воздействие фактора «ограниченных знаний и опыта» может быть связано с тем, что лицо, принимающее решение, обеспокоено отсутствием соответствующих знаний и опыта для адекватного управления экспортной деятельностью. Корреляция между этим фактором и «внутренней ориентацией» составляет 0,59, т.е. ограниченные знания и опыт фирмы могут быть обусловлены ее ориентацией на внутренний рынок, или, наоборот, внутренняя ориентация может привести к отсутствию знаний и опыта, необходимых для начала экспорта.

Фактор «инертности» подчеркивает отсутствие у респондента реакции на экспортные стимулы, что обусловлено состоянием удовлетворенности текущим состоянием фирмы, несмотря на наличие экспортных возможностей. В исследованиях управления такое поведение обозначается как «инерция», которая описывает тенденцию среди некоторых организаций противостоять изменениям и ограничивать отклики на изменения внешней среды. Для фирмы, на которую влияет инерция, стратегическое изменение может произойти только тогда, когда у фирмы будет снижаться производительность вследствие изменений внешней среды. Анализ также подчеркивает возможность того, что «инерция» является результатом «внутренней ориентации» фирмы (или наоборот), поскольку корреляция этих двух факторов составляет 0,62.

2.2. Обзор литературы по построению моделей оценки эффективности государственных расходов на поддержку экспорта малых и средних предприятий

Оценка эффективности государственной поддержки экспорта на основе опросов фирм имеет существенные ограничения [130]. Поэтому популярность стали набирать работы, оценивающие количественно на микроуровне эффективность систем поддержки экспорта, осуществляемых соответствующими агентствами.

На основе данных по 7479 чилийским фирмам-экспортерам в 1992–1996 гг. было выявлено прямое положительное влияние поддержки агентства на количество стран назначения и косвенное влияние с лагом в 4 года на количество наименований экспортируемых товаров [131]. На выборке из 13 550 американских фирм в сфере промышленности в 1984–1992 гг. было обнаружено, что государственная поддержка экспорта не оказывает значимого влияния на увеличение вероятности экспортной деятельности [132]. Согласно другому исследованию, на выборке из 11 730 промышленных фирм в Ирландии в 1983–2002 гг. гранты на инвестиции в технологии, обучение и оборудование являются эффективным инструментом для увеличения совокупного экспорта уже экспортирующих фирм, но не влияют на выход начинающих экспортеров на новые зарубежные рынки [133].

Еще одним подходом, часто используемым для оценки влияния поддержки экспорта, является эконометрический метод «разность разностей». Например, с помощью этого метода на выборке из перуанских фирм в 2001–2005 гг. было выявлено, что поддержка экспорта приводит к росту экстенсивной маржи. Оцененная эластичность составила 17%, рост числа экспортных рынков – 7,79%, а рост числа наименований экспортируемых товаров – 9,86% [134].

На выборке из чилийских фирм в 2002–2006 гг. с помощью метода «разности разностей» было выявлено, что поддержка экспорта приводит к росту как экстенсивной, так и интенсивной маржи, особенно для малых фирм [135]. Рост интенсивной маржи составил 6,8%, а рост экстенсивной маржи – 3,1%. Таким образом, рост совокупного экспорта оценивается в 13,33% в результате деятельности агентства по поддержке экспорта.

Классической работой по оценке влияния систем поддержки экспорта на его объемы является работа Роуза [96], в которой он оценивает влияние наличия торговых представительств на территории страны назначения на объем двусторонней торговли, используя гравитационную модель торговли. Автором выявлено, что

иностранные торговые представительства выполняют функции агентств по поддержке экспорта. Оценки на выборке из 22 стран-экспортеров и около 200 стран-партнеров показали, что открытие дополнительного торгового представительства приводит к росту экспорта на 6–10%.

До сих пор исследователи сталкиваются с трудностями в поиске адекватных статистических данных, которые бы в полной мере отражали объемы государственной поддержки экспорта. Пока наиболее распространенным инструментом для этого являются бюджеты агентств по поддержке экспорта, которые отвечают за реализацию государственной политики в этой сфере. Преимущество использования данных по бюджетам агентств по поддержке экспорта заключается в учете как финансовых, так и нефинансовых мер содействия экспорту.

Самой значимой работой, количественно оценивающей эффективность агентств по поддержке экспорта, была работа Всемирного банка и Международного центра торговли, проведенная в три раунда посредством опроса агентств в разных странах. Авторы указали на то, что эффективность деятельности агентства повышается в случае крайне высоких торговых барьеров и торговли неоднородными товарами. Оценка проводилась двухшаговым методом наименьших квадратов, и в ходе оценки была получена эластичность национального экспорта по бюджету агентства в размере 4,3–9,5%. При этом авторы указали на убывающую отдачу от масштаба, т.е. наращивание бюджета агентства по достижении определенного порогового значения ведет к снижению национального экспорта на единицу вложенных средств. Также авторами оценивалось влияние бюджетов агентств в расчете на душу населения на подушевой ВВП. Полученная эластичность составила 12% [139].

Второй раунд опросов агентств позволил исследователям скорректировать результаты анализа благодаря решению проблемы эндогенности модели за счет ис-

пользования полупараметрических методов, позволяющих эконометрически исследовать неоднородность как функцию различных характеристик агентств [140]. Результаты оценок показали, что рост бюджета агентства в среднем на 1% приводит к повышению экспорта на 0,08%. Иными словами, рост бюджета агентства на 1 долл. приводит к повышению экспорта на 15 долл. Этот коэффициент выше для агентств, сфокусированных на поддержке начинающих экспортеров, а также на поддержке средних, а не малых или крупных предприятий. Как и в предыдущем раунде, было выявлено положительное влияние на увеличение экспорта доли частного управления в агентстве. Также выявлена U-образная форма зависимости между платой за предоставление услуг агентством и результатами его поддержки: при невысокой плате с ее увеличением отдача в экспорте растет, после достижения определенного порога в оплате ее рост приводит к снижению отдачи.

Наконец, в третьем раунде оценивалось 0,074%-е увеличение экспорта при росте бюджетов агентств на 1% [141]. Что касается влияния на подушевой ВВП, то, согласно результатам, рост бюджетов агентств на 1% приводит к росту подушевого ВВП на 0,065%. Другими словами, 1 долл., израсходованный агентством на поддержку экспорта, создает 87 долл. экспорта и 384 долл. ВВП.

Необходимо пояснить U-образную форму зависимости платы за услуги агентства и его результативности. В первую очередь плата необходима для фильтрации только тех компаний-экспортеров, обращающихся за услугами агентства, которые действительно заинтересованы в помощи агентства. Также после оплаты услуг повышаются требования компаний к качеству и объему предоставляемых агентством услуг. Однако с каждым повышением оплата приближается к запретительной для малых фирм, что начинает сказываться на снижении эффективности агентства.

Важно отметить, что положительное воздействие поддержки экспорта на ВВП указывает на значительные позитивные внешние эффекты для фирм в неэкспортирующих секторах, поскольку им приходится повышать инвестиции в капитал и добиваться эффективности из-за сильной конкуренции от экспортирующих фирм за факторы производства [142]. Это, в свою очередь, побуждает ранее не экспортирующие фирмы становиться экспортерами [89]. За счет роста в экспортирующих секторах могут сокращаться искажения в конкурирующих с импортом секторах, что также приводит к росту реального дохода [143].

Однако для целей исследования более важны работы по влиянию поддержки экспорта именно на деятельность малых и средних предприятий, которые, как правило, строятся с использованием микроданных.

Как и их более крупные конкуренты, способность небольших производственных фирм стать успешными на международном рынке зависит от ресурсов, которые они выделяют на потенциальный экспорт [144]. Так, с точки зрения ресурсов американским малым и средним фирмам часто не хватает необходимых внутренних ресурсов, ноу-хау и информации о зарубежных рынках [145]. В результате американские МСП обычно рассматривают экспорт как предприятие с высоким риском [146]. По этой причине они часто испытывают соблазн быть «домашними», т.е. ориентированными только на внутренний рынок, тем самым избегая неопределенности зарубежных рынков.

Меньшие производственные фирмы могут преодолеть ограничения неадекватной информации о внешних рынках путем выбора партнеров либо в их родных странах, либо в целевой стране назначения, которые владеют такими знаниями [147]. Эти партнеры включают международные некоммерческие торговые/экспортные ассоциации, дистрибьюторов и различные виды экспортных посредников. Кроме того, они могут получить доступ к услугам правительств, часто агрессивного игрока в области продвижения экспорта.

В США государственная деятельность по поддержке экспорта в значительной степени финансируется отдельными штатами. Экономическим обоснованием для этой деятельности является неспособность многих американских МСП успешно экспортировать свою продукцию на зарубежные рынки. Эта неспособность может рассматриваться как условие провалов рынка, что может быть экономическим обоснованием участия государства в продвижении экспорта [148]. Политики оказывают содействие малым и средним производителям, осуществляющим экспортную деятельность, для увеличения занятости, налоговой базы и последовательного формирования капитала. Правительство использует широкий спектр инструментов для непосредственного оказания помощи МСП. Эти инструменты варьируются от внедрения компьютеризированных программ до открытия торговых представительств и проведения торговых выставок. Такие мероприятия, по сути, являются субсидированием международных маркетинговых усилий.

Большая часть ранних исследований по продвижению экспорта практически не имеют отношения к чиновникам, поскольку основное внимание уделяется целевым вопросам (т.е. осведомленности о программах), а не конкретным мероприятиям по продвижению [149]. Позже акцент был сделан на анализе влияния отдельных программ поддержки экспорта (торговых представительств, торговых выставок и идентификации агентов и дистрибьюторов), финансируемых государственными органами. Хотя в предыдущих исследованиях рассматривались торговые выставки и торговые представительства, но анализировалось их влияние на совокупные объемы экспорта на уровне государства или штата. В рассматриваемой работе анализируется эффективность финансирования государством поддержки экспортной деятельности с использованием фирмы в качестве единицы анализа.

Изначально исследования по экспорту небольших фирм были в основном эмпирическими и описательными, в них отсутствовали своего рода теоретические

основы, которые могли бы привести к развитию стратегии экспорта. В многочисленных эмпирических исследованиях изучалось влияние управленческих отношений, смешанного маркетинга и организационных ресурсов, которые связаны с экспортом [150].

В последние годы акцент оставался эмпирическим, но наборы данных стали больше, а используемые методы – более сложными. Например, при исследовании 519 португальских экспортеров использовался асимптотически свободный метод оценки [149], а в другом исследовании на данных по 157 фирмам использовалось моделирование структурных уравнений [151].

Теоретическое обоснование поддержки экспорта основывалось в основном на модели интернационализации [112], согласно которой фирмы продвигаются по этапам, переходя от неэкспортеров к тем, которые активно участвуют в экспортных рынках. Эти модели были оспорены из-за недостатка объяснительной способности и проверяемости [121], поскольку в них главное внимание уделяется экспортному решению, а не текущей стратегии экспорта, используются чрезмерно упрощенные данные, а также отсутствует анализ феномена фирмы, «рожденной глобальной», т.е. ориентации при ее создании на внешний рынок [152]. Первый шаг в развитии теоретического понимания поддержки экспорта заключается в решении проблемы, связанной с несовершенствами рынка, которые препятствуют экспортным усилиям МСП.

В исследованиях по экспортным барьерам оценка делалась либо по масштабу и структуре экспортных барьеров, либо по их влиянию на экспортную деятельность фирм [153]. При другом подходе рассматривается граница условий для фирм, которая влияет на процесс принятия решений о начале экспортной деятельности [154]. Отношение, проявляемое менеджерами к экспорту, играет значительную роль в том, будут ли участвовать в экспорте фирмы и каким будет результат их экспортной деятельности.

Экспортные барьеры могут быть четырех категорий: мотивационные, информационные, операционные/ресурсные и отсутствие знаний [79]. По другой классификации на основе анализа литературы выделяют 39 экспортных барьеров – внутренние и внешние [155]. Для преодоления внутренних барьеров фирмам необходимо оказывать помощь в обучении, оперативной и рекламной деятельности.

Таким образом, политика по поддержке экспорта должна быть направлена на преодоление всех барьеров к экспорту. Например, экзогенные экономические ограничения могут быть лишь частично затронуты национальной фискальной политикой и, безусловно, находятся вне контроля правительств на уровне регионов. Определенные барьеры просто не могут быть преодолены ни частным, ни государственным сектором, поэтому велика роль посредников между МСП и государством.

Теоретическая модель поддержки экспорта основывается на ресурсном представлении фирмы, т.е. фирмы представляют собой наборы уникальных ресурсов, которые повышают эффективность работы фирмы на основе: 1) неоднородности ресурсов и 2) неоднородности фирм в конкретных отраслях, вызванных отсутствием идеальной мобильности этими ресурсами [156].

Эмпирические исследования предполагают, что ресурсы фирмы оказывают прямое и косвенное влияние на производительность. Например, исходя из исследования 287 экспортных предприятий [157], ресурсы и мощности повлияли на конкурентную стратегию экспортного предприятия, что, в свою очередь, сказалось на результатах венчурного инвестирования. Технологическая интенсивность и степень интернационализации представляются в моделях как промежуточные переменные [151], в то время как внутренние характеристики фирмы и характе-

ристики продукта приводят к стратегии экспортного маркетинга и результативности работы фирмы. В каждом исследовании структура экспортной стратегии представлена в зависимости от ресурсов и определяет производительность фирмы.

Другие исследования показывают прямую связь между ресурсами фирмы и экспортной деятельностью. Например, фирмы с ресурсами, способствующими международной деятельности, с большей вероятностью будут участвовать в экспортной деятельности, чем фирмы, которые не обладают этими ресурсами [158]. Существует взаимосвязь между конкретными ресурсами фирмы, такими как дополнительный маркетинговый персонал и управленческое время, и вероятностью того, что фирмы будут участвовать в экспорте [159]. В дополнение к ресурсам, описанным выше, технологические ресурсы (активы) могут предоставить фирме более сильную конкурентную позицию на внешних рынках [145]. Конкурентное преимущество повышается за счет технологических ресурсов с точки зрения роста производства, разработки новых продуктов и улучшения их качества.

Таким образом, потенциал для повышения экспорта зависит от ресурсов, их доступности и использования для достижения бизнес-целей. Фирма будет больше экспортировать в той мере, в какой она может использовать уникальные ресурсы на международных рынках. Поэтому одной из проверяемых гипотез является следующая: уровень внутренних ресурсов фирмы положительно влияет на показатели экспортной деятельности.

Ранние исследования программ продвижения экспорта представили смешанные результаты по эффективности предлагаемых мер. Например, в некоторых работах выявлена положительная взаимосвязь между программами продвижения экспорта и эффективностью компании [160; 59]. Например, такие меры, как выставки и торговые представительства, приводят к более высокому уровню производительности, поскольку они позволяют менеджерам быстро получить информацию об экспортных рынках и о процессе экспорта [83]. Напротив, анализ

21 эмпирического исследования по содействию экспорту показал, что невозможно окончательно ответить на вопрос, являются ли программы и меры поддержки экспорта эффективными для МСП [73]. Позже результаты исследований стали более однозначными. Например, наличие торговых представительств и проведение международных выставок в 2,7 раза увеличивают продажи участников, кроме того, торговые выставки привели к росту общего числа экспортеров [79]. В исследовании по 367 фирмам, участвовавшим в торговых выставках, авторы обнаружили, что эта активность оказала положительное влияние на совокупные продажи [75].

В исследовании по 162 фирмам было обнаружено, что государственная поддержка экспорта способствовала успеху фирм в экспорте, но степень этого вклада зависела от измерения эффективности экспорта; меры поддержки экспорта не способствовали увеличению экспортных продаж фирм, однако повысили конкурентоспособность фирм. Поддержанные экспортеры оказались в лучшем положении, чтобы воспользоваться преимуществами экономии средств на маркетинг. Фирмы, получающие государственную поддержку, лучше адаптируют свою стратегию ценообразования к международным рынкам [149]. Фирмы, которые прекратили экспорт, не являются однородной группой [105]. Решение о прекращении деятельности часто является временным. Компании, которые решают снова заняться экспортом, нуждаются в соответствующей поддержке (например, в нахождении зарубежных партнеров), а не в программах, ориентированных на МСП, которые делают их просто вовлеченными в экспорт.

Только несколько исследований изучили эффективность программ поддержки экспорта на субнациональном уровне. В двух исследованиях изучалось влияние государственных расходов на стимулирование экспорта на государственный экспорт. Первое исследование эффективности государственных расходов на стимулирование экспорта было проведено в 1987 г. с использованием

метода множественного регрессионного анализа (метода наименьших квадратов). Авторы обнаружили, что увеличение на 1000 долл. расходов на поддержку экспорта приводит к росту объема экспорта на 432 тыс. долл. [76]. Кроме того, было обнаружено положительное влияние организации торговых выставок на объемы экспорта, но в исследовании объектом наблюдения выступает отдельное государство, а не отдельная фирма.

Несмотря на то что выставки являются важным рекламным инструментом, внимание к этой деятельности с точки зрения как оценки, так и теоретического развития в исследованиях не уделялось, ни одно из предыдущих исследований не изучало эффективность финансируемых правительством США проведения и участия в выставках экспортеров, где фирма выступала бы как единица анализа. Участие экспортеров в торговых выставках имеет экономическую выгоду для этих фирм, которая выражается в быстрых продажах и повышении осведомленности о продукции [161]. Посредством торговых выставок представители компаний, готовых к экспорту, могут получать клиентов, распространять информацию, определять перспективы и собирать информацию [75]. Менеджеры по экспорту рассматривают торговые выставки как эффективный способ получения знаний о внешних рынках [153], экспортных продажах [79] и об увеличении прибыли [161]. Выставки, финансируемые государством, которые без участия государства отдельным компаниям сложно было бы посетить, как правило, являются эффективной деятельностью по продвижению экспорта. Это приводит к следующей гипотезе о том, что участие в финансируемых государством торговых выставках положительно влияет на экспортную деятельность фирмы.

Из-за информационного и операционного сходства существует поверхностная близость между выставками и торговыми представительствами. Оба мероприятия предоставляют менеджерам возможность исследовать рынки, встретиться с покупателями и дистрибьюторами, обсудить экспортную деятельность

с более опытными участниками и наладить международные деловые контакты. Торговые миссии обычно возглавляет специалист по товарам или правительственный чиновник высокого уровня, который организует встречи между покупателями и продавцами в соответствующей стране. Торговые представительства слишком сложно устроены, поэтому экспортные цели менее реализуемы посредством торговых представительств [79]. Торговые представительства, хотя и могут способствовать быстрым продажам, в целом предназначены для долгосрочного экспортного планирования [73]. Например, в исследовании 462 фирм 8 из 10 участников не возместили свои издержки, 7 из 10 участников были не в состоянии добиться каких-либо продаж после сотрудничества с торговым представительством. Напротив, у 4 из 10 участников выставки были значительные продажи для компенсации их затрат [75]. Хотя торговые представительства могут способствовать продажам на внешних рынках, они обычно достигают этого, улучшая процесс выстраивания отношений между потенциальными деловыми партнерами в течение длительного периода времени [162]. Кроме того, в некоторых исследованиях утверждается, что торговые представительства больше всего способствуют привлечению инвестиций [163].

Одной из самых серьезных проблем для экспорта МСП являются идентификация и управление зарубежными агентами и дистрибьюторами. Грамотная дистрибуция является важным фактором успеха экспорта. Для МСП дистрибьюторы, как правило, являются наиболее важным связующим звеном между фирмой и клиентом. Однако доступность для МСП соответствующих каналов дистрибуции может быть затруднена конкурентами, контролирующими распределение, длину канала, которая увеличивает затраты на его использование до запретительного уровня, или систему распределения, в которой дистрибьютор имеет чрезмерный контроль над каналом [164].

Найти квалифицированного дистрибьютора для небольшой фирмы – довольно сложная задача. В числе необходимых требований к дистрибьютору: финансовая устойчивость, возможности, охват клиентов, поведенческие требования (отношения с государственными должностными лицами, степень сотрудничества, репутация на рынке) и эксплуатационные требования (логистические возможности, складирование) [155].

К сожалению, деятельность МСП может быть серьезно осложнена, если выбран не соответствующий требованиям дистрибьютор или отношения с дистрибьютором строятся ненадлежащим образом. В одном из случаев американский производитель мотоциклов был полностью закрыт на рынке Коста-Рики, поскольку владелец подписал соглашение, предоставляющее эксклюзивные права на распространение местному дистрибьютору Honda. После получения первой партии от американской фирмы дистрибьютор прекратил все связи с заказчиком и начал импортировать и продавать мотоциклы из Тайваня. Дистрибьюторское соглашение было инструментом, используемым дистрибьютором для блокировки американской фирмы на рынке [165]. Очевидно, что способность идентифицировать соответствующих агентов и дистрибьюторов должна быть ключевым элементом в маркетинговой стратегии экспорта МСП. Поэтому может быть выдвинута еще одна гипотеза: использование финансируемых государством программ, которые определяют агентов и дистрибьюторов, положительно влияет на показатели экспортной деятельности фирмы.

Рассмотренные три гипотезы (положительное влияние на экспорт фирм торговых представительств, участия в выставках и программ дистрибуции) проверяются в исследовании, построенном на основе опроса. Вопросы касаются характеристик фирмы, показателей ее деятельности, стратегии, использования программ поддержки экспорта, финансируемых государством. Было опрошено 105 малых и

средних предприятий, различных как по выпускаемой продукции, так и по степени участия в экспорте. Эти фирмы занимались бизнесом в среднем 46 лет. Большинство респондентов были руководителями компаний, 30% – топ-менеджерами, 42% – менеджерами по маркетингу или по международным продажам, что обуславливает достоверность полученных результатов.

Зависимая переменная представляет собой шкалу из четырех пунктов для измерения уровня удовлетворенности респондентов их экспортными операциями. Использовались перцепционные вопросы вместо финансовых вопросов, чтобы избежать типичной сдержанности респондентов, которых спрашивают о предоставлении финансовой информации. Руководителям было предложено оценить их удовлетворенность четырьмя показателями деятельности фирмы на внешних рынках по 10-балльной шкале (от 1 – очень недоволен до 10 – очень доволен): рост продаж на внешних рынках, доля зарубежного рынка, число стран назначения экспорта и общая эффективность экспортной деятельности. Альфа Кронбаха для этих переменных была равна 0,90, что отражало их сильную скоррелированность. Это соответствует общему пониманию того, что показатели эффективности, как правило, являются взаимодополняемыми, а не взаимоисключаемыми. Эти четыре элемента были использованы для создания такой новой переменной, как эффективность экспорта.

Построены три модели. Модель 1 состоит только из контрольных переменных: количество сотрудников фирмы, общий объем продаж компании, интенсивность экспорта и экспортные барьеры. Размер фирмы измерялся двумя переменными: работники (общее число сотрудников) и объем продаж (всего продажи компании за предыдущие 5 лет). Интенсивность экспорта определялась как процент от общего объема продаж, произведенного в США в течение предыдущих 5 лет.

Важной контрольной переменной при изучении экспорта из США являются экспортные барьеры. Из-за сложности международной деловой среды и сравнительного дефицита ресурсов малые и средние фирмы находятся в невыгодном положении, если они решают конкурировать на международном уровне. Респондентам был предоставлен список потенциальных экспортных барьеров (в частности, плохое знание потенциальных рынков, отсутствие возможностей/времени для отслеживания торговых операций, отсутствие механизмов для генерирования торговых предложений, сильная внешняя конкуренция, нехватка персонала, высокий курс доллара и торговые барьеры) и предложено выбрать те, которые являлись помехой в их деятельности. Эти переменные были объединены для создания одной переменной экспортных барьеров. Согласно гипотезе эта переменная должна оказывать отрицательное влияние на зависимую переменную.

Модель 2 включает два показателя внутренних ресурсов фирмы. Первый из них – технологические ресурсы, которые считаются важным источником конкурентного преимущества с точки зрения как производства, так и драйвера экспорта. Респонденты оценивали четыре переменные, связанные с технологическими ресурсами фирмы, по 10-балльной шкале (от 1 – совершенно не согласен до 10 – абсолютно согласен): технологическое лидерство, технологические инновации, обучение технологиям и современные процессы в производстве. Эти четыре элемента были объединены в одну переменную – TR (технологические ресурсы).

Второй показатель ресурсов – экспортные ресурсы: (1) производство, (2) сотрудники в области маркетинга, (3) время управления и (4) капитал. Каждой переменной присваивалось значение 1, если неиспользуемые ресурсы присутствуют. Затем они суммировались для получения составной переменной экспортных внутренних ресурсов (ER), которые должны оказывать положительное влияние на удовлетворенность респондента экспортной деятельностью фирмы.

Модель 3 включает три переменные поддержки экспорта, которые фирмы могут использовать для дополнения своих внутренних ресурсов и возможностей. Первая переменная – торговые представительства – представляет собой число финансируемых государством торговых представительств, в которых участвовали фирмы в течение предыдущих 5 лет. Вторая переменная – участие в выставках – представляет собой количество случаев, когда фирмы участвовали в торговых выставках, организованных государственными агентствами по содействию экспорту в течение предыдущих 5 лет. Третья переменная – наличие агентов/дистрибьюторов – это количество случаев, когда фирмы обращались к агентствам по поддержке экспорта за помощью в выявлении агентов и дистрибьюторов в течение предыдущих 5 лет. Авторами выдвигается гипотеза о том, что использование фирмами этих программ поддержки экспорта положительно влияет на их экспортную деятельность.

В *табл. 5* показаны коэффициенты регрессии и значимость каждой из моделей регрессии.

В модели 1 рассматривается влияние контрольных переменных на зависимую переменную. Три контрольные переменные значимы: общий объем продаж компании, интенсивность экспорта и экспортные барьеры. Общее количество сотрудников не было значимо ни в одной из моделей.

Модель 2 включает контрольные переменные из модели 1 и добавляет две переменные внутренних ресурсов. Технологические ресурсы со стандартизованным коэффициентом 0,32 и экспортные ресурсы со стандартизованным коэффициентом 0,20 являются положительными, т.е. эти факторы оказывают положительное влияние на экспортную деятельность фирм. Более того, изменение коэффициента детерминации статистически значимо. Это указывает на то, что включение двух переменных внутренних ресурсов улучшает общее соответствие уравнения реальным данным.

Таблица 5

**Результаты оценок модели влияния на удовлетворенность
экспортной деятельностью фирмы**

Переменные	Модель 1 (контрольные переменные)	Модель 2 (внутренние ресурсы фирмы)	Модель 3 (поддержка экспорта)
Число занятых	0,00 (0,34)	0,40 (0,69)	0,04 (0,40)
Объем продаж	0,37*** (3,06)	0,22** (1,87)	0,22** (1,90)
Интенсивность экспорта	0,31*** (3,11)	0,28*** (3,02)	0,25** (2,52)
Экспортные барьеры	-0,22** (-2,29)	-0,17** (0,65)	-0,16** (-1,85)
Технологические ресурсы	–	0,32*** (3,46)	0,38*** (4,10)
Экспортные ресурсы	–	0,20** (2,22)	0,16** (1,74)
Торговые выставки	–	–	0,18** (1,89)
Торговые представительства	–	–	0,03 (0,36)
Агенты/дистрибьюторы	–	–	0,16** (1,82)
N	86	86	86
R ²	0,25	0,38	0,44
Adjusted R ²	0,21	0,33	0,38
F	6,63***	8,04***	672***
Изменение R ²	–	0,13***	0,06***
Изменение F	–	8,43***	2,92***

* 10%-й уровень значимости.

** 5%-й уровень значимости.

*** 1%-й уровень значимости.

Источник: [166].

Модель 3 включает все вышеперечисленные переменные первых двух моделей и добавляет три другие переменные, отвечающие за поддержку экспорта. Коэффициенты при переменных выставок и наличия агентов/дистрибьюторов являются положительными, что означает положительное влияние этих факторов на показатели экспортной деятельности. Третья переменная – пользование услугами торговых представительств – не является статистически значимой. Изменение коэффициента детерминации по сравнению с моделью 2 статистически значимо. Это указывает на то, что включение переменных торговых выставок и наличия

агентов/дистрибьюторов улучшает общее соответствие уравнения фактическим данным. Таким образом, все выдвигаемые авторами гипотезы не отвергаются.

Эти результаты предлагаются к использованию фирмами для разработки стратегии производства и продаж. В частности, с учетом значительного положительного влияния технологических ресурсов на эффективность экспортной деятельности фирм компаниям, обладающим такими ресурсами, необходимо изначально ориентировать свою стратегию развития на экспортную деятельность. Авторы выявили, что более маленькие фирмы, которые использовали доступные государственные программы поддержки экспорта, достигали больших успехов в экспорте. В дополнение к использованию внутренних корпоративных ресурсов фирм менеджеры могут достичь лучших результатов, если используют соответствующую поддержку со стороны государства. Услуги, предлагаемые агентствами по содействию экспорту, особенно торговые выставки и программы поиска агентов и дистрибьюторов, по сути, являются субсидированными компетенциями на уровне компаний, которые могут быть использованы компаниями, лишенными возможностей и ресурсов работать за рубежом. Соответственно, государству следует расширять такие меры поддержки, как организация выставок и поиск агентов и дистрибьюторов.

Приведенное исследование имеет несколько ограничений. Во-первых, это странственная выборка, без временных рядов данных. Во-вторых, опрос проходил только в одном штате США, хотя с большой вероятностью этого достаточно, чтобы распространить результаты не только на все штаты США, но и на схожие по уровню экономического развития страны. В-третьих, в опросе использовался рефлексивный инструмент для измерения эффективности экспорта. В-четвертых, некоторые авторы критиковали показатели эффективности, используемые в исследованиях по экспорту, как проблематичные с точки зрения сложности измерения, концептуализации и операционализации эффективности экспорта. В-пятых,

коэффициент ответа на опросник довольно низкий – 14%. Наконец, авторы проанализировали ограниченное число мер по продвижению экспорта.

Исследование по странам АТЭС [24] ставило целью выявить факторы, влияющие на степень интернационализации фирмы, которая, в свою очередь, измерялась с помощью индексов участия, интенсивности и диверсификации. Эти индексы являлись в модели зависимыми переменными. Независимыми переменными служили: число лет экспортной деятельности, размер фирмы, наличие расходов на исследования и разработки (дамми-переменная), наличие иностранного участия (дамми-переменная), число патентов, наличие государственной поддержки для отдельной фирмы (дамми-переменная), наличие специального департамента по управлению экспортной деятельностью (дамми-переменная), наличие зарубежной рекламы (дамми-переменная), дамми-переменная на отрасль (значение 1, если принадлежит специфической отрасли).

Согласно результатам, значимо влияют на степень интернационализации лишь история экспортной деятельности, размер фирмы и привлечение иностранного капитала. Остальные факторы значимого влияния не оказывают.

Согласно результатам исследования по странам АТЭС, главной мотивацией для интернационализации фирмы называли расширение рынка сбыта для товаров и услуг, а также ограниченный спрос на внутреннем рынке (особенно в Корее). Среди стимулов также отмечалось незначительное влияние высоких внутренних производственных расходов, получение новых технологий и знаний за рубежом (особенно отмечалось в Малайзии и на Филиппинах), высокой внутренней конкуренции. Среди факторов на уровне фирмы, которые тормозили ее интернационализацию, отмечались почти в равных пропорциях неконкурентные цены и товары, недостаточная квалификация персонала, отсутствие опыта зарубежных продаж, отсутствие офиса за рубежом, высокие расходы на продвижение экспорта, финансовые трудности, отсутствие технологий и инноваций. Среди внешних факторов,

препятствующих интернационализации, отмечались трудности с поиском партнеров, которым можно доверять, конкуренция товаров и цен, сбор информации о зарубежном рынке, технические барьеры, местные правила и процедуры, различия в культуре, языке, подходах к бизнесу, финансовые трудности, высокие транспортные издержки.

Стоит отметить, что в тех странах, где индекс интернационализации оказался высоким (Корея и Малайзия), доля фирм, которые совсем не были осведомлены о мерах поддержки, незначительна по сравнению с Чили и Филиппинами, но при этом высока доля фирм, которые хорошо осведомлены о государственной поддержке (рис. 15).

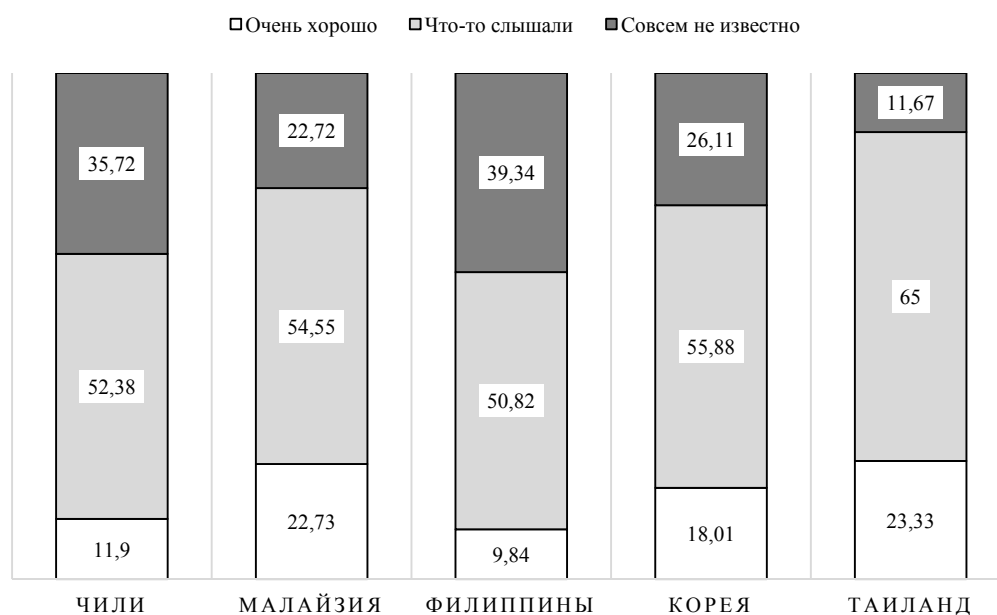


Рис. 15. Информированность о государственных мерах поддержки, %

Источник: [24].

Интересно также то, что 100% малых предприятий (до 9 человек) в Малайзии являются бенефициарами государственной поддержки, в Корее их доля также высока (62,5%). На Филиппинах доля среди всех видов МСП фирм – получателей

помощи примерно одинакова, хотя доля малых предприятий все-таки незначительно выше (47,62%). В Чили и Таиланде ориентация программ поддержки МСП приходится на средние фирмы (50–199 человек).

Уровень эффективности финансовой поддержки МСП выше всего в Корее (3,79) и Малайзии (3,53), ниже всего – в Чили (2,78), Таиланде (2,85) и на Филиппинах (2,93). Эффективность нефинансовых мер поддержки выше всего на Филиппинах (3,56), в Корее (3,55) и Малайзии (3,39), ниже – в Таиланде (3,16) и Чили (2,55).

В Малайзии и на Филиппинах число МСП, нуждающихся в государственной поддержке, является высоким по сравнению с тем, что наблюдается в других странах. МСП Таиланда и Чили требуется государственная поддержка в области маркетинга, в то время как МСП Малайзии, Кореи и Филиппины необходима поддержка в накоплении фондов, а затем уже в маркетинге.

* * *

Согласно результатам эмпирических исследований, поддержка экспорта в большей степени влияет на получение экстенсивной маржи за счет выхода на новые экспортные рынки и экспорта новых продуктов. Для экспортеров с большим опытом экспортной деятельности растет и интенсивная маржа. В целом благодаря симбиозу оценок в рамках социологических и экономико-эконометрических исследований получены достаточно обширные результаты, показывающие наиболее эффективные меры государственной поддержки экспорта, а также тип и характеристики фирм, получающих наибольшие выгоды от реализации таких мер. Серьезным барьером для интернационализации МСП является феномен «скрытой жесткости» в принятии директором фирмы решения о том, будет фирма экспортировать или нет, еще на этапе ее создания.

Оценки влияния поддержки экспорта на объемы экспорта варьируются от 0,08 до 13,33% в разных странах. Среди характеристик самих агентств, способствующих более эффективной их работе, отмечаются высокая доля частного управления агентством, ориентированность на поддержку средних, а не малых фирм-экспортеров, отсутствие затрат на маркетинговую деятельность, а также взимание невысокой платы за пользование услугами агентства. Также среди результатов положительного влияния агентств по поддержке экспорта отмечаются помощь в преодолении информационных барьеров, в получении знаний и компетенций, выбор страны назначения для определенных товарных позиций.

Таким образом, для проведения эмпирических оценок по влиянию мер поддержки экспорта на результаты экспортной деятельности малых и средних фирм необходимо учитывать размер фирмы, ее возраст, опыт ведения экспортной деятельности, который может выражаться в большем количестве наименований экспортируемых товаров и экспортных рынков, а также производительность труда и капиталовооруженность фирмы, указывающие на качество и конкурентоспособность ее продукции, поставляемой на зарубежные рынки.

3. Эмпирическая оценка влияния расходов на поддержку экспорта в рамках региональных программ на объемы экспортных поставок малыми и средними предприятиями

3.1. Методология проведения оценки и используемые статистические данные

Оценка влияния государственной поддержки экспорта на результаты экспортной деятельности малых и средних предприятий проводилась несколькими методами: построением моделей с фиксированными индивидуальными (на фирму) и временными (на год) эффектами, модели Хекмана с цензурированной выборкой, пробит-модели для оценки вероятности экспортирования.

Оцениваемая модель с фиксированными индивидуальными эффектами выглядит следующим образом:

$$\begin{aligned} \ln EXPORT_{jt} = & \alpha + \beta_1 \ln Labor_{jt} + \beta_2 \ln Revenue/labor_{jt} + \\ & \beta_3 \ln Capital/labor_{jt} + \beta_4 \ln WAGE_{jt} + \beta_5 Number_goods_{jt} + \\ & \beta_6 Number_countries_{jt} + \beta_7 \ln Price_{jt} + \beta_8 Time_firm_{it} + \\ & \beta_9 \ln RUS_export_t + \delta_1 \ln Program/VRP_{rt} + \delta_2 Time_centre_{rt} + \varepsilon_j, \end{aligned} \quad (1)$$

где $EXPORT_{jt}$ – стоимостной объем экспорта фирмы j в год t . Выдвигается гипотеза о том, что одна фирма может производить и экспортировать разные товарные позиции (в разрезе шестизначной классификации ТН ВЭД, например), но в целом эти товары будут довольно однородными, поэтому для построения более адекватной эконометрической модели можно суммировать стоимостной объем всех товаров, экспортируемых фирмой;

$Labor_{jt}$ – среднесписочная численность работников фирмы j в год t . Этот показатель отражает размер фирмы, также от него напрямую зависит, к какой категории фирм (малых, средних или крупных) принадлежит фирма;

$Revenue/labor_{jt}$ – выручка фирмы j в год t в расчете на одного работника;

$Capital/labor_{jt}$ – капиталовооруженность труда, рассчитанная как отношение основных средств к численности персонала. Предполагается, что чем больше капиталовооруженность, тем более высокотехнологичное производство осуществляет фирма;

$Wage_{jt}$ – средняя заработная плата, которая рассчитана как отношение издержек фирмы на персонал к численности персонала;

$Number_goods_{jt}$ – количество наименований товаров, экспортируемых фирмой (по шестизначной классификации ТН ВЭД);

$Number_countries_{jt}$ – количество стран, в которые фирма направляет свой экспорт;

$Time_firm_{jt}$ – время работы фирмы (число лет с момента ее создания в год t).

Перечисленные данные были взяты из базы данных Руслана [54].

$Price_{jt}$ – средняя цена на экспортируемую продукцию фирмы, которая рассчитывается как отношение стоимостного экспорта фирмы к физическому экспорту по данным ГТД [55];

RUS_export_t – стоимостной экспорт России во все страны в год t . Данные получены из базы данных Всемирного банка WITS [167];

$Program/VRP_{rt}$ – в общем смысле поддержка экспорта, переменная рассчитывается как отношение финансирования региональной программы поддержки предпринимательства к валовому региональному продукту [18]. Важно отметить, что в качестве государственной поддержки экспорта рассматривается финансирование программ поддержки предпринимательства, поскольку именно в эти программы заложены меры поддержки экспорта наряду с прочими мерами. Только в 2017 г. были разработаны стратегии для отдельных отраслей по развитию экспорта. Кроме того, ранее было выявлено при оценке моделей на агрегированных

региональных данных, что на экспортную деятельность оказывают положительное влияние центры содействия экспорту, которые осуществляют и нефинансовые меры поддержки. Для учета возможной эндогенности в модель включена переменная числа лет работы такого центра $Time_centre_{rt}$ [168].

Основными проверяемыми гипотезами являются следующие:

1) размер фирмы, выраженный в числе работников, оказывает положительное влияние на ее экспорт; с увеличением числа работников (фирмы) ее экспортная деятельность растет;

2) производственная мощность фирмы, выраженная отношением выручки к числу работников фирмы, оказывает положительное влияние на объемы экспорта фирмы, поскольку с ростом производственной мощности растут и собственно экспортные мощности; также фирмы с большей выручкой на одного работника экспортируют больше;

3) с ростом капиталовооруженности фирмы ее экспорт также растет, особенно если экспортируются капиталоемкие товары; фирма с большей капиталовооруженностью экспортирует также больше;

4) с ростом средней заработной платы экспорт фирмы также увеличивается, поскольку заработная плата является платой за труд, а с ростом заработной платы можно судить либо о росте производительности труда, либо о повышении квалификации персонала; по этой же причине фирмы с более высокой оплатой труда экспортируют больше;

5) количество наименований экспортируемых товаров и количество стран назначения для экспорта отдельной фирмы свидетельствуют об опыте экспортной деятельности, поэтому с ростом этих показателей растет и экспорт фирмы, а фирмы, имеющие большее количество наименований товаров и стран назначения для экспорта, экспортируют больше; схожее влияние оказывает и число лет

работы фирмы, которое свидетельствует о ее опыте ведения хозяйственной деятельности: чем дольше фирма находится на рынке, тем больше она экспортирует, и с каждым годом экспорт фирмы будет нарастать при прочих равных условиях;

6) цена оказывает отрицательное влияние на объем физического экспорта, поскольку определяется спросом, а при повышении цены спрос на экспортные товары снижается, соответственно, стоимостной объем экспорта отдельной фирмы падает;

7) объем российского экспорта свидетельствует об опыте экспорта всех фирм, а с учетом передачи знаний о процедурах, барьерах в отдельных странах-импортерах с ростом объема российского совокупного экспорта будет расти и экспорт отдельных фирм;

8) наконец, рост государственной поддержки экспорта и открытие региональных центров содействия экспорту способствуют наращиванию объемов экспорта фирмы; в регионах, где долгое время действует центр содействия экспорту и велики объемы финансирования в рамках программ по поддержке экспорта, экспорт отдельных фирм выше.

Для проведения сравнительного анализа выборка была разбита на несколько категорий в соответствии с законодательным определением малых и средних предприятий: малые предприятия – с выручкой до 800 млн руб. в год и численностью персонала до 100 человек; средние предприятия – с выручкой более 800 млн руб., но менее 2000 млн руб. в год, с численностью персонала от 101 до 250 человек; крупные фирмы – с выручкой более 2000 млн руб. и численностью персонала более 250 человек. В категорию МСП входят малые и средние предприятия.

Далее оценивалась модель с временными эффектами на год:

$$\begin{aligned} \ln EXPORT_{jt} = & \alpha + \beta_1 \ln Labor_{jt} + \beta_2 \ln Revenue/labor_{jt} + \\ & \beta_3 \ln Capital/labor_{jt} + \beta_4 \ln WAGE_{jt} + \beta_5 Number_goods_{jt} + \\ & \beta_6 Number_countries_{jt} + \beta_7 \ln Price_{jt} + \beta_8 Time_firm_{it} + \\ & \delta_1 \ln Program/VRP_{rt} + \delta_2 Time_centre_{rt} + \delta_3 PORT_r + \varepsilon_t, \end{aligned} \quad (2)$$

где используются те же переменные, что и в предыдущей спецификации, и добавлена переменная наличия порта в регионе.

Основными проверяемыми гипотезами являются следующие

1) размер фирмы, выражающийся в количестве работников, оказывает положительное влияние на ее экспорт;

2) производительность и эффективность фирмы, выраженная отношением выручки к числу работников фирмы, оказывает положительное влияние на объемы экспорта фирмы, поскольку фирмы с большей выручкой на одного работника экспортируют больше;

3) фирма с большей капиталовооруженностью труда экспортирует больше;

4) фирмы с более высокой оплатой труда экспортируют больше, поскольку заработная плата является платой за труд и можно предположить, что высокие расходы на оплату труда на фирме являются свидетельством высокой производительности труда и высокой квалификации работников;

5) количество наименований экспортируемых товаров и количество стран назначения для экспорта отдельной фирмы свидетельствуют об опыте экспортной деятельности, поэтому фирмы, имеющие большее количество наименований товаров и стран назначения для экспорта, экспортируют больше; схожее влияние оказывает и число лет работы фирмы, которое свидетельствует о ее опыте ведения хозяйственной деятельности: чем дольше фирма работает на рынке, тем больше она экспортирует;

6) цена оказывает отрицательное влияние на объем физического экспорта, поскольку определяется спросом, фирмы с высокой ценой своей экспортируемой продукции, экспортируют в среднем меньше;

7) в регионах, где есть порт, фирмы в среднем экспортируют больше, так как издержки на экспорт товаров для фирм ниже, по крайней мере, транспортные издержки по доставке товара в порт;

8) наконец, государственная поддержка экспорта и наличие региональных центров содействия экспорту в регионе оказывают положительное влияние на объемы экспорта фирмы; в регионах, где долгое время действует центр содействия экспорту и велики объемы финансирования в рамках программ по поддержке экспорта, экспорт отдельных фирм выше.

Поскольку государственная политика в области поддержки экспорта ставит целью не только стимулирование объемов экспорта у уже экспортирующих фирм, но и стимулирование выхода фирм на зарубежный рынок, далее оценивается про-бит-модель влияния государственной поддержки экспорта на вероятность ведения фирмой экспортной деятельности. Зависимая переменная принимает значение 0, если фирма не экспортировала в год t , значение 1 – если фирма экспортировала в год t :

$$\begin{aligned} EXPORT_probability_{jt} = & \alpha + \beta_1 \ln Labor_{jt} + \beta_2 \ln Revenue / \\ & labor_{jt} + \beta_3 \ln Capital / labor_{jt} + \beta_4 \ln WAGE_{jt} + \beta_8 Time_firm_{it} + \\ & \delta_1 \ln Program / VRP_{rt} + \delta_2 Time_centre_{rt} + \delta_3 PORT_r + \\ & \delta_4 \ln RUS_export_t + \varepsilon_t \end{aligned} \quad (3)$$

Для того чтобы выборка включала все фирмы (экспортирующие и неэкспортирующие), в модель не включены переменные, отвечающие за характеристики экспортной деятельности (цена экспортируемой продукции, количество наименований экспортируемой продукции и число стран назначения экспорта).

Основными проверяемыми гипотезами являются следующие:

1) размер фирмы, выражающийся в количестве работников, оказывает положительное влияние на вероятность экспорта;

2) производительность и эффективность фирмы, выраженная отношением выручки к числу работников фирмы, оказывает положительное влияние на вероятность экспорта фирмы, поскольку фирмы с большей производительностью имеют больше возможностей для выхода на зарубежные рынки, в том числе за счет более высокого качества экспортируемых товаров;

3) фирма с большей капиталовооруженностью труда также имеет большую вероятность для экспортной деятельности, поскольку ее возможности для капиталоемких производств выше;

4) фирмы с более высокой оплатой труда имеют большую вероятность для экспорта, поскольку заработная плата является показателем производительности труда и высокой квалификации;

5) чем дольше фирма работает (ее возраст старше), тем с большей вероятностью она будет экспортером, поскольку возраст фирмы напрямую свидетельствует об опыте ведения хозяйственной деятельности, а значит, издержки на приобретение опыта экспортной деятельности ниже;

6) в регионах, где есть порт, фирмы в среднем имеют большие возможности для экспорта в связи с сокращением транспортных издержек на доставку экспортируемой продукции в порт, а значит, у них выше вероятность экспортной деятельности;

7) объем российского экспорта может свидетельствовать об опыте российских экспортирующих компаний, который они, в свою очередь, могут передавать посредством выставок и конференций экспортеров другим фирмам, снижая в целом издержки на экспорт, поэтому чем выше объем российского экспорта, тем выше вероятность отдельных фирм экспортировать;

8) наконец, государственная поддержка экспорта и наличие региональных центров содействия экспорту в регионе оказывают положительное влияние на

вероятность экспорта фирмы; в регионах, где долгое время действует центр содействия экспорту и велики объемы финансирования в рамках программ по поддержке экспорта, вероятность экспорта выше.

Наконец, для технически более качественной оценки с теми же гипотезами оценивалась модель Хекмана по влиянию для выборки фирм, которые осуществляют экспортную деятельность, государственной поддержки экспорта на объемы экспорта.

3.2. Индексы участия малых и средних предприятий в экспортной деятельности на основе методики АТЭС

В отчете АТЭС [24] опубликованы индексы интернационализации фирм, основанные на модели Мелитца, с допущением, что фирмы неоднородны. В этой модели деятельность по интернационализации классифицируется на следующие виды: экспорт, импорт, международные субподряды, международное сотрудничество и ПИИ. Как экспорт, так и импорт подразделяются на прямой и косвенный в зависимости от того, осуществляются сделки через таможенные склады или через агентства. Международный субподряд – преобладающая деятельность – также разделяется на два типа: субподрядчики для иностранных предприятий и иностранные подрядчики. Совместные предприятия, союзы без владения акциями, лицензирование и франчайзинг относятся к категории международного сотрудничества.

Модель включает два индекса: IPI (индекс участия в интернационализации) и ICI (составной индекс интернационализации). IPI измеряет степень участия МСП в различных международных мероприятиях. ICI делится на две части, измеряя как количество партнеров МСП, с которыми проводятся международные мероприятия (индекс разнообразия), так и интенсивность проводимой международной деятельности (индекс интенсивности).

В случае экспорта индекс интенсивности определяется средним объемом экспорта по экономике (фирме), а индексом разнообразия является количество стран-партнеров (фирм). Для импорта индекс интенсивности определяется средним объемом импорта на экономику (фирму), а индекс разнообразия – количеством стран-партнеров (фирм). Для международного субподряда индекс интенсивности определяется средним объемом субподряда на экономику (фирму), а индекс разнообразия – числом стран-партнеров (фирм). Для международного сотрудничества индекс интенсивности определяется средним значением числа случаев сотрудничества для каждой экономики (фирмы), а индекс разнообразия связан с количеством стран-партнеров (фирм). Для ПИИ индекс интенсивности представляет собой средние инвестиции в экономику (фирмы), а индекс разнообразия измеряет количество стран (фирм), в которых фирма владеет собственностью. Чтобы сравнить интенсивность экспортной деятельности МСП (импорт, международные субподряды и ПИИ), в исследовании также измеряется индекс интенсивности, основанный на среднем объеме экспорта (импорт, международный субподряд и ПИИ) в качестве доли от общего объема продаж.

Индексы интернационализации рассчитываются следующим образом. IPI измеряет степень участия МСП в различных международных мероприятиях. Он принимает значение 1 или 0 в соответствии с тем, экспортирует ли МСП, импортирует, сотрудничает с иностранными фирмами или осуществляет ПИИ. Каждому действию присваивается одинаковый вес, а IPI рассчитывается как сумма этих значений, деленная на 5:

$$IPI_i = \frac{\sum_i^5 y_i}{5}, \quad (4)$$

где y_i указывает, экспортирует ли фирма, импортирует, сотрудничает с другими фирмами или осуществляет ПИИ. ICI рассчитывается как среднее значение индекса интенсивности и индекса диверсификации. Индекс интенсивности

представляет собой объем операций по интернационализации, выполняемых МСП, и определяется как средняя стоимость каждого вида деятельности в расчете на экономику или фирму и процент от средней стоимости общих продаж. Индекс диверсификации представляет собой число партнеров и географическое распределение деятельности по интернационализации МСП, определяется как число торговых или кооперационных стран и фирм. Более высокое значение ICI соответствует большей степени интернационализации.

Индекс участия по странам АТЭС в среднем составил 0,327. Самый высокий индекс участия у Малайзии (0,391), далее следуют Чили (0,363), Корея (0,318), Таиланд (0,305) и Филиппины (0,258). По фирмам индекс участия выше у более крупных фирм (по количеству персонала). В разрезе отраслей промышленности самый высокий индекс участия был получен для металлургии (0,398), электроники (0,348), машиностроения (0,331), пищевой, текстильной, химической промышленности (0,309).

Индексы интенсивности и диверсификации рассчитываются для всех пяти видов деятельности. Интенсивность экспорта рассчитывается как отношение объема экспорта к числу стран назначения экспорта. Составной индекс интенсивности рассчитывается как сумма индексов интенсивности по каждому виду деятельности, деленная на 5.

Составной индекс интенсивности в странах АТЭС достигает 227533,5. Наиболее высокое значение индекса у Кореи, далее следуют Филиппины, Малайзия, Чили и Таиланд. При этом индекс интенсивности экспорта составляет 2122,095, а индекс интенсивности импорта – 317515,4. Для более крупных фирм составной индекс интенсивности выше. В разрезе отраслей наиболее высокий индекс интенсивности в электронике (356809,1), далее следуют машиностроение (187291,6), металлургия (162883,5), пищевая, текстильная и химическая промышленность (148853,4). Индекс интенсивности экспорта наиболее высокий в Малайзии

(760036,7), далее следуют Корея (430929,8), Чили (296622,6), Филиппины (263780,1) и Таиланд (1392,04).

Индекс диверсификации также рассчитывался как среднее по 5 видам деятельности. Для стран АТЭС он составил в среднем 1,668. Наиболее высоким он оказался для Чили (3,210) и Кореи (2,35), далее следуют Малайзия (1,13), Таиланд (0,92) и Филиппины (0,730). По экспорту этот показатель в АТЭС составил 6,311, а по импорту – 0,949. В разрезе отраслей наиболее диверсифицированными являются электроника (1,987), пищевая, текстильная и химическая промышленность (1,751), металлургия (1,520) и машиностроение (1,312). По диверсификации экспорта на 1-м месте находится Чили (12,717), далее следуют Таиланд (9,849), Филиппины (3,484), Корея (3,167) и Малайзия (3,115).

Наконец, индекс интернационализации для отдельной страны АТЭС рассчитывался как среднее из трех полученных индексов (участия, интенсивности и диверсификации). В среднем индекс интернационализации в странах АТЭС составил 46,820: в Корею – 51,532, в Малайзии – 51,372, в Чили – 48,396, в Таиланде – 42,416, на Филиппинах – 40,388. К сожалению, такие расчеты применялись не ко всем странам АТЭС.

Ниже приводятся оценки индексов участия, диверсификации и интенсивности экспорта по регионам России в 2012 и 2016 гг.

Индекс участия, по сути, является показателем доли экспортирующих малых и средних фирм в числе всех малых и средних фирм в регионе. В 2016 г. индекс участия в целом по России составил 1,33%, что выше на 0,25 п.п., чем в 2012 г. (1,08%). Среди регионов с наиболее высоким индексом участия в экспорте в 2016 г. можно отметить Ненецкий АО (3,23%), Белгородскую (3,21%), Псковскую (2,97%), Ленинградскую (2,57%) области, Калмыкию (2,36%), Сахалинскую (2,29%), Еврейскую автономную (2,21%), Брянскую (2,13%) области, Камчатский

край (2,11%), Мордовскую область (2,03%). Однако показателем успешности региона в политике поддержки экспорта является рост индекса участия МСП в экспорте, по топ-10 регионам он приведен в *табл. 6*.

Таблица 6

Топ-10 регионов по росту индекса участия в экспорте с 2012 по 2016 г.

Регион	Рост индекса участия, %
Республика Калмыкия	2,07
Ненецкий АО	1,72
Мордовская Республика	0,92
Ростовская область	0,89
Псковская область	0,71
Приморский край	0,68
Амурская область	0,62
Брянская область	0,61
Орловская область	0,60
Владимирская область	0,55
<i>В среднем по России</i>	<i>0,25</i>

Источник: расчеты авторов.

Неэффективность системы поддержки экспорта по данному показателю отмечается в Камчатском крае, Челябинской и Чувашской областях, Ханты-Мансийском автономном округе, Пензенской, Магаданской, Ярославской, Сахалинской, Архангельской областях, Карачаево-Черкесии, Еврейской автономной области, Бурятии, Северной Осетии.

Индекс диверсификации означает среднее количество стран назначения для одной фирмы-экспортера. По России в целом в 2012 г. фирма-экспортер в среднем направляла экспортную продукцию в 2,49 страны назначения, в 2016 г. – в 2,53 страны. Индекс диверсификации наиболее высок в 2016 г. в Кемеровской области (6,22), Вологодской (4,15), Ивановской (3,97), Рязанской (3,54), Тюменской (3,48), Кировской (3,47) областях, Мордовской Республике (3,42), Пензенской (3,39),

Архангельской (3,32) областях, Республике Татарстан (3,32). Наибольший рост индекса диверсификации наблюдается в Чеченской Республике, Камчатском крае и Кемеровской области (табл. 7).

Таблица 7

**Топ-10 регионов по росту индекса диверсификации
экспорта с 2012 по 2016 г.**

Регион	Рост индекса участия, %
Чеченская Республика	50,00
Камчатский край	35,75
Кемеровская область	33,93
Карачаево-Черкесия	33,24
Чувашская Республика	25,42
Республика Саха	20,59
Пензенская область	20,52
Тамбовская область	19,02
Магаданская область	18,28
Тюменская область	16,09
<i>В среднем по России</i>	<i>1,46</i>

Источник: расчеты авторов.

Индекс интенсивности экспорта отражает объем экспорта фирмы, приходящийся на одну страну назначения. В среднем по России в 2012 г. этот показатель составлял 919 435 долл. в год, а в 2016 г. снизился до 744 552,9 долл. в год. Наибольшего значения индекс интенсивности экспорта достигает в Ямало-Ненецком округе (31 млн долл.), Республике Саха (8,559 млн долл.), Ненецком АО (7,556 млн долл.), Магаданской (5,258 млн долл.), Амурской (4,051 млн долл.), Мурманской (4,012 млн долл.), Сахалинской (3,936 млн долл.) областях, Камчатском крае (2,995 млн долл.), Оренбургской области (2,934 млн долл.), Хабаровском крае (2,688 млн долл.).

В табл. 8 представлены топ-10 регионов по росту индекса интенсивности экспорта с 2012 по 2016 г. Среди регионов со значительным снижением этого показателя можно отметить Чукотский и Ненецкий АО, Тюменскую область, Карачаево-Черкесию, Республику Коми, Ханты-Мансийский АО, Новгородскую область, Марий Эл.

Таблица 8

**Топ-10 регионов по росту индекса интенсивности
экспорта с 2012 по 2016 г.**

Регион	Рост индекса участия, %
Республика Хакасия	116,26
Чеченская Республика	109,15
Ямало-Ненецкий АО	66,67
Северная Осетия	64,71
Ульяновская область	44,85
Еврейская АО	43,48
Республика Саха	36,93
Мурманская область	30,33
Республика Тыва	27,59
Ярославская область	25,20
<i>В среднем по России</i>	<i>19,02</i>

Источник: расчеты авторов.

3.3. Результаты эмпирической оценки влияния государственных расходов на поддержку экспорта малых и средних предприятий в рамках региональных программ

В табл. 9 представлены результаты оценок влияния государственной поддержки экспорта на объемы экспорта фирмы в модели с фиксированными индивидуальными эффектами. На всех выборках знак коэффициентов при переменных численности работников и выручки на одного работника положительны и высокозначимы. Это означает, что с ростом численности работников растет объем экспорта фирмы, поскольку увеличивается фактор производства, значит, фирма

может произвести больше экспортируемого товара. Рост выручки на одного работника может означать повышение эффективности фирмы, рост ее производственных мощностей и способности произвести больше экспортной продукции. За исключением выборки из всех фирм, на остальных выборках коэффициент при переменной заработной платы отрицателен и высокозначим. Это означает, что с ростом заработной платы объемы экспорта фирмы снижаются. Такой результат можно объяснить тем, что рост расходов на оплату труда в расчете на одного работника связан не с увеличением производительности и эффективности труда, а с ростом налоговой нагрузки и отчислений в социальные фонды.

С ростом количества наименований экспортируемых товаров и числа стран назначения растут и объемы экспорта, поскольку увеличивается опыт экспортной деятельности. Также передача опыта от других экспортеров, выраженная российским совокупным экспортом, оказывает значимое положительное влияние на экспорт отдельной фирмы, что соответствует выдвинутой гипотезе. Количество лет фирмы с момента ее создания имеет влияние только в выборке крупных фирм, т.е. с каждым годом крупные фирмы наращивают свой экспорт за счет своего опыта ведения хозяйственной деятельности.

Рост капиталовооруженности труда оказывает положительное влияние на объемы экспорта только для средних и крупных фирм, при этом для средних фирм – даже большее влияние. Рост капиталовооруженности труда связан с увеличением производственных мощностей, что особенно важно для производства капиталоемких товаров. Также рост капиталовооруженности труда приводит, как правило, к увеличению выработки продукции, что напрямую оказывает влияние и на объемы экспорта фирмы.

**Результаты оценок влияния государственной поддержки экспорта
на объемы экспорта фирмы в модели с фиксированными
индивидуальными эффектами**

Переменные	Все фирмы	Малые фирмы	Средние фирмы	МСП	Крупные фирмы
Лог_численность работников	0,372*** (0,017)	0,349*** (0,045)	0,675** (0,270)	0,340*** (0,037)	0,445*** (0,068)
Лог_выручка на 1 работника	0,258*** (0,011)	0,130*** (0,016)	0,478*** (0,169)	0,136*** (0,016)	0,494*** (0,054)
Лог_зарплата	-0,024 (0,014)	-0,066*** (0,022)	-0,229*** (0,058)	-0,087*** (0,021)	-0,130*** (0,050)
Количество экспортируемых товаров	0,015*** (0,0005)	0,017*** (0,001)	0,017*** (0,002)	0,017*** (0,001)	0,012*** (0,0007)
Количество стран назначе- ния экспорта	1,171*** (0,002)	0,325*** (0,011)	0,278*** (0,015)	0,310*** (0,009)	0,130*** (0,004)
Лог_экспорта России	0,863*** (0,086)	0,968*** (0,195)	0,859** (0,373)	1,044*** (0,171)	0,924*** (0,202)
Количество лет фирмы	0,003*** (0,001)	0,004 (0,003)	-0,003 (0,005)	0,0004 (0,003)	0,007*** (0,001)
Лог_капиталовооружен- ность труда	0,053*** (0,008)	0,009 (0,013)	0,117*** (0,030)	0,026** (0,012)	0,102*** (0,023)
Лог_поддержка/ВРП	-0,076*** (0,012)	-0,089*** (0,027)	-0,053 (0,052)	-0,082*** (0,024)	-0,074** (0,030)
Время работы региональ- ного центра содействия экс- порту	0,003 (0,005)	0,004 (0,009)	0,0005 (0,021)	0,004 (0,008)	0,003 (0,013)
Лог_цена	-1,068*** (0,007)	-1,075*** (0,012)	-1,065*** (0,025)	-1,075*** (0,011)	-1,085*** (0,016)
Количество наблюдений	28186	6537	1843	8380	5773
R ²	0,3272/0,7193	0,3117/0,7175	0,2940/0,7084	0,3079/0,7183	0,3602/0,7072

Примечание. Здесь и далее в табл. 10–13:

- * 10%-й уровень значимости;
- ** 5%-й уровень значимости;
- *** 1%-й уровень значимости.

В скобках приведены стандартные ошибки.

Источник: расчеты авторов.

С ростом цены на экспортируемую продукцию фирмы объемы ее экспорта уменьшаются, поскольку, по всей вероятности, снижается спрос со стороны страны-импортера, что соответствует выдвинутой гипотезе.

За исключением средних фирм, для всех остальных категорий фирм рост региональной поддержки экспорта оказывает отрицательное влияние на объемы экспорта отдельных фирм, а открытие в регионе центра содействия экспорту на объемы экспорта уже экспортирующих фирм не оказывает значимого влияния.

В *табл. 10* представлены результаты оценок влияния государственной поддержки экспорта на объемы экспорта фирмы в модели с временными эффектами. Как и ожидалось, численность работников и выручка на одного работника оказывают значимое положительное влияние на объем экспорта отдельной фирмы, поскольку более крупные фирмы и фирмы с большей производительностью имеют больше возможностей произвести большие объемы продукции. За исключением малых фирм, на всех остальных фирмах заработная плата оказывает отрицательное влияние на объемы экспорта фирмы. Стоит напомнить, что заработная плата рассчитывалась как отношение всех расходов фирмы на персонал на численность персонала. Таким образом, в расходы фирмы на персонал включается не только непосредственно заработная плата, но и все организационные расходы и отчисления в социальные фонды. Поэтому высокие расходы на оплату труда в расчете на одного работника могут не соответствовать высокой квалификации работников или их высокой производительности труда.

Как и ожидалось, количество наименований экспортируемых товаров (в разрезе шестизначной классификации ТН ВЭД) и количество стран назначения оказывают значимое положительное влияние на объемы экспорта для всех фирм. Чем больше наименований товаров и чем в большее количество стран фирма экспортирует, тем больше у нее объемы экспорта, что связано, в первую очередь, с опытом ведения экспортной деятельности и возможностью диверсифицировать экспорт при ухудшении экономической конъюнктуры на одном из экспортных рынков.

**Результаты оценок влияния государственной поддержки экспорта
на объемы экспорта фирмы в модели с временными эффектами**

Переменные	Все фирмы	Малые фирмы	Средние фирмы	МСП	Крупные фирмы
Лог_численность работников	0,377*** (0,011)	0,232*** (0,042)	0,584** (0,282)	0,235*** (0,031)	0,569*** (0,042)
Лог_выручка на 1 работника	0,320*** (0,010)	0,153*** (0,016)	0,488** (0,200)	0,159*** (0,016)	0,534*** (0,040)
Лог_зарплата	-0,103*** (0,013)	-0,074 (0,020)	-0,297*** (0,050)	-0,106*** (0,019)	-0,213*** (0,042)
Количество экспортируемых товаров	0,011*** (0,0005)	0,018*** (0,001)	0,016*** (0,002)	0,017*** (0,001)	0,007*** (0,0007)
Количество стран назначения экспорта	0,177*** (0,002)	0,326*** (0,010)	0,296*** (0,014)	0,314*** (0,008)	0,136*** (0,003)
Количество лет фирмы	0,003*** (0,0005)	0,003 (0,003)	-0,010*** (0,004)	-0,002 (0,002)	0,005*** (0,0009)
Лог_капиталовооруженность труда	0,090** (0,006)	0,021* (0,011)	0,157*** (0,026)	0,044*** (0,010)	0,147*** (0,019)
Лог_поддержка/ВРП	-0,057*** (0,017)	-0,049 (0,010)	-0,022 (0,069)	-0,045 (0,029)	-0,127*** (0,044)
Время работы регионального центра содействия экспорту	-0,013*** (0,003)	0,003 (0,007)	-0,034** (0,017)	-0,002 (0,006)	-0,009 (0,009)
Лог_цена	-1,156*** (0,005)	-1,147*** (0,010)	-1,153*** (0,022)	-1,151*** (0,009)	-1,172*** (0,013)
Наличие порта	0,461*** (0,034)	0,363*** (0,067)	0,573*** (0,135)	0,405*** (0,060)	0,579*** (0,085)
Количество наблюдений	28186	6537	1843	8380	5773
R ²	0,7248	0,7182	0,7002	0,7140	0,7245

Источник: расчеты авторов.

Что же касается количества лет функционирования фирмы, то этот показатель оказывает положительное влияние на объемы экспорта только для крупных фирм. Средние же фирмы чем дольше работают, тем меньше экспортируют. Для малых фирм их возраст на объемы их экспорта не влияют.

Выдвинутой гипотезе соответствует положительный и значимый коэффициент при переменной капиталовооруженности труда для всех фирм. Фирмы с большей

капиталовооруженностью труда экспортируют больше, особенно важен этот фактор для средних фирм. Фирмы, расположенные в регионах с портом, экспортируют больше, более важен этот фактор для крупных фирм. Фирмы, экспортирующие свою продукцию по более высокой цене, экспортируют в среднем меньше, поскольку экспорт в первую очередь зависит от спроса на продукцию со стороны страны-импортера, а спрос ниже на продукцию, цена которой выше, чем аналоги других производителей (других стран-экспортеров) или товары внутреннего производства в стране-импортере.

Государственная поддержка экспорта не оказывает влияния на объемы экспорта малых и средних предприятий и оказывает значимое отрицательное влияние на объемы экспорта крупных фирм. Другими словами, крупные фирмы, находящиеся в регионах с высокой государственной поддержкой экспорта, экспортируют меньше. Возможно, это связано с тем, что поддержка экспорта осуществляется именно в тех регионах в большей степени, где у фирм есть трудности с экспортной деятельностью. В то же время, по заверениям властей, поддержка экспорта в основном преследует цель поддержки малых и средних предприятий, а не крупных, хотя, согласно результатам, она неэффективна в области стимулирования объемов экспорта для малых и средних предприятий.

В *табл. 11* представлены результаты оценок влияния государственной поддержки экспорта на вероятность экспорта фирмы в пробит-модели. В отличие от предыдущих результатов, заработная плата оказывает положительное влияние на вероятность экспорта для всех категорий фирм. Опыт российских фирм в экспортной деятельности, для которого прокси выступал объем российского экспорта, оказывает положительное влияние только для средних фирм, для крупных фирм он не оказывает значимого влияния, а для малых фирм – влияние на вероятность экспорта отрицательно и высокослабо. Это можно объяснить возможной конкуренцией со стороны других отечественных фирм на экспортных рынках стран-

импортеров: если средние фирмы могут противостоять конкуренции и перенимать опыт других фирм-экспортеров, то с ростом экспорта других российских фирм вероятность выхода на зарубежные рынки малых фирм стремится к нулю.

Таблица 11

**Результаты оценок влияния государственной поддержки экспорта
на вероятность экспорта фирмы в пробит-модели**

Переменные	Все фирмы	Малые фирмы	Средние фирмы	МСП	Крупные фирмы
Лог_численность работников	0,323*** (0,002)	0,291*** (0,008)	0,378*** (0,075)	0,328*** (0,007)	0,169*** (0,012)
Лог_выручка на 1 работника	0,192*** (0,002)	0,163*** (0,004)	0,201*** (0,054)	0,174*** (0,004)	0,063*** (0,011)
Лог_зарплата	0,019*** (0,002)	0,016*** (0,004)	0,037*** (0,011)	0,021*** (0,004)	0,043*** (0,009)
Лог_экспорта России	-0,041 (0,031)	-0,155*** (0,053)	0,368*** (0,138)	-0,088* (0,049)	0,072 (0,095)
Количество лет фирмы	0,004*** (0,0001)	-0,010*** (0,0008)	0,004*** (0,001)	-0,006*** (0,0006)	0,006*** (0,0003)
Лог_капиталовооруженность труда	0,034*** (0,001)	0,019*** (0,002)	0,069*** (0,006)	0,025*** (0,002)	0,054*** (0,005)
Наличие порта	0,190*** (0,008)	0,227*** (0,014)	0,171*** (0,037)	0,219*** (0,013)	0,210*** (0,027)
Лог_поддержка/ВРП	0,011*** (0,004)	0,014** (0,006)	0,023 (0,017)	0,017*** (0,006)	0,015 (0,012)
Время работы регионального центра содействия экспорту	-0,004*** (0,0009)	-0,004*** (0,001)	-0,015*** (0,004)	-0,006*** (0,001)	-0,006** (0,002)
Количество наблюдений	404991	246523	12382	258905	17709
R ²	0,1681	0,0834	0,0278	0,1111	0,0495

Источник: расчеты авторов.

Важным является то, что государственная поддержка экспорта оказывает значимое положительное влияние на вероятность экспорта малых фирм и не оказывает влияния на вероятность экспорта средних и крупных фирм. В этом смысле систему мер поддержки экспорта можно назвать успешной. Кроме того, для всех

категорий фирм работа региональных центров содействия экспорту оказывает значимое отрицательное влияние. Иными словами, в тех регионах, где такие центры функционируют уже давно, вероятность экспорта фирм снижается.

Также была оценена схожая модель по влиянию государственной поддержки экспорта на вероятность начать экспортную деятельность, где в качестве зависимой переменной выступала переменная, принимающая значение 1, если в год $(t - 1)$ фирма не экспортировала, а в год t начала экспортировать; а во всех остальных случаях – значение 0. Важно отметить, что совокупный российский экспорт оказывает положительное влияние на вероятность начать экспорт (табл. 12). По всей вероятности, негативное влияние этой переменной наблюдается уже после начала экспорта отдельной малой фирмой, у которой впоследствии наблюдается повышение вероятности ухода с зарубежного рынка.

Практически все выдвигаемые гипотезы и в этом случае согласуются с полученными результатами, за некоторым исключением. Государственная поддержка экспорта положительно влияет на вероятность начала экспорта только для малых фирм (или в целом для МСП по сравнению с крупными фирмами), на вероятность начала экспортной деятельности крупных фирм этот показатель влияния не оказывает. Центр содействия экспорту оказывает отрицательное влияние на вероятность начала экспорта для малых и средних компаний и не оказывает значимого влияния на крупные фирмы.

Таблица 12

**Результаты оценок влияния государственной поддержки экспорта
на вероятность начать экспортную деятельность фирмы в пробит-модели**

Переменные	Все фирмы	Малые фирмы	Средние фирмы	МСП	Крупные фирмы
1	2	3	4	5	6
Лог_численность работников	0,146*** (0,004)	0,189*** (0,011)	0,178 (0,113)	0,198*** (0,009)	-0,025 (0,021)
Лог_выручка на 1 работника	0,116*** (0,003)	0,100*** (0,006)	0,220*** (0,082)	0,109*** (0,006)	-0,002 (0,019)

Окончание таблицы 12

1	2	3	4	5	6
Лог_зарплата	0,017*** (0,004)	0,027*** (0,006)	0,049*** (0,017)	0,029*** (0,005)	0,039*** (0,015)
Лог_экспорта России	0,170*** (0,048)	0,135* (0,077)	0,739*** (0,212)	0,205*** (0,072)	0,052 (0,158)
Количество лет фирмы	-0,001*** (0,0003)	-0,017*** (0,001)	0,001 (0,001)	-0,012*** (0,001)	-0,0008 (0,0006)
Лог_капиталовооруженность труда	0,014*** (0,002)	0,015*** (0,003)	0,006 (0,009)	0,015*** (0,003)	-0,0002 (0,008)
Наличие порта	0,137*** (0,013)	0,169*** (0,021)	0,152*** (0,056)	0,167*** (0,020)	0,097** (0,044)
Лог_поддержка/ВРП	0,021*** (0,006)	0,024** (0,009)	0,031 (0,027)	0,026*** (0,009)	0,023 (0,021)
Время работы регионального центра содействия экспорту	-0,006*** (0,001)	-0,007*** (0,002)	-0,012* (0,006)	-0,008*** (0,002)	-0,004 (0,005)
Количество наблюдений	404991	246523	12382	258905	17709
R ²	0,0589	0,0542	0,0118	0,0628	0,0030

Источник: расчеты авторов.

Как и в предыдущих случаях, при оценке модели Хекмана государственная поддержка экспорта не оказывает статистически значимого влияния на объемы экспорта малых предприятий и оказывает отрицательное влияние на объемы экспорта средних и крупных фирм (табл. 13). Кроме того, чем дольше в регионе функционирует центр содействия экспорту, тем ниже объемы экспорта малых предприятий, а на объемы экспорта средних и крупных фирм продолжительность работы центра содействия экспорту не оказывает влияния. На вероятность экспорта государственная поддержка экспорта оказывает влияние только для средних фирм, а для малых и крупных – ее влияние незначимо.

В целом основным фактором, повышающим вероятность экспорта МСП, является размер фирмы, выраженный количеством ее работников. В числе основных факторов, влияющих на объем экспорта всех фирм, является объем российского

**Сравнительный анализ государственной поддержки экспорта
малых и средних предприятий в региональном аспекте**

экспорта, для средних и крупных фирм это влияние выше. Также важными факторами являются производительность фирмы и наличие порта в регионе.

Таблица 13

**Результаты оценок влияния государственной поддержки экспорта
на объемы и вероятность экспорта в модели Хекмана**

Переменные	Малые фирмы	Средние фирмы	МСП	Крупные фирмы
1	2	3	4	5
Объем экспорта				
Лог_численность работников	0,383*** (0,105)	0,992*** (0,346)	0,489*** (0,099)	0,590*** (0,060)
Лог_выручка на 1 работника	0,235*** (0,057)	0,717*** (0,226)	0,298*** (0,055)	0,543*** (0,043)
Лог_зарплата	-0,067*** (0,021)	-0,245*** (0,056)	-0,092*** (0,020)	-0,205*** (0,044)
Лог_экспорта России	0,579** (0,258)	1,399*** (0,562)	0,628*** (0,230)	1,161*** (0,309)
Количество экспортируемых товаров	0,018*** (0,001)	0,016*** (0,002)	0,017*** (0,001)	0,007*** (0,0007)
Количество стран назначения экспорта	0,326*** (0,010)	0,297*** (0,014)	0,314*** (0,008)	0,135*** (0,003)
Количество лет фирмы	-0,001 (0,004)	-0,005 (0,004)	-0,006** (0,002)	0,006*** (0,001)
Лог_капиталовооруженность труда	0,029** (0,013)	0,227*** (0,041)	0,062*** (0,012)	0,154*** (0,024)
Наличие порта	0,461*** (0,099)	0,702*** (0,156)	0,549*** (0,085)	0,600*** (0,100)
Лог_цена	-1,147*** (0,010)	-1,155*** (0,022)	-1,150*** (0,009)	-1,172*** (0,013)
Лог_поддержка/ВРП	-0,061* (0,009)	-0,037 (0,070)	-0,056** (0,029)	-0,133*** (0,042)
Время работы регионального центра содействия экспорту	0,0005 (0,007)	-0,041** (0,019)	-0,006 (0,007)	-0,011 (0,009)

1	2	3	4	5
Вероятность экспорта				
Лог_численность работников	0,291*** (0,008)	0,379*** (0,075)	0,328*** (0,007)	0,169*** (0,012)
Лог_выручка на 1 работника	0,163*** (0,004)	0,203*** (0,054)	0,174*** (0,004)	0,063*** (0,011)
Лог_зарплата	0,016*** (0,004)	0,037*** (0,011)	0,021*** (0,004)	0,043*** (0,009)
Лог_капиталовооруженность труда	0,019*** (0,002)	0,070*** (0,006)	0,025*** (0,002)	0,054*** (0,005)
Лог_экспорта России	-0,156*** (0,053)	0,367*** (0,138)	-0,088* (0,049)	0,071 (0,095)
Количество лет фирмы	-0,010*** (0,0008)	0,004*** (0,001)	-0,005** (0,0006)	0,006*** (0,0003)
Наличие порта	0,227*** (0,014)	0,175*** (0,037)	0,220*** (0,013)	0,210*** (0,027)
Лог_поддержка/ВРП	0,014** (0,006)	0,024 (0,017)	0,017*** (0,006)	0,015 (0,012)
Время работы регионального центра содействия экспорту	-0,004*** (0,001)	-0,015*** (0,004)	-0,006*** (0,001)	-0,006** (0,002)
Количество наблюдений	246518	12382	258900	17709

Источник: расчеты авторов.

Заключение

Новыми тенденциями в системе поддержки экспорта в разных странах являются реализация программ для поддержки малых и средних предприятий (как минимум, программ страхования), снижение допустимого уровня риска, т.е. повышение принятия рисков; осуществление программ гарантий на рынках капитала; использование фиксированной и плавающей ставки для прямого кредитования; внедрение «одного окна» для экспортеров, использование различных инструментов рефинансирования.

Согласно результатам статистического анализа, необходимо наращивать объемы финансовой и нефинансовой поддержки экспорта в регионах с крайне низкой долей экспорта при низких относительных расходах на поддержку экспорта: в первую очередь в Республике Калмыкия, Карачаево-Черкесии, Кабардино-Балкарии, Тамбовской и Тверской областях. Наиболее велика доля малых фирм в экспорте в Чукотском АО, Республике Тыве, Еврейской автономной области, Республике Алтай, Ингушетии, Дагестане, Чечне. Наибольшая доля экспортирующих МСП возраста 3–5 лет наблюдается в Еврейской автономной области (33%), Рязанской области (27%) и Ямало-Ненецком АО (25%), что свидетельствует о благоприятном климате для ведения экспортной деятельности в этих регионах.

Потенциалом наращивания экспорта посредством реализации мер по поддержке экспорта обладают следующие регионы (топ-10 в рейтинге):

- с ростом возраста фирм: Чукотский АО, Республика Тыва, Еврейская автономная область, Ямало-Ненецкий АО, Рязанская, Амурская области, Приморский край, Тамбовская, Воронежская области, Красноярский край;
- за счет стимулирования роста числа наименований экспортируемых товаров: Чукотский АО, Республика Тыва, Ямало-Ненецкий АО, Республика Ингушетия, Ненецкий АО, Республика Алтай, Мордовская Республика, Курганская область, Республика Саха, Кемеровская область;

– за счет стимулирования роста числа стран назначения экспорта: Чукотский АО, Республика Ингушетия, Еврейская автономная область, Забайкальский край, Республика Бурятия, Астраханская, Амурская области, Ненецкий АО, Кабардино-Балкарская Республика, Хабаровский край.

Полученные результаты эконометрической оценки показали, что российская государственная поддержка экспорта имеет ожидаемое воздействие только на вероятность фирмы выйти на зарубежный рынок, причем только для малых предприятий, а для средних и крупных – такого воздействия не наблюдается. Работа центров содействия экспорту в регионах не оказывает влияния ни на какие категории фирм. По всей вероятности, существующие меры поддержки экспорта, которые заложены в программы поддержки предпринимательства в регионах, эффективны только в случае предоставления информации и финансовой помощи в выходе на зарубежный рынок, но не в объемах экспорта. При этом наибольшее значение эти программы имеют для средних фирм, а не для малых предприятий. Согласно результатам, на снижение объемов экспорта фирм оказывают влияние значительные расходы на персонал в расчете на одного работника, что, скорее всего, связано с высокими отчислениями в социальные фонды. Крайне высокое влияние на объемы экспорта оказывает опыт фирм в ведении экспортной деятельности, который выражается в количестве наименований экспортируемой продукции и числе стран назначения. Поэтому государственные меры поддержки экспорта должны включать меры по стимулированию диверсификации экспорта фирмы с точки зрения как количества наименований, так и числа стран назначения для экспортной продукции. Кроме того, важным фактором как в вероятности экспортировать, так и в определении объемов экспорта играет капиталовооруженность труда, поэтому меры поддержки должны быть направлены и на рост данного показателя.

В целом для активизации экспортной деятельности фирм необходима разработка отдельных стратегий и мер по поддержке экспорта в разрезе отраслей и регионов, а не внедрение мер в существующие программы поддержки предпринимательства, поскольку зачастую эти программы оказывают поддержку всем фирмам, не делая различий между экспортирующими и неэкспортирующими фирмами. А, как показал анализ эмпирической литературы и с чем согласуются полученные результаты оценок, решение фирмы об экспорте принимается на этапе создания фирмы и практически не подлежит изменению. Таким образом, государство должно влиять на процесс принятия решений еще на этапе создания фирмы, облегчая возможность получения финансовой и нефинансовой помощи в экспортной деятельности, чтобы в процессе создания фирмы ее руководство сразу было ориентировано не только на внутренний, но и на зарубежный рынок.

Исходя из поставленных Президентом РФ целей по наращиванию объемов экспорта необходимо изменить систему поддержки экспорта на федеральном и региональном уровнях с учетом существующих проблем ее реализации. Во-первых, для повышения информированности фирм (в том числе не ведущих экспортную деятельность) необходимо создать единый портал, объединяющий все виды поддержки экспорта, разработать возможность электронного документооборота при получении поддержки, механизм «единого окна», а также механизм аккредитации партнеров РЭЦ, способных предоставлять маркетинговые и консультационные услуги высокого качества по фиксированной цене. Во-вторых, дополнить линейку продуктов финансовой и нефинансовой поддержки РЭЦ, в частности, программами по компенсации части затрат на разработку образцов продукции, сертификацию, поставку пилотных партий. Для стимулирования начала экспортной деятельности необходимо разработать специальную систему льгот для начинающих экспортеров, проводить мероприятия по популяризации экспорта, разработать онлайн-методику для обучения основам экспортной деятельности. В-третьих, для

повышения конкурентоспособности отечественной продукции следует снижать издержки на импорт технологий, развивать доступ к логистической инфраструктуре за рубежом, а также способствовать снижению транспортных издержек на поставку экспортируемых товаров, в том числе путем заключения международных торговых соглашений. Представляется целесообразным использовать площадку АТЭС и инициировать проект в области изучения опыта различных органов по поддержке экспорта в экономиках АТЭС. Также необходимо разработать механизм предоставления налоговых льгот производителям-экспортерам, осуществляющим деятельность в рамках пространственно-отраслевых стратегий развития субъектов РФ (за исключением сырьевых товаров). Наконец, для гармонизации системы поддержки экспорта следует доработать ее нормативно-правовую базу, согласовать все перечни преференцируемых товаров, повысить компетенции региональных чиновников, разработать систему ключевых показателей эффективности, а также ввести ответственность чиновников за достижение этих показателей.

Список использованных источников

1. Japan Bank for International Cooperation. Export Loans [Электронный ресурс]. URL: <https://www.jbic.go.jp/en/support-menu/export.html>
2. The Export-Import Bank of Korea. Hidden Champion Initiative [Электронный ресурс]. URL: <https://www.koreaexim.go.kr/site/homepage/menu/viewMenu? Menuid = 002002002007001001>
3. EXIM Bank of the USA. Report to the U.S. Congress on Global Export Credit Competition 2017 [Электронный ресурс]. URL: https://www.exim.gov/sites/default/files/reports/EXIM-Competitiveness-Report_June2017.pdf
4. National Export Initiative [Электронный ресурс]. URL: <https://ustr.gov/nei>
5. Agricultural Tariff Tracker [Электронный ресурс]. URL: <https://apps.fas.usda.gov/agtariiftracker/Home/Search>
6. Government Strategy on export promotion and economic diplomacy. Denmark [Электронный ресурс]. URL: <https://thetradecouncil.dk>
7. Специальные программы по поддержке экспорта. Российский экспортный центр [Электронный ресурс]. URL: <https://www.exportcenter.ru/services/subsidirovanie/>
8. Invest in Russia. Меры поддержки [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.investinrussia.com/invest-lift-support>
9. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 12 июля 2017 г. № 1473-р [Электронный ресурс]. // Официальный сайт Правительства Российской Федерации [сайт]. [2017]. URL: <http://static.government.ru/media/files/fAALdOWVLx2dbCd77k0hlAua5NJ2RnlX.pdf> (Дата обращения: 1 апреля 2018 г.).
10. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 2 августа 2017 г. № 1660-р [Электронный ресурс]. Официальный сайт Правительства Российской Федерации [сайт]. [2017]. URL: <http://static.government.ru/media/files/0f3pfpdHmFcl8TJu5MDJnhQFw7ULgEsw.pdf> (Дата обращения: 1 апреля 2018 г.).

11. Постановление Правительства Российской Федерации от 22 июня 2017 г. № 733 [Электронный ресурс]. Официальный сайт Правительства Российской Федерации [сайт]. [2017]. URL: <http://static.government.ru/media/files/RRNPMrRsodAwbqamebFх9RLY fuO9sYGg.pdf> (Дата обращения: 1 апреля 2018 г.).

12. ВАВТ. Мониторинг актуальных событий в области международной торговли № 11 [Электронный ресурс]. URL: [http://www.vavt.ru/materials/site/27342bf33562844a4325828f0035ae65/\\$file/Monitoring_11.pdf](http://www.vavt.ru/materials/site/27342bf33562844a4325828f0035ae65/$file/Monitoring_11.pdf)

13. Паспорт приоритетного проекта «Экспорт продукции АПК» [Электронный ресурс]. Официальный сайт Правительства Российской Федерации: [сайт]. [2016]. URL: <http://static.government.ru/media/files/cMQSd7VmfBXrGXLv6ncG3ZNq8QtzOvAH.pdf> (Дата обращения: 1 апреля 2018 г.).

14. ВАВТ. Мониторинг актуальных событий в области международной торговли № 4 [Электронный ресурс]. URL: [http://www.vavt.ru/materials/site/d675f9faa4acff624325821700461dbc/\\$file/Monitoring_4.pdf](http://www.vavt.ru/materials/site/d675f9faa4acff624325821700461dbc/$file/Monitoring_4.pdf)

15. Программа поддержки российских брендов и товаров за рубежом «Made in Russia» [Электронный ресурс]. URL: https://www.exportcenter.ru/made_in_russia/

16. Сделано в России [Электронный ресурс]. URL: <https://madeinrussia.ru/about>

17. РЭЦ оценил деятельность центров поддержки экспорта за 2017 год [Электронный ресурс]. URL: https://www.exportcenter.ru/press_center/news/rets-otsenil-deyatelnost-tsentrov-podderzhki-eksporta-za-2017-god/

18. Регионы России. Социально-экономические показатели. Росстат [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156

19. Постановление Правительства РФ «О субсидиях промышленным предприятиям на производство пилотных партий средств производства» от 25 мая 2017 г. № 634 [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/27830/>

20. Постановление Правительства РФ «О предоставлении субсидий организациям автомобилестроения, сельскохозяйственного, транспортного и энергетического машиностроения, на компенсацию части затрат на транспортировку продукции» от 26 апреля 2017 г. № 496 [Электронный ресурс]. URL: <http://rulaws.ru/government/Postanovlenie-Pravitelstva-RF-ot-26.04.2017-N-496/>

21. Указ Президента «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/57425>

22. Результаты опроса. Международное экономическое сотрудничество в новых реалиях. РСПП [Электронный ресурс]. URL: <http://media.rspp.ru/document/1/b/6/b64815f60a8cc0e0d9f62990debd0272.pdf>

23. Алиев Т. Вклад МСП в экономику и экспортный потенциал в регионе АТЭС // Вестник АТЭС. Издание Российского центра исследований АТЭС. 2017. № 5. С. 11–16.

24. APEC SME Internationalization Model Indices: Development and Application [Электронный ресурс]. URL: <http://apec.org/Publications/2016/11/APEC-SME-Internationalization-Model-Indices-Development-and-Application>

25. Пономарева О. Роль государственной поддержки развития малого и среднего предпринимательства: опыт экономик АТЭС // Вестник АТЭС. Издание Российского центра исследований АТЭС. 2017. № 5. С. 16–21.

26. Департамент развития малого и среднего предпринимательства и конкуренции Министерства экономического развития [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depmb/index>

27. Boracay Action Agenda to Globalize MSMEs [Электронный ресурс]. URL: http://apec.org/Meeting-Papers/Sectoral-Ministerial-Meetings/Trade/2015_trade/2015_mrt_standalone

28. The APEC Iloilo Initiative: Growing Global MSMEs for Inclusive Development [Электронный ресурс]. URL: http://apec.org/Meeting-Papers/Sectoral-Ministerial-Meetings/Small-and-Medium-Enterprise/2015_sme/Annex-A

29. APEC MSME Marketplace [Электронный ресурс]. URL: <https://apcsmse-marketplace.com/>
30. Баева М. Тематика МСП на международных площадках и в региональных торговых соглашениях (РТС) // Вестник АТЭС. Издание Российского центра исследований АТЭС. 2017. № 5. С. 5–11.
31. 2016 APEC Small and Medium Enterprises Ministerial Meeting [Электронный ресурс]. URL: http://apec.org/Meeting-Papers/Sectoral-Ministerial-Meetings/Small-and-Medium-Enterprise/2016_sme
32. APEC 2017 Priorities [Электронный ресурс]. URL: http://mddb.apec.org/Documents/2017/SCE/SCE-COW/17_sce-cow_017.pdf
33. APEC Project Database [Электронный ресурс]. URL: <https://aimp2.apec.org/sites/PDB/default.aspx>
34. Research and Assessment of Prospects for Development of An Integrated Information Tool to Stimulate Involvement of SMEs of the Asia-Pacific Region into the Global Trade System, Global Production and Supply Chains [Электронный ресурс]. URL: <https://aimp2.apec.org/sites/PDB/Lists/Proposals/DispForm.aspx?ID=1345>
35. Inclusive Growth through Greater Involvement of SMEs into B2B and B2G Markets [Электронный ресурс]. URL: <https://aimp2.apec.org/sites/PDB/Lists/Proposals/DispForm.aspx?ID=1814>
36. Directory of Initiatives Used by APEC Economies to Assist SMEs' Access to Global Markets (Directory of Initiatives to Support SME Exporters [Электронный ресурс]. URL: <https://aimp2.apec.org/sites/PDB/Lists/Proposals/DispForm.aspx?ID=1342>.
37. Funding and Implementing APEC Projects [Электронный ресурс]. URL: <https://www.apec.org/Projects/Projects-Overview>
38. 2017 APEC Small and Medium Enterprises Ministerial Meeting [Электронный ресурс]. URL: http://apec.org/Meeting-Papers/Sectoral-Ministerial-Meetings/Small-and-Medium-Enterprise/2017_sme

39. APEC Initiative on Promoting Innovative Start-Ups [Электронный ресурс]. URL: http://apec.org/Meeting-Papers/Sectoral-Ministerial-Meetings/Small-and-Medium-Enterprise/2017_sme/annex-a

40. APEC Strategy for Green, Sustainable and Innovative MSMEs [Электронный ресурс]. URL: http://apec.org/Meeting-Papers/Sectoral-Ministerial-Meetings/Small-and-Medium-Enterprise/2017_sme/annex-b

41. APEC BEST Awards: SMEs Internationalization Models and Practices [Электронный ресурс]. URL: <http://apec.org/Publications/2017/02/APEC-BEST-Awards-SMEs-Internationalization-Models-and-Practices>

42. World Trade Report 2016. Levelling the trading field for SMEs [Электронный ресурс]. URL: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/wtr16_e.htm

43. Финансовая поддержка [Электронный ресурс]. URL: <https://corpmsp.ru/finansovaya-podderzhka/>

44. Factoring As a Financing Mechanism for SMEs and MEs [Электронный ресурс]. URL: <http://mddb.apec.org/Pages/search.aspx?setting=ListMeeting&DateRange=2016/04/01%2C2016/04/end&Name=42nd%20Small%20and%20Medium%20Enterprises%20Working%20Group%20Meeting%202016>

45. DARE – Darussalam Enterprise [Электронный ресурс]. URL: <http://mddb.apec.org/Pages/search.aspx?setting=ListMeeting&DateRange=2016/04/01%2C2016/04/end&Name=42nd%20Small%20and%20Medium%20Enterprises%20Working%20Group%20Meeting%202016>

46. Financing SMEs and Entrepreneurs 2018 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.oecd.org/cfe/smes/financing-smes-and-entrepreneurs-23065265.htm>

47. Korea's Loan Guarantees for High Tech SMEs [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rvo.nl/sites/default/files/2016/01/Koreas%20Loan%20Guarantees%20for%20High%20Tech%20SMEs.pdf>

48. The Development of SMEs in China [Электронный ресурс]. URL: <http://mddb.apec.org/Pages/search.aspx?setting=ListMeeting&DateRange=2016/04/01%2C2016/>

04/end&Name=42nd%20Small%20and%20Medium%20Enterprises%20Working%
20Group%20Meeting%202016

49. Peru Offers Tax Break For Scientific R&D [Электронный ресурс]. URL: http://www.tax-news.com/news/Peru_Offers_Tax_Break_For_Scientific_RD_68607.html

50. SMEs that agree to join tax system to enjoy one-year exemption [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nationmultimedia.com/business/SMEs-that-agree-to-join-tax-system-to-enjoy-one-ye-30275869.html>

51. SME Support, Japan [Электронный ресурс]. URL: <http://www.smrj.go.jp/english/activities/index.html>

52. Бизнес-навигатор МСП [Электронный ресурс]. URL: <https://smbn.ru/msp/main.htm>

53. Количество пользователей Бизнес-навигатора МСП [Электронный ресурс]. URL: <https://smbn.ru/help/counter.htm>

54. База данных Руслана [Электронный ресурс]. URL: <https://ruslana.bvdep.com/version-201845/home.serv?product=Ruslana>

55. База данных государственных таможенных деклараций (ГТД) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.neostatis.ru/>

56. Hausmann R., Rodrik D. Economic development as self discovery // *Journal of Development Economics*. 2003. Vol. 72. No. 2. P. 603–633.

57. Greenaway D., Kneller R. Firm heterogeneity, exporting and foreign direct investment: a survey // *Research Paper Series Globalization, Productivity and Technology*. Nottingham University. 2005.

58. Layard R. Cost-benefit analysis // *Penguin Modern Economic Readings*. 1974. P. 64.

59. Pointon T. Measuring the gains from government export promotion // *European Journal of Marketing*. 1978. Vol. 12. No. 6. P. 451–462.

60. Williams A. Cost-benefit analysis and cost-effectiveness. Unwin University Books, 1973.

61. Wills G., Oldman C. The nature of cost-benefit analysis for information systems. Unpublished paper, 1975.

62. Crick D., Czinkota M. Export assistance. Another look at whether we are supporting the best programmes // *International Marketing Review*. 1995. Vol. 12. No. 3. P. 61–72.

63. Czinkota M., Kotabe M. State government promotion of manufacturing exports: A gap analysis // *Journal of International Business Studies*. 1992. Vol. 23. No. 4. P. 637–658.

64. Czinkota M., Ricks D. Export assistance: Are we supporting the best programs? // *Columbia Journal of World Business*. 1981. Vol. Summer. No. 16. P. 73–78.

65. Naidu G., Rao T. Public sector promotion of exports: A need-based approach // *Journal of Business Research*. 1993. Vol. 27. P. 85–101.

66. Clarke W. Changing small firm's attitudes to exporting: A case study of successful intervention // *Export development and promotion: The role of public organizations*, Kluwer Academic Publishers. 1991. P. 275–300.

67. Crick D., Chaudhry S. UK SME's awareness, use, and perceptions of selected government export assistance. An investigation into the effect of ethnicity // *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. 2000. Vol. 6. No. 2. P. 72–89.

68. Pahud de Mortanges C., Van Gent A. International marketing and government export promotion in the Netherlands // *Export development and promotion: The role of public organizations*, Kluwer Academic Publishers. 1991. P. 243–271.

69. Seringhaus F., Mayer C. Different approaches to foreign market entry between users and non-users of trade missions // *European Journal of Marketing*. 1988. Vol. 22. No. 10. P. 9–13.

70. Brooks M., Rosson P. A study of export behavior of small- and medium-sized manufacturing firms in three Canadian provinces. In: *Export management* / ed. by M.T.G.Czinkota. New York: Praeger, 1982. P. 39–52.

71. Lee W., Brasch J. The adoption of export as an innovative strategy // *Journal of International Business Studies*. 1978. Vol. 9. No. 4. P. 85–93.

72. Suntook F. How British industry exports // *Marketing (U.K.)*. 1978. Vol. June. P. 29–34.
73. Seringhaus F. Government export marketing assistance & medium-sized Ontario manufacturing firms: The role & impact of trade missions on firms off-shore market involvement. York University, Toronto, PhD dissertation 1984.
74. Cullwick T., Mellallieu J. Business attitudes to government export services & export marketing behaviour // *New Zealand Journal of Business*. 1981. Vol. 3. P. 33–54.
75. Seringhaus F., Rosson P. Export development and promotion and public organizations: The state-of-the-art. In: *Export development and promotion: The role of public organizations* / ed. by Seringhaus F.R.P. Norwell, MA: Kluwer Academic Publishers, 1991. P. 3–19.
76. Coughlin C., Cartwright P. An examination of state foreign export promotion and manufacturing exports // *Journal of Regional Science*. 1987. Vol. 27. P. 439–449.
77. Czinkota M. *Export development strategies*. New York, NY: Praeger, 1982.
78. Seringhaus F., Botschen G. Cross-national comparison of export promotion services: The views of Canadian and Austrian companies // *Journal of International Business Studies*. 1991. Vol. 22. No. 1. P. 115–134.
79. Seringhaus F., Rosson P. *Government export promotion: A global perspective*. London: Routledge, 1990.
80. Cunningham M., Spigel R. A study in successful exporting // *British Journal of Marketing*. 1971. Vol. 5. P. 2–12.
81. Gronhaug K., Lorentzen T. Exploring the impact of governmental export subsidies // *European Journal of Marketing*. 1983. Vol. 17. No. 2. P. 5–12.
82. Chokar J., Kedia B. An empirical investigation of export promotion programs // *Columbia Journal of World Business*. 1986. P. 13–20.
83. Reid S. Information acquisition and export entry decisions in small firms // *Journal of Business Research*. 1984. Vol. 12. No. 2. P. 141–157.
84. Albaum G. Effectiveness of government export assistance for U.S. smaller-sized Manufacturers: Some further evidence // *International Marketing Review*. 1983. P. 68–75.

85. Freixanet J. Export promotion programs: Their impact on companies' internationalization performance and competitiveness // *International Business Review*. 2012. Vol. 21. P. 1065–1086.

86. Volpe C., Carballo J. Is export promotion effective in developing countries? Firm-level evidence on the intensive and the extensive margins of exports // *Journal of International Economics*. 2008. Vol. 76. P. 89–106.

87. Volpe C., Carballo J. Beyond the average effects: The distributional impacts of export promotion programs in developing countries // *Journal of Development Economics*. 2010. Vol. 92. P. 201–214.

88. Schminke A., Van Biesebroeck J. *The Impact of Export Promotion on Export Market Entry*. University of Leuven, 2015.

89. Vargas da Cruz M. *Essays in trade and development economics*, Graduate Institute of International and Development Studies, Geneva, Phd dissertation 2014.

90. Lederman D., Olarreaga M., Zavala L. Export promotion and firm entry into and survival in export markets // *Canadian Journal of Development Economics* (forthcoming). 2015.

91. Van Biesebroeck J., Konings J., Volpe C. Did export promotion help firms weather the crisis? // *Economic Policy* (forthcoming). 2015.

92. Breilich H., Donaldson D., Nolen P., Wright G. *Information and Attitudes towards Exporting Evidence from a Randomized Controlled Trial*, Ningbo, 2015.

93. Gil-Pareja S., Vivero L., Serrano M. *Measuring the impact of regional export promotion: the Spanish Case*, Real Colegio Complutense at Harvard University, Working Paper 01/05. 2005.

94. Nitsch V. *State visits and international trade*. Freie Universität Berlin, 2005.

95. Lederman D., Olarreaga M., Payton L. *Export promotion agencies: What works and what doesn't* // *World Bank Policy Research Working Paper*. 2006. P. 40–44.

96. Rose A. *The foreign service and foreign trade: embassies as export promotion* // *World Economy*. 2007. Vol. 30. No. 1. P. 22–38.

97. Ruzzier M., Hisrich R.D., Antoncic B. SME internationalization research: Past, present, and future // *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 13. No. 4, 2006. P. 476–497.

98. Ayyagari M., Demirguc-Kunt A., Maksimovic V. Small vs. young firms across the world – contribution to employment, job creation, and growth. // *Policy Research Working Paper*. Vol. 5631, 2011.

99. Peacock R.W. *Understanding small business: Practice, theory and research*. Adelaide: Scarman Publishing, 2004.

100. OECD. *Supporting SMEs in a time of crisis: How to choose the right actions*, 2009.

101. Sensis. *Sensis business index december 2015*, 2016.

102. United Parcel Service. *European SME exporting insights study*, 2015.

103. Industry Canada. *Key small business statistics*, 2016.

104. Industry Canada. *The Canadian provinces*, 2013.

105. Crick D. SMEs' barriers towards internationalisation and assistance requirements in the UK // *Journal of Small Business & Entrepreneurship*. 2007. Vol. 20. No. 3. P. 233–244.

106. Kahiya E.T., Dean D.L. Export stages and export barriers: Revisiting traditional export development // *Thunderbird International Business Review*. 2015. Vol. 58. No. 1.

107. Milanzi M. The impact of barriers on export of a developing country firms: Evidence from Tanzania // *International Journal of Business and Management*. 2012. Vol. 7. No. 3. P. 10–21.

108. Ojala A., Tyrvaainen P. Entry barriers of small and medium-sized software firms in the Japanese market // *Thunderbird International Business Review*. 2007. Vol. 49. No. 6. P. 689–705.

109. Uner M.M., Kocak A., Cavusgil E., Cavusgil S.T. Do barriers to export vary for born globals and across stages of internationalisation? An empirical inquiry in the emerging market of Turkey // *International Business Review*. 2013. Vol. 22. No. 5. P. 800–813.

110. Vivekanandan K., Rajendran R. Export marketing and the world wide web: Perceptions of export barriers among tirupur knitwear apparel exporters: An empirical analysis // *Journal of Electronic Commerce Research*. 2006. Vol. 7. No. 1. P. 27–40.

111. Johanson J., Wiedersheim-Paul F. The internationalization of the firm: Four swedish cases // *Journal of Management Studies*. 1975. Vol. 12. No. 3. P. 305-322.

112. Johanson J., Vahlne J.E. The Internationalization Process of the Firm—A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments [Электронный ресурс] // Springer International Publishing [сайт]. [1977]. URL: <https://link.springer.com/article/10.1057%2Fpalgrave.jibs.8490676> (Дата обращения: 12 мая 2018 г.).

113. Love J., Roper S., Zhou Y. Experience, age and exporting performance in UK SMEs // *International Business Review*. 2016. Vol. 25. No. 4. P. 806–819.

114. Luostarinen R. Internationalization of the firm: An empirical study of the internationalization of firms with small and open domestic markets with special emphasis on lateral rigidity as a behavioral characteristic in strategic decision-making. Helsinki: The Helsinki School of Economics, 1979.

115. Cannone G., Ughetto E. Born globals: A cross-country survey on high-tech start-ups // *International Business Review*. 2014. Vol. 23. No. 1. P. 272–283.

116. Barney J. Resource-based theories of competitive advantage // *Journal of Management*. 1991. Vol. 17. No. 1. P. 99–120.

117. Mahoney J.T. Economic foundations of strategy. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2005.

118. Cyert R.D., March J.G. The behavioral theory of the firm. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1963.

119. Penrose E.T. A theory of the growth of the firm. Oxford: Basil Blackwell, 1959.

120. Bowen F. Corporate social strategy: Competing views from two theories of the firm // *Journal of Business Ethics*. 2007. Vol. 75. P. 97–113.

121. Andersen O. On the internationalization process of firms: A critical analysis // *Journal of International Business Studies*. 1993. Vol. 24. No. 2. P. 209–231.

122. Chetty S., Campbell-Hunt C. A strategic approach to internationalization: A traditional versus a "born-global" approach // *Journal of International Marketing*. 2004. Vol. 12. No. 1. P. 57–81.

123. Nordstrom K.A. The internationalization process of the firm: Searching for new patterns and explanations. Stockholm, 1991.

124. Lamb P.W., Liesch P.W. The internationalization process of smaller firm: Reframing the relationships between market commitment, knowledge and involvement // *Management International Review*. 2002. Vol. 42. No. 1. P. 7–26.

125. Luostarinen R., Welch I. International business operations. Helsinki: KY Book Store, 1990.

126. Wiedersheim-Paul F., Olson H., Welch L. Pre-export activity: The first step in internationalization // *Journal of International Business Studies*. 1978. Vol. 9. No. 1. P. 47–58.

127. Forsgren M. The concept of learning in the Uppsala internationalization process model: A critical review // *International Business Review*. 2002. Vol. 11. No. 3. P. 257–277.

128. Coviello N.E., Munro H.J. Network relationships and the internationalization process of small software firms // *International Business Review*. 1997. Vol. 6. No. 4. P. 361–386.

129. Tan A., Brewer P., Liesch P. Rigidity in SME export commencement decisions // *International Business Review*. 2018. Vol. 27. P. 46–55.

130. Klette T., Moen J., Griliches Z. Do subsidies to commercial R&D reduce market failures? Microeconomic evaluation studies // *Research Policy*. 2000. Vol. 29. P. 4–5.

131. Álvarez R., Crespi G. Exporter performance and promotion instruments: Chilean empirical evidence // *Estudios de Economía*. 2000. Vol. 27. No. 2.

132. Bernard A., Jensen B. Why some firms export? // *Review of Economics and Statistics*. 2004. Vol. 86. No. 2.

133. Görg H., Henry M., Strobl E. Grant support and exporting activity // *Review of Economics and Statistics*. 2008. Vol. 90. No. 1.
134. Martincus C., Carballo J. Is export promotion effective in developing countries? Firm-level evidence on the intensive and the extensive margins of exports // *Journal of International Economics*. 2008. Vol. 76. P. 89–106.
135. Martincus C., Carballo J. Beyond the average effects: The distributional impacts of export promotion programs in developing countries // *Journal of Development Economics*. 2010. Vol. 92. P. 201–214.
136. Crick D., Chaudhry S. Small businesses' motives for exporting. The effect of internationalization // *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*. 1997. Vol. 3. No. 3. P. 156–170.
137. Katsikeas C., Piercy N., Ioannidis C. Determinants of export performance in a European context // *European Journal of Marketing*. 1996. Vol. 30. No. 6. P. 6–35.
138. Walters P. Export information sources – A study of their usage and utility // *International Marketing Review*. 1983. Vol. 1. P. 33–43.
139. Lederman D., Olarreaga M., Payton L. Export promotion agencies: Do they work? // *Journal of Development Economics*. 2010. Vol. 91. P. 257–265.
140. Olarreaga M., Sperlich S., Trachsel V. Export Promotion: what works? 2015. URL: <http://www.unige.ch/degit/files/3714/4102/9892/Trachsel.pdf>.
141. International Trade Centre. Investing in trade promotion generates revenue, International Trade Centre, Geneva, TS-2016-4.E, 2016.
142. De Melo J., Robinson S. Productivity and externalities: models of exported growth // *Journal of International Trade and Economic Development*. 1992. Vol. 1. No. 1. P. 41–68.
143. Baldwin R., Robert-Nicoud F. A simply model of the juggernaut effect of trade liberalization // *International Economics*. 2015. Vol. 143. P. 70–79.
144. Crick D., Chaundhry S., Batstone S. An investigation into the overseas expansion of small Asian-owned UK firms // *Small Business Economics*. 2001. Vol. 16. P. 75–94.

145. Alvarez R.E. Sources of export success in small- and medium-sized enterprises: The impact of public programs // *International Business Review*. 2004. Vol. 13. No. 3. P. 383–402.

146. Burpitt W.J., Rondinelli D.A. Small firms' motivations for exporting: To earn and learn? // *Journal of Small Business Management*. 2000. Vol. 38. No. 4. P. 1–14.

147. Inkpen A.C., Beamish P.W. Knowledge, bargaining power, and the instability of international joint ventures // *Academy of Management Review*, 1997. Vol. 22. No. 1. P. 177–202.

148. Singer T.O. The role of export promotion in export management: The case of the Minnesota trade office. The George Washington University, 1990.

149. Lages L.F., Montgomery D.B. Export assistance, price adaptation to the foreign market, and annual export performance improvement: A structural model examination // *The Economist*. 2001. Vol. 16. P. 88–108.

150. Cadogan J.W., Diamantopoulos A., Siguaw J.A. Export market-activities: Their antecedents and performance consequences // *Journal of International Business Studies*. 2002. Vol. 33. No. 3. P. 615–626.

151. Dhanaraj C., Beamish P.W. A resource-based approach to the study of export performance // *Journal of Small Business Management*. 2003. Vol. 41. No. 3. P. 242–261.

152. Knight G.A., Madsen T.K., Sevais P. An inquiry into born-global firms in Europe and the USA // *International Marketing Review*. 2004. Vol. 21. No. 6. P. 645–665.

153. Ramaswami S.N., Yang Y. Perceived barriers to exporting and export assistance requirements. In: *International perspectives on trade promotion and assistance* / ed. by Cavusgil S.T. C.M.R. Westport, CT: Greenwood Press, Inc., 1990.

154. Su'-rez-Ortega S. Export barriers: Insights from small and medium-sized firms // *International Small Business Journal*. 2003. Vol. 21. No. 4. P. 403–419.

155. Leonidou L.C. An analysis of the barriers hindering small business export development // *Journal of Small Business Management*. 2004. Vol. 42. No. 3. P. 279–302.

156. Spanos I.E., Lioukas S. An examination into causal logic of rent generation: Contrasting Porter's competitive strategy framework and the resource-based perspective // *Strategic Management Journal*. 2001. Vol. 22. P. 907–934.

157. Morgan N.A., Kaleka A., Katsikeas C.S. Antecedents of export venture performance: A theoretical model and empirical assessment // *Journal of Marketing*. 2004. Vol. 68. P. 90–108.

158. Bloodgood J.M., Sapienza H.J., Almeida J.G. The Internationalization of New High-Potential U.S. Ventures: Antecedents and Outcomes [Электронный ресурс] // SAGE Publications [сайт]. [1996]. URL: <https://doi.org/10.1177/104225879602000405> (Дата обращения: 12 мая 2018 г.).

159. Yang Y.S., Leone R.P., Alden D.L. A market expansion ability approach to identify potential exporters // *Journal of Marketing*. 1992. Vol. 56. P. 84–96.

160. Cavusgil S.T. Organizational characteristics associated with export activity [Электронный ресурс] // Wiley Online Library [сайт]. [1984]. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1984.tb00222.x>. (Дата обращения: 12 мая 2018 г.).

161. Gopalakrishna S., Lilien G.L., Williams J.D., Sequeira I.K. Do trade shows pay off? // *Journal of Marketing*. 1995. Vol. 59. No. 3. P. 75–83.

162. Spence M.M. Evaluation export promotion programmes: UK overseas trade missions and export performance // *Small Business Economics*. 2003. Vol. 20. P. 83–103.

163. Wilkinson T.J., Brouthers L.E. Trade shows, trade missions and state governments: Increasing FDI and high-tech exports // *Journal of International Business Studies*. 2000. Vol. 31. No. 4. P. 725–734.

164. Czinkota M.R., Ronkainen I.A. *International marketing*. The Dryden Press, 2001.

165. Thomas A.R., Wilkinson T.J. It's the distribution stupid! // *Business Horizons*. 2005. Vol. 48. P. 125–134.

166. Wilkinson T., Brouthers L.E. Trade promotion and SME export performance // *International Business Review*. 2006. Vol. 15. P. 233–252.

167. База данных Всемирного банка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.worldbank.org/>

168. Министерство экономического развития РФ. Поддержка экспорта в субъектах Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: http://www.ved.gov.ru/rus_export/regional_program/

Об авторах

Баринаева В.А. канд. экон. наук, заведующая лабораторией инновационной экономики Института Гайдара, заведующая лабораторией исследований проблем предпринимательства ИПЭИ РАНХиГС при Президенте РФ, директор центра экономики малого и среднего предпринимательства Института макроэкономических исследований ВАВТ Минэкономразвития России

Земцов С.П., канд. геогр. наук, старший научный сотрудник лаборатории инновационной экономики Института Гайдара, старший научный сотрудник лаборатории исследований проблем предпринимательства ИПЭИ РАНХиГС при Президенте РФ

Кнобель А.Ю., канд. экон. наук, заведующий лабораторией международной торговли Института Гайдара, заведующий лабораторией исследований международной торговли ИПЭИ РАНХиГС при Президенте РФ, Директор Института международной экономики и финансов ВАВТ Минэкономразвития России

Лощенкова А.Н., канд. экон. наук, старший научный сотрудник лаборатории международной торговли Института Гайдара, старший научный сотрудник Института международной экономики и финансов ВАВТ Минэкономразвития России

Институтом экономической политики имени Е.Т. Гайдара с 1996 года издается серия “Научные труды”. К настоящему времени в этой серии вышло в свет более 170 работ.

**Последние опубликованные работы
в серии “Научные труды”**

№ 177Р А. Зубарев, М. Казакова, К. Нестерова. *Мультирегиональная вычислимая модель общего равновесия с перекрывающимися поколениями для российской экономики и остального мира. 2018.*

№ 176Р А. Золотарева, А. Киреева. *Анализ механизмов государственной поддержки негосударственных некоммерческих организаций. 2018.*

№ 175Р А. Божечкова и др. *Построение моделей денежного и валютного рынков. 2018.*

№ 174Р В. Барина. *Зарубежный опыт развития социального предпринимательства и возможность его применения в России. 2018.*

№ 173Р А. Божечкова, А. Мамедов, С. Синельников-Мурылев, М. Турунцева. *Стабилизационные свойства трансфертов, выделяемых регионам России из федерального бюджета. 2018.*

№ 172Р А. Абрамов. *Российский финансовый рынок: факторы развития и барьеры роста. 2017.*

№ 171Р Д. Алексеевич. *Опыт реформ финансовых рынков в странах – конкурентах России на глобальном рынке капитала. 2016.*

№ 170Р А. Дерюгин и др. *Актуальные проблемы в сфере бюджетной политики. 2016.*

№ 169Р Г. Идрисов. *Промышленная политика России в современных условиях. 2016.*

№ 168Р Е. Горюнов, Л. Котликофф, С. Синельников-Мурылев. *Теоретические основы бюджетного разрыва как показателя долгосрочной фискальной устойчивости и его оценка для России. 2015.*

Для заметок

**Баринаова В.А., Земцов С.П.,
Кнобель А.Ю., Лощенкова А.Н.**

**Малый и средний бизнес как фактор
экономического роста России**

Редакторы: Н. Главацкая, К. Мезенцева, А. Шанская
Корректор: Н. Андрианова
Компьютерный дизайн: В. Юдичев

125993 г. Москва,
Газетный пер., д.3–5, стр. 1
Тел. (495) 629-6736, fax (495) 691-3594
E-mail: info@ier.ru
www.ier.ru

Подписано в печать 05.02.2019
Тираж 500 экз.

