

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Дипломатическая академия Министерства иностранных дел
Российской Федерации»

На правах рукописи

Малышева Екатерина Владимировна

**Развитие экспортного потенциала национальной экономики за счет
активизации экспортной деятельности российского малого и среднего бизнеса**

5.2.5. Мировая экономика

Диссертация на соискание ученой степени кандидата
экономических наук

Научный руководитель:
кандидат экономических наук, доцент
Логинов Борис Борисович

Москва – 2022

Оглавление

Введение	3
1 Теоретико-методологические положения формирования экспортного потенциала национальной экономики	12
1.1 Теоретические подходы к определению экспортного потенциала национальной экономики	12
1.2 Классификация факторов формирования экспортного потенциала во взаимосвязке с современными тенденциями мировой экономики	29
1.3 Особенности экспортной деятельности субъектов малого и среднего бизнеса в международном бизнесе	42
2 Методика оценки уровня развития экспортного потенциала субъекта национальной экономики	59
2.1 Существующие методические подходы оценки экспортного потенциала национальной экономики	59
2.2 Методика оценки уровня развития экспортного потенциала субъекта национальной экономики	67
2.3 Методические рекомендации по выбору потенциальных зарубежных рынков сбыта	79
3 Направления формирования экспортного потенциала российской экономики за счет активизации экспортной деятельности малого и среднего бизнеса.....	90
3.1 Особенности развития малого и среднего бизнеса в России и современные условия развития экспортного потенциала российской экономики	90
3.2 Компаративный анализ мер поддержки экспортной деятельности МСБ в зарубежных странах.....	110
3.3 Рекомендации по совершенствованию российской системы государственной поддержки экспорта за счет активизации экспортной деятельности малого и среднего бизнеса	122
Заключение	146
Список литературы	154
Приложение А (справочное).Общий ренкинг стран по методике оценки уровня развития экспортного потенциала субъекта национальной экономики	186
Приложение Б (справочное). Меры поддержки компаний МСБ для минимизации последствий COVID-19 в разных странах мира	191

Введение

Актуальность темы исследования. Масштаб включения страны в мировые хозяйственные связи и степень ее «открытости» по отношению к мировому рынку, а также современная экспортная база, выступающая в качестве основы международной специализации национальной экономики, представляют собой определяющие факторы развития конкурентной национальной экономики. Как свидетельствует мировая практика, именно развитие экспортного сектора как части внешнеэкономического комплекса является важным фактором улучшения экономической ситуации в стране и создания предпосылок для вхождения в мировое сообщество.

Экспортный сектор национальной экономики обеспечивает тесные связи с мировой экономикой, дающие возможность получать новые технологии для повышения эффективности производства, улучшения платежного баланса, экономии от «эффекта масштаба», освоения новых рынков, создания условий для участия в международной конкуренции и развития научно-технического прогресса. Ключевую роль играет развитие экспортного потенциала отраслей национальной экономики, которое необходимо не только для повышения национальной конкурентоспособности, а также для поддержания технологического и экономического развития страны. Технический прогресс, благодаря расширению электронной коммерции и развитию глобальных цепочек создания стоимости, открывает новые торговые возможности для субъектов национальной экономики на мировых рынках.

В свою очередь, стремительное развитие информатизации мировой экономики выдвинуло как полноправного участника мировых рынков малый и средний бизнес за счет активного использования им информационно-коммуникативных технологий, что в свою очередь позволило малому и среднему бизнесу минимизировать риски экспортной деятельности и пользоваться

результатами научно-технического прогресса. В результате малый и средний бизнес становится проводником инноваций в мировой торговле, развивая экспортные направления. Также малый и средний бизнес стремится к интернационализации своей деятельности, активно сотрудничая с крупными мировыми корпорациями, перенимая у них опыт и знания работы на мировых рынках.

Вышеизложенное обуславливает своевременность, актуальность и необходимость углубленного исследования развития экспортного потенциала национальной экономики за счет активизации экспортной деятельности малого и среднего бизнеса.

Степень научной разработанности темы. Теоретические и практические основы формирования, развития и реализации экспортного потенциала субъектов национальной экономики представлены в работах Ахрамович В., Батуриной Э.А., Беляковой Г.Я., Борисюк Н.К., Волкодавовой Е.В., Дубкова С.А., Попова Е.В., Сапир Е.В., Самоукина А.И., Спартака А.Н., Русакова И.А. и др.

Исследованию проблем осуществления экспортной деятельности компаний в условиях международной конкуренции посвящены труды Войцеховской И.А., Григоряна К.Г., Спартака А.Н., Чирановой Т.И., Шамрай Ю.Ф. и др.

Проблемам формирования и управления экспортной стратегией компаний посвящены труды таких ученых как Белякова Г.Я., Блудова С.Н., Захарова И., Коробейников О.П., Риддерстрале Й. и др.

Методические подходы к оценке экспортного потенциала субъектов национальной экономики рассматривали в своих трудах такие ученые как Морозов С.С., Карачев И.А., Савиков О.В., Самохин Р.В., Сидоренко А.В., Сычев М.С. и др.

Вопросы классификации экспортного потенциала компаний были рассмотрены в работах Горфинкеля В.Я., Карачева И.А., Манина П.В., Русакова И.А., Сидоренко А.В. и др.

Указанные научные работы авторов внесли весомый вклад в разработку проблематики диссертационного исследования. Вместе с тем следует отметить,

что проблема заключается в недостатке исследований экспортного потенциала национальных экономик (их отсутствии для субъектов МСБ) с точки зрения влияния новых тенденций развития мировой экономики: цифровизации; локдаунов, имевших место в условиях пандемии коронавируса; перехода геоэкономического противоборства в плоскость санкционных войн.

Из чего следует, что теоретические и методические положения исследования развития экспортного потенциала национальной экономики требуют дополнительного изучения и уточнения с учетом активизации экспортной деятельности малого и среднего бизнеса.

Обоснование актуальности, недостаточной научной и практической разработанности выше обозначенной проблемы, обусловили выбор объекта, предмета, целей и задач диссертационного исследования.

Целью диссертационной работы является выявление направлений развития экспортного потенциала национальной экономики за счет активизации экспортной деятельности российского малого и среднего бизнеса, оценка уровня развития экспортного потенциала субъектов национальной экономики и разработка рекомендаций по совершенствованию системы государственной поддержки экспорта российского МСБ.

Достижение поставленной цели потребовало решения следующих задач:

- 1) дополнить теоретико-методологические положения по формированию экспортного потенциала национальной экономики;
- 2) предложить классификацию факторов формирования экспортного потенциала субъекта национальной экономики во взаимосвязке с современными тенденциями мировой экономики;
- 3) разработать методику оценки уровня развития экспортного потенциала субъекта национальной экономики с учетом влияния тенденций развития мировой экономики;
- 4) определить направления формирования экспортного потенциала российской экономики за счет активизации экспортной деятельности малого и среднего бизнеса;

5) разработать рекомендации по совершенствованию российской системы государственной поддержки экспорта малого и среднего бизнеса;

6) систематизировать инструменты поддержки экспортной деятельности малого и среднего бизнеса с учетом его специфических особенностей освоения рынков зарубежных стран.

Хронологические рамки исследования охватывают период 2000-2020 гг. Этот период определяется доступностью статистики по исследуемым данным.

Область исследования соответствует Паспорту специальности Высшей аттестационной комиссии при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации по специальности 5.2.5. Мировая экономика: п. 21 «Участие Российской Федерации в системе международных экономических связей. Внешнеэкономическая деятельность российских экономических субъектов. Внешнеэкономическая политика Российской Федерации».

Объектом диссертационного исследования является экспортный потенциал компаний, относящихся к малому и среднему бизнесу, как субъектов национальной экономики.

Предметом диссертационного исследования выступает совокупность экономических отношений, устанавливающихся в процессе развития экспортного потенциала компаний, относящихся к малому и среднему бизнесу, как субъектов национальной экономики.

Теоретической основой диссертационного исследования послужили результаты, представленные в фундаментальных и прикладных работах отечественных и зарубежных ученых, посвященные специфике и особенностям экспортной деятельности и экспортного потенциала субъектов национальной экономики, включая малый и средний бизнес, а также докладах и стратегических правительственных документах по вопросам развития малого и среднего предпринимательства в РФ.

Методологическую базу исследования составляют общенаучные методы исследования: системного подхода, историко-ретроспективный, логико-структурный анализ и синтез. В основе применяемой методологии лежат такие

методы как статистическая сводка и группировка информации, а также приемы экономического, статистического и компаративного анализа. Используются методы сбора, обобщения и систематизации статистической информации и компаративного анализа.

Информационно-статистическую базу диссертации составили:

– нормативно-правовые акты федеральных, региональных и муниципальных органов власти РФ;

– официальные данные Министерства экономического развития РФ, Министерства экономики Пензенской области, Министерства промышленности и торговли РФ, Торгово-промышленной палаты РФ и ее региональных подразделений, в том числе Торгово-промышленной палаты Пензенской области, Федеральной таможенной службы и Федеральной службы государственной статистики;

– материалы Портала Внешнеэкономической информации, Российского экспортного центра (РЭЦ), сайтов Экспортеры России, Европейской комиссии (European Commission), Всемирной организации интеллектуальной собственности (WIPO), Global Trade Solution.

Научная новизна диссертационного исследования:

1. Дополнены теоретико-методологические положения по формированию экспортного потенциала национальной экономики с точки зрения его двойственной природы, определяемой комбинированием ресурсного и процессного подхода.

2. Предложена классификация факторов формирования экспортного потенциала национальной экономики во взаимосвязке с современными тенденциями мировой экономики, например, с ростом наукоемкости производства и инновационной активностью; выявлены особенности экспортной деятельности субъектов малого и среднего бизнеса в международном бизнесе.

3. Предложены методологические подходы к оценке привлекательности экспортной деятельности для предпринимателей с точки зрения одновременно страновой, отраслевой и региональной специфики.

4. Сформулированы предложения по развитию экономико-правовой и институциональной среды экспортной деятельности МСБ с целью устранения разрозненности ее элементов и создания организационной инфраструктуры.

5. Даны рекомендации по совершенствованию российской системы государственной поддержки экспорта субъектов малого и среднего бизнеса с учетом взаимосвязи этих мер с интересами, темпами и характером развития самих малых и средних компаний.

6. Систематизированы и обоснованы инструменты поддержки экспортной деятельности российского малого и среднего бизнеса с учетом его специфических особенностей освоения рынков зарубежных стран: географическая близость таких рынков, семейственность, ориентация на нишевые рынки, невысокая капиталоемкость.

На защиту выносятся следующие наиболее **существенные результаты**, содержащие **научную новизну и полученные лично автором**:

1. Уточнен категориальный аппарат в части трактовки понятия «экспортный потенциал», как совокупности внутренних ресурсов субъектов национальной экономики, используемых при создании и производстве продукции/услуги, конкурентоспособной на мировом рынке, а также как инструмента поддержки реализации конкурентных преимуществ этих субъектов на мировых рынках с учетом национальных интересов страны.

2. На основе исследования было определено, что вовлеченность МСБ в высокотехнологичную сферу неоднородна в региональном и страновом разрезе, но по ряду показателей выше, чем у крупного бизнеса, что позволяет позитивно оценивать растущий вклад малого и среднего бизнеса в процесс формирования экспортного потенциала российской экономики; выявлено, что одной из ключевых задач развития экспортного потенциала российских малых и средних предприятий следует считать необходимость встраивания подобных компаний в глобальные цепочки добавленной стоимости с одновременным повышением степени технологичности производимой ими продукции с целью получения более высокого дохода внутри международной производственной цепочки.

3. Разработан интегральный индекс экспортного потенциала субъекта национальной экономики, на основе которого произведена градация субъектов, находящихся на начальном, среднем, достаточном и высоком уровнях развития, а также составлен перечень потенциально привлекательных стран для российского экспорта с учетом предпринимательской культуры выделенных групп стран-импортеров.

4. Предложено создание, в рамках экономико-правовой и институциональной среды экспортной деятельности МСБ, единого нормативного документа, описывающего функции субъектов системы поддержки экспорта и разграничивающего зону их ответственности и полномочий.

5. Предложено модернизировать роль Торговых представительств РФ в российской системе господдержки экспорта, включая экспорт МСБ, с присвоением каждому из них отраслевого профиля, добавления компетенции сопровождения экспортного проекта (идея-контракт-мониторинг), создание сетевого взаимодействия между ними.

6. Разработан алгоритм развития экспортного потенциала МСБ в зависимости от экспортного статуса: начинающий экспортер, действующий экспортер на потенциальном рынке, действующий экспортер на освоенном рынке, включающий выделение 9 этапов формирования экспортного потенциала.

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в приращении научных знаний о формировании экспортного потенциала национальной экономики и разработке авторской методики оценки уровня развития экспортного потенциала субъекта национальной экономики.

Практическая значимость исследования определяется возможностью использования результатов диссертационного исследования:

- государственными органами власти при разработке программ поддержки экспорта российского экспортоориентированного малого и среднего бизнеса;
- российским малым и средним бизнесом, занимающимся экспортной деятельностью, при разработке стратегии выхода на внешний рынок, а также анализа их конкурентоспособности по сравнению с зарубежными конкурентами;

– научно-исследовательскими организациями при разработке теоретико-методических подходов к исследованию влияния тенденций мировой экономики на формирование и развитие экспортного потенциала национальной экономики;

– образовательными учреждениями высшего и дополнительного образования при подготовке учебных курсов «Международные экономические отношения», «Мировая экономика», «Внешнеэкономические связи», «Международный бизнес».

Методика оценки экспортного потенциала субъекта национальной экономики использовалась в деятельности ЗАО НПП «МЕДИНЖ» при анализе отраслевого аспекта экспортного потенциала компании.

Алгоритм развития экспортного потенциала был применен в деятельности ООО МедИнтелл в части подготовки товара/услуги к требованиям рынка или покупателя.

Апробация результатов исследования. Основные научные результаты диссертационной работы докладывались и обсуждались на международных, всероссийских и региональных научно-практических конференциях: VI Пермский экономический конгресс (г. Пермь, 2020), III международная научно-практическая конференция «Актуальные вопросы современной экономики в глобальном мире» (г. Махачкала, 2014), международная научно-практическая конференция «Теоретические и прикладные вопросы образования и науки» (г. Тамбов, 2014), международная научно-практическая конференция «Интеграция России в мировую экономику: новые парадигмы экономической культуры» (г. Екатеринбург, 2011) и VII Международная научно-практическая конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Инновационное развитие современной экономики: теория и практика» (10 ноября 2011 года, г. Москва).

Публикации. Основные положения диссертационного исследования отражены в 14 научных статьях, общим объемом – 24,71 печ. л. (авторских – 7,71 печ. л.), в том числе 7 статей общим объемом – 7,03 печ. л. (авторских – 5,18 печ.л.), опубликованы в научных изданиях из Перечня рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты

диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук.

Структура и объем диссертации. Настоящая диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы, включающего 271 наименование, и двух приложений. Основная часть работы изложена на 185 страницах и содержит 14 таблиц и 13 рисунков.

1 Теоретико-методологические положения формирования экспортного потенциала национальной экономики

1.1 Теоретические подходы к определению экспортного потенциала национальной экономики

Современные реалии мировой экономики таковы, что практически все страны мира вовлечены в процесс глобализации, и все больше национальных компаний выходят на мировые рынки, становясь полноправными субъектами международного бизнеса. К основным проявлениям глобализации можно отнести: развитие и расширение границ мировой торговли, международного движения капитала, международной миграции и международного обмена технологиями создание общемировых финансовых рынков и рынков товаров/услуг, снижение транспортных и таможенных барьеров при движении на пути трансграничного движения товаров, услуг и факторов производства (капитала, труда, технологий и информации), усиление взаимозависимости национальных экономик и экономической интеграции. Однако, перспективы глобального развития мировой экономики в XXI веке поставил под сомнение глобальный финансовый кризис 2008 года и последующая экономическая рецессия. В 2020 году случился еще один кризис глобального развития – мировая пандемия коронавируса «COVID-19», которая усилила неоднозначность видения национальными правительствами стран мира развития глобальных процессов и углублении идеи возврата к протекционистским мерам во внешнеэкономической политике.

Такая ситуация породила проблему необходимости адаптирования международного бизнеса и его субъектов к быстро меняющимся условиям

внешней среды, их анализу и оценке. Как видится, решением данной проблемы может стать поиск новых источников и направлений развития экспортного потенциала национальной экономики.

С нашей точки зрения, прежде чем переходить к изучению процессов формирования и реализации экспортного потенциала и его места и роли в развитии совокупного экспорта отдельного региона и страны в целом, необходимо определиться с понятийно-категориальным аппаратом, а также исследовать и систематизировать различные теоретические подходы к сущности экспортного потенциала.

В общем понимании, экспортный потенциал служит индикатором конкурентоспособности национальной экономики и отражает способность государства экспортировать имеющиеся ресурсы и/или производимые товары и услуги.

На сегодняшний день, в экономической литературе существует достаточное количество определений экспортного потенциала и, в тоже время, отсутствует единая трактовка данного понятия, что осложняет возможности управления им^{1,2}.

Изучение экспортного потенциала, по нашему мнению, необходимо начинать с изучения термина «потенциал» как его «родового» понятия. Само происхождение термина «потенциал» связано с латинским словом «*potentia*», которое в переводе означает «мощь, сила, возможность»³. Из чего видно, что уже в первоначальном понимании потенциал отождествляется с демонстрацией какого-либо преимущества.

В научное обращение термин «потенциал» был введен благодаря Аристотелю, который в своих трудах, в качестве онтологического развития определял акт и потенцию. Базируясь на этом, Аристотель разделял бытие на «актуальное» и «потенциальное», а развитие (становление) представлял как переход от «потенциального» к «актуальному». Потенциал он определял, как

¹ Малышева, Е.В. Теоретические подходы к определению экспортного потенциала национальной экономики/ Е.Л. Андреева, Е.В.Малышева // Журнал экономической теории. – 2020. – Т. 17. –№ 2. – С. 265-275.

² Малышева, Е.В. Взаимосвязь экспортного потенциала региона и стартап-движения молодежи/ П.Л. Глухих, Ю.Г. Мыслякова, Е.В. Малышева С.С. Красных // Экономика региона. – 2018. – № 4. – С. 1512-1525.

³ Реанович Е.А. Смысловые значение понятия «потенциал» // Экономические науки. – 2012. – Выпуск: № 7(7). – Часть 2. – С.14-15.

возможность вещи быть не тем, что она есть в категории качества, субстанции, места и количества. По мнению Аристотеля, действительность всегда предшествует возможности, и находится в основе ее реализации. Тем самым Аристотель заложил оценку потенциала как сравнения действительного (существующего в настоящем времени) с потенциальным (планируемым, возможным в будущем) – под воздействием существующего актуально из существующего потенциально возникает существующее актуально. То есть потенциал есть возможность, используя действительную силу (мощь) стать чем-то/кем-то более значительным в будущем времени. Для того чтобы оценить потенциальное необходимо оценить существующую действительность, выявить требуемые преобразования как процесс актуализации/осуществления для получения ожидаемых результатов (определить критерии осуществлённости/актуальности).

В настоящее время, область использования понятия «потенциал» разнообразна, в зависимости от отрасли наук, в которой оно применяется, варьируется и содержание данного понятия. К примеру, в физике потенциал – это возможность совершения объектом некоторого действия, работы под влиянием определенных сил; в биологии потенциал – это часть употребляемой индивидом энергии используемых им продуктов питания; в социологии – комплекс имеющихся запасов, средств и сил в той или иной области; психология имеет несколько точек зрения на понимание потенциала, во-первых, потенциал – это система имеющихся возможностей и средств, во-вторых, как комплекс всех используемых в профессиональной деятельности социально полезных способностей, как резервных, так и актуализированных^{4,5,6,7}.

Следовательно, потенциал подразумевает как наличие возможностей и ресурсов, так и целевую установку их использования. В этом ракурсе, потенциал

⁴ Фролов А.В. Работа потенциального поля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://alexfrolov.narod.ru/ruswork.html> (дата обращения: 15.02.2019).

⁵ Реанович Е.А. Смысловые значения понятия «потенциал» // Экономические науки. – 2012. – Выпуск: № 7(7). – Часть 2. – С.14-15.

⁶ Социологический энциклопедический словарь. На русском, английском, немецком, французском и чешском языках / под ред. Г.В. Осипова. – М.: Издательство НОРМА, 2000. – 488 с.

⁷ Большой бухгалтерский словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.вокабула.рф> (дата обращения: 23.01.2019).

можно рассматривать как меру единства достигнутого и возможного (достижимого в определенных условиях).

В результате, с целью дальнейшего исследования были выделены два основных подхода к пониманию потенциала:

– процессный подход (процесс актуализации/осуществления и результат, планируемый, возможный в будущем) – понимание потенциала как преобразующей деятельности и перехода одного качественного состояния в другое, более совершенное;

– ресурсный подход (существующий в настоящем времени), основывающийся на понимании потенциала как совокупности ресурсов необходимых для качественных преобразований.

Употребление термина «потенциал» как экономической категории применительно к экономическим системам, привело к появлению понятия «экономического потенциала». Впервые широко «экономический потенциал» стал употребляться с конца 70-х до начала 80-х годов XX века.

Вследствие проведенного анализа существующие трактовки экономического потенциала были сгруппированы по выделенным подходам:

1. Процессный подход включает в себя рассмотрение экономического потенциала как:

1.1. Совокупности функций хозяйствующего субъекта, такие как производственная, сбытовая, послепродажное обслуживание, материально-техническое обеспечение, организация труда и управление кадрами и др. Данного подхода придерживается И.А. Войцеховская⁸.

1.2. Совокупности способностей, возможностей развития, которое было предложено В.Я. Горфинкелем, согласно точке зрения которого, существует два типа экономического потенциала:

⁸ Войцеховская, И.А. Потенциал предприятия как основа его конкурентоспособности // Проблемы современной экономики. – 2006. – № 1/2 (17/18). – С. 152-154.

– экономический потенциал консервативного развития, на который в среднем приходится 1/3 мирового экономического роста и который предполагает расширение производства и наращивание темпов производства;

– экономический потенциал инновационного развития, который составляет примерно 2/3 мирового экономического роста и факторами которого являются инновации и новые технологии⁹.

2. Ресурсный подход, в свою очередь, ориентируется на изучение экономического потенциала как:

2.1. Совокупность факторов производства, устанавливающих связь экономического потенциала с увеличением объемов выпуска продукции. В таком случае экономический потенциал рассматривается как максимально возможный объем производства сектора экономики, отрасли промышленности, отдельной компании, определяемый обеспеченностью факторами производства. Такой точки зрения придерживаются Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева, А.И. Самоукин и др.

2.2. Совокупности ресурсов. Согласно данному пониманию экономического потенциала выделяют две трактовки:

1). Рассмотрение экономического потенциала как совокупности ресурсов, не учитывая их взаимосвязь и задействованность в производственном процессе¹⁰. К примеру, Л.И. Абалкин считает, что потенциал есть обобщенная, собирательная характеристика ресурсов¹¹.

2). Вторая трактует экономический потенциал как совокупность ресурсов, способных производить определенное количество материальных благ. Так, например, Л.И. Лэсык пишет, что ресурсный потенциал определяется как имеющимися в настоящее время в компании объемами ресурсов и компетенциями, так и теми их объемами, которые компания может получить

⁹ Горфинкель В.Я. Экономика предприятия – «ЮНИТИ-ДАНА», 2007. – 670 с.

¹⁰ Карачев И.А. Определение категории «Экспортный потенциал предприятия» в контексте формирования региональной модели ВЭД // Вестник финансового университета. – 2015. – № 4. – С. 24-37.

¹¹ Абалкин Л.И. Новый тип экономического мышления. – М.: Экономика, 1987. – 191 с.

дополнительно в будущем¹². Такой точки зрения также придерживаются Д.К. Шевченко, М.А. Комаров, А.Н. Романов¹³¹⁴¹⁵.

В итоге, экономический потенциал выступает как совокупность функций, с помощью которых хозяйствующий субъект реализует в своей деятельности собственные способности и существующие возможности развития, используя имеющиеся материальные и нематериальные ресурсы, за счет чего обеспечивается производство и выпуск/предоставление конкурентоспособной продукции/услуги на рынке, позволяющей максимально удовлетворять запросы потребителей.

Начавшиеся с конца XX века расширение географии международного бизнеса, вовлечение в данный процесс все большего количества национальных компаний, увеличение количества людей, работающих в данной сфере, потребовали расширения общего понятия «экономический потенциал». И выделения в рамках данного понятия категории «экспортный потенциал» как замены категории «экспортная база промышленности», которая была предметом экономического анализа в период с 70-х по 80-е года. Появление категории «экспортный потенциал» дало толчок зарождению интереса к необходимости определения научного подхода к ее трактовке.

Понятие экспортного потенциала является более узким по отношению к экономическому потенциалу, но при этом более однородным и определенным, что упрощает его трактовку и оценку. В тоже время, отсутствие единого понимания экспортного потенциала дало возможность классифицировать подходы к определению экспортного потенциала на три типа.

В рамках первого типа в диссертационном исследовании экспортный потенциал по аналогии с экономическим потенциалом был изучен, основываясь

¹² Лэсык Л.И. Понятие, виды и методы оценки экономического потенциала предприятий // Проблемы экономики и менеджмента. – 2014. – № 1 (29). – С. 40-49.

¹³ Шевченко Д.К. Проблемы и перспективы повышения эффективности инновационного потенциала предприятия // Вестник тихоокеанского государственного экономического университета. – 2009. – 2(50). С.3-13.

¹⁴ Максимцов М.М., Малышев Н.И., Комаров М.А., Игнатъева А.В., Сычев Ю.К. Современный подход к понятию «Производственный потенциал предприятия» // Транспортное дело России. – 2013. – 3. – С.87-90.

¹⁵ Жеребин В.М., Романов А.Н. Качество жизни населения в контексте международных сопоставлений // Экономика. Налоги. Право. – 2013. – 6. – С. 86-93.

на точках зрения выделенных ранее процессного и ресурсного подходов, а именно:

1. С точки зрения процессного подхода, экспортный потенциал может быть рассмотрен как совокупность способностей и возможностей развития хозяйствующего субъекта, что было отмечено в ряде работ отечественных ученых. К примеру, Б.А. Райзберг и Л.Ш. Лозовский под экспортным потенциалом понимают потенциальную возможность хозяйствующего субъекта экспортировать производимую им или имеющуюся в наличии продукцию¹⁶. Такой же точки зрения придерживается и Д.А. Фокина, которая экспортный потенциал рассматривает как возможность адаптации хозяйствующего субъекта к непрерывным изменениям внешней среды и достижению целей стратегического развития¹⁷. В свою очередь, Е.В. Волкодавова подразумевает под экспортным потенциалом возможность хозяйствующего субъекта выйти на рынки других стран в ближайшем будущем¹⁸. В рамках деятельного подхода И.А. Карачев рассматривает экспортный потенциал как:

– динамическую составляющую экономического потенциала, гарантирующую работу компании на мировом рынке (функционально-ориентированный подход);

– способность развиваться на внешнем рынке (подход, ориентированный на развитие);

– способность гарантировать извлечение максимальной выручки от продаж на мировом рынке (выгодная реализация)¹⁹.

К преимуществам этого подхода можно отнести то, что он позволяет осуществлять стратегическое планирование экспортной деятельности предприятия, основываясь на долгосрочных целях развития предприятия. Недостатком же являются то, что данный подход не учитывает анализ

¹⁶ Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 512 с.

¹⁷ Фокина Д.А. Сущность экспортного потенциала предприятий РКП // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2017. Том 3. – С. 966-968.

¹⁸ Волкодавова Е.В. Экспортный потенциал промышленных предприятий: теория, методология, практика: монография. – Самара: Самарский гос. экон. ун-та, 2007. – 159 с.

¹⁹ Карачев И.А. Определение категории «Экспортный потенциал предприятия» в контексте формирования региональной модели ВЭД // Вестник финансового университета. – 2015. – № 4. – С. 24-37.

соотношения существующего объема ресурсной базы и требуемого объема ресурсов, а также их качественного состояния в соответствии с запросами внешнего рынка.

2. В тоже время стоит отметить, что более распространенным и часто используемым подходом к пониманию экспортного потенциала является ресурсный подход. В частности, интересными представляются так же вопросы, которые выделяет А.П. Петров-Рудаковский и на которые следует ответить компании при определении экспортного потенциала с точки зрения ресурсного подхода:

1). Какая часть имеющихся в наличии ресурсов может быть отправлена на экспорт, учитывая при этом внутренние условия деятельности компании?

2). Какая часть имеющегося ресурса имеющихся в наличии ресурсов может быть отправлена на экспорт с учетом факторов внешней среды (в особенности обеспечение конкурентоспособности продукции/услуги на мировых рынках, открытость данных рынков, наличие организационных возможностей по входу на внешние рынки и развитию на них и т.п.)?

3). Какова количественная и стоимостная оценка той части рассматриваемых ресурсов, которая с учетом внутренних условий и внешних факторов может быть экспортирована?

Преимущество ресурсного подхода в том, что он позволяет своевременно выявлять, развивать, защищать ресурсную базу субъекта, осуществляя новые комбинации ресурсов для обеспечения конкурентоспособности субъекта в целом на внешнем рынке. Недостаток заключается в том, что данный подход не учитывает анализ динамической составляющей экспортного потенциала, а именно развития в рамках быстроменяющихся условий внешней среды в глобальном масштабе.

Следует отметить, что в научной среде принято определять экспортный потенциал относительно привязки его к определенному субъекту. Вследствие чего, в рамках второго типа классификации, экспортный потенциал рассматривается как одна из характеристик такого субъекта, то есть, в общем

смысле, как возможность и способность этого субъекта осуществлять экспортную деятельность.

В данном контексте к субъектам национальной экономики были отнесены следующие: государство, компании (предпринимательские фирмы), домашние хозяйства, объединенные в единую систему экономическими взаимоотношениями, выполняющими определенными функциями в общественном разделении и кооперации труда, производящие товары или услуги. В свою очередь, к исследуемым субъектам национальной экономики, обладающими экспортным потенциалом были отнесены физические и юридические и физические лица, зарегистрированные как индивидуальные предприниматели, имеющие право осуществлять предпринимательскую деятельность, включая экспортную деятельность. Это обусловило дальнейшую классификацию субъектов, обладающих экспортным потенциалом.

Второй тип строится на классификации хозяйствующих субъектов, обладающих экспортным потенциалом, в зависимости от уровня осуществления экспортной деятельности:

- уровень органов государственной власти (установление межгосударственного экономического сотрудничества, создание правовых и торгово-политических механизмов, стимулирующих развитие и повышение эффективности внешнеэкономических связей);
- уровень хозяйственных организаций (заключение и исполнение внешнеторговых контрактов и договоров).

Следовательно, экспортный потенциал может быть:

1). Экспортный потенциал национальной экономики (государства), в широком смысле, представляет собой способность государства создавать благоприятные внешние и внутренние условия для развития национальной экономики за счет успешной реализации его внешнеторговой политики, нацеленной, в том числе, на углубления процесса участия страны в международном разделении труда. В узком смысле экспортный потенциал страны подразумевает собой способность целых отраслей и отдельных компаний

выпускать конкурентоспособные товары/услуги и экспортировать их на внешние рынки²⁰. А также способность всего комплекса отраслей национальной экономики, ее отдельных отраслей и компаний выпускать требуемое количество конкурентоспособной продукции на экспорт²¹.

2). Экспортный потенциал отрасли – способность компаний, относящихся к отрасли, включающая в себя совокупность производственного, кадрового, финансового и рыночного потенциалов, выпускать и экспортировать конкурентоспособную продукцию на внешние рынки. В результате, экспортный потенциал отрасли представляет собой интегрированную способность максимально удовлетворять экспортные потребности отрасли, рационально используя при этом имеющиеся ресурсы, учитывая интересы государства²².

3). Экспортный потенциал национальной компании – наличие у компании совокупности ресурсов и средств, которые могут быть использованы для достижения поставленных производственно-коммерческих целей на внутренних и внешних рынках²³.

В рамках экспортного потенциала компании, по нашему мнению, представляется необходимым дополнительно выделить ступень экспортного потенциала продукции/услуги как способности продукции, производимой компанией отрасли, конкурировать на внешних рынках с зарубежными аналогами по различным характеристикам. В данном случае, компания в зависимости от экспортной портфеля продукции/услуги может иметь несколько экспортных потенциалов продукции/услуги.

По-нашему мнению, классификация экспортного потенциала по принадлежности к различным хозяйствующим субъектам позволила очертить

²⁰ Хицкова, Д.В. Реализация экспортного потенциала российских отраслей // Вестник науки и образования. – 2017. – № 5(29). Том 1. 2017. – С. 45-50.

²¹ Савинов, Ю.А. Экспортный потенциал отрасли по разработке и сбыту информационно-коммуникационных технологий // Российский внешнеэкономический вестник. – 2013. – № 6. – С.28-40.

²² Коровайченко, Н.Ю. Эффективное использование экспортного потенциала базовых отраслей промышленности Украины в процессе международной экономической интеграции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://be5.biz/ekonomika1/2007/07knyrei.htm> (дата обращения: 23.01.2019).

²³ Белякова, Г.Я. Инструменты управления экспортным потенциалом с учетом стратегии развития предприятия машиностроения // Вестник СибГАУ. – 2014. – № 5 (57). – С. 227-232.

масштаб и границы экспортного потенциала в каждом из вышеприведенных случаев.

В Таблице 1.1 были соединены два первых типа классификации экспортного потенциала по подходам к определению экспортного потенциала и принадлежности к субъектам.

Проанализировав содержание таблицы 1.1, в работе было отмечено, что определения экспортного потенциала преимущественно подразумевают производство и поставку на экспорт продукции/товара, упуская такую большую и стремительно развивающуюся часть мирового рынка, как сфера услуг.

Третий тип классификации экспортного потенциала базируется на изучении научных подходов к структурированию факторов экспортного потенциала. Данная классификация была построена, опираясь на предыдущую классификацию по субъектам экспортного потенциала:

1. Подходы, сосредотачивающиеся на многослойном исследовании экспортного потенциала, что применимо ко всем субъектам экспортного потенциала (национальная экономика, отрасль, компания, продукция).

К такому подходу можно отнести точку зрения А.И. Волковой и И.А. Карачева, которые предлагают структурировать экспортный потенциал по факторам роста, выделяя при этом три уровня: микроуровень, мезоуровень (кластерный и региональный подуровни) и макроуровень²⁴. Так же в рамках групп факторов, по их мнению, следует разделять на внутренние и внешние факторы внешней среды. Макроуровень и мезоуровень покрываются внешними факторами. Когда как микроуровень соотносится с внутренними факторами, тем самым обеспечивая конкурентоспособность продукции/услуги на экспорт. В свою очередь, интегрированную конкурентоспособность субъекта национальной экономики обеспечивает совокупность внешних и внутренних факторов.

²⁴ Волкова А.И., Карачев И.А. Факторы роста экспортного потенциала малого инновационного предприятия // Вестник финансового университета. – 2016. – № 6. – С. 31-38.

Таблица 1.1 – Классификация экспортного потенциала по субъектам и подходам к определению²⁵

Субъекты экспортного потенциала	Подход к определению экспортного потенциала	
	Ресурсный подход	Процессный подход
Национальная экономика	способность национальной экономики использовать имеющиеся и/или производимые ею ресурсы (в том числе результаты новые и новейшие научно-технические достижения) как сравнительные преимущества для производства и продвижения на внешних рынках конкурентоспособных товаров/услуг	потенциальная возможность/способность национальной экономики организовать процесс экспорта располагаемых и/или создаваемых ею ресурсов
		процесс активизации имеющихся и потенциальных конкурентных преимуществ национальной экономики в международном разделении труда
		процесс подтверждения реальных конкурентных преимуществ национальной экономики на мировых рынках, а также продвижения национальных интересов страны в масштабах мирового хозяйства

²⁵ Составлено автором по данным: Савинов Ю.А., Мигунов А.Ю. Государственная финансовая поддержка экспорта в России // Российский внешнеэкономический рынок. – 2008. – № 5. – С. 30-34; Ультан С.И., Роговская Н.Ю. Методологические основы формирования и исследования экспортного потенциала отрасли (на примере отрасли цветной металлургии) // Вестник Омского университета. – 2012. – № 1. – С. 26-32; Батурина Э.А., Цветцых А.В. Экспортный потенциал России: сущность и оценка // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2010. – Том 2. – № 6. – С. 136-138; Хицкова Д.В. Реализация экспортного потенциала российских отраслей // Вестник науки и образования. – 2017. – № 5(29). – Том 1. – С. 45-50; Коровайченко Н.Ю. Эффективное использование экспортного потенциала базовых отраслей промышленности Украины в процессе международной экономической интеграции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://be5.biz/ekonomika1/2007/07knyrei.htm> (дата обращения: 23.01.2019). ; Савинов Ю.А. Экспортный потенциал отрасли по разработке и сбыту информационно-коммуникационных технологий // Российский внешнеэкономический вестник. – 2013. – № 6. – С.28-40 (С. 29); Русаков И.А. Управление развитием экспортного потенциала предприятий машиностроительного комплекса: автореф. дис... канд. экон. наук: 08.00.05. – Саратов, 2012. – 28 с.; Петров-Рудаковский А.П. Экспортный потенциал: понятия и проблемы измерения // Экономика и управление. – 2015. – 1 (41). – С.55-58 (С. 57); Губин А.М. Совершенствование внешнеторговой деятельности предприятий машиностроения в условиях либерализации ВЭД: дис. ... канд. экон. наук. – М., 2006. – 203 с.; Яковлев Г.И. Формирование рыночной стратегии предприятия: рыночный аспект. – Саратов: Изд-во СГУ, 2010. – 435 с.; Манин, П.В. Механизм управления экспортным потенциалом промышленного предприятия // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2015. – № 3. – С. 32-40; Савиков О. В. Оценка потенциала ВЭД малых и средних предпринимательских структур: дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2010. 204 с.; Самохин Р.В. Оценка экспортного потенциала предприятий лакокрасочной промышленности: дис. ... канд. экон. наук. – СПб., 2000. –172 с.; Фокина Д.А. Сущность экспортного потенциала предприятий РКП // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2017. Том 3. – С. 966-968 (С. 966); Волковава Е.В. Теоретические и методологические основы формирования и реализации экспортного потенциала промышленных предприятий: дис. ... д-ра экон. наук. – Самара, 2007. –347 с.; Сычев М. С. Развитие методического обеспечения анализа и оценки экспортного потенциала предприятия: дис. ... канд. экон. наук. – Йошкар-Ола, 2012. – 156 с.

Продолжение Таблицы 1.1

Отрасль	способность компаний, принадлежащих к определенной отрасли национальной экономики, использовать все имеющиеся у нее и/или производимые ею ресурсы для экспортирования конкурентоспособной продукции/услуги на зарубежные рынки	интегрированная способность компаний отрасли организовать процесс максимального удовлетворения потребностей и запросов зарубежных рынков через, с одной стороны, эффективное использование совокупности имеющихся ресурсов, с другой стороны, учет интересов всех задействованных субъектов, включая государства и торговых контрагентов
		потенциальная способность/возможность компаний отрасли организовывать процесс реализации конкурентоспособной продукции/услуги на зарубежных рынках, удовлетворяя при этом предъявляемые требования к ее качеству и преодолевая протекционистские барьеры стран(ы)-импортера(ов)
Компания	комплексный показатель, включающий в себя совокупность ресурсов/факторов (научных, технологических, трудовых, производственных), имеющихся и/или производимых компанией , необходимых для производства, продвижения и реализации, в том числе обеспечения требуемого уровня пост-продажного обслуживания конкурентоспособной продукции/услуги на зарубежных рынках	совокупность способностей и возможностей компании организовывать процесс экспортной деятельности и продвижения конкурентоспособной продукции/услуги на зарубежные рынки, при этом полностью обеспечивая потребности внутреннего рынка, а также процесс привлечения зарубежных инвестиций и участия в международных производственных цепочках
	совокупность возможностей и ресурсов компании для их эффективной реализации с целью и обеспечения конкурентоспособности продукции/услуги компании в целом через удовлетворение потребностей зарубежных рынков и участия в процессе интернационализации	процесс оценки динамично меняющейся составляющей экономического потенциала компании , основывающейся на учете влияния изменений факторов внешней среды, включающих характеристики зарубежных рынков сбыта, относительно способности компании обеспечивать стабильность объемов продаж как на внутреннем, так и на внешних рынках
Продукция/услуга	конкурентоспособность продукции/услуги на внешнем рынке как совокупность возможностей компании и наличия у нее требуемых ресурсов для удовлетворения требований выдвигаемых зарубежным рынком	процесс организации экспортной деятельности, целью которого является заинтересовать зарубежного потребителя продукцией/услугой , в том числе через обеспечения ее уникальных характеристик, тем самым выявляя и удовлетворяя потребности зарубежных рынков сбыта, в том числе и скрытые

Микроуровень состоит из системы стратегического планирования деятельности компании, которая включает в себя отслеживание качество продукции/услуги, брендовую составляющую (к примеру, зарегистрированный торговый знак/марка/бренд), эффективность производственной, научно-исследовательской и проектно-конструкторской деятельности и т.п.²⁶.

Мезоуровень, в свою очередь, содержит установление взаимоотношений с контрагентами (банки, поставщики, другие компании отрасли и т.п.).

Макроуровень основывается на изучении экономико-финансовые, организационно-стратегические, цивилизационные характеристики региональных систем, с целью достижение максимальной адаптации к условиям внешней среды, что в большей степени воздействует на процесс реализации экспортного потенциала²⁷.

К преимуществам данного подхода относится построение взаимосвязанной структуры экспортного потенциала, которая объединяет различные типы экспортного потенциала, что позволяет проследить и оценить экспортный потенциал каждого из его субъектов. В качестве недостатка можно отметить сосредоточенность только на изучении экспортного потенциала на микроуровне и мезоуровне, и низкую включенность в анализ макроуровня, который по нашему мнению оказывает решающее значение в плане оценке возможностей и способностей хозяйствующего субъекта на зарубежном рынке.

С нашей точки зрения, целесообразно выделение в рамках уровней экспортного потенциала глобального уровня как уровня, на котором экспортный потенциал национальной экономики рассматривается в рамках системы мирохозяйственных связей в целом и прослеживается влияние на него мировой экономики и ее тенденций.

2. Подходы, рассматривающие экспортный потенциал как совокупность ресурсов и возможностей и способностей. Изучение экспортного потенциала в

²⁶ Волкодавова Е.В. Теоретические и методологические основы формирования и реализации экспортного потенциала промышленных предприятий: дис. ... д-ра экон. наук. – Самара, 2007. – 347 с.

²⁷ Сапир Е.В. Геоэкономический атлас Ярославской области как инструмент формирования кластерной политики региона: монография. – Ярославль: ЯрГУ, 2015. – 144 с.

таким ключом применимо в большей степени для компаний как субъектов экспортного потенциала.

Такого видения придерживается М.С. Сычев и классифицирует экспортный потенциал на:

– внутренний экспортный потенциал – совокупность ресурсов (включая трудовые, материальные, природные и информационные ресурсы), требуемых при производстве продукции на экспорт, при этом, важным фактором является не только наличие этих ресурсов, а также их эффективное использование;

– внешний экспортный потенциал – совокупность возможностей и способностей компании реализовывать конкурентоспособную продукцию и обеспечивать ее поддержку и продвижение через маркетинговую, логистическую и сервисную деятельность²⁸.

В свою очередь, А.И. Самоукин разделяет экспортный потенциал на:

– объективный экспортный потенциал – совокупность трудовых, нематериальных, материальных и природных ресурсов, вовлеченных и не вовлеченных по тем или иным причинам в производство продукции на экспорт и имеющих реальную возможность участвовать в нем;

– субъективный экспортный потенциал – способность работников, коллективов к использованию ресурсов и созданию максимального объема экспортной продукции и способности управленческого аппарата компании в целом к оптимальному расходованию существующих в наличии ресурсов.

Развивая идеи А.И. Самоукина, Л.Б. Симионова выделяет в экспортном потенциале четыре компонента:

– базовый потенциал – это возможность достижения компанией ключевых коммерческих целей, создания экономических ценностей и получение при этом прибыли;

²⁸ Сычев М. С. Развитие методического обеспечения анализа и оценки экспортного потенциала предприятия: дис. ... канд. экон. наук. – Йошкар-Ола, 2012. – 156 с.

– скрытый потенциал – активы, которые не предоставляют конкурентного преимущества на данном этапе деятельности компании, но в перспективе, которые могут преобразоваться в базовые средства;

– убыточный потенциал, подразумевающий использование ресурсов компании без какой-нибудь прибыли;

– пересекающийся потенциал – активы компании, предоставляющие возможность эффективного использования других потенциалов, к примеру, на должном уровне функционирующая система управления реализацией и финансами.

Интересным, по-нашему мнению, является то, что Л.Б. Симионова затрагивает вопрос рассмотрения экспортного потенциала со знаком минус как явления способного приносить убыток, что до сих пор было нетипично. Но следует согласить с тем, что неправильно просчитанный и/или осуществленный процесс реализации экспортного потенциала может привести к серьезным убыткам компании.

А.В. Сидоренко считает, что развитие элементов экспортного потенциала оказывает прямое воздействие на увеличение эффективности деятельности промышленной компании и выделяет следующие виды экспортного потенциала²⁹:

– фактически достигнутый потенциал;

– нереализованный потенциал (не реализованные по разным причинам экспортные позиции).

Так же оперируют понятием «нереализованного потенциала», понимая под ним резервы С.Б. Барнгольц и М.В. Мельник, согласно которым существуют:

– резервы – материально-вещественные ресурсы, не используемые в соответствии с целевым назначением временно, которые создаются планомерно для удовлетворения дополнительной потребности в них, возникающей в обстоятельствах, складывающихся определенным образом;

²⁹ Сидоренко А.В. Методический подход к оценке повышения эффективности деятельности промышленных предприятий за счет развития экспортного потенциала // Экономические науки. – 2010. – № 8 (69). – С. 57–61.

– резервы – неиспользованные возможности для роста эффективности производства, их установление, а также определение реальных путей и сроков активизации являются основной задачей экономического анализа деятельности компании³⁰.

3. Подходы, сосредотачивающиеся на исследовании экспортного потенциала продукции.

Ярким примером такого подхода может быть классификация экспортного потенциала П.В. Манина, который на основе матрицы И. Ансоффа выделяет четыре разновидности экспортного потенциала:

- экспортный потенциал существующего товара на освоенном рынке;
- экспортный потенциал существующего товара на перспективном рынке;
- экспортный потенциал нового товара на освоенном рынке;
- экспортный потенциал нового товара на перспективном рынке³¹.

К преимуществам данной оценки можно отнести определение конкурентных преимуществ продукции компании через удовлетворение требований конкретного внешнего рынка.

К недостаткам можно определить одностороннюю ориентацию на увеличение и ограничение на двух характеристиках.

Кроме того, с нашей точки зрения, недостатком является отсутствие рассмотрения экспортного потенциала услуг, мировой рынок которых является одним из самых быстроразвивающихся вследствие стремительного роста цифровизации мировой экономики.

Таким образом, в результате анализа, проведенного в данном параграфе, было определено, что экспортный потенциал национальной экономики следует рассматривать как целостное явление, с позиции комбинирования ресурсного и процессного подходов. Что позволяет уточнить понятие экспортного потенциала, с одной стороны, как совокупности внутренних ресурсов субъектов национальной экономики, используемых при создании и производстве продукции/услуги,

³⁰ Барнгольц С.Б. Банковский аудит и его место в системе государственного надзора // Бухгалтерия и банки. – 2001. – №2. – С. 18-24.

³¹ Манин П.В. Управление экспортным потенциалом промышленных предприятий (на примере Республики Мордовия): дис.канд. экон. наук. Тольятти, 2005. 245 с.

конкурентоспособной на мировом рынке, с другой стороны, как инструмента поддержки реализации конкурентных преимуществ этих субъектов на мировых рынках с учетом национальных интересов страны.

Кроме того, в результате проведенного анализа выявлена необходимость исследования факторов формирования экспортного потенциала на глобальном уровне.

1.2 Классификация факторов формирования экспортного потенциала во взаимосвязке с современными тенденциями мировой экономики

В процессе формирования и развития экспортного потенциала национальной экономики на глобальном уровне важно понимание, каким образом международное экономическое сообщество будет планировать деятельность в новых экономических обстоятельствах, учитывая фактор неопределенности и неспособности мировой экономики обеспечивать прежние темпы роста.

Современная тенденция ослабления процессов глобализации как двигателя роста, переориентация ведущих экономик на решение собственных внутренних социально-экономических проблем, их нежелание разрабатывать новые глобальные проекты для создания новых двигателей роста мировой экономики, обусловило необходимость анализа условий работы международного бизнеса с учетом неустойчивости и нестабильности международного сотрудничества, а также роста протекционистских настроений.

С этой целью, в рамках диссертационного исследования, была предложена классификация факторов формирования экспортного потенциала во взаимосвязке с современными тенденциями мировой экономики.

Глобальный уровень предполагает классификацию факторов формирования экспортного потенциала, учитывающую:

– способности использовать современные тенденции мировой экономики как возможности развития экспортного потенциала хозяйствующего субъекта, применяя его существующие ресурсы;

– способности адаптировать/эволюционировать существующую ресурсную базу хозяйствующего субъекта согласно требованиям мировой экономики и отдельных зарубежных рынков.

Современные тенденции мировой экономики были определены на основе исследовании конъюнктуры мировой экономики, которое было основано на анализе тематики ключевых международных мероприятий в области мировой экономики и международного бизнеса, к которым относятся World Economic Forum Annual Meeting, Asian Financial Forum, Петербургский международный экономический форум, Международный дискуссионный клуб «Валдай».

В результате в рамках предлагаемой классификации были выделены четыре группы факторов формирования экспортного потенциала и определена взаимосвязь между тенденциями мировой экономики и данными факторами формирования экспортного потенциала:

1. Глобализация и регионализм (протекционизм) и социально-экономические факторы формирования экспортного потенциала.

Под социально-экономическими факторами подразумевается группа факторов, отражающих условия работы внешнего рынка, включая достигнутый уровень жизни и потребностей населения; покупательная способность населения; численность населения, его социальный и половозрастной составы; степень насыщенности рынка; состояние сбытовой, торговой и сервисной сети; географическое расположение рынка ассортиментную линейку и качество выпускаемой продукции/услуги; уровень и соотношение цен на товары и другие. В большей степени социально-экономические факторы представляют собой факторы способствующие реализации экспортного потенциала, так как первоначально определяют привлекательность внешнего рынка для экспорта.

Процессы глобальной и региональной интеграции, с одной стороны, призваны сократить различия в социально-экономических факторах стран-участниц интеграционных объединений, с другой стороны, такие процессы могут усилить различия между странами, входящими в разные интеграционные группировки за счет необходимости соблюдения и выполнения заключенных в рамках них соглашений.

Как уже упоминалось ранее, глобализация больше не в состоянии не только стимулировать рост мировой экономики, но и обеспечивать собственное развитие. Развитые страны в большей степени концентрируются при этом на развитии национальных экономик, нежели на поддержании системы международного экономического сотрудничества. Как следствие маловероятно, что международное сообщество согласится пожертвовать национальным суверенитетом, даже, если это будет необходимо для укрепления международной экономической системы. Подтверждением тому стала пандемия COVID-19, которая имела негативный эффект для взаимоотношений между государствами и подтвердила невозможность глобального взаимодействия в условиях неопределенности и сложности прогнозирования процессов мировой экономики, ставящих под угрозу жизнедеятельность целых стран. За время пандемии на смену пропагандируемым глобализацией ценностям всеобщей взаимопомощи и сотрудничества пришли эгоизм и недоверие, причем не только в политике, но и в корпоративных цепочках поставок. Пример несоблюдения деловой этики в отношениях партнеров продемонстрировали США, перекупив у Китая крупный заказ медицинских масок, которые предназначались для больниц и домов престарелых во Франции.

На фоне угасающих глобальных интеграционных импульсов в развитом мире крупнейшие развивающиеся экономики выступают с новыми инициативами, направленными на развитие и усиление регионального сотрудничества стран. В частности, Китай активно создает новые организации развития (к примеру,

Asian Infrastructure Investment Bank – АИВ), разрабатывает межрегиональные проекты, а также выстраивает новые экономические альянсы в мире^{32,33}.

На сегодняшний день процессы региональной экономической интеграции приобретают всесторонний и международный характер и претендуют на формирование новых форм и правил регулирования торгово-экономической деятельности на мировом и региональном уровне. А крупнейшие региональные экономические державы стремятся к формированию собственной глобальной архитектуры, что приводит к усложнению имеющейся системы экономической взаимосвязанности.

Как и для любого явления, относительно региональной интеграции можно выделить как ее положительные моменты, так и ряд негативных черт. К положительным относится то, что более узкий состав участников объединения, облегчает достижение консенсуса в конечном итоге. К отрицательным чертам можно причислить следующие: устранение барьеров во взаимоотношениях с партнерами по региональной интеграции влечет за собой их сохранение для третьих стран; в дальнейшем возможно возникновение противостояния между региональными блоками стран; региональная интеграция снижает интерес к глобальной интеграции, так как в рамках региональной интеграции страны преследуют в большей степени цель получения локальной выгоды в ущерб решению глобальных проблем.

Нельзя не отметить, что регионализация также была поставлена под вопрос пандемией COVID-19, хотя и в меньшей степени, чем глобализация. Так, с одной стороны, в литературе подчеркивается, что преодоление экономического кризиса Евросоюзом зиждется во многом на усилиях общих институтов – Европейского механизма стабильности, мерах Европейского Центробанка и др. С другой стороны, «европейская семья» не проявила солидарности и сплоченности при поиске решений в вопросе борьбы с пандемией, поэтому каждая страна определяла свой набор мер и способов преодоления и предотвращения эпидемии,

³² Lejarraga I. Deep Provisions in Regional Trade Agreements: How Multilateral-friendly?: An Overview of OECD Findings. OECD Trade Policy Papers, 2014, no 168, pp. 1–43. dx.doi.org/10.1787/5jxvgn4bjf0-en (дата обращения: 23.01.2019).

³³ Там же

в некоторых случаях ради собственного спасения и спокойствия даже отказывая в помощи своим партнерам по ЕС. В свою очередь Франция и Германия установили запрет на поставку медицинских масок в Италию, объясняя это собственными нуждами и желанием перестраховаться из-за существовавшей угрозы разрастания эпидемии внутри этих стран, в то время как для последней они были жизненно необходимы.

Таким образом, устойчивое развитие мировой экономики благоприятствовало развитию процессов глобализации и регионализации, в то время как, в кризисное время они не выдерживают давления социально-экономических факторов национальных экономик стран-участниц.

2. Цифровизация и кибербезопасность и производственно-технологические факторы формирования экспортного потенциала.

Производственно-технологические факторы включают в себя группу факторов, отражающих технико-технологический уровень развития экономики страны, в том числе средств производства и способностей индивида, включая как объективные возможности материальных и нематериальных условий труда, так и способности индивидов, субъектов производства, эффективно и точно использовать, такие возможности в своей трудовой деятельности³⁴.

Производственно-технологические факторы, в большей степени, это факторы, способствующие реализации экспортного потенциала, так как они могут быть не только источником конкурентного преимущества экспортера при уникальных/отличительных производственно-технологических свойствах продукции/услуги, но и способствовать повышению его конкурентоспособности, в случае необходимости усовершенствования деятельности в соответствии с производственно-технологическими требованиями рынка.

Инновации в области технологий производства, оживление глобальной торговли, изменения моделей спроса и потребления в сочетании с новыми логистическими платформами привели к возникновению необходимости

³⁴ Малышева, Е.В. Развитие экспортного потенциала малых и средних предприятий как источник роста несырьевого неэнергетического экспорта РФ/ Е.В.Малышева // Российский внешнеэкономический вестник. – 2019. – № 8. – С. 7-17.

перестройки стратегий глобальных цепочек поставок и формировании новой системы глобальных цепочек поставок. Новые логистические маршруты все активнее задействуют международные транспортные коридоры. Только в России транзитные перевозки контейнеров по Транссибу в 2017 году выросли в 1,6 раза и в I квартале прибавили еще 30%³⁵.

Цифровизация и кибербезопасность обеспечивают такие современные условия международного бизнеса, при которых в момент своей реализации идея может уже потерять новизну³⁶. В информационном обществе срок годности инноваций ограничен, не только из-за быстрого развития технологий, но из-за угрозы кибертерроризма, поэтому непрерывные инновации, революционные и эволюционные, необходимы постоянно. Ведущий ученый в Sun Microsystems Билл Джой на основе исследований пришел к выводу, что 20 % технического знания компаний ежегодно утрачивает свою коммерческую ценность³⁷. Кроме того по данным исследований за последние сто лет постоянно сокращалось время, необходимое для копирования новинок³⁸. В результате чего, для того чтобы быть конкурентоспособными, компании вынуждены сокращать время затрачиваемое на разработки, и увеличивать количество выпускаемых новинок на рынок. Так, например, Ford Motor Company, снизила среднюю продолжительность цикла разработки новых моделей сначала с 55 до 32 месяцев, а потом и до 24 месяцев. В свою очередь, испанская розничная сеть одежды Zara превращает в эскизы в товар за 10-15 дней³⁹.

Новые технологии и инновации не только приводят к революционным изменениям на рынках и новому опыту для бизнеса, но также создают проблемы на уровне регулирования. Как следствие сбалансированность продвижения и

³⁵ Петербургский международный экономический форум 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forumspb.com/programme/?t=theme&theme=56881> (дата обращения: 23.01.2019).

³⁶ Мальшева, Е.В. Влияние процессов цифровизации и глобализации на развитие мирового и российского рынка моды / Е.В.Мальшева // Вестник российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2018. – № 1 (97). – С. 167-173.

³⁷ Hammel, G. Das revolutionare Unternehmen. Econ Verlag: Munchen, 2000. P. 23.

³⁸ Baumol, W. J. The Free-Market Innovation Machine: Analyzing the Growth Miracle of Capitalism. Princeton University Press, 2002.

³⁹ Fast company [Электронный ресурс]. October, 1999. URL: <http://www.fastcompany.com/magazine/28/october-1999> (дата обращения: 23.01.2019).

упрощения рыночных инноваций, с одной стороны, и защиты интересов инвесторов и потребителей – с другой становится своего рода искусством.

Быстрая скорость технологических изменений заключается в демонтаже традиционных институтов и механизмов управления. За последние два десятилетия цифровые технологии разрушили отрасли и создали совершенно новые, к примеру:

а). Экономика совместного потребления (sharing economy) – стремительно развивающаяся социально-экономическая модель, которая предполагает рациональное использование или обмен ресурсами для уменьшения нагрузки на окружающую среду, что позволяет получать доход большому количеству индивидов из различных стран мира.

Развитие экономики совместного потребления несет за собой целый ряд изменений в обществе: создание цифровой экосистемы и вовлечение в нее миллионов потребителей, появление феномена «онлайн-репутации» (возникновение доверия к незнакомцу благодаря гарантии системы), повышение приоритета пользования над владением, развитие микропредпринимательства. Но как любая новация экономика совместного потребления влечет за собой как новые возможности, так и сопряженные риски, которые еще только стоит определить и оценить.

б). Стремительное развитие информационных технологий способствуют появлению новых явлений в мире бизнеса, к которым можно отнести набирающий популярность краудфандинг, предполагающий финансирование идеи через интернет через привлечение средств от всех желающих в этом поучаствовать.

Стоит отметить, что стремительная всеобщая цифровизация стала положительным моментом пандемии, она стала необходимой реальностью в период удаленной работы. Практически вся жизнедеятельность индивидов, компаний, целых отраслей и даже государственных структур большей частью была перенесена в онлайн-пространство, которое должно заменить реальную инфраструктуру мировой экономики и, в частности, международной торговли. В

результате это позволило выявить недостатки и недоработки вновь создаваемой виртуальной реальности, а также способствовало стимулированию все большего количества компаний к внедрению новых и новейших цифровых технологий.

Таким образом, киберпространство обещает стать общим пространством для всего человечества, но с его быстрым расширением и развивающимися угрозами достижение этого обещания, сохраняя общественное доверие, остается неуловимым.

3. Глобальные вызовы и геоэкономическая нестабильность и политико-правовые факторы формирования экспортного потенциала.

Политико-правовые факторы, отражающие политическую ситуацию в потенциальной стране реализации, политическую стабильность и лояльность властей, наличие протекционизма в отрасли, санкций и административных барьеров, включая законодательные нормы и правила ведения бизнеса на мировом и национальном рынке, а также принятый в бизнес-среде формальный стиль построения взаимоотношений с деловыми партнерами и государственными структурами. Данная группа факторов во многом определяется политической ситуацией на мировой арене, включая наличие глобальных вызовов/угроз и геоэкономической стабильностью/нестабильностью.

Политико-правовые факторы, в большей степени, представляют собой факторы, сдерживающие реализацию экспортного потенциала, в результате протекционистской политики защиты внутреннего рынка страны-импортера.

Глобальные вызовы и геоэкономическая нестабильность последнего времени меняют политическую карту мира и традиционные сферы влияния стран, что приводит к изменению устоявшихся торговых взаимоотношений между странами и открытию новых направлений внешнеэкономического сотрудничества.

Новая геополитическая конфигурация уникальна, мировая экономика готова к более широкому подъему на фоне улучшения экономических перспектив в большинстве крупных национальных экономик, например, даже, несмотря на

пандемию COVID-19 Китай на 0,7%⁴⁰. Тем не менее, остаются риски снижения темпов роста мировой экономики, особенно в связи с ростом протекционизма в мировой торговле и ужесточением денежно-кредитной политики США, усилением политических рисков для Европы, проблемой задолженности Китая, а также геополитической напряженностью в Азии и за ее пределами.

Политическая инертность международных экономических институтов порождает обострение торгово-экономических противостояний, в обход норм международного права. Одним из главных рисков для мировой экономики становится новый раунд торговых войн, который обострился в период пандемии и обнажил кризис в межзападных взаимоотношениях, пошатнув западную солидарность. Примером этому могут служить как ухудшение взаимоотношений США и Китая, так и углубление противоречий между США и их европейскими партнерами, в том числе и из-за Северного потока-2.

Таким образом, глобальные вызовы и геоэкономическая нестабильность формируют новые политические условия существования мировой торговой системы и как следствие создают обновлённую карту международных торговых связей.

4. Геокультурное обновление и культурная идентичность и национально-культурные факторы формирования экспортного потенциала.

Национально-культурные факторы – группа факторов, отражающих совокупность ценностей и норм, знаков и символов, сформированных в процессе жизнедеятельности общества, а также знания, верования, искусство, нравственность, законы, обычаи, национальные стереотипы, способы коммуникации, система порождения, хранения и трансляции социального опыта⁴¹.

Национально-культурные факторы определяют особенности существования, ведения хозяйственной деятельности и построения

⁴⁰ Экономика Китая начала приближаться к докризисным темпам роста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/newsroom/biznes/411551-ekonomika-kitaya-vernulas-k-dokrizisnym-tempam-rosta> (дата обращения: 23.11.2020).

⁴¹ Малышева, Е.В. Развитие экспортного потенциала малых и средних предприятий как источник роста сырьевого неэнергетического экспорта РФ/ Е.В.Малышева // Российский внешнеэкономический вестник. – 2019. – № 8. – С. 7-17.

взаимоотношений членов общества, а также взаимодействия их с членами другого общества, в том числе и в условиях мировой экономики и международного бизнеса. Схожесть вкусов и предпочтений потенциальных потребителей или наоборот их разница во многом определяет привлекательность страны для международного бизнеса.

Национально-культурные факторы, по большей мере, являются факторами, сдерживающие реализацию экспортного потенциала, из-за важности и необходимости учитывать их влияние при экспорте и сложности реализации этого.

В современном мире, где политика культурной идентичности становится острой темой для обсуждения, что во многом обусловлено геокультурным обновлением Европы, происходящим за счет мигрантов из стран Ближнего Востока и Африки, возникает необходимость выстраивания конструктивного диалога по спорным вопросам и разработки творческих решений возникающих проблем и противоречий⁴².

На практике политика мультикультурализма, провозглашенная и активно продвигаемая странами Европы с 60–70-х годов XX в. потерпела крах и оказалась политикой «неполной» интеграции, приведшей к целому ряду негативных последствий для культурной и социально-экономической стабильности принимающих европейских стран, что выразилось в низких культурном, социальном и экономическом уровнях интеграции.

Стоит отметить, что межкультурные конфликты, вызванные процессами геокультурного обновления национальных экономик и проблемами сохранения культурной идентичности, как общества страны-реципиента, так и иммигрантов периодически вспыхивают в разных регионах мира, например, межкультурные конфликты в США, связанные с притоком иммигрантов из Мексики.

Так, произошедшие на фоне пандемии протесты в США усугубили непростую ситуацию в вопросе культурной идентичности не только в США, но и

⁴² Клуб Валдай. Инфографика. Торговая война США с ЕС, Канадой и Мексикой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.valdaiclub.com/multimedia/infographics/torgovaya-voyna-ssha> (дата обращения: 15.02.2019).

в странах Европы. Так, мирные акции протеста, плавно перерастающие в столкновения с полицией, а иногда в погромы и грабежи магазинов, прошли вслед за США в столицах и крупных городах ведущих стран Европы, таких как Германия, Франция, Великобритания, Бельгия, Испания, Италия, Швеция, Дания и др⁴³.

В итоге идея мультикультурализма и геокультурного обновления мира показала свою нежизнеспособность, когда исторический опыт и незабытые исторические обиды похоронили под собой современные завоевания мира без культурных границ.

Важно подчеркнуть, что с точки зрения международного бизнеса, геокультурное обновление страны-импортера может оказывать и положительное влияние, которое выражается в расширении целевой аудитории (как количественно, так и качественно) за счет иммигрантов – разнообразие вкусов и предпочтений потенциальных потребителей дает возможность расширить ассортимент предлагаемых товаров/услуг, а количественное увеличение целевой аудитории ведет к возможности расширения доли рынка и как следствие увеличению получаемой экономической выгоды.

Таким образом, в ходе исследования было заключено, что современные тенденции мировой экономики определяют условия работы международного бизнеса, которые могут, как создавать возможности реализации экспортного потенциала национальной экономики, так и ликвидировать их. В свою очередь, факторы формирования экспортного потенциала отражают особенности взаимоотношений между членами общества страны-импортера, поэтому важен их анализ, как по отдельности, так и в совокупности, последнем случае, с точки зрения автора, в качестве совокупности данных факторов необходимо рассматривать предпринимательскую культуру общества. Предпринимательская культура представляет собой явление, представляющее собой определенную модель социально-стандартизированного поведения, применяемую членами

⁴³ Малышева, Е.В. Поддержка экспорта малого и среднего бизнеса в реалиях мировой экономики, измененной коронавирусом/ Е.В.Малышева, А.В.Ратнер // Международная торговля и торговая политика – 2020. Т. 6. – № 3 (23). – С. 79-96.

общества на определенном историческом этапе его социально-экономического развития, содержащая в себе основные характеристики хозяйственной деятельности индивидов.

В тоже время, в рамках предложенной классификации, с целью, учета и анализа требований мировой экономики и отдельных зарубежных рынков, факторы формирования экспортного потенциала были рассмотрены и распределены с точки зрения отраслевого и регионального аспектов экспортного потенциала, где:

– отраслевой аспект позволяет оценить работу отрасли как единого механизма в мировом масштабе и выделить общий экспортный потенциал компании, определяемый относительно отрасли и предполагающий способность компании соответствовать мировым стандартам отрасли, а также осуществлять свою деятельность в установленных рамках и заданном темпе (производственно-технологические факторы) (рис. 1.1);

– региональный аспект дает возможность очертить круг потенциально интересных зарубежных рынков и определить региональный экспортный потенциал, подразумевающий способность компании соответствовать требованиям, предъявляемым отдельным зарубежным рынком в масштабах национальной экономики страны-импортера (социально-экономические, политико-правовые и национально-культурные факторы).

Социально-экономические и производственно-технологические факторы представлены как способствующие реализации экспортного потенциала, а национально-культурные и политико-правовые факторы экспортного потенциала как сдерживающие его реализацию, что на рис. 1.1 выделено цветом.

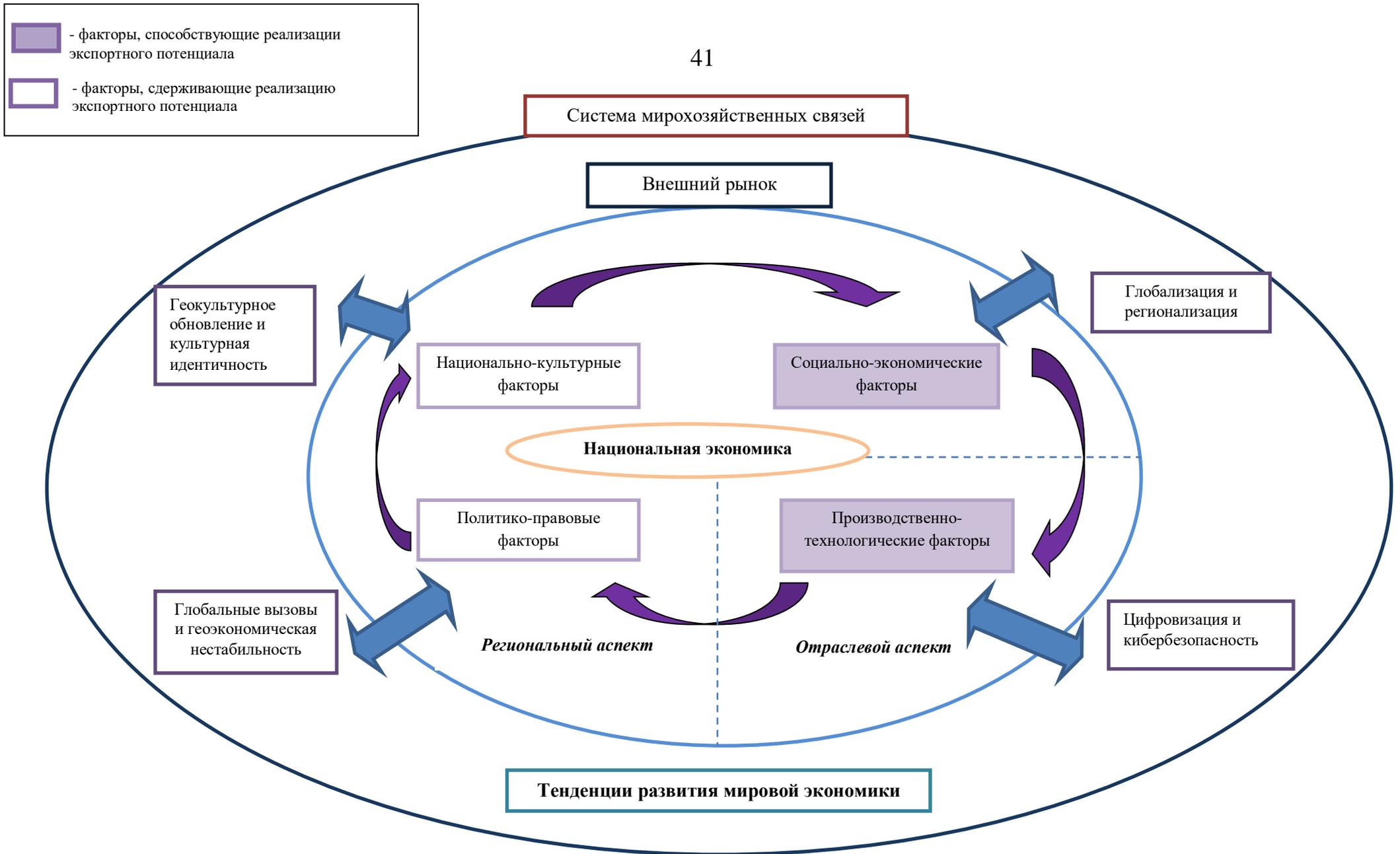


Рис. 1.1 – Взаимосвязь факторов формирования экспортного потенциала и современных тенденций мировой экономики

Источник: составлено автором

В совокупности общий и региональный экспортный потенциал образуют интегральный экспортный потенциал, подразумевающий под собой способность и возможность компании создавать, производить, продвигать и реализовывать конкурентоспособную продукцию/услугу на мировом отраслевом рынке в целом, и на отдельном зарубежном рынке в частности.

Таким образом, в рамках данного параграфа была предложена классификация факторов формирования экспортного потенциала на глобальном уровне, которая позволяет учесть и проанализировать факторы формирования экспортного потенциала во взаимосвязке с современными тенденциями мировой экономики.

1.3 Особенности экспортной деятельности субъектов малого и среднего бизнеса в международном бизнесе

С целью поиска источников роста экспортного потенциала национальной экономики, в работе было предложено изучить в этом качестве экспортную деятельность компаний, относящихся к МСБ. Для этого был проанализирован зарубежный опыт вовлеченности малого и среднего бизнеса в мировую торговлю.

Как показал анализ, малый и средний бизнес играет важную роль в национальных экономиках по всему миру, обеспечивая занятость и добавленную стоимость, а также способствуя инновациям. Вклад субъектов МСБ в национальную экономику широко варьируется в зависимости от страны и секторов экономики, в которых они работают, что сказывается на их способности процветать и вносить вклад в открытую и цифровую экономику.

При этом к отличительной черте малого и среднего бизнеса, которая оказывает существенное, а порой и решающее влияние на деятельность МСБ,

включая его экспортную деятельность, следует относить ресурсный дефицит, который испытывают компаний малого и среднего бизнеса по сравнению с крупными компаниями, что ограничивает их возможности, в том числе и в реализации экспортного потенциала⁴⁴.

Важно отметить, что субъекты малого и среднего бизнеса (МСБ) в экспортной деятельности имеют ряд особенностей, а именно:

1. Высокая вовлеченность МСБ в высокотехнологичную сферу. За последний десятилетия вклад МСБ в инновационную динамику увеличивался по мере роста доходов. Хотя не весь МСБ является инновационным, он часто является движущей силой своего рода радикальных инноваций, которые важны для экономического роста, поскольку они могут работать вне доминирующей парадигмы, используя технологические или коммерческие возможности, которые игнорируются более крупными рыночными игроками. А также такие инновации могут обеспечить коммерциализацию знаний, которые в противном случае так бы и остались в университетах и исследовательских организациях.

МСБ обычно специализируются на высокотехнологичных, быстрорастущих отраслях, таких как биотехнологии (в Европе около 27% патентов приходится на МСБ), фармацевтика, медицинское оборудование/изделия, информационные технологии и полупроводники. В расчете же по количеству патентов на работника МСБ так же лидируют по отношению к крупному бизнесу: на одного работника МСБ приходится около 26 патентов, в то время как на работника крупного бизнеса только около двух⁴⁵. Однако слишком упрощенно утверждать, что МСБ более эффективен, чем крупный бизнес. Вместо этого представляется, что существует нелинейная связь между размером бизнеса и количеством патентов, когда по мере увеличения числа сотрудников уровень патентования увеличивается более медленными темпами. Это может происходить, за счет увеличения числа сотрудников, обеспечивающих рост бизнеса, но не связанных с

⁴⁴ Малышева, Е.В. Тенденции развития экспортной деятельности малого и среднего бизнеса: мировой опыт и российская практика/ Е.В.Малышева // Международная торговля и торговая политика – 2021. Т. 7. – № 4 (28) – С. 70-78.

⁴⁵ An Analysis of Small Business Patents by Industry and Firm Size, 2008 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rdw.rowan.edu/csm_facpub/12 (дата обращения: 29.02.2020).

инновациями. Важную роль здесь играет качество, но в этом вопросе МСБ так же имеет некоторое преимущество перед крупным бизнесом, а именно МСБ гораздо чаще разрабатывают новые технологии, чем крупный бизнес. В частности, около 1 из 31 патента МСБ находятся в области новых технологий, в то время как только один из 117 патентов крупного бизнеса относится к этой области⁴⁶.

МСБ также способствует созданию стоимости, внедряя инновации, созданные в другом месте, и адаптируя их к различным контекстам путем постепенных изменений и путем предоставления новых или нишевых продуктов, которые отвечают разнообразным потребностям клиентов⁴⁷.

2. МСБ чаще всего предпочитают экспорт в географически соседние с материнской страной рынки. Это может быть объяснено развитостью инфраструктуры, низкими политическими, экономическими и другого рода рисками, а также наличие рынков с гарантированным спросом и как следствие окупаемостью инвестиций⁴⁸.

3. Для малого и среднего бизнеса в большей степени, чем для крупного бизнеса свойственна семейственность. Кроме того, ускорению получения конечного результата способствует объединение всех этапов инновационного процесса под руководством одного лица.

4. МСБ ориентируются на нишевые рынки возможность прямых контактов с потребителями: выбор областей, неперспективных или высокорисковых с точки зрения крупного бизнеса, а также использования «прорывных» инноваций позволяет избежать жесткой конкуренции. Более низкий нишевый спрос и меняющиеся технологии позволяют МСБ укрепить свои сравнительные преимущества и снизить структурные недостатки, связанные с ограниченностью ресурсов и ограниченной способностью получать эффект масштаба.

⁴⁶ Patent Statistics at Eurostat. Mapping the contribution of SMEs in EU patenting. Eurostat Manuals and Guidelines, Luxembourg, 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/6064260/KS-GQ-14-009-EN-N.pdf/caa6f467-11f8-43f9-ba76-eb3cc6fab6d> (дата обращения: 29.02.2020).

⁴⁷ Малышева, Е.В. Тенденции развития экспортной деятельности малого и среднего бизнеса: мировой опыт и российская практика/ Е.В.Малышева // Международная торговля и торговая политика – 2021. Т. 7. – № 4 (28) – С. 70-78.

⁴⁸ Ильясов, М.С. Особенности развития внешнеэкономической деятельности субъектов малого бизнеса зарубежных стран и России на современном этапе : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14. – Москва, 2004. – 155 с..

5. МСБ предпочитают углубление специализации и невысокую капиталоемкость деятельности: узкая предметная специализация производственной деятельности позволяет, участвуя в глобальных цепочках создания стоимости, концентрировать усилия и средства на НИОКР и коммерциализировать инновационный продукт.

Основываясь на особенностях экспортной деятельности субъектов МСБ, были обобщены особенности в реализации экспортного потенциала малого и среднего бизнеса в современных условиях мировой экономики^{49,50}

1). Малому и среднему бизнесу свойственно отдавать приоритет участию в международных проектах производственно-технологического сотрудничества, ориентируясь преимущественно на потребности и требования крупных компаний, проводящих стратегию экспансии на локальных рынках других стран;

2). Осуществление стратегии транснационализации деятельности по примеру крупного бизнеса – малый и средний бизнес также стремится к транснационализации деятельности, формируя тем самым малые ТНК и также осуществляя традиционные процессы международного слияний и поглощений, инвестирования. В конце восьмидесятых появился термин «малые и средние транснациональные корпорации» (МТНК), который был создан центром ООН по ТНК, уже на тот период МТНК насчитывалось от 40% до 50% от общего количества ТНК в мире^{51,52}.

⁴⁹ Ильясов, М.С. Особенности развития внешнеэкономической деятельности субъектов малого бизнеса зарубежных стран и России на современном этапе : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14. – Москва, 2004. – 155 с..

⁵⁰ Малышева, Е.В. Формы реализации экспортного потенциала национальной экономики // Рынки будущего: локация Пермский край : [Электронный ресурс] : материалы VI Пермского экономического конгресса, Пермь, ПГНИУ, 27 февраля 2020 г. / Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Электронные данные. – Пермь, 2020. – 2,6 Мб ; 170 с. – Режим доступа: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/sborniki/permskij-economiceskij-kongress-2020.pdf>. (дата обращения: 15.03.2020).

⁵¹ Башуткин В.А. Специфика интернационализации малых и средних предприятий в форме транснациональных компаний // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». – март – апрель 2014. – Выпуск 2. – С. 1-7.

⁵² Малышева, Е.В. Формы реализации экспортного потенциала национальной экономики // Рынки будущего: локация Пермский край : [Электронный ресурс] : материалы VI Пермского экономического конгресса, Пермь, ПГНИУ, 27 февраля 2020 г. / Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Электронные данные. – Пермь, 2020. – 2,6 Мб ; 170 с. – Режим доступа: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/sborniki/permskij-economiceskij-kongress-2020.pdf>. (дата обращения: 15.03.2020).

3). Все больше малый и средний бизнес стремится к экспорту в высокотехнологических отраслях, уходя с рынков низко- и средне технологичной продукции⁵³.

Как показал анализ мировой практики, роль малого и среднего бизнеса в национальной экономике значительна. Он связывает экономику в единое целое, образует своего рода фундамент. Малый и средний бизнес является основой экономики развитых стран, занимая существенную долю в структуре ВВП и обеспечивая при этом занятость населения, предоставляя возможность решить экономические, политические и социальные проблемы государств. Во всех экономически развитых странах малому и среднему бизнесу оказывается различная организационная и финансовая господдержка, включая поддержку экспорта, результатом которой являются значительные пополнения бюджета, что приводит к эффективному функционированию национальной экономики и повышению уровня жизни населения (Таблица 1.2). Но важно отметить, что в России доля малого и среднего бизнеса в общем объеме экспорта очень незначительна по сравнению с другими странами.

Таблица 1.2 – Вклад малого и среднего бизнеса в национальную экономику в разных странах⁵⁴

Страна	Доля в общем количестве компаний, %	Доля в общей занятости, %	Доля в структуре ВВП, %	Доля в экспорте, %
	2010-2015 гг.			
Германия	98,5-99,7	66-69	55-57	50-52
Италия	98-99,8	70-73	58-60	58-60
Китай	98-99	70-75	58-60	65-68
Россия	40-42	35-37	23-25	6-6,5
США	97,5-98,3	58-60	50-52	37-40
Франция	98-99,6	68-60	55-57	48-50
Швейцария	96-99	57-62	54-58	49-52

⁵³ Малышева, Е.В. Тенденции развития экспортной деятельности малого и среднего бизнеса: мировой опыт и российская практика // Международная торговля и торговая политика – 2021. Т. 7. – № 4 (28) – С. 70-78.

⁵⁴ Захарова Н. В., Лабудин А. В. Малое и среднее предпринимательство в европейских странах: основные тенденции развития // Управленческое консультирование. – 2017. – № 12. – С. 64-77

По данным ООН, компании, относящиеся к МСБ, составляют до 90% от всех компаний в мире, обеспечивают 70% занятости трудоспособного населения и на их долю приходится 50% мирового ВВП⁵⁵. В странах ОЭСР МСБ является основным источником занятости, на который приходится около 70% рабочих мест и основным источником создания стоимости, генерируя от 50% до 60% добавленной стоимости. В странах с развивающейся экономикой МСБ составляет до 45% занятости и 33% ВВП.

По данным Европейского статистического бюро в 2017 г. 98,9% предприятий в нефинансовом секторе в странах ЕС относились к категории малых компаний, 0,9% – средних компании, 0,2% – крупный бизнес. При этом доля субъектов МСБ в общем количестве экспортеров ЕС составляла в 2012–2017 гг. составляла 97,8%⁵⁶.

По данным Управления по делам малого бизнеса США в 2018 г. 99,9% (30,2 млн компаний) от общего количества компаний составляли субъекты малого и среднего бизнеса. В США доля МСБ в общем количестве всех экспортеров составляет 98%.

Кроме того, МСБ может способствовать экономической диверсификации и устойчивости. Это особенно актуально для стран богатых ресурсами, которые особо остро чувствуют колебания цен на сырье.

Важно отметить, что на некоторых нишевых международных рынках доминируют МСБ, а инновационные субъекты МСБ часто являются ключевыми партнерами крупных транснациональных корпораций в разработке новых продуктов или обслуживании новых рынков.

В целом, субъекты МСБ, как правило, недостаточно представлены в международной торговле. Немногие из них экспортируют напрямую, а для тех, кто это делает, экспорт обычно составляет небольшую долю в товарообороте и в целом ориентированы на соседние страны⁵⁷. Однако при рассмотрении

⁵⁵ Поддержка МСП в контексте COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ach.gov.ru/upload/pdf/Covid-19-SME.pdf> (дата обращения: 10.02.2021).

⁵⁶ Там же.

⁵⁷ Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalised Economy, OECD, 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oecd.org/industry/C-MIN-2017-8-EN.pdf> (дата обращения: 29.02.2020).

косвенного вклада субъектов МСБ в экспорт в качестве поставщиков для крупного бизнеса или экспортирующих многонациональные компании (МНК), МСБ в странах ОЭСР, к примеру, могут представлять более половины от общего объема экспорта в стоимостном выражении. Взаимосвязи с более крупными компаниями жизненно важны для МСБ. Преимущества этих межфирменных связей обоюдны, поскольку качество и оперативность специализированных поставщиков могут иметь решающее значение для конкурентоспособности целых цепочек поставок, как на местном, так и на глобальном уровнях, особенно для крупного экспортирующего бизнеса, который непосредственно участвует в жесткой глобальной конкуренции. В этом отношении тесная взаимозависимость и координация между крупным и малым бизнесом может быть важным источником стоимости и конкурентоспособности на всем протяжении цепочек поставок. В результате, развитие экспорта МСБ становится начальной стадией более глубокого процесса интеграции национальных субъектов малого и среднего бизнеса в глобальные цепочки добавленной стоимости, международную кооперацию и транснационализацию бизнеса⁵⁸.

Участие в глобальных рынках и цепочках создания стоимости для МСБ может протекать на постоянной основе. Так, например, это касается субъектов МСБ, которых называют «рожденные глобальными», а также высокоинновационных МСБ, которые полностью интегрированы в глобальные рынки («малые транснациональные корпорации»). Также это относится к значительной доли субъектов МСБ, которые экспортируют или встроены в глобальные цепочки создания стоимости в качестве поставщиков.

Важно отметить, что на современном этапе развития мировой экономики глобальные цепочки добавленной стоимости (ГЦСС) формируют новый уровень построения взаимоотношений в рамках международного бизнеса, суть которых заключается в размещении отдельных стадий производственного процесса изготовления продукции/услуги в различных странах.

⁵⁸ Малышева, Е.В. Глобальные цепочки добавленной стоимости как способ реализации экспортного потенциала малого и среднего бизнеса // Общество и экономика. – 2021. – № 11. – С. 112-119.

Для малого и среднего бизнеса ГЦСС открывают новые возможности и способы включения в международный бизнес и международный технологический обмен.

Важно отметить, что ГЦСС основываются на объединении стран кардинально различных по уровню производственно-технологического и социально-экономического развития, в зависимости от их сравнительных преимуществ на различных стадиях производственного процесса, к примеру, наличия развитых высоких технологий или же дешевой рабочей силы.

Глобальные цепочки добавленной стоимости разделяются на «восходящие» ГЦСС, которые определяются как отношение национальной (внутренней) добавленной стоимости в составе экспорта других стран к валовому экспорту страны (то есть страна экспортирует в основном сырье и промежуточные товары и услуги); и «нисходящие» ГЦСС – доля иностранной добавленной стоимости в валовом экспорте страны (то есть страна, в основном, экспортирует конечную продукцию)⁵⁹.

Характерной чертой ГЦСС является то, что они могут носить как все цело глобальный характер и связывать географически далекие друг от друга регионы, так и региональный характер, включая в себя страны, находящиеся в рамках одного региона. Но говоря о цепочках создания добавленной стоимости как о «глобальных», нельзя не отметить, что ряд ученых особо подчеркивают, что эти цепочки нельзя в полной мере называть «глобальными», так как сама мировая экономика на сегодняшний день не является до конца глобальной, а скорее регионально разделенной (в этом контексте можно выделить европейскую, североамериканскую и азиатскую фабрики), поэтому корректно говорить о «трансграничных цепочках создания добавленной стоимости»⁶⁰.

Глобальные цепочки добавленной стоимости несут в себе неоспоримые преимущества:

⁵⁹ Глобальные производственные цепочки: место для России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://econs.online/articles/ekonomika/globalnye-proizvodstvennye-tsepochki-mesto-dlya-ro/?bx_sender_conversion_id=308966&utm_source=newsletter&utm_medium=mail&utm_campaign=rossiya_v_globalnykh_tsepochkakh_rol_dokhoda_v_elektoralnykh_privyuchkakh_i_kriminalnoe_vliyanie_shok (дата обращения: 31.05.2021).

⁶⁰ Сидорова Е.А. Россия в глобальных цепочках создания добавленной стоимости // Мировая экономика и международные отношения. – 2018. – Том 62. – №9. – С. 71-80.

– с точки зрения, мировой экономики, они выражаются в углублении процессов международного разделения труда на базе развития информационно-коммуникационных и транспортных технологий, а также увеличение объемов трансграничного обмена продукцией и услугами;

– с точки зрения, национальной компании, участвующей в ГЦСС можно отметить, доступ к современным технологиям, а также повышение качества производимой продукции/услуги в частности и всей компании в рамках следования действующим мировым стандартам отрасли, кроме того, возможность доступа на мировые рынки с минимальными затратами⁶¹.

В отношении участия России в глобальных цепочках добавленной стоимости, можно отметить, что, несмотря на то, что по данным статистики Россия является активным участником ГЦСС (индекс участия = 41,3%), роль российских компаний заключается в основном в качестве поставщиков сырья и энергоресурсов, то есть российские компании в основном задействованы в «восходящих» ГЦСС (индекс участия в «восходящих» ГЦСС = 30,5%) (Таблица 1.3).

В Таблице 1.3 представлена информация по уровню участия в ГЦСС стран G-20. По результатам анализа представленных данных можно заключить, что активными участниками «нисходящих» ГЦСС являются такие страны как Франция, Италия, Республика Корея, Китай, Индия и другие, к основным отраслям, в которых они представлены относятся: компьютеры и электроника, текстиль и одежда, электрическое оборудование, ИТ услуги, химическая промышленность, прочие машины и оборудование, автомобилестроение и другие. Россия же имеет индекс участия в «нисходящих» ГЦСС равный 10,8%, как видится, такой низкий индекс участия обусловлен тем, что, на сегодняшний день в ГЦСС вовлечены в большей степени крупные российские экспортеры сырья и энергоресурсов и/или же малый и средний бизнес, аффилированный с ними.

⁶¹ Малышева, Е.В. Глобальные цепочки добавленной стоимости как способ реализации экспортного потенциала малого и среднего бизнеса // Общество и экономика. – 2021. – № 11. – С. 112-119.

Стоит отметить, что в рамках формата БРИКС Россией в 2021 году была предложена инициатива по интеграции МСБ стран-участниц в глобальные производственные цепочки⁶². Более того, в рамках десятой встречи министров экономики и внешней торговли БРИКС, состоявшейся 23 июля 2020 г. были приняты «Руководящие принципы по содействию эффективному участию ММСП в международной торговле», которые содержат положения по углублению интеграции МСБ в глобальные цепочки создания стоимости⁶³.

Таблица 1.3 – Участие стран G-20 в глобальных цепочках добавленной стоимости в 2015г., %⁶⁴

Страна	Индекс участия в ГЦСС			Основные отрасли	
	Общий	↑	↓	↑	↓
Аргентина	23,5	16,6	6,9	Сельское хозяйство, оптовая и розничная торговля, еда и напитки	Еда и напитки, сельское хозяйство, оптовая и розничная торговля
Австралия	38,5	26,8	11,6	Горнодобывающая промышленность (энергетическая продукция), оптовая и розничная торговля, горнодобывающая промышленность (неэнергетическая продукция)	Горнодобывающая промышленность (неэнергетическая продукция), горнодобывающая промышленность (энергетическая продукция), оптовая и розничная торговля,
Бразилия	32,1	19,6	12,5	Оптовая и розничная торговля, сельское хозяйство, прочие бизнес услуги	Сельское хозяйство, еда и напитки, оптовая и розничная торговля
Канада	36,5	12,3	21,2	Горнодобывающая промышленность (энергетическая продукция), оптовая и розничная торговля, прочие бизнес услуги	Горнодобывающая промышленность (энергетическая продукция), автомобилестроение, основные металлы

⁶² Итоги внешнеэкономической деятельности Российской Федерации в 2020 году и I полугодии 2021 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/file/ab03f167412ee7cbc60d8caf776bab70/itogi_ved_v_2020g_i_1_polugodie_2021.pdf (дата обращения: 07.11.2021).

⁶³ Московская декларация XII саммита БРИКС. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/supplement/5581> (дата обращения: 12.11.2021).

⁶⁴ Составлено автором по данным Trade in value-added and global value chains: statistical profiles [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/miwi_e/countryprofiles_e.htm (дата обращения: 23.05.2021).

Продолжение Таблицы 1.3

Китай	34,9	17,5	17,3	Оптовая и розничная торговля, компьютеры и электроника, текстиль и одежда	Компьютеры и электроника, текстиль и одежда, электрическое оборудование
Франция	42,5	21,2	21,4	Прочие бизнес услуги, оптовая и розничная торговля, транспортирование и хранение	Оптовая и розничная торговля, прочие транспортное оборудование, прочие бизнес услуги
Германия	42,9	21,9	21	Прочие бизнес услуги, оптовая и розничная торговля, автомобилестроение, прочие бизнес услуги	Автомобилестроение, прочие машины и оборудование, химическая промышленность
Индия	34	14,9	19,1	IT услуги, оптовая и розничная торговля, транспортировка и хранение	IT услуги, текстиль и одежда, химическая промышленность
Индонезия	37,0	24,1	12,9	Горнодобывающая промышленность (энергетическая продукция), оптовая и розничная торговля, сельское хозяйство	Горнодобывающая промышленность (энергетическая продукция), еда и напитки, текстиль и одежда
Италия	40,8	18,6	22,2	Оптовая и розничная торговля, прочие бизнес услуги, транспортировка и хранение	Прочие машины и оборудование, оптовая и розничная торговля, химическая промышленность
Япония	37,6	24,4	13,2	Оптовая и розничная торговля, автомобилестроение, прочие бизнес услуги	Автомобилестроение, прочие машины и оборудование, оптовая и розничная торговля
Мексика	44,9	8,8	36,1	Оптовая и розничная торговля, автомобилестроение, транспортировка и хранение	Автомобилестроение, компьютеры и электроника, оптовая и розничная торговля
Республика Корея	51,7	19,1	32,6	Компьютеры и электроника, оптовая и розничная торговля, автомобилестроение	Компьютеры и электроника, автомобилестроение, химическая промышленность
Россия	41,3	30,5	10,8	Горнодобывающая промышленность (энергетическая продукция), оптовая и розничная торговля, нефтяная промышленность	Горнодобывающая промышленность (энергетическая продукция), нефтяная промышленность, оптовая и розничная торговля
Саудовская Аравия	41,4	36,9	4,6	Горнодобывающая промышленность (энергетическая продукция), химическая промышленность, оптовая и розничная торговля	Горнодобывающая промышленность (энергетическая продукция), химическая промышленность, нефтяная промышленность
Южная Африка	42,7	20,1	22,6	Горнодобывающая промышленность (неэнергетическая продукция), оптовая и розничная торговля, финансовые услуги	Горнодобывающая промышленность (неэнергетическая продукция), основные металлы, оптовая и розничная торговля

Продолжение Таблицы 1.3

Турция	33,4	16,6	16,8	Оптовая и розничная торговля, транспортировка и хранение, текстиль и одежда	Текстиль и одежда, оптовая и розничная торговля, основные металлы
Соединенное Королевство	38,8	23,7	15,1	Прочие бизнес услуги, финансовые услуги, оптовая и розничная торговля	Прочие бизнес услуги, финансовые услуги, оптовая и розничная торговля
Соединенные Штаты	31,7	22,2	9,5	Прочие бизнес услуги, оптовая и розничная торговля, финансовые услуги	Оптовая и розничная торговля, прочие бизнес услуги, химическая промышленность

Как видится, активное включение российского малого и среднего бизнеса в глобальные цепочки создания стоимости может, с одной стороны, расширить границы участия МСБ в мировой экономике и минимизировать экспортные риски, а также способствовать участию национальных компаний, относящихся к МСБ в «нисходящих» ГЦСС. С другой стороны, это позволит стимулировать и ускорить диверсификацию национальной экономики и уход от экспортно-сырьевой модели развития.

Важно отметить, что экспортная деятельность, в том числе в рамках ГЦСС, кроет в себе ряд «тонких» мест для малого и среднего бизнеса:

1. Для многих субъектов МСБ экспортные отношения могут быть непродолжительными: во многих странах новые экспортеры прекращают экспорт через один или два года, а для долгосрочных экспортеров характерна частая смена продуктов и направлений⁶⁵. Меньшие по размеру и менее опытные экспортеры, как правило, более уязвимы к резкому падению внешнего спроса, например, после глобального кризиса. Примером тому может служить Китай, который в условиях падения внешнего спроса из-за мирового локдауна столкнулся со сложностями перестройки своей устоявшейся экспортной модели (большой вклад в которую внесли экспортноориентированные МСБ) на внутренний рынок.

⁶⁵ Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalised Economy, OECD, 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oecd.org/industry/C-MIN-2017-8-EN.pdf> (дата обращения: 29.02.2020).

2. Зависимость от колебаний курса национальных валют. Это может стать серьезным препятствием развития экспортной деятельности МСБ и угрозой его устойчивого развития на внутреннем рынке. Так как колебание курса национальной валюты может стать как конкурентным преимуществом на внешнем рынке, так и его отсутствием, важно также учитывать скорость таких колебаний. В свою очередь, МСБ не настолько финансово свободны и устойчивы в своей деятельности, нежели крупный бизнес, чтобы оперативно справиться с такой проблемой при ее возникновении. В этом вопросе важную роль будет играть устойчивость МСБ на внутреннем рынке и способность за счет нее минимизировать риски, возникающие при колебании курса национальной валюты при экспортной деятельности.

3. Политические, торговые и инвестиционные барьеры подрывают участие субъектов МСБ в международной торговле. Открытость торговли и инвестиций, а также содействие торговле, защита интеллектуальной собственности, развитая инфраструктура и качество институциональной системы являются ключевыми для работы МСБ на мировых рынках. Субъекты МСБ менее способны, в отличие от крупного бизнеса, покрыть расходы участия в международной торговле из-за ограниченности в ресурсах и управленческих возможностях. Соблюдение различных международных, региональных и национальных стандартов, технических регламентов и процедур оценки соответствия является дорогостоящим и препятствует МСБ, поскольку многие затраты на участие в международных рынках являются фиксированными, независимо от размера или дохода фирмы.

4. Слабая физическая инфраструктура и инфраструктура информационных и коммуникационных технологий мешают МСБ работать эффективно и выходить на международные рынки по конкурентным ценам. В мире, в котором своевременная доставка является стандартом, и в котором быстрая доставка и хранение – это дорого, время является решающим фактором конкурентоспособности. Качество физической инфраструктуры, такой как дороги, порты и аэропорты, а также эффективность процедур, применяемых при

эксплуатации этих объектов, которые важны, чтобы выйти на зарубежные рынки и участвовать в глобальных цепочках создания стоимости. Развитие эффективной инфраструктуры информационных и коммуникационных технологий становится все более важным фактором для доступа МСБ к глобальным рынкам, поскольку они способствуют обмену информацией и установлению коммуникации, а также участию в платформах электронной торговли.

5. Цифровые технологии позволяют МСБ повысить понимание рынка и достичь определенного уровня знаний без доступа к мировым рынкам и сетям знаний по относительно низкой цене. Цифровой переход облегчает появление «рожденных глобальными» субъектов МСБ, а также предоставляет субъектам МСБ новые возможности для повышения конкурентоспособности на местном и глобальном рынках благодаря инновациям в продуктах или услугах и улучшению производственных процессов.

Но в то время как цифровизация открывает перед МСБ новые возможности для выхода на мировые рынки, реальность такова, что небольшое количество субъектов МСБ могут воспользоваться преимуществами технологического перехода. Доказательства показывают, что субъекты МСБ отстают в освоении цифровых технологий. В то время как в большинстве стран разница между простыми подключениями и присутствием в сети невелика, этот разрыв увеличивается при рассмотрении вопроса об участии в электронной торговле и, особенно, в более сложных приложениях. Например, в странах ОЭСР, программные приложения планирования ресурсов предприятия (ERP) для управления потоками деловой информации популярны среди крупного бизнеса (более 75%), но менее используются МСБ (менее 20%)⁶⁶.

Отставание субъектов МСБ в основном связано с отсутствием инвестиций в дополнительные знания, человеческие ресурсы, организационные изменения и инновационные процессы, и имеет последствия для их способности превращать технологические изменения в инновации и рост производительности. Например,

⁶⁶ Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalised Economy, OECD, 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oecd.org/industry/C-MIN-2017-8-EN.pdf> (дата обращения: 29.02.2020).

отсутствие инвестиций в собственные инновационные процессы и организационные возможности ограничивает способность субъектов МСБ в полной мере использовать новые технологии для улучшения анализа данных и расширения участия в сетях знаний. На самом деле, революция в области информационных коммуникационных технологий упростила внедрение инноваций через сети сотрудничества с другими хозяйствующими субъектами, включая транснациональные корпорации, университеты и исследовательские организации. Однако для этого необходимы инновационные компетенции, а также организационные и управленческие способности координировать собственные действия с внешними партнерами и эффективно включать знания, полученные из внешних источников во внутренние процессы.

Кроме того, для многих субъектов МСБ цифровизация привела к разрушению рынков, включая повышение конкуренции на местных рынках, быстрое устаревание знаний, навыков и бизнес-моделей, а также повышая сложность бизнес-среды. Кроме того, динамика «победитель получает все», при которой цифровые технологии обеспечивают полное и мгновенное повышение качества продукта или идеи, зачастую на глобальном уровне, могут иметь далеко идущие последствия для распределения дивидендов и участия новых субъектов МСБ на рынках. Требуется более глубокое понимание последствий всех этих цифровых разработок для МСБ.

В итоге, на современном этапе развития мирового хозяйства, в условиях постиндустриального общества роль малого и среднего бизнеса очень велика, он становится неотъемлемым звеном в структуре общественного воспроизводственного процесса, без которого невозможно обеспечить успешное социально-экономическое развитие общества и рост эффективности производства. Кроме того, большая гибкость и способность адаптировать и дифференцировать продукты могут дать субъектам МСБ конкурентное преимущество на глобальных рынках по сравнению с более крупным бизнесом, поскольку они способны быстро реагировать на меняющиеся рыночные условия.

Таким образом, можно заключить, что экспортный потенциал национальной экономики следует рассматривать как целостное явление, объединяющее точки зрения ресурсного и процессного подходов, отвечающее интересам как экспортной деятельности хозяйствующих субъектов национальной экономики, двигателем инноваций среди которых становятся субъекты МСБ, так и национальным интересам государства в целом, транслируемых через структуру содействия экспорту (рис. 1.2).

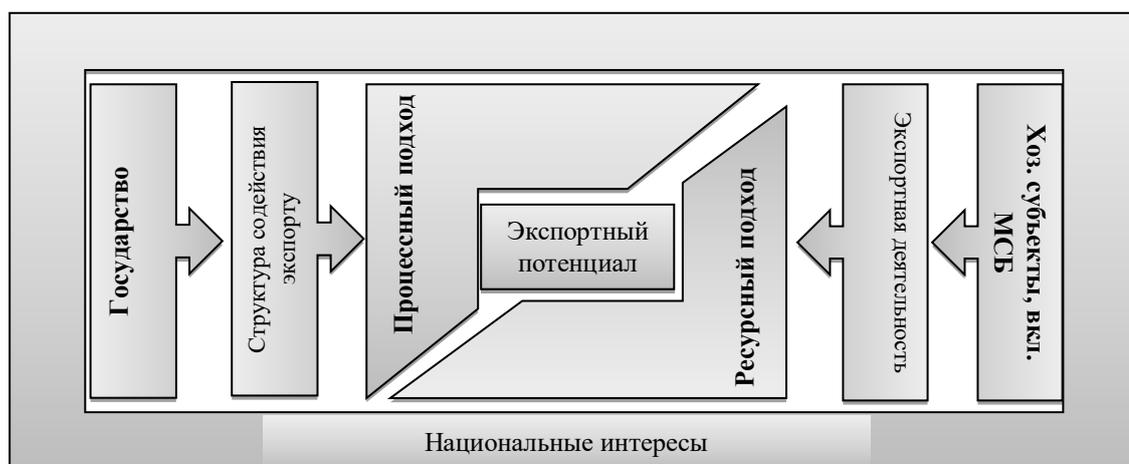


Рис. 1.2 – Процессный и ресурсный подходы к определению экспортного потенциала субъектов национальной экономики

Источник: составлено автором

В результате малый и средний бизнес становится важным звеном в развитии мировой экономики в целом и роста отдельных национальных экономик. Активизации экспортного потенциала субъектов российского МСБ на глобальных рынках может помочь увеличить их вклад в экономическое развитие и социальное благополучие национальной экономики, создавая возможности для расширения, ускорения инноваций, облегчение перетекания технологий и управленческих ноу-хау, расширение и углубление набора навыков, и повышение производительности.

Таким образом, в рамках первой главы были проанализированы существующие теоретические подходы отечественных и зарубежных ученых к трактовке сущности экспортного потенциала. В ходе проведенного анализа

были выделены два основных подхода: процессный и ресурсный подходы, основываясь на которых было предложено определение экспортного потенциала, с точки зрения его двойственной природы, а именно с одной стороны, как совокупности внутренних ресурсов субъектов национальной экономики, используемых при создании и производстве продукции/услуги, конкурентоспособной на мировом рынке, а с другой стороны, как инструмента поддержки реализации конкурентных преимуществ этих субъектов на мировых рынках с учетом национальных интересов страны.

В ходе диссертационного исследования был проведен обзор и анализ существующих классификаций экспортного потенциала, на основе которого определена потребность в классификации, учитывающей внешнего влияния мировой экономики. Была предложена классификация факторов формирования экспортного потенциала во взаимосвязке с современными тенденциями мировой экономики, например, с ростом наукоемкости производства и инновационной активностью; выявлены особенности экспортной деятельности субъектов малого и среднего бизнеса в международном бизнесе.

В рамках диссертационного исследования была проанализирована роль субъектов МСБ в международном бизнесе, выделены особенности и «тонкие» места его экспортной деятельности, проанализированы возможности МСБ в глобальных цепочках добавленной стоимости, обоснована необходимость стимулирования включения российского МСБ в мировую экономику и «нисходящие» глобальные цепочки добавленной стоимости, что одновременно позволит повысить степень технологичности производимой продукции МСБ и увеличить их доход внутри международной производственной цепочки.

2 Методика оценки уровня развития экспортного потенциала субъекта национальной экономики

2.1 Существующие методические подходы оценки экспортного потенциала национальной экономики

В работе были проанализированы существующие подходы к оценке экспортного потенциала, выявлены их преимущества и недостатки. Исследуемые подходы были классифицированы следующим образом:

1. Оценка экспортного потенциала путем получения конечного количественного значения показателя, как правило, имеющего вид интегрального показателя:

1.1. Содержательные методики оценки (оценивание элементов экспортного потенциала или определенных факторов) и интегральные методики оценки (поиск обобщенного показателя оценки экспортного потенциала).

В качестве примера таких методик может быть подход, предлагаемый такими учеными как Е.В. Сапир, И.А. Карачев и М. Чжан, которые предлагают понимать под экспортным потенциалом фактически реализованный экспорт и оценивать его через показатель экспортной выручки⁶⁷. В ходе проведения оценки экспортного потенциала авторами был использован метод геоэкономического анализа региональной экономики, соединенный с методом эконометрического моделирования с использованием математической статистики.

Продолжая развивать положения об оценке экспортного потенциала через увеличение экспортных поставок и экспортной прибыли за счет целого комплекса

⁶⁷ Сапир Е.В. Экспортный потенциал российских фармацевтических предприятий в формирующихся региональных кластерах // Экономика региона. – 2016. – Т.12. вып.4. – С. 1194-1204.

факторов, А.И. Волкова и И.А. Карачев предлагают методику оценки влияния управляемых факторов микроуровня на величину экспортных возможностей малой инновационной компании⁶⁸. Данная методика построена на базе использования эконометрического моделирования. Она предполагает соединение основных факторов микроуровня по четырем типам потенциалов: производственного, трудового, финансового и маркетингового. Причем проведен отбор стоимостных показателей из форм статистической и бухгалтерской отчетности с целью использования в модели.

Данная методика позволяет определить узкие места в развитии компании, идентифицировать сферы, в которых возможна реализация резервов и как следствие развитие экспортной деятельности компании.

В качестве преимуществ данной методики можно выделить то, что она позволяет найти «узкие» места в текущей деятельности и развитии компании, определить области, где возможно реализовать резервы, в том числе за счет развития экспортной деятельности. Кроме того, методика не предполагает применения специализированного программного обеспечения, имеет простоту применения и дает возможность определить элементы внутренней среды компании, позволяющие усилить ее конкурентоспособность на зарубежных рынках.

В свою очередь, в качестве примера интегральной методики оценки экспортного потенциала можно привести методику комплексной оценки экспортного потенциала компании с помощью радара экспортного потенциала и интегрального показателя, разработанную Т.И. Чирановой⁶⁹. Данная методика предполагает последовательность этапов оценки: установление целей и задач оценки, определение ключевых элементов экспортного потенциала, показателей их оценки и порядок расчета данных показателей, использование «радара экспортного потенциала». Результатом методики является формирование выводов

⁶⁸ Волкова А.И., Карачев И.А. Факторы роста экспортного потенциала малого инновационного предприятия // Вестник финансового университета. – 2016. – № 6. – С. 31-38.

⁶⁹ Чиранова, Т.И. Комплексная оценка внешнеэкономического потенциала промышленного предприятия региона // Регионоведение. – 2009. – №2 (67). – С. 120-127.

о конкурентных преимуществах исследуемых компаний, в сравнении друг с другом и внешним рынком в целом.

К недостаткам данной методики можно отнести ограниченность случаев ее применения, так как получение расширенных результатов возможно только при наличии обширной, полной и достоверной информации о фирме-конкуренте, в сравнении с которой проводится оценка.

1.2. Совмещение математических исчислений и методов экспертных оценок.

К таким методикам можно отнести методики оценки, разработанные С. Дубковым, С. Дадаленко, Д. Фоменко, Е.А. Мазилковым, Д.Г. Сухих и В.М. Кац^{70,71,72}.

С. Дубков, С. Дадаленко, Д. Фоменко разработали методику оценки экспортного потенциала промышленной компании, отражающей совмещение математических исчислений с методом экспертных оценок. Авторы предложили систему из десяти показателей, которые могут быть количественно измерены, и отражают внутреннюю и внешнюю среду компании.

Недостатком данной методики является невозможность ее использования для оценки экспортного потенциала компании на стадии открытия экспортного направления. Так как большинство из используемых показателей, ориентированы на оценку экспортной деятельности компании, уже занимающегося экспортом и которые не могут быть рассчитаны для компании, только планирующего начать экспортную деятельность из-за отсутствия данных. Вследствие чего, только 3-и из 10-ти предложенных показателей могут быть применены к начинающими экспортерами.

В свою очередь, Е.А. Мазиллов предлагает методику оценки экспортного потенциала через расчет интегрального показателя «индекс экспортного потенциала субъектов малого и среднего бизнеса». Она включает в себя проведение экономико-математических расчетов уровня развития экспортного

⁷⁰ Дубков, С.А. Формирование оценки экспортного потенциала промышленных предприятий // Банкаускiвесник. – 2011. – № 28 – С. 29-35.

⁷¹ Мазиллов Е.А. Экспортный потенциал малых и средних предприятий // Проблемы развития территории. – 2015. – Вып.5(79). – С.26-35.

⁷² Сухих, Д.Г. Методики оценки экспортного потенциала предприятия. Российский опыт // Вестник науки Сибири. – 2015. – № 2. – С. 62-75.

потенциала на основе системы определенных критериев. Кроме того, методика предполагает использование результатов опросов руководителей компаний и экспертов в области ВЭД

Результатом применения данной методики является рейтинговая оценка экспортного потенциала субъектов малого и среднего бизнеса, которая в свою очередь позволяет ранжировать экспотоориентированный малый и средний бизнес по уровню экспортного потенциала.

Преимущество разработанной методики заключается в доступности необходимой для анализа информации, простоте расчетов и учете факторов как внешней, так и внутренней среды компании.

Данная методика наглядно и точно отражает уровень развития экспортного потенциала компании, давно работающей на зарубежном рынке, так как учитывает и мнение сторонних экспертов, и влияние внутренних и факторов внешней среды. Основное преимущество рассматриваемой методики – визуальная оптимизация, благодаря которой данные, полученные в результате анализа, значительно легче воспринимаются пользователем.

2. Методики оценки экспортного потенциала, использование которых не приводит к получению конечного количественного значения показателя, а представляет собой последовательный анализ элементов, составляющих экспортный потенциал:

2.1 Сложные многофакторные методики оценки, позволяющие дать оценку структуре экспорта и более точно выявить его специализацию.

М.С. Сычев в своей работе устанавливает структурные элементы экспортного потенциала, и разрабатывается комплекс методических вопросов по оценке эффективности использования экспортного потенциала как фактора конкурентоспособности компании. В свою очередь, Е.В. Волкова предлагает практические рекомендации, обеспечивающие эффективное формирование и реализацию экспортного потенциала промышленных компаний. В.О. Мосейко и Ю.М. Азмина процесс оценки экспортного потенциала представляют как алгоритм, который включает в себя несколько этапов. Оценку экспортного

потенциала как некий алгоритм также представляют С.И. Ультан и Н.Ю. Роговская .

Данные авторы предполагают оценку, представляющую на структурном уровне систему проблемно-содержательных блоков, каждый из которых включает в себя набор определенных показателей – индикаторов, базирующихся на оценке экспортного потенциала через сравнение продукции/услуги или результатов деятельности компании с конкурентами.

Методику оценки экспортного потенциала промышленной компании предлагает П.В. Манин⁷³. Данная методика базируется на выделении общего экспортного потенциала и частного экспортного потенциала, при этом общий экспортный потенциал компании рассматривается как сумма его частных экспортных потенциалов. На основе чего П.В. Манин предлагает механизм управления частным экспортным потенциалом. По его мнению, любая компания может развивать собственный экспортный потенциал по товарному направлению (повышение конкурентоспособности уже имеющихся в производстве товаров, либо создание новых и расширение ассортимента экспорта) и географическому направлению (увеличение экспортного потенциала за счет завоевания новых рынков или увеличения сбыта продукции на уже освоенных рынках).

В связи с этим, выделяются четыре переменных экспортного потенциала компании: существующий товар, новый товар, освоенный рынок, перспективный рынок. Комбинация данных переменных позволяет определить четыре направления развития локального экспортного потенциала промышленной компании: экспортный потенциал существующего товара на освоенном рынке; экспортный потенциал существующего товара на перспективном рынке; экспортный потенциал нового товара на освоенном рынке; экспортный потенциал нового товара на перспективном рынке. Каждое направление развития анализируется через использование экономических показателей, что позволяет

⁷³ Манин, П.В. Механизм управления экспортным потенциалом промышленного предприятия // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2015. – № 3. – С. 32-40.

получить качественную, количественную и структурную оценку деятельности компании.

В свою очередь, Н.Г. Серова для анализа экспортных возможностей компании предполагает анализ показателей деятельности компании, который включает в себя элементы, учитывающие брендинг продукции. По мнению Н.Г. Серовой, на зарубежном рынке важна «узнаваемость» компании и бренда продукции/услуги, которую она предоставляет.

Несомненно, является важным составляющим экспортного потенциала компании. Однако, методика не содержит указания методов, моделей и экономических подходов, которые используются при оценке экспортного потенциала компании с помощью брендинга. Кроме того, не учитывается финансовая составляющая и маркетинговая составляющая как важные элементы планирования экспортной деятельности.

2.2. Экспертные методики/качественные и балльные оценки, базирующиеся на системе оценок в баллах и подразумевающие привлечение к оценке специалистов-экспертов.

Примером метода экспертных оценок может служить метод экспортной диагностики компании⁷⁴. Экспортная диагностика основывается на оценивании ключевых функций компании, служащих индикаторами готовности компании к экспорту:

- производство – возможность расширения охвата используемых в производстве производственных мощностей, и при необходимости, переориентация их в соответствии с потребностями экспортной деятельности (включая необходимую емкость склада; систему оценки качества поставщиков);
- логистика – разработка логистической цепочки поставки: определение оптимальных сроков поставки для каждого зарубежного рынка; эффективность работы субподрядчиков; опыт в проведении таможенных операций;

⁷⁴ Сухих, Д.Г. Методики оценки экспортного потенциала предприятия. Российский опыт // Вестник науки Сибири. – 2015. – № 2. – С. 62-75.

- финансы – способность компании самостоятельно финансировать экспортную деятельность и определение ценовой политики компании на внешних рынках (включая кредитоспособность – финансовая состоятельность/банковская поддержка; доступ и использование государственными программами финансовой поддержки экспорта; конкурентоспособность по цене продукции/услуги на внешних рынках);

- маркетинг-исследования – разработка системы маркетинговых исследований зарубежных рынков – сбор, обработка и анализ деловой информации из надежных источников информации;

- маркетинг-продвижение – разработка комплекса маркетинговых мероприятий по продвижению продукции/услуги на внешние рынки;

- дистрибуция – определение возможности переориентации, адаптации и/или разработка новой системы дистрибуции продукции на зарубежных рынках сбыта;

- юридические аспекты – знание национального и международного законодательства, в том числе в области законодательных аспектов составления международных контрактов (включая знание таможенного законодательства (местного и зарубежного); возможность пользоваться государственной поддержкой, оказываемой экспортной деятельности; наличие государственной организации, занимающейся страхованием экспортных кредитных рисков).

Для оценивания каждого из вышеперечисленных критериев используется бальная оценка по шкале от 1 до 5, в зависимости от развитости функции. Результаты оценки по каждому критерию суммируются.

По итогам оценки экспортного потенциала компания может прийти к выводам о наличии или отсутствии недостатков товара относительно внешнего рынка.

В результате, из вышеприведенного анализа существующих методик оценки экспортного потенциала, можно сделать следующие выводы:

- несмотря на существующее многообразие методик оценки экспортного потенциала, большинство из них имеют проблемы практического применения из-

за ограниченности источников достоверной информации для расчета предлагаемых показателей;

- существующие методики не предоставляют возможности сравнить объем и качество необходимых внутренних ресурсов с требованиями внешней среды;

- существующие методики не предоставляют возможности выявления и анализа общемировых тенденций и требований локальных внешних рынков и оценка их влияния на экспортный потенциал компании;

- существующие методики не предоставляют возможности выявить сильные и слабые стороны экспортного потенциала компании относительно совокупности требований мирового отраслевого рынка (отраслевой аспект экспортного потенциала) в целом и локальных зарубежных рынков (региональный аспект экспортного потенциал) в частности.

Таким образом, в ходе диссертационного исследования была выявлена необходимость разработки методики оценки экспортного потенциала, которая решает следующие задачи:

- учет регионального и отраслевого аспектов экспортного потенциала;
- анализ влияния тенденций мировой экономики на формирование и развитие экспортного потенциала национальной экономики;

- определение потенциально интересных внешних рынков для экспорта;
- выявление слабых и сильных сторон экспортного потенциала компании относительно мирового отраслевого рынка и отдельного зарубежного локального рынка;

- простота применения и понятность трактовки результатов.

В итоге, в ходе диссертационного исследования была разработана методика, достигающая вышеперечисленные цели.

2.2 Методика оценки уровня развития экспортного потенциала субъекта национальной экономики

В ходе диссертационного исследования была разработана методика оценки уровня развития экспортного потенциала субъекта национальной экономики с учетом влияния тенденций развития мировой экономики на формирование экспортного потенциала национальной экономики.

Применение данной методики должно осуществляться организацией, входящей в структуру государственной поддержки экспорта, и представляющую собой «единое окно» поддержки экспортоориентированных субъектов, специалист которого работают непосредственно с представителями бизнеса. Такой организацией в РФ в настоящее время является Российский экспортный центр (РЭЦ), функции и деятельность которого подробнее будут рассмотрены в третьей главе настоящей работы. Специалисты РЭЦ применяют разработанную методику совместно с сотрудниками обратившегося за поддержкой хозяйствующего субъекта с целью получения более точных результатов. Данная методика главным образом, нацелена на предоставление помощи субъектам МСБ, так как дает возможность расширенного анализа экспортного потенциала субъекта МСБ без проведения дорогостоящих международных исследований.

Разработанная методика включает в себя два взаимосвязанных этапа:

1). Первый этап позволяет изучить отраслевой аспект экспортного потенциала, а именно производственно-технологические факторы формирования экспортного потенциала, анализ которых дает возможность оценить работу отрасли в целом на международном уровне.

Оценка проводится на основе анализа пунктов предоставляющих возможность изучить специфические особенности деятельности отрасли, которые, с одной стороны, касаются применяемых технологий, уровня инновационного развития и отношения отрасли к инновациям, а, с другой

стороны, отражают условия работы и правила построения трудовых взаимоотношений в отрасли, а также действующую профессиональную культуру:

- анализ требований обязательной и необязательной сертификации;
- анализ соответствия продукции/услуги международным стандартам;
- анализ использования современных техник и технологий;
- анализ наличие достаточных производственных мощностей;
- анализ уровня инновационности компании (интенсивность совершенствования);
- анализ правил и условий работы отрасли, включая нормы существующей профессиональной культуры.

Результатом первого этапа является оценка общего экспортного потенциала национальной компании, отражающего соответствие факторов формирования экспортного потенциала требованиям, предъявляемым отраслью на мировом уровне. Оценка общего экспортного потенциала происходит с помощью бальной оценки пунктов. Каждый пункт оценивается на основе присвоение ему баллов, количество которых варьируется от нуля до трех: 0 баллов – невозможно оценить критерий; 1 балл – полностью не соответствует; 2 балла – частично не соответствует; 3 балла – соответствует.

Суммарная оценка общего экспортного потенциала национальной компании строится на:

1. Оценке по конкретному критерию, которая определяется на основе присвоения каждому критерию определенного балльного значения.

2. Оценке общего экспортного потенциала (ОЭП) национальной компании, которая рассчитывается как отношение суммарного количества полученных баллов к максимально возможному количеству баллов по оцениваемым критериям (формула 1):

$$\text{Оценка ОЭП} = \frac{\text{Сумма всех полученных баллов по пунктам}}{\text{Количество оцениваемых пунктов} \times 3} \times 100\% \quad \text{Формула 1}$$

Интерпретация результатов оценки общего экспортного потенциала (ОЭП), представлена в таблице 2.1. Оптимальное число групп было определено в результате применения формулы Стерджесса:

Формула 2

$$n = 1 + 3,322 \times \log N,$$

где n – число групп; N – число единиц совокупности.

В результате произведенных расчетов оптимальное число групп составило n=4.

Таблица 2.1 – Определение уровня развития общего экспортного потенциала

Итоговый показатель оценки ОЭП (%)	≥ 0% ≥ 35%	≥36% ≥ 79%	≥ 80% > 100%	= 100%
Уровень развития ОЭП	Начальный уровень	Средний уровень	Достаточный уровень	Высокий уровень

Источник: составлено автором

Начальный уровень развития ОЭП означает, что компания ни в какой мере не обеспечено соответствие требованиям, предъявляемым отраслью в целом; средний уровень развития ОЭП – требуются существенные доработки в продукции/услуге и/или деятельности до начала/расширения для соответствия отраслевым требованиям; достаточный уровень развития ОЭП – требуются не существенные доработки в продукции/услуге и/или деятельности для соответствия отраслевым требованиям; высокий уровень развития ОЭП предполагает, что требования, предъявляемые отраслью в полной мере удовлетворены.

Первый этап может быть проведен самостоятельно хозяйствующим субъектом, по необходимости привлекая специалистов российского экспортного центра для получения информации о зарубежных рынках.

2). Второй этап предполагает оценку регионального аспекта экспортного потенциала национальной компании и состоит из двух фаз:

2.1). В рамках первой фазы экспортный потенциал оценивается с точки зрения страновой принадлежности компании.

В работе был доработан рейтинг привлекательности зарубежных страновых рынков для российского экспорта несырьевых неэнергетических товаров, разработанный российским экспортным центром, а именно:

– был расширен перечень применяемых показателей и добавлены показатели, учитывающие влияние **предпринимательской культуры** целевого внешнего рынка: экономические последствия насилия, глобальный индекс терроризма, глобальный индекс миролюбия, индекс инноваций;

– все показатели были сгруппированы на четыре блока в соответствии с факторами формирования экспортного потенциала. Каждый из блоков учитывает влияние **предпринимательской культуры** целевого внешнего рынка: экономические последствия насилия (социально-экономические факторы), глобальный индекс терроризма (политико-правовые факторы), глобальный индекс миролюбия (национально-культурные факторы), индекс инноваций (производственно-технологические факторы) (Таблица 2.2)^{75,76}.

По каждой группе факторов рассчитывается промежуточный рейтинг, отражающий привлекательность рынка страны с точки зрения данной группы факторов.

По каждому из параметров страны ранжируются согласно выбранному способу для каждого параметра, и фиксируется их место. В случае, когда страны имеют одинаковое значение параметра, им присваивается одинаковое место, а следующая уступающая им страна получает место с учетом выпадающих позиций. После рассчитывается среднее арифметическое место страны по параметрам, входящим в конкретную группу факторов.

⁷⁵ Мальшева, Е.В. Предпринимательская культура как качественная характеристика предпринимательской деятельности // Теоретические и прикладные вопросы образования и науки: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 31 марта 2014 г.: в 13 частях. Часть 12. Тамбов: ООО «Консалтинговая компания Юникон», 2014. 188 с. – С.104-105.

⁷⁶ Мальшева, Е.В. Предпринимательская культура как фактор инновационного развития экономики // Актуальные вопросы современной экономики в глобальном мире: материалы III международной научно-практической конференции. – Махачкала: Издательство ДГУ, 2014. 273 с. – С.93-94.

Итогом оценки является расчёт общего ренкинга, отражающего степень привлекательности страны для российского экспорта, с точки зрения совокупности всех четырех групп факторов.

Таблица 2.2 – Список показателей, применяемых в методике оценки уровня развития экспортного потенциала субъекта национальной экономики

Социально-экономические факторы	Политико-правовые факторы	Национально-культурные факторы	Производственно-технологические факторы
Темпы роста ВВП	Простота импорта	Языковая близость	Прирост импорта
Прирост ВВП	Таможенный тариф	Глобальный индекс миролюбия	Объем импорта
Концентрация импорта	Участие в торговых союзах		Темп роста импорта
Транспортная доступность	Нетарифные ограничения		Индекс инноваций
Импорт из России			
Комплементарность торговли			
Прогноз импорта			
Экономические последствия насилия			

Источник: составлено автором

К добавленным показателям относятся следующие:

1. Социально-экономические факторы:

1.1). Экономические последствия насилия. Конфликты, убийства и другие виды насилия препятствуют росту производительности, богатства и стабильности экономики отдельного государства и всей мировой экономики в целом.

Термин «экономические последствия насилия» используется для объяснения совокупного эффекта прямых и косвенных затрат и мультипликативного эффекта, тогда как экономические издержки насилия представляют собой прямые и косвенные издержки насилия. Когда страна избегает экономических последствий насилия, она получает дивиденды от мира.

Данный показатель используется для оценки предпринимательской культуры в социально-экономических факторах и демонстрирует безопасность

предпринимательской деятельности в выбранной стране и уверенность ее общества в «завтрашнем дне».

В общем итоге, страны ранжируются по убыванию показателя, то есть чем выше место, тем меньше экономические последствия насилия в стране.

2. Политико-правовые факторы:

2.1). Глобальный индекс терроризма представляет собой комплексное исследование, которое измеряет уровень террористической активности в различных странах мира и демонстрирует, какие из стран и в каких масштабах сталкиваются с угрозой терроризма⁷⁷.

Данный показатель используется для оценки предпринимательской культуры в политико-правовых факторах и демонстрирует безопасность предпринимательской деятельности в выбранной стране.

Страны ранжируются по убыванию показателя – чем выше место, тем ниже террористическая угроза в стране.

3. Национально-культурные факторы:

3.1). Языковая близость. Показатель языковой близости был включен в методику так как, язык представляет собой исторически сложившуюся систему словесного выражения мыслей, используемую как средство общения и передачи информации в обществе и влияющую на формирующий порядок действий. Кроме того, язык может представлять собой один из самых серьезных барьеров при начале экспортной деятельности, так и быть одним из основных инструментов, способствующих ей.

Языковая близость может быть также использована в качестве критерия определения различий в национальных культурах и способов преодоления трудностей при прививании предпринимательской культуры.

Например, результатом исследования языковой близости между Европейскими странами, которое было произведено И. Дайеном, Дж. Крускалом

⁷⁷ Global Terrorism Index 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: visionofhumanity.org/reports (дата обращения: 12.07.2019).

и П. Блэйком стало построение матрицы расстояний между индоевропейскими языками (Таблица 2.3)⁷⁸.

В таблице 2.3 представлена матрица с помощью, которой можно определить степень близости различных языков, варьирующуюся от 0 до 1, где 0 отражает максимальную схожесть языков, а 1 – максимальное расхождение. Согласно принципу языковой близости исследователями было выделено три группы среди исследуемых стран:

Таблица 2.3 – Матрица расстояний между языками⁷⁹

	IT	FR	SP	PT	GE	NL	SW	DA	EN	SV	CZ	SK	PL	RU	UA
IT		0,20	0,21	0,23	0,73	0,74	0,74	0,74	0,75	0,76	0,75	0,75	0,76	0,76	0,77
FR	0,20		0,27	0,29	0,76	0,76	0,76	0,76	0,76	0,78	0,77	0,76	0,78	0,77	0,78
SP	0,21	0,27		0,13	0,75	0,74	0,75	0,75	0,76	0,77	0,76	0,75	0,77	0,77	0,78
PT	0,23	0,29	0,13		0,75	0,75	0,74	0,75	0,76	0,78	0,76	0,76	0,78	0,77	0,78
GE	0,73	0,76	0,75	0,75		0,16	0,30	0,29	0,42	0,73	0,74	0,74	0,75	0,76	0,76
NL	0,74	0,76	0,74	0,75	0,16		0,31	0,34	0,39	0,75	0,76	0,75	0,77	0,78	0,79
SW	0,74	0,76	0,75	0,74	0,30	0,31		0,13	0,41	0,75	0,75	0,74	0,76	0,75	0,76
DA	0,74	0,76	0,75	0,75	0,29	0,34	0,13		0,41	0,73	0,75	0,73	0,75	0,74	0,76
EN	0,75	0,76	0,76	0,76	0,42	0,39	0,41	0,41		0,75	0,76	0,75	0,76	0,76	0,78
SV	0,76	0,78	0,77	0,78	0,73	0,75	0,75	0,73	0,75		0,34	0,31	0,37	0,39	0,36
CZ	0,75	0,77	0,76	0,76	0,74	0,76	0,75	0,75	0,76	0,34		0,09	0,23	0,26	0,24
SK	0,75	0,76	0,75	0,76	0,74	0,75	0,74	0,73	0,75	0,31	0,09		0,22	0,26	0,19
PL	0,76	0,78	0,77	0,78	0,75	0,77	0,76	0,75	0,76	0,37	0,23	0,22		0,27	0,20
RU	0,76	0,77	0,77	0,77	0,76	0,78	0,75	0,74	0,76	0,39	0,26	0,26	0,27		0,22
UA	0,77	0,78	0,78	0,78	0,76	0,79	0,76	0,76	0,78	0,36	0,24	0,19	0,20	0,22	

– значение языковой близости стран, входящих в первую группу языков колеблется от 0,13 до 0,29 (Италия, Франция, Испания и Португалия);

– вторая группа (Германия, Нидерланды, Швеция, Дания и Великобритания): от 0,16 до 0,42;

– третья группа (Словакия, Чехия, Польша, Россия и Украина): от 0,19 до 0,39.

Как видим, разделение на группы по языковой близости совпадает с географическим соседством и, как следствие, тесными историческими связями данных стран. То есть, языковая близость может быть объяснена не только географической близостью данных стран, но и схожестью их национальных

⁷⁸ Вербер Ш. Языковое разнообразие и его влияние на экономические и политические решения / Ш. Вербер, Дж. Габжевич, В. Гинзбург, А.В. Савватеев, А.Ю. Филатов // Журнал новой экономической ассоциации. – 2009. – № 3 – 4. С.28-53.

⁷⁹ Там же.

культур. Следовательно, чем ближе показатель языковой близости стран к 1, тем больше различий в их национальных культурах, тем сложнее их представителям найти пути к взаимодействию.

Группировка стран по языковой близости в зависимости от принадлежности к языковым семьям, группам и подгруппам (при расчете показателя использован официальный язык страны).

Странам по языковой близости официального языка страны к русскому языку присваивалось значение от 1 до 3, где:

1 – языки находятся в одной языковой подгруппе,

2 – языки находятся в одной языковой группе,

3 – языки находятся в одной языковой семье.

Страны ранжируются по убыванию показателя – чем меньше значение показателя, тем теснее языковая близость стран.

3.2). Глобальный индекс миролюбия – это комплексный показатель, который отражает миролюбие стран мира, измеряя уровень насилия внутри государства и уровень агрессивности его внешней политики. А также демонстрирует, какие из стран могут быть признаны наиболее безопасными (или наоборот – опасными) для жизнедеятельности индивида и всего общества⁸⁰.

Данный показатель используется для оценки предпринимательской культуры в национально-культурных факторах и демонстрирует безопасность предпринимательской деятельности в выбранной стране.

Страны ранжируются по возрастанию показателя – чем выше место, тем выше уровень миролюбия в стране.

Производственно-технологические факторы:

4.1). Индекс инноваций. Показатель индекс инноваций был включен в методику, потому как инновационное развитие в современном мире столь стремительно, что умение использовать и внедрять инновации в повседневную реальность столь же важно, сколь и их создание.

⁸⁰ Global Peace Index 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: visionofhumanity.org/reports (дата обращения: 12.07.2019).

Использование именно Ренкинга является интересным с точки зрения возможности группировки исследуемых стран как по отдельному применяемому показателю, так и по одной из четырех выделенных групп. В результате это дает возможность исследовать привлекательность стран с точки зрения отраслевой принадлежности хозяйствующего субъекта и региональной принадлежности исследуемых стран в совокупности и по отдельности.

Первая фаза второго этапа проводится специалистами российского экспортного центра, результаты его направляются хозяйствующему субъекту.

Результатом первой фазы является формирование перечня зарубежных рынков, интересных для российских экспортоориентированных компаний с точки зрения продвижения и реализации их продукции/услуги.

2.2). Вторая фаза предполагает оценку выбранных на первой фазе зарубежных рынков и базируется на анализе пунктов, распределенных в соответствии со следующими факторами формирования экспортного потенциала:

– национально-культурные факторы:

- анализ национальной составляющей страны-партнера относительно продукции/услуги компании;
- анализ национальной составляющей страны-партнера относительно общих правил и норм ведения бизнеса;
- анализ культуры потребления продукции/услуги.

– социально-экономические факторы:

- анализ географических особенностей региона, включая развитость инфраструктуры;
- анализ существующих стратегий выхода на внешний рынок и продвижения на нем и выбор и/или разработка подходящей стратегии.

– политико-правовые факторы:

- анализ политических взаимоотношений со страной-партнером;
- анализ отраслевого законодательства страны-партнера;
- анализ таможенного и валютного регулирования страны-партнера;
- анализ соответствия продукции/услуги национальным и

региональным стандартам.

Результатом второй фазы является оценка регионального экспортного потенциала (РЭП) национальной компании, отражающего соответствие факторов формирования экспортного потенциала требованиям, предъявляемым отдельным зарубежным рынком. Оценка регионального экспортного потенциала национальной компании происходит с помощью бальной оценки пунктов, аналогичной бальной оценке, применяемой для оценки общего экспортного потенциала (формула 3). Каждый пункт оценивается на основе присвоение ему баллов, количество которых варьируется от нуля до трех: 0 баллов – невозможно оценить критерий; 1 балл – полностью не соответствует; 2 балла – частично не соответствует; 3 балла – соответствует.

$$\text{Оценка РЭП} = \frac{\text{Сумма всех полученных баллов по пунктам}}{\text{Количество оцениваемых пунктов} \times 3} \times 100\% \quad \text{Формула 3}$$

Интерпретация результатов оценки регионального экспортного потенциала национальной компании представлена в таблице 2.4. Оптимальное число групп было определено в результате применения формулы Стерджесса и составило $n=4$.

Таблица 2.4 – Определение уровня развития регионального экспортного потенциала национальной компании

Итоговый показатель оценки РЭП (%)	$\geq 0\% \geq 35\%$	$\geq 36\% \geq 79\%$	$\geq 80\% > 100\%$	$= 100\%$
Уровень развития РЭП	Начальный уровень	Средний уровень	Достаточный уровень	Высокий уровень

Источник: составлено автором

Начальный уровень развития РЭП означает, что ни в какой мере не обеспечено соответствие требованиям, предъявляемым зарубежным рынком в целом. Средний уровень развития РЭП – требуются существенные доработки в продукции/услуге и/или деятельности до начала/расширения для соответствия требованиям зарубежного рынка. Достаточный уровень развития РЭП –

требуются не существенные доработки в продукции/услуге и/или деятельности для соответствия требованиям зарубежного рынка. Высокий уровень развития РЭП предполагает, что требования, предъявляемые зарубежным рынком в полной мере удовлетворены.

Вторая фаза второго этапа может быть проведена самостоятельно хозяйствующим субъектом, по необходимости привлекая специалистов российского экспортного центра для получения информации о зарубежных рынках.

Результатом методики является оценка интегрального экспортного потенциала (ИЭП) национальной компании, который рассчитывается по формуле 4:

Формула 4

$$\text{Оценка ИЭП} = \frac{\text{ОЭП} + \text{РЭП}}{2}$$

Интерпретация итогового значения интегрального экспортного потенциала национальной компании приведена в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Определение уровня развития интегрального экспортного потенциала национальной компании

Итоговый показатель оценки ИЭП (%)	$\geq 0\% \geq 50\%$	$\geq 51\% \geq 90\%$	$\geq 91\% > 100\%$	= 100%
Уровень развития ИЭП	Начальный уровень	Средний уровень	Достаточный уровень	Высокий уровень

Источник: составлено автором

Начальный уровень развития ИЭП означает, что ни в какой мере не обеспечено соответствие требованиям, предъявляемым отраслью в целом и отдельными зарубежными рынками (отобранными как потенциальные рынки сбыта). Средний уровень развития ИЭП – требуются существенные доработки продукции/услуги и/или деятельности до начала/расширения экспорта.

Достаточный уровень развития ИЭП – требуются не существенные доработки продукции/услуги и/или деятельности до начала/расширения экспорта. Высокий развития уровень ИЭП предполагает, что требования, предъявляемые мировой отраслью и отдельным зарубежным рынком в полной мере удовлетворены.

Результат методики может быть оценен как самостоятельно хозяйствующим субъектом, так и специалистами российского экспортного центра на основе предоставленной информации, содержащей результаты проведенной оценки на двух этапах.

Уровни экспортного потенциала присваиваются компании последовательно, что означает, что для перехода на уровень выше необходимо соответствие критериям предыдущего уровня.

К основным достоинствам данной оценки можно отнести:

- применение как аналитического, так и экспертного метода позволяет использовать в методике как количественные, так и качественные показатели, что повышает достоверность конечного результата;

- двухэтапный характер, который позволяет определить степень соответствия компании и его продукции/услуги уже на первом этапе оценки, позволяя сэкономить ресурсы компании и предложить комплекс необходимых доработок по устранению выявленных несоответствий;

- комплексность оценки позволяет провести сравнительный анализ условий работы и возможностей компании на национальном и международном рынке.

Таким образом, методика оценки уровня развития экспортного потенциала субъекта национальной экономики с учетом влияния тенденций развития мировой экономики на формирование экспортного потенциала национальной экономики, предложенная автором, позволяет провести комплексную оценку привлекательности экспорта с точки зрения одновременно страновой, отраслевой и региональной оценки экспортного потенциала относительно всей мировой отрасли и отдельных зарубежных рынков зарубежных. Расчет значения интегрального экспортного потенциала дает возможность определить уровень развития экспортного потенциала хозяйствующего субъекта, что обуславливает

необходимость или ее отсутствие в преобразованиях деятельности хозяйствующего субъекта.

Предлагаемая методика может быть использована научно-исследовательскими и государственными организациями с целью оценки экспортного потенциала национальной экономики и ее субъектов, а также российскими экспортоориентированными компаниями с целью оценки их экспортного потенциала. Методика может применяться в отношении любых компаний независимо от их размера, но приоритет отдается малому и среднему бизнесу, так как с точки зрения автора, для данной категории субъектов национальной экономики предлагаемая методика будет наиболее продуктивной, вследствие ограниченности их ресурсов и возможностей для проведения масштабных международных исследований.

2.3 Методические рекомендации по выбору потенциальных зарубежных рынков сбыта

В работе была апробирована методика оценки уровня развития экспортного потенциала субъекта национальной экономики с учетом влияния тенденций развития мировой экономики на формирование экспортного потенциала национальной экономики на примере российского производителя медицинских изделий (относящихся к высокотехнологичной продукции) ЗАО НПП «МедИнж», которая относится к малому и среднему бизнесу (МСБ)⁸¹. Компания является действующим российским экспортером и поставляет в разные страны мира протез

⁸¹ Приказ Министерства промышленности и торговли РФ от 23 июня 2017 г. N 1993 "Об утверждении Перечня высокотехнологичной продукции, работ и услуг с учетом приоритетных направлений модернизации российской экономики и перечня высокотехнологичной продукции" Приложение N 1. Перечень высокотехнологичной продукции, работ и услуг с учетом приоритетных направлений модернизации российской экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/71723014/53f89421bbdaf741eb2d1ecc4ddb4c33/> (дата обращения 23.05.2021).

клапана сердца, который сертифицирован на соответствие применимым европейским директивам и регламентам и имеет сертификат системы менеджмента качества на соответствие стандарту ISO 13485 «Medical devices. Quality management systems. Requirements for regulatory purposes». Сертификаты выдал международный орган по сертификации, который имеет деловую репутацию надежного и качественного органа по сертификации в мире. На мировом рынке компания работает через своего уполномоченного представителя компанию Cardimed B.V. (Нидерланды). Анализ согласно предлагаемой методике был проведен относительно изделия «Кольца для аннулопластики». Которое еще не имеет сертификата соответствия, но планируется поставляется на мировой рынок, в том числе рынок стран европейского союза.

Таблица 2.6 – Анализ критериев оценки согласно первому этапу методики оценки уровня развития экспортного потенциала субъекта национальной экономики

№	Наименование критерия	Присвоенный балл и расшифровка
1	анализ требований обязательной и необязательной сертификации	2 балла – частично не соответствует
2	анализ соответствия продукции международным стандартам	2 балла – частично не соответствует
3	анализ использования современных техник и технологий	3 балла – соответствует
4	анализ наличие достаточных производственных мощностей	3 балла – соответствует
5	анализ уровня инновационности компании (интенсивность совершенствования)	3 балла – соответствует
6	анализ правил и условий работы отрасли, включая нормы существующей профессиональной культуры	3 балла – соответствует
Сумма всех полученных баллов по критериям		16 баллов
Итоговый показатель оценки ОЭП (%)		89 %
Уровень развития общего экспортного потенциала		Достаточный уровень – требуются не существенные доработки в продукции/услуге и/или деятельности компании для соответствия отраслевым требованиям

Источник: составлено автором

На первом этапе методики был проанализирован отраслевой аспект экспортного потенциала, который позволил определить соответствия компании и ее продукции требованиям мирового рынка медицинских изделий и определить уровень развития общего экспортного потенциала (Таблица 2.6).

На втором этапе, в рамках первой фазы методики был проведен ренкинг рынков стран потенциальных партнеров, результаты общего ренкинга представлены в Таблице А.1 Приложения А.

Как видно из Таблицы А.1, общий ренкинг состоит из 110 стран мира, которые ранжированы от самого высокого показателя к самому низкому.

Первенство в ренкинге принадлежит Германии, что вполне ожидаемо, так как рынок Германии является привлекательным, не только благодаря высокому приросту ВВП и широкому распространению инноваций во всех областях экономики, но и в результате развитости инфраструктуры включая транспортную инфраструктуру. Второе место, принадлежащее Польше может быть объяснено высоким показателем языковой близости, транспортной доступности, простоты импорта и таможенного тарифа. Также можно отметить такие страны как Нидерланды, Швейцария, Канада, Испания другие страны с потенциально интересными рынками для экспорта российских товаров/услуг.

Если рассматривать ренкинг по факторам формирования экспортного потенциала, то с точки зрения социально-экономических факторов для российских компаний наиболее привлекательны рынки таких стран, как, к примеру, Египет и Индия, что подтверждается тем, что Египет занимает 6 место в несырьевом неэнергетическом экспорте России и 17 место в общем экспорте⁸². Так же вполне ожидаемо в первую десятку вошли Германия, которой у России давние хорошо налаженные деловые связи, Китай, с которым РФ все больше сближается во всех сферах от экономической до социальной, и Турция, которая последнее время становится одним из ключевых партнеров России в юго-западной Азии.

⁸² Энциклопедия экспортера. Регионы и страны мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.exportcenter.ru/international_markets/world_map (дата обращения: 23.01.2019)

Со стороны политико-правовых факторов первенство держат страны СНГ, так в первую тройку входят Белоруссия, Казахстан и Армения, Киргизия занимает 6 место, перечисленные страны являются партнерами России по ЕАЭС, интеграционные процесс внутри которой в настоящее время стремительно развиваются, приводя к более тесному сближению рынков стран участниц.

В национально-культурных факторах приоритет отдается таким странам как, к примеру, Исландия, Новая Зеландия, Швейцария, что может объясняться влиянием индекса миролюбия и общественным спокойствием и благополучием данных государств.

Производственно-технологические факторы делают упор на страны с высоким уровнем инновационности экономики – стремлением не только разрабатывать, но и внедрять новые и новейшие техники и технологии. К таким странам, например, относятся Германия, США, Республика Корея, Китай и др.

Относительно партнеров России по БРИКС можно отметить, что Китай занимает 52 место, что подтверждается его 129 местом в объеме несырьевого неэнергетического экспорта, Индия располагается на 77 месте, что может быть объяснено высокой степенью террористической угрозы и межконфессиональных конфликтов в стране. В свою очередь Бразилия находится на 80 месте, а ЮАР – 89 место, такое местоположение может быть объяснено довольно низкими результатами по все показателям, особенно по темпам роста импорта, простоте импорта, нетарифным ограничениям, приросту импорта и транспортной доступности. Что подтверждается местом в общем российском экспорте: Бразилия – 35 место; ЮАР – 86 место. И также местом в несырьевом неэнергетическом экспорте: Бразилия – 24 место; ЮАР – 71 место⁸³.

⁸³ Энциклопедия экспортера. Регионы и страны мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.exportcenter.ru/international_markets/world_map (дата обращения: 23.01.2019)

Анализ полученных результатов в разрезе регионов мира показал, что в Азии, среди привлекательных для российского экспорта стран можно отметить такие страны как Япония, Киргизия, Республика Корея, Сингапур, что объясняется высокими значениями показателей простоты импорта, прироста импорта и транспортной доступности (рисунок 2.1). Так, к примеру, по объему товарооборота в 2017 году Япония занимает 9 место среди стран в общем товарообороте в РФ, а Республика Корея – 8 место^{84,85}.

В Северной Америке одну из лидирующих позиций занимает США, несмотря на существующие политические разногласия, благодаря высокому показателю индекса инноваций, низкому уровню наличия нетарифных ограничений, приемлемому уровню таможенного тарифа и высокой степени участия в различных торговых союзах рынок Соединенных штатов является одним из самых привлекательных внешних рынков для российского экспорта. США занимает 10 место в общем экспорте России и 5 место в несырьевом неэнергетическом экспорте России⁸⁶. За период 2013-2019 годов Россия поставила в США товаров на сумму 52 млрд долларов, более половины российских поставок по-прежнему составляют: минеральные продукты – экспорт нефти и нефтепродуктов; металлы и изделия из них – на 50% экспорт алюминия и изделий из него, на 39 % – «черные металлы»⁸⁷.

На Ближнем Востоке первенство держат ОАЭ, которые по многим позициям занимает высокое положение в ренкинге, а именно по концентрации импорта, объемам импорта, темпы роста импорта, прироста импорта, импорту из России и индексу инноваций. Третью строчку в регионе занимает Израиль, привлекательность которого заключается в языковой транспортной доступности и уровне таможенного тарифа и конечно языковой близости, так как в Израиле живет много выходцев из Советского союза, что, несомненно, является большим плюсом для российского малого и

⁸⁴ Энциклопедия экспортера. Регионы и страны мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.exportcenter.ru/international_markets/world_map (дата обращения: 23.01.2019)

⁸⁵ Там же.

⁸⁶ Там же.

⁸⁷ Федеральная таможенная службы Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.customs.ru (дата обращения: 22.01.2019).

среднего бизнес. Укрепление торговых взаимоотношений между странами подтверждается тем, что Турция занимает 4 место в общем экспорте России и 5 место в несырьевом неэнергетическом экспорте⁸⁸.

Касаемо ЕАЭС, первой в ренкинге стоит Белоруссия, которая держит первенство в таких показателях как концентрация импорта, таможенный тариф, транспортная доступность, участие в торговых союзах, нетарифные ограничения и языковая близость. Но сильно уступает по показателям прироста импорта и прогноза импорта, а также индекса инноваций и темпов роста ВВП. В свою очередь, в объеме общего экспорта Белоруссия занимает 5 место, а в несырьевом неэнергетическом экспорте – 3 место⁸⁹. Киргизия – 19 место, Казахстан занимает 22 место, а Армения – 42 место. Что отличается от мест, занимаемых данными странами в несырьевом неэнергетическом экспорте: Киргизия – 34 место, Казахстан – 2 место, Армения – 36 место. Это может быть объяснено, что с Казахстаном РФ состоит в таможенном союзе, что во многом облегчает экспортные процедуры, а налаженные связи, оставшиеся после СССР, усиливают привлекательность Казахстана для российского экспорта.

⁸⁸ Энциклопедия экспортера. Регионы и страны мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.exportcenter.ru/international_markets/world_map (дата обращения: 22.01.2019)

⁸⁹ Там же.

Таблица 2.7 – Анализ критериев оценки согласно второй фазе второго этапа методики оценки уровня развития экспортного потенциала субъекта национальной экономики

№	Наименование критерия	Присвоенный балл и расшифровка
– национально-культурные факторы		
1	анализ национальной составляющей страны-партнера относительно продукции компании	3 балла – соответствует
2	анализ национальной составляющей страны-партнера относительно общих правил и норм ведения бизнеса	3 балла – соответствует
3	анализ культуры потребления продукции	3 балла – соответствует
– социально-экономические экспортного потенциала		
4	анализ географических особенностей региона, включая развитость инфраструктуры	3 балла – соответствует
5	анализ существующих стратегий выхода на внешний рынок и продвижения на нем и выбор и/или разработка подходящей стратегии	3 балла – соответствует
– политико-правовые факторы		
6	анализ политических взаимоотношений со страной-партнером	3 балла – соответствует
7	анализ отраслевого законодательства страны-партнера	3 балла – соответствует
8	анализ таможенного и валютного регулирования страны-партнера	3 балла – соответствует
9	анализ соответствия продукции национальным и региональным стандартам	2 балла – частично не соответствует
Сумма всех полученных баллов по критериям		26 баллов
Итоговый показатель оценки РЭП (%)		96 %
Уровень развития регионального экспортного потенциала		Достаточный уровень – требуются не существенные доработки в продукции/услуге и/или деятельности компании для соответствия региональным требованиям

Источник: составлено автором

В Карибском бассейне лидирует Доминиканская республика, у которой с Россией развитые связи в области туризма, в Океании можно отметить Новую Зеландию, основную долю российского неэнергетического экспорта в которую, так же как и в Доминиканскую республику, занимают древесина и целлюлозно-бумажные изделия, продукция химической промышленности и текстиль и обувь^{90,91}. В Южной Америке первую строчку занимает Чили, а в Центральной Америке – Коста-Рика, экспорт России в которые по товарной структуре сравним с экспортом в Новую Зеландию и Доминиканскую республику, исключая только текстиль и обувь^{92,93}.

В рамках реализации второй фазы второго этапа методики, из ренкинга потенциальных рынков сбыта были выбраны Нидерланды и проведен анализ соответствия компании и ее продукции требованиям данных зарубежных рынков, результатом чего стал расчет регионального экспортного потенциала (Таблица 2.7).

Результатом применения методики стал расчет интегрального экспортного потенциала компании, который составил 92,5 % и соответственно достаточный уровень ИЭП, согласно которому требуются незначительные доработки в продукции и деятельности компании для соответствия предъявляемым требованиям на уровне отрасли и отдельного зарубежного рынка. Изменения относительно изделия в основном должны коснуться соответствия требованиям нового международного стандарта ISO 5910, содержащего требования к изделиям для аннулопластики. Изменения, относительно компании должны в основном основываться на требованиях нового Регламента по медицинским изделиям (Regulation (EU) 2017/745 on medical devices), который с мая 2020 года заменяет Директиву.

⁹⁰ Торговля между Россией и Доминиканской Республикой в 2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian-trade.com/reports-and-reviews/2018-02/torgovlya-mezhdu-rossiy-i-dominikanskoj-respublikoy-v-2017-g/> (дата обращения: 22.01.2019).

⁹¹ Внешняя торговля России с Новой Зеландией [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian-trade.com/reports-and-reviews/2017-05/vneshnyaya-torgovlya-rossii-s-novoy-zelandiy-v-1-kv-2017-g/> (дата обращения: 12.07.2019).

⁹² Внешняя торговля России с Коста-Рикой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian-trade.com/statistics/by-country/costa-rica/export/2017/> (дата обращения: 12.07.2019).

⁹³ Внешняя торговля между Россией и Чили [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian-trade.com/statistics/by-country/chile/export/2017/> (дата обращения: 12.07.2019).

Таблица 2.8 – Сравнительный анализ результатов применения методики оценки уровня развития экспортного потенциала малых и средних субъектов национальной экономики

Наименование компании	Группа компаний «Аскент»	Группа компаний «МедИнж»	Группа компаний «Тяжпромарматура»
Отрасль/продукция	Легкая промышленность: производство кожгалантерейных изделий из натуральной кожи	Медицинская промышленность: производство медицинских изделий для кардиохирургии	Тяжелая промышленность: производство высокотехнологичной трубопроводной арматуры для нефтяной, газовой, энергетической и других отраслей промышленности
Общий экспортный потенциал	<u>Начальный уровень (50 %):</u> мировой рынок предъявляет новые требования в области применяемых технологий и используемых инноваций, скорость внедрения которых в компании пока еще слишком медленная	<u>Средний уровень (89 %):</u> продукция компании должна соответствовать международным требованиям к безопасности и эффективности, но в последнее время, данные требования не только количественно увеличились, но и качественно ужесточились	<u>Достаточный уровень (94 %):</u> основными партнерами компании являются крупные нефтяными, газовыми и атомными российскими и иностранными компаниями, что обуславливает высокий производственно-технологический уровень деятельности компании
Региональный экспортный потенциал	<u>Средний уровень (67 %):</u> продукция компании находится под сильным влиянием национально-культурных и социально-экономических факторов экспортного потенциала усложняет задачу соответствия предъявляемым требованиям	<u>Достаточный уровень (96 %):</u> компания работает через зарубежного уполномоченного представителя, что дает возможность высоко уровня учета политико-правовых, социально-экономических и национально-культурных факторов экспортного потенциала	<u>Средний уровень (81 %):</u> компания в основном использует налаженную инфраструктуру (включая политико-правовые и социально-экономические факторы) своих партнеров. Национально-культурные факторы, в свою очередь, не являются значимыми в данном случае.
Интегрированный экспортный потенциал	<u>Средний уровень (59 %):</u> результат объясняется низким уровнем учета всех четырех групп факторов экспортного потенциала	<u>Достаточный уровень (93 %):</u> результат объясняется необходимостью оперативного реагирования на быстроменяющиеся производственно-технологические факторы, что не всегда может быть возможным по объективным причинам	<u>Средний уровень (88 %):</u> результат объясняется низким уровнем учета национально-культурных факторов, в результате реализации таких форм присутствия как производственно-технологическое сотрудничество и международный инжиниринг
Вывод	Должна быть проведена полномасштабная перестройка деятельности компании для соответствия требованиям предъявляемым мировой отраслью и каждым зарубежным рынком в отдельности	Улучшения в основном должны коснуться производственно-технологических факторов, а именно соответствия требованиям новых и обновленных международных стандартов и требованиям нового Регламента по медицинским изделиям	В случае если компания примет решения об использовании других форм присутствия, как, например, «чистый» экспорт, то появится необходимость более тщательной проработки национально-культурных факторов экспортного потенциала

Источник: составлено автором

Так же методика была применена еще для двух субъектов малого и среднего бизнеса, а именно группы компании «Аскент» и группы компаний «Тяжпроарматура», по полученным результатам был проведен сравнительный анализ для трех изученных субъектов МСБ (таблица 2.8).

Таким образом, в рамках второй главы, был проведен обзор и анализ существующих методик оценки экспортного потенциала и определена потребность в разработке методологических подходов к оценке привлекательности экспортной деятельности для предпринимателей с точки зрения одновременно ее страновой, отраслевой и региональной специфики. Для удовлетворения выделенной потребности была предложена методика оценки уровня развития экспортного потенциала субъекта национальной экономики, которая позволяет учесть, с одной стороны отраслевой и региональный аспект экспортного потенциала, а, с другой стороны, влияние мировой экономики в целом.

Данная методика предполагает расчет интегрального индекса экспортного потенциала субъекта национальной экономики, учитывая его региональный и отраслевой аспект. В свою очередь, анализ деятельности и продукции/услуги хозяйствующего субъекта с точки зрения ее привлекательности для зарубежного рынка и соответствия предъявляемым требованиям, который предлагается проводить в ходе применения методики позволяет выработать комплекс мер по устранению выявленных несоответствий.

Применение предложенной методики позволило произвести градацию субъектов, находящихся на начальном, среднем, достаточном и высоком уровнях развития, а также составить перечень потенциально привлекательных стран для российского экспорта с учетом предпринимательской культуры выделенных групп стран-импортеров.

3 Направления формирования экспортного потенциала российской экономики за счет активизации экспортной деятельности малого и среднего бизнеса

3.1 Особенности развития малого и среднего бизнеса в России и современные условия развития экспортного потенциала российской экономики

С целью оценки экспортного потенциала российского малого и среднего бизнеса в ходе диссертационного исследования был проведен анализ деятельности малого и среднего бизнеса в России, проблемы и перспективы его развития.

Стоит отметить, что анализ малого и среднего бизнеса в России имеет ряд трудностей из-за задержек в публикации и отсутствия в открытом доступе данных, а также наличия различий в методиках расчета.

Результаты данного анализа дали возможность сделать следующие выводы:

1. Доля российского МСБ в ВВП в 2016 году составляла 21,5%, в 2017 г. выросла до 22,4%, в 2018 году – 23,6%, в 2019 году – 26,1%, что свидетельствует о стабильной динамике малого и среднего бизнеса, но в тоже время о его небольшой доли в ВВП⁹⁴. К примеру, в странах Европейского союза малые и средние предприятия занимают более 90% всех компаний, обеспечивая при этом 85% всех рабочих мест. В свою очередь, китайский МСБ обеспечил в 2015 г. около 58% ВВП и 68% объемов экспорта, на него приходится 82% существующих и 75% вновь создаваемых рабочих мест, 97,9% всех компаний Китая относится к

⁹⁴ Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 07.04.2021).

МСБ, более того 53,4% всех активов, 62% выручки и 64,3% прибыли приходится на сектор малого и среднего бизнеса⁹⁵. В целом в мире около 90% предприятий относятся к категории малого и среднего бизнеса, по данным ООН. На них занято примерно 70% трудоспособного населения планеты, на их доли в мировом ВВП приходится 50%⁹⁶.

2. В России сектор малого и среднего бизнеса в основном состоит из микрофирм, на которые по данным за 2020 год приходится 95,88 % от общего количества субъектов МСБ, на малые и средние компании приходится 3,81% и 0,31% соответственно (Таблица 3.1). Можно отметить, что изменения в структуре МСБ за последние пять лет происходили по большей части за счет изменений количества микрофирм, когда как количество малых и средних компаний за это время стабильно снижалось, за исключением данных по средним компаниям за 2019 год, когда наблюдался небольшой рост. По динамике изменения общего количества субъектов МСБ за последние пять лет можно отметить, что в последние годы наблюдается снижение количества МСБ. Одним из объяснений сокращения численности МСБ может быть желанием малого бизнеса снизить свои издержки за счет использования налоговых льгот путем перевода в статус ИП отдельных сотрудников, рост которых наблюдался в это же время, а также ухода части МСБ в теневой сектор экономики. Кроме того снижение же численности МСБ в 2020 году по большей части может быть объяснено пандемией COVID-19 и последствиями мер, предпринимаемыми для ее сдерживания.

⁹⁵ Барина В.А. Малый и средний бизнес как фактор экономического роста России. – М. : Изд-во Ин-та Гайдара, 2019. – 308 с.

⁹⁶ Как коронавирус меняет работу малого и среднего бизнеса: закрытие магазинов, поддержка государства и время стартапов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ach.gov.ru/news/kak-koronavirus-menyayet-rabotu-malogo-i-srednego-biznesa-zakrytie-magazinov-podderzhka-gosudarstva-i> (дата обращения: 04.02.2021).

Таблица 3.1 – Численность субъектов малого и среднего бизнеса⁹⁷

	2015		2016		2017		2018		2019		2020	
	Кол-во	Доля в общей численности										
всего субъектов МСБ	5 523 765	100%	5 865 780	100%	6 039 216	100%	6 041 195	100%	5 916 906	100%	5 684 561	100%
микро	5 235 664	94,78%	5 576 939	95,08%	5 751 885	95,24%	5 771 626	95,54%	5 675 756	95,92%	5 450 261	95,88%
малые	267 749	4,85%	268 488	4,58%	267 033	4,42%	250 758	4,15%	224 105	3,79%	216 615	3,81%
средние	20 352	0,37%	20 353	0,35%	20 298	0,34%	18 811	0,31%	17 045	0,29%	17 685	0,31%

3. В отношении занятости населения в сфере малого и среднего бизнеса можно заключить, что фактически каждый пятый работник в России занят в сфере малого и среднего бизнеса, при численности экономически активного населения России около 75,4 млн человек. На 2020 год занятость составила 15 491 144 чел., из них на микрофирмах было занято 48,54% от общего числа занятых, в малых и средних компаниях – 39,66% и 11,80% соответственно (Таблица 3.2). Стоит отметить, что за последние пять лет виден рост количества занятых на микрофирмах и снижение занятости в малых компаниях, что может быть объяснено ростом числа микрофирм и снижением количества малых компаний, что касается же средних компаний то, в этом случае, наблюдается относительная стабильность. Доля МСБ в общей занятости сократилась с 22,0% в 2015 г. до 21,0% в 2019 г.⁹⁸, что происходило преимущественно за счет сокращения числа работников на малых и средних предприятиях и косвенно может свидетельствовать о налоговой оптимизации. В 2020 году также наблюдалось сокращение занятости, что также может быть объяснено пандемией COVID-19.

⁹⁷ Составлено автором на основе данных: Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства (ФНС России) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rmsp.nalog.ru/?t=1612970506331> (дата обращения: 22.05.2021).

⁹⁸ Рабочая сила, занятость и безработица в России (по результатам выборочных обследований рабочей силы). 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/2EfrJGVJ/Rab_sila_2020.pdf (дата обращения: 10.02.2021).

Таблица 3.2 – Занятость населения в секторе МСБ⁹⁹

	2015		2016		2017		2018		2019		2020	
	Кол-во	Доля в общей занятости										
всего занято в субъектах МСБ	15 922 438	100%	15 855 749	100%	16 106 581	100%	15 873 589	100%	15 321 788	100%	15 491 144	100%
микро	6 519 736	40,95%	6 463 949	40,77%	7 029 955	43,65%	7 522 729	47,40%	7 429 623	48,49%	7 519 074	48,54%
малые	7 427 062	46,64%	7 432 979	46,88%	7 099 040	44,08%	6 538 893	41,19%	6 189 172	40,40%	6 143 489	39,66%
средние	1 975 640	12,41%	1 958 821	12,35%	1 977 586	12,27%	1 811 967	11,41%	1 702 993	11,11%	1 828 581	11,80%

4. Отраслевая структура демонстрирует, что существенная доля МСБ занята в торговле и сфере услуг, что для сравнения соответствует аналогичной структуре в странах ОЭСР. Важно отметить, что в сравнении со странами ОЭСР в структуре российского МСБ наблюдается более низкая доля экспортеров и инновационных (производительных) фирм, также дефицит производственных быстрорастущих фирм в секторе малого и среднего бизнеса^{100,101}.

5. Что касается структуры выручки МСБ, то большая ее доля также приходится на сферу торговли и услуг (около 47%), меньшее количество фирм наблюдается в обрабатывающей промышленности – примерно 16% и строительстве – около 13%, что отчасти может быть объяснено специализацией стран в мировой торговле. К примеру, рейтинг РБК показывает, что среди самых быстрорастущих компаний в России по выручке в 2019 году отраслевое лидерство держат компании, относящиеся к компаниям розничной торговли (более 20% совокупной выручки 50 быстрорастущих компаний), второе место занимает нефтегазовому сектору (18,1%)¹⁰².

6. В отношении географического распределения малого и среднего бизнеса можно отметить, что наибольшая плотность субъектов МСБ на душу населения

⁹⁹ Составлено автором на основе данных: Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства (ФНС России) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rmsp.nalog.ru/?t=1612970506331> (дата обращения: 22.05.2021).

¹⁰⁰ Мау, В.А. Российская экономика в 2018 году. Тенденции и перспективы. (Вып. 40). – М.: Издательство Института Гайдара, 2019. – 656 с.

¹⁰¹ Земцов С.В. Быстрорастущие фирмы в России: характеристики и факторы роста // Инновации. – 2018. – № 6 (236). – С. 30-38.

¹⁰² Рейтинг РБК: 50 самых быстрорастущих компаний России 2019 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/31/10/2019/5db6f6a19a79476eb64e7e51> (дата обращения: 04.02.2021).

отмечается в крупных городских агломерациях (Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск) и портовых регионах (Краснодарский край и Калининградская область). Это может быть объяснено наличием в крупных городских агломерациях крупных потребительских рынков, что обуславливается более высоким спросом, более высокой потребностью в разнообразии товаров и развитой инфраструктурой. В отношении портовых регионов, концентрация МСБ объясняется более высоким потенциалом для развития международной торговли, за счет наличия выхода к торговым путям¹⁰³.

Как видно из данных, приведенных выше, российский малый и средний бизнеса находится в состоянии становления, что делает его особо уязвимым к влиянию внешних угроз, таких как пандемия COVID-19, начавшаяся в 2020 году, убытки от которой только предстоит посчитать и оценить. Пандемия коронавируса оказала негативное влияние не только на малый и средний бизнес, но и на всю экономическую ситуацию в России и в мире, по оценкам экспертов, она может послужить началом глобального экономического кризиса.

К основным вызовам, с которыми предстояло встретиться компаниям, независимо от их размера можно отнести следующие:

- снижение выручки за счет снижения спроса из-за изменения потребительских привычек, а также снижения дохода населения в результате сокращения заработной платы или увольнения;
- недостаток рабочей силы, так как сотрудники находятся или на больничном или на удаленной работе из-за риска заражения;
- невыполнение контрактных обязательств и как следствие ненадлежащий поток наличности;
- снижение доступности сырья и комплектующих из-за перебоев в деятельности контрагентов/логистических цепочках.

Для средних компаний главной проблемой стало невыполнение контрактных обязательств (57,3%), в то время как для малых компаний основные

¹⁰³ Мау, В.А. Российская экономика в 2019 году. Тенденции и перспективы. (Вып. 41). – М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 2020. – 632 с.

вызовы заключались в резком снижении спроса (43,4%) и ненадлежащем потоке наличности (43,4%)¹⁰⁴. Эти причины сильно ударили по финансовой стабильности малого и среднего бизнеса, так около 30% малых компаний оценивают свое положение как критическое и нуждаются во внешнем финансировании. В отношении средних компаний этот показатель выглядит более оптимистично – примерно 15%.

С точки зрения отраслевой принадлежности, в полном объеме продолжали работать компании, относящиеся к таким секторам как «транспортирование и хранение» и «сельское хозяйство/рыболовство/лесозаготовка». Дистанционная и/или удаленная работа была в большей степени присуща образовательным и финансовым организациям (55%), а также компаниям, чья сфера деятельности относится к категории научная и/или техническая (около 40%). Вариант частичного совмещения работы в полном объеме и дистанционной/удаленной работы был присущ промышленным предприятиям (примерно 58%). А компании торговой сферы и сферы услуг в большой степени на время приостановили свою деятельность (50%).

Стоит отметить, что несмотря на тяжесть сложившейся ситуации далеко не во всех компаниях малого и среднего бизнеса был разработан план бесперебойного развития только примерно 30% малых компаний и около 58% средних компаний имели такой план.

Что касается сокращения численности персонала, то к этой мере прибегли и/или планируют прибегнуть 13,8% малых компаний и 19,3% средних компаний.

С целью облегчения долговой нагрузки и ограничения роста просроченной задолженности по кредитам малого и среднего бизнеса в условиях пандемии Центральный банк России разработал рекомендации кредитным и микрофинансовым организациям. Данные рекомендации направлены на предоставление МСБ возможности реструктуризации кредитов (займов), в том числе ранее уже реструктурированных, а также не начислении неустойки в случае

¹⁰⁴ Доклад РСПП о ситуации в российских компаниях на фоне пандемии COVID-19. [Электронный ресурс]. – <http://media.rspp.ru/document/1/0/a/0a74470429f3dea0e8a73556494ff698.pdf>

не выполнения МСБ своих обязательств по кредиту (займу)¹⁰⁵. Предпринятые меры должны поддержать компании, относящиеся к МСБ и стабилизировать их финансовое положение в условиях сокращения спроса и объемов производства.

Представляется также важным отметить, что в 2020 году и первой половине 2021 года можно отметить активизацию деятельности России по развитию и продвижению российского малого и среднего бизнеса в международный бизнес рамках форматов интеграционных объединений. Так, в рамках БРИКС с российской стороны инициализировано проведение исследования, позволяющего оценить потенциал внедрения цифровых технологий в деятельности МСБ. Ожидается, что результаты данного исследования позволят выявить потенциальные экспортные ниши для МСБ стран-участниц на рынках БРИКС. В рамках ЕАЭС, были разработаны и утверждены стратегические направления развития интеграции в рамках ЕАЭС до 2025, на основе которых был разработан и принят План мероприятий по реализации Стратегических направлений развития евразийской экономической интеграции до 2025 года^{106,107}. Данный план содержит меры и механизмы, нацеленные на создание благоприятной конкурентной среды и раскрытие экспортного потенциала МСБ на рынках стран-участниц.

Инициативы по содействию эффективного участия МСБ в международном бизнесе были проявлены Россией также в рамках ШОС, ВТО и на совместных мероприятиях со странами ОЭСР¹⁰⁸.

В ходе диссертационного исследования было проведено сравнение ситуации в которой оказались российские МСБ в результате пандемии COVID-19 и зарубежные МСБ из которого можно сделать вывод о том, что ситуация в целом

¹⁰⁵ Информационное письмо Банка России от 30.03.2021 № ИН-06-59/19 «О реструктуризации кредитов (займов) физическим лицам и субъектам МСП». [Электронный ресурс]. – http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_380855/ (дата обращения: 07.04.2021).

¹⁰⁶ Высший евразийский Экономический Совет. Решение №12 «О стратегических направлениях развития евразийской экономической интеграции до 2025 года» от 11.12.2020 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://docs.eaeunion.org/docs/ru-ru/01228321/err_12012021_12_12 (дата обращения: 07.11.2021).

¹⁰⁷ План мероприятий по реализации Стратегических направлений развития евразийской экономической интеграции до 2025 года от 05.04.2021г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/finpol/dobd/strategy-2025/Pages/default.aspx> (дата обращения: 07.11.2021).

¹⁰⁸ Итоги внешнеэкономической деятельности Российской Федерации в 2020 году и I полугодии 2021 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/file/ab03f167412ee7cbc60d8caf776bab70/itogi_ved_v_2020g_i_1_polugodie_2021.pdf (дата обращения: 07.11.2021).

схожа. По данным статистического обзора ОЭСР, на наиболее пострадавшие отрасли, которые столкнулись с серьезными экономическими проблемами, приходится высокая доля МСБ, к ним относятся автомобилестроение, строительство, оптовая и розничная торговля, авиаперевозки, гостиничный бизнес, общественное питание, недвижимость и потребительские услуги¹⁰⁹. На эти отрасли относится 40% от общего количества занятости, из них примерно 75% приходится на долю малых и средних компаний, в то время как в Греции и Италии этот показатель достигает почти 90%. ВТО в своих оценках приходит к выводу, что ограниченность в финансовых ресурсах, присущая сектору МСБ, является фактором наибольшей уязвимости для таких компаний в условиях пандемии. Кроме того многие компаний сектора МСБ зависимы от международной торговли или из-за того, что экспортируют свою продукцию/услугу или в результате того, что импортируют комплектующие/материалы для производства.

Таким образом, российский малый и средний бизнес наравне с зарубежными МСБ оказался уязвим к негативному воздействию пандемии COVID-19. С одной стороны, это произошло в результате невыполнения контрагентами своих обязательств, срывом поставок комплектующих из-за вынужденного сворачивания компаниями производства в связи с введением карантинных мер или недостатком рабочей силы. С другой стороны, влияние оказало сильное сокращение спроса из-за сокращения доходов населения и изменение потребительских привычек. Все это вынуждает малые и средние предприятия приспосабливаться к новым условиям, что удается далеко не всем, а в некоторых случаях ведет к приостановлению деятельности компаний сектора МСБ. В связи с чем, российское правительство, так же как и правительства зарубежных стран разработали комплекс мер поддержки, включающий в себя от кредитной поддержки до предоставления налоговых каникул и прямых субсидий

¹⁰⁹ Малышева, Е.В. Тенденции развития экспортной деятельности малого и среднего бизнеса: мировой опыт и российская практика // Международная торговля и торговая политика – 2021. Т. 7. – № 4 (28) – С. 70-78.

и направленный на преодоление МСБ негативных последствий пандемии (Таблица Б.1, Приложение Б).

С целью исследования экспортного потенциала всей российской экономики и российского МСБ в частности в рамках диссертационной работы была изучена структура и объем российского экспорта. В результате анализа, следует отметить, что, в настоящее время, на мировом рынке конкурентоспособны преимущественно отрасли и подотрасли российской промышленности, выпускающие сырье, технологически простые полуфабрикаты (металлы, бумагу, полимеры) или узкий круг товаров конечного спроса (удобрения). Это свидетельствует о том, проблема снижения зависимости российской экономики от весомого преобладания в общем объеме экспорта сырьевых и энергетических товаров за счет увеличения объемов несырьевого неэнергетического экспорта, обозначенная в стратегии национальной безопасности РФ, остается не решена^{110,111}.

Общий объем российского экспорта в 2018 году составил 444,0 млрд долларов, при этом на неэнергетический несырьевой экспорт пришлось 150 млрд долларов. Проведенный в работе анализ структуры российского экспорта за 2018 год показал, что среди 200 крупнейших экспортеров превалирует доля экспортеров сырьевой энергетической продукции. В то время как на несырьевой экспорт приходится только около 17%, а на экспортеров несырьевой неэнергетической продукции – около 14%, при этом российских экспортеров из них только 60%, большая из которых работает в оборонной промышленности, остальные компании являются представительствами зарубежных фирм, локализовавших свой бизнес в России¹¹².

¹¹⁰ Стратегия национальной безопасности Российской Федерации, утвержденная Указом Президента РФ от 31 декабря 2015 г. N 683 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/71296054/#ixzz6t2TBVCbQ> (дата обращения 25.03.2021).

¹¹¹ Стратегия экономической безопасности РФ на период до 2030 года, утвержденная Указом Президента РФ от 13 мая 2017 г. N 208 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/71296054/#ixzz6t2SYbbF9> (дата обращения 25.03.2021).

¹¹² 200 крупнейших российских компаний-экспортеров по итогам 2018 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.acexpert.ru/analytics/ratings/200-krupneyshih-rossiyskih-kompaniy-eksporterov-po.html> (дата обращения: 23.12.2019).

Проведенный анализ экспортной деятельности субъектов российского малого и среднего бизнеса показал, что по сравнению с 2017 годом в 2018 году объем несырьевого экспорта МСБ увеличился на 45% и составил 20,6 млрд долл. к 14,1 млрд долл. Также выросла доля несырьевого экспорта в общем объеме экспорта МСБ: 2018 год – 87%, 2017 год – 85%¹¹³.

Относительно несырьевого неэнергетического экспорта можно заключить, что в 2019 году, его доля в общем объеме российского экспорта составила примерно 36%, при этом доля экспорта МСБ в общем объеме экспорта составила примерно 10%, когда как на несырьевой неэнергетический экспорт МСБ пришлось около 7%, в свою очередь, доля несырьевого неэнергетического экспорта МСБ в общем объеме экспорта МСБ равнялась примерно 21%.

Также, стоит отметить, что в 2019 году несырьевой экспорт МСБ по сравнению с 2018 годом сократился примерно на 5%, что касается несырьевого неэнергетического экспорта (ННЭ) МСБ, то он также сократился примерно на 5%¹¹⁴. При этом, важно отметить, что при увеличении количества микропредприятий на 9,7% рост их ННЭ составил 16,6%, когда как количество малых компаний увеличилось на 10,8% при снижении ННЭ на 5,8%, количество средних компаний увеличилось на 13,3%, а ННЭ вырос на 2,9%. Эта тенденция также прослеживается и относительно несырьевого экспорта и всего экспорта МСБ. В общем объеме экспорта доля экспорта составляет МСБ 10,37%. Однако, в общем объеме экспорта МСБ, доля ННЭ примерно 23%, что свидетельствует о наличии перспективы наращивания экспорта в неэнергетической сфере особенно для микропредприятий.

Анализ географической структуры экспорта в 2018 году показал, что лидерами стали крупные городские агломерации, такие как Москва и Санкт-Петербург, а также центры сельского хозяйства (Ростовская область, Краснодарский край), центры лесного хозяйства и деревопереработки (Иркутская

¹¹³ Мау, В.А. Российская экономика в 2019 году. Тенденции и перспективы. (Вып. 41). – М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 2020. – 632 с.

¹¹⁴ Федеральная таможенная службы Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.customs.ru (дата обращения: 22.01.2019).

область, Красноярский край) и портовые центры (Сахалинская область, Приморский край).

Относительно структуры экспорта МСБ в разрезе по направлениям деятельности были проанализированы данные за 2017 год, что позволило сделать вывод, что структура МСБ характеризуется преобладанием доли экспорта производственных компаний (14%), в то время как на долю компаний, работающих в сфере торговли и сфере услуг, приходится примерно 4% (рис. 3.1). Стоит отметить, что это существенно разнится с данными по структуре деятельности МСБ внутри страны, где преобладающей сферой является торговля. Что может быть объяснено, с одной стороны, более высокой конкурентоспособностью производственных компаний особенно в плане поставки уникальной продукции/услуги, с другой стороны, приоритетом производственных компаний в плане государственной поддержки.

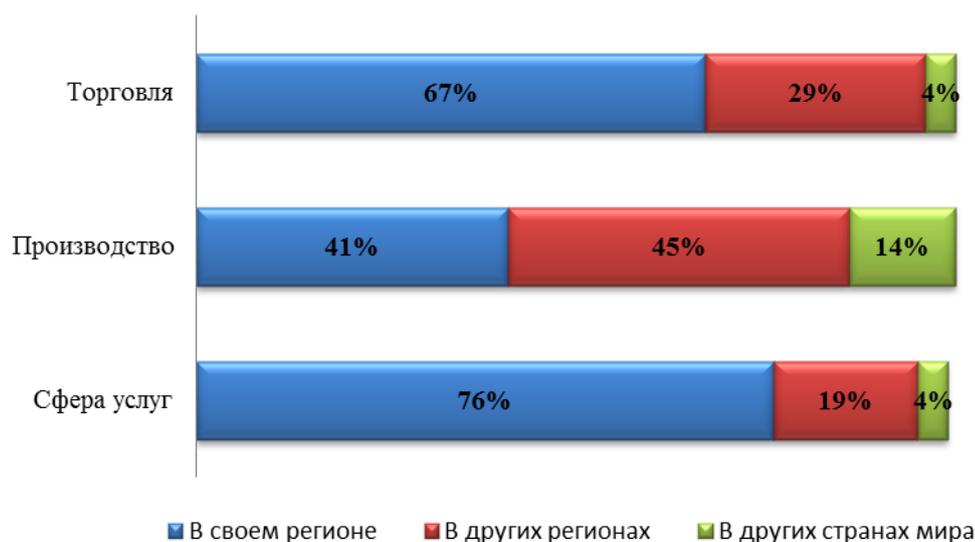


Рис. 3.1 – Общая структура экспорта российских МСБ по направлениям деятельности, % (сумма не равна 100%)¹¹⁵

Если рассматривать товарную структуру экспорта, можно заключить, что в поставках на экспорт превалирует конечная продукция (48%), второе место занимают услуги (22%) и замыкает тройку дистрибуция (поставка товаров и услуг,

¹¹⁵ Индекс МСБ (RSBI): компас микро, малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://opora.ru/upload/iblock/889/8895a6497e1abe545abbc801b9b9efb2.pdf> (дата обращения: 22.01.2019).

произведенных другими компаниями), на долю сырья и материалов для дальнейшей переработки приходится только 13%, что демонстрирует положительный тренд превосходства несырьевого экспорта над сырьевым экспортом в структуре экспортных поставок МСБ (рис. 3.2).



Рис. 3.2 – Структура экспорта МСБ, % (сумма не равна 100%)¹¹⁶

В свою очередь, при рассмотрении структуры экспорта в разрезе по формам предпринимательской деятельности лидируют компании среднего бизнеса, в общей структуре реализации доля экспорта равна 12%, что объясняется большими ресурсами (включая финансовые и кадровые), которые могут быть направлены на развитие экспортного направления деятельности (рис. 3.3).

¹¹⁶ Индекс МСБ (RSBI): компас микро, малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://opora.ru/upload/iblock/889/8895a6497e1abe545abbc801b9b9efb2.pdf> (дата обращения: 22.01.2019).

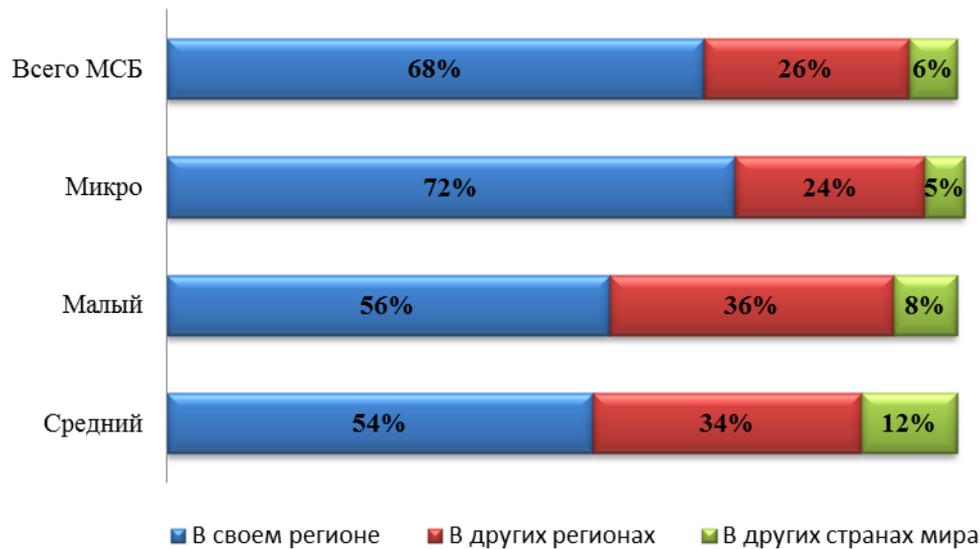


Рис. 3.3 – Общая структура реализации МСБ по формам предпринимательской деятельности, % (сумма не равна 100%)¹¹⁷

Структура экспортоориентированных субъектов МСБ по продолжительности экспортной деятельности демонстрирует, что большинство МСБ, занимающиеся экспортом работают на рынке от более десяти лет (33%), что может быть интерпретировано как то, что малый и средний бизнес имея накопленный опыт, стремления и возможности расширения, в качестве одного из путей дальнейшего развития выбирает экспортную деятельность (рис. 3.4).

¹¹⁷ Индекс МСБ (RSBI): компас микро, малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://opora.ru/upload/iblock/889/8895a6497e1abe545abbc801b9b9efb2.pdf> (дата обращения: 22.01.2019).

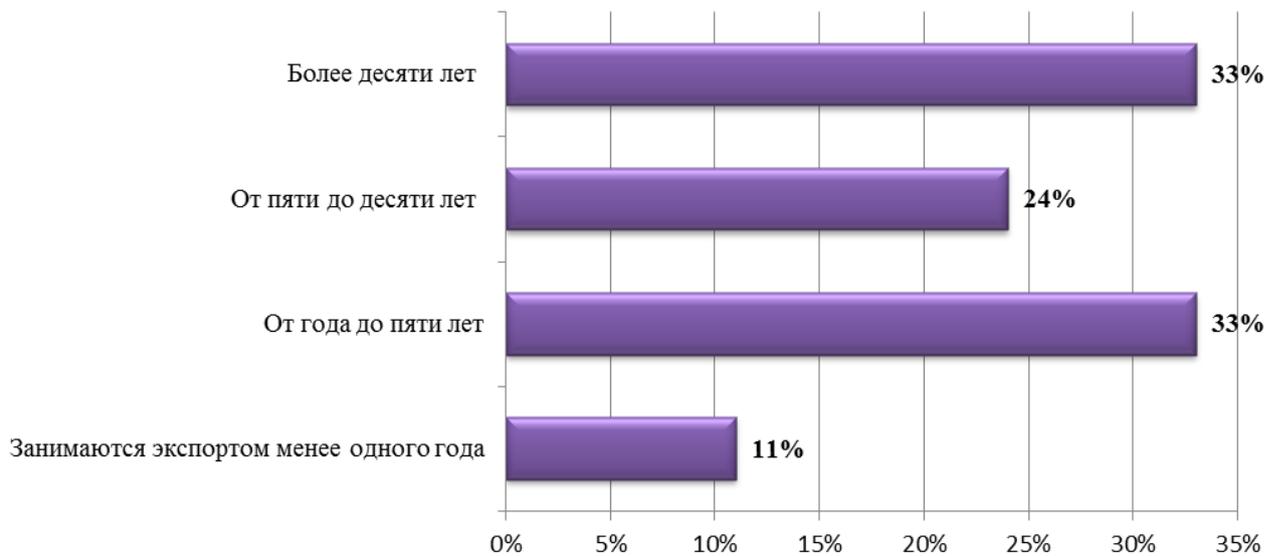


Рис. 3.4 – Структура экспортоориентированных субъектов МСБ по продолжительности экспортной деятельности, % (сумма не равна 100%)¹¹⁸

Относительно географии экспортных поставок МСБ можно заключить, что, согласно изученным данным 61% такого рода компаний поставляет свою продукцию/услуги в страны СНГ, Таможенного союза и бывших республик СССР, включая Прибалтику, а 48% компаний в страны «дальнего зарубежья» (рис. 3.5). Из этого следует, что, с одной стороны, традиционные направления экспорта преобладают и в тоже время, с другой стороны, география экспортных поставок расширяется и растет доля экспорта новых направлений.

¹¹⁸ Индекс МСБ (RSBI): компас микро, малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://opora.ru/upload/iblock/889/8895a6497e1abe545abbc801b9b9efb2.pdf> (дата обращения: 22.01.2019).

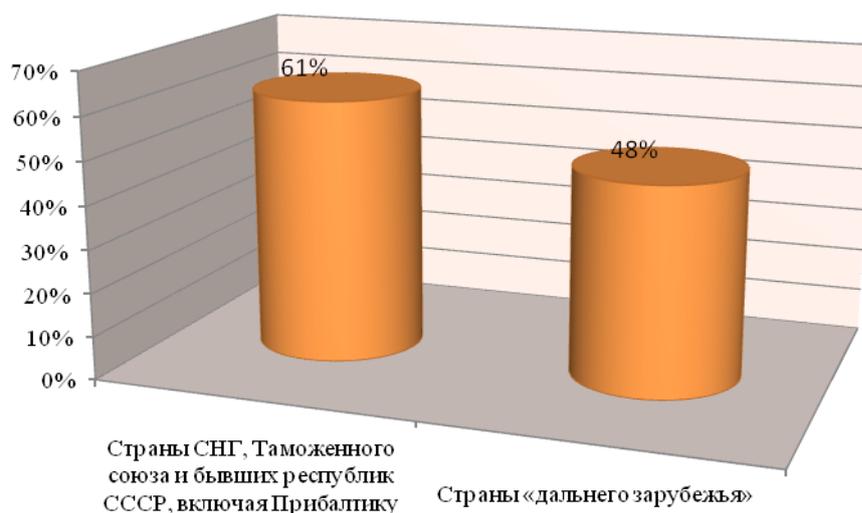


Рис. 3.5 – География экспортной деятельности МСБ, %
(сумма не равна 100%)¹¹⁹

Особый интерес представляет собой анализ основных причин, побуждающих компанию начать экспортную деятельность. К таким причинам можно отнести «стали экспортировать в процессе роста и развития» (59%) и «бизнес изначально планировался для экспорта» (29%), что свидетельствует о том, что экспортная деятельность, в большинстве случаев, является результатом процесса расширения компании (рис. 3.6).

По результатам анализа экспорта российских МСБ, можно заключить, что совокупный образ российского МСБ-экспортера представляет собой: среднюю производственную компанию, работающую на рынке около пяти лет и ставшую экспортировать в результате роста и развития, основой ее экспорта является готовая продукция, основными направлениями экспорта – страны СНГ. Такой образ свидетельствует о наличии путей развития экспорта МСБ как по отраслям, так и по направлениям.

С целью активизации развития экспортной деятельности МСБ, представляется необходимым, с нашей точки зрения, изучение причины отказа компании от экспорта.

¹¹⁹ Индекс МСБ (RSBI): компас микро, малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://opora.ru/upload/iblock/889/8895a6497e1abe545abbc801b9b9efb2.pdf> (дата обращения: 22.01.2019).



Рис. 3.6 – Причины экспорта МСБ, % (сумма не равна 100%)¹²⁰

Как видно из рис. 3.7 большую часть неэкспортирующих субъектов МСБ отталкивает сложность экспортных процедур, что можно отнести к недостатку знаний условий работы и требований внешних рынков.

Для определения являются ли данные причины специфическими и относящимися сугубо к российскому МСБ, в работе были проанализированы причины, препятствующие экспорту с точки зрения зарубежного малого и среднего бизнеса, которые были подразделены на три группы и выделены важные и неважные причины, с точки зрения зарубежных компаний¹²¹:

¹²⁰ Индекс МСБ (RSBI): компас микро, малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://opora.ru/upload/iblock/889/8895a6497e1abe545abbc801b9b9efb2.pdf> (дата обращения: 22.01.2019).

¹²¹ Annual Report on European SMEs 2017/2018. The 10th anniversary of the Small Business. Act SME Performance Review 2017/2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/performance-review_en (дата обращения: 23.12.2019).



Рис. 3.7 – Причины отказа МСБ от экспортной деятельности, %
(сумма не равна 100%)¹²²

1). Причины, связанные со знанием иностранных рынков.

К важным сдерживающим факторам в этой группе относятся следующие: недостаток знаний об иностранных рынках; неосведомленность о возможностях, предлагаемых такими рынками; непонимание экономического развития за пределами местного рынка.

К неважному сдерживающему фактору можно отнести отсутствие интереса к экспорту из-за того, что внутренний рынок предлагает достаточно возможностей.

2). Причины, связанные с фактическими или предполагаемыми внешними барьерами для экспорта малого и среднего бизнеса.

Важные сдерживающие факторы: отсутствие широкого понимания правил, которым необходимо следовать на зарубежных рынках; незнание правил, которые должны соблюдаться; решение вопросов иностранного налогообложения представляется слишком сложным; разрешение трансграничных споров и жалоб рассматривается как слишком дорогостоящие; поиск деловых партнеров за рубежом считается слишком сложным.

¹²² Индекс МСБ (RSBI): компас микро, малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://opora.ru/upload/iblock/889/8895a6497e1abe545abbc801b9b9efb2.pdf> (дата обращения: 22.01.2019).

Неважные сдерживающие факторы: высокая стоимость доставки на внешний рынок; отсутствие верховенства закона или коррупция на внешнем рынке; коррупция.

3). Причины, связанные с барьерами, которые являются внутренними для малого и среднего бизнеса.

Важные сдерживающие факторы: отсутствие высококвалифицированных кадров, специализирующихся на экспортной деятельности; необходимость крупных инвестиций, необходимых для обслуживания иностранных рынков; отсутствие языковых навыков для работы с зарубежными партнерами.

Неважные сдерживающие факторы: отсутствие конкурентоспособности продукции или услуг на внешних рынках; отсутствие интереса к расширению сферы деятельности компании; восприятие того, что продукт или услуга являются специфическими для страны происхождения и не подлежат экспорту.

В ходе сравнительного анализа было выявлено, что для российских субъектов МСБ важными сдерживающими факторами является предположение о том, что продукция/услуга предназначена только для локального рынка и не интересна внешнему рынку, а также страх высокой конкуренции на зарубежных рынках и как следствие неконкурентоспособность российской продукции/услуги. В свою очередь, зарубежные субъекты МСБ не считают данные причины важными сдерживающими факторами и относят их к разряду неважных. Важными сдерживающими факторами, с точки зрения как российских, так и зарубежных субъектов МСБ являются отсутствие высококвалифицированного персонала в экспортной деятельности; необходимость крупных инвестиций; трудно доступность информации о зарубежном рынке, его конъюнктуре, правилах и условиях работы на нем. Важно отметить, что если первые два фактора можно объяснить ресурсным дефицитом МСБ, то говоря о трудно доступности информации о внешних рынках, с нашей точки зрения, стоит подразумевать наличие множества разрозненных источников информации, достоверность и актуальность которых трудно проверяема.

Таким образом, развитая система государственной поддержки экспорта, могла бы способствовать устранению основных факторов, ограничивающих экспорт российских МСБ.

Важно отметить, что хотя ущерб от пандемии COVID-19 еще только предстоит подсчитать и оценить в полной мере, есть все основания предполагать, что пандемия повлияла и на экспорт МСБ, в результате снижения внутреннего и внешнего потребительского спроса и как следствия снижения финансовых возможностей МСБ. Но в условиях пандемии при снижении курса рубля и соответственно снижения стоимости российской продукции/услуг на зарубежных рынках у компаний МСБ появилась возможность переориентировать поставки на экспорт. Кроме того, малый и средний бизнес, в силу своей гибкости и способности быстро приспосабливаться к меняющимся условиям внешней среды может учесть спрос потребителей специфическую продукцию. Так, в общем объеме несырьевого неэнергетического экспорта в 2020 году, одну из превалирующих позиций заняла продукция, способствующая преодолению ситуации, связанной с пандемии, а именно вырос спрос на упаковку и материалы для ее производства, защитные и дезинфицирующие средства, диагностические реагенты и т.п. Также наблюдался рост экспорта лекарств (на 41%), медицинского оборудования (45%) и полимеров (на 40%)¹²³.

Развитие именно несырьевого неэнергетического экспорта малым и средним бизнесом может, с одной стороны, ускорить диверсификацию экономики и тем самым привести к ослаблению зависимости экономики от колебания цен на сырье, а также укрепить стабильность бюджетных доходов. С другой стороны, это может обеспечить рост производства продукции с высокой добавленной стоимостью и как следствие создать спрос на высококвалифицированные кадры. Кроме того развитие несырьевого неэнергетического экспорта МСБ может способствовать развитию новых и новейших технологий, практик ведения

¹²³ Российский экспортный центр [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.exportcenter.ru> (дата обращения: 10.02.2021).

бизнеса в малом и среднем бизнесе, а также включение его в мировой научно-технический обмен инновациями.

Что касается реэкспорта, за счет которого также может быть увеличен экспорт российских МСБ, то стоит отметить, что реэкспорт является количественным фактором развития экспорта (увеличение объемов экспорта в стоимостном и количественном выражении), но не несет в себе тех качественных преимуществ как экспорт. К примеру, реэкспорт не является фактором развивающим производство, способствующим развитию новых и новейших технологий, увеличению занятости, кроме того реэкспорт не способствует укреплению имиджа товаров российского производства за рубежом, так как в таможенной статистике импортирующей страны товары реэкспорта проходят по стране их происхождения.

В настоящее время основой российского несырьевого неэнергетического экспорта являются такие отрасли как машиностроение, химическая промышленность, металлургия и драгметаллы, лесопромышленный комплекс и продукция АПК¹²⁴. Как видится, стимулом устойчивого роста национальной экономики может стать развитие экспортного потенциала экономики в высокотехнологичных отраслях и реализация конкурентных преимуществ на мировых рынках в таких сферах, как примеру, инжиниринг, проектирование, геодезия и строительство.

По результатам анализа данных, представленных выше можно сделать вывод, что большинство крупнейших экспортеров России ориентированы на сырьевой экспорт, а крупнейшие несырьевые экспортеры не заинтересованы в развитии неэнергетического экспорта в сфере высоких технологий. В результате чего, развитие несырьевого неэнергетического высокотехнологичного экспорта в России, в большей степени возможно за счет развития экспортной деятельности малого и среднего бизнеса и ориентации таких компаний на внешние рынки, что

¹²⁴ Российский экспортный центр [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.exportcenter.ru/> (дата обращения: 10.02.2021).

также будет способствовать включению российского малого и среднего бизнеса в глобальные производственные и логистические цепочки.

3.2 Компаративный анализ мер поддержки экспортной деятельности МСБ в зарубежных странах

Развитая экспортная деятельность субъектов малого и среднего бизнеса зарубежных стран предполагает и развитую систему государственной поддержки экспорта, включающую стимулирование развития экспортного потенциала зарубежного МСБ. Формирование, развитие и реализация мер содействия МСБ при выходе на внешние рынки занимает одно из ведущих мест в экономической политике зарубежных стран.

В качестве основных форм государственной поддержки экспорта зарубежных стран можно выделить субсидии, гарантии по кредитам, страхование экспортных операций, информационно-консультационная поддержка, программирование развития экспорта и т.д. В диссертационном исследовании существующие меры господдержки были классифицированы по нескольким признакам (рис. 3.8).

Государственная поддержка экспорта является одним из основных инструментов внешнеторговой политики страны, используемых для достижения ее стратегических целей, поэтому во многих развитых странах Америки, Европы и Азии выстроены системы государственного содействия экспорта, в том числе и экспорта МСБ.

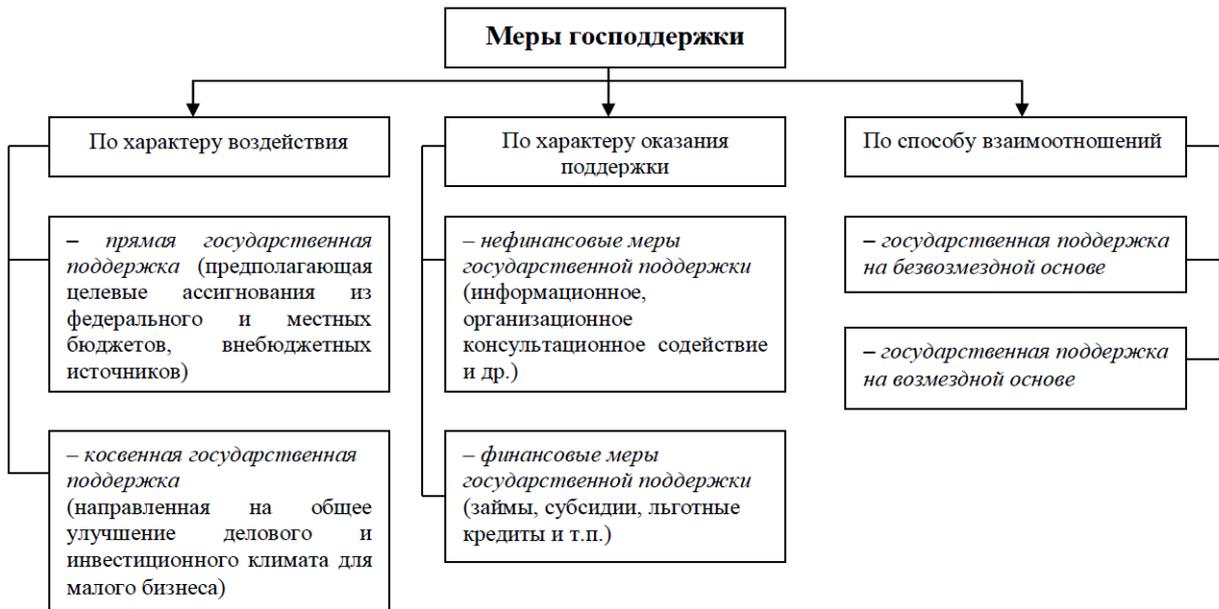


Рис.3.8 – Классификация мер государственной поддержки национальных компаний¹²⁵

Системы поддержки экспорта предусматривают различные направления экспорта, которые могут быть классифицированы как:

1). Географические направления экспорта, которые предполагают налаживание и поддержание внешнеэкономических связей со странами-соседями или со странами, имеющими подобную модель экономического развития. В качестве преимущества данного направления можно выделить не только транспортную доступность, но культурную близость.

2). Отраслевые направления экспорта, которые, в свою очередь, нацелены на продвижение продукции определенных отраслей, имеющих статус экспортоориентированных с государственной поддержкой. Преимуществом такого направления является выделение отрасли(-ей), в которых страна имеет наибольшие конкурентные преимущества на мировом рынке, что позволяет успешно реализовывать экспортный потенциал национальных компаний-экспортеров и повышает отдачу от экспортной деятельности.

¹²⁵ Составлено автором по данным: Григорян, К.Г. Внешнеэкономическая деятельность инновационных предпринимательских структур в современной мировой экономике // Вестник Университета. – 2016. – № 2. – С. 44-48.

3). Универсальные направления экспорта, в данном случае, такие направления предназначены для реализации на международном рынке диверсифицированного товарного предложения и удовлетворения потребностей покупателей в глобальном масштабе. Ключевым преимуществом данного направления является возможность широкого охвата мирового рынка.

Стоит отметить, что на практике зачастую используется комбинация из нескольких направлений экспорта, что позволяет минимизировать риски и достичь максимального эффекта от экспортной деятельности.

В работе был проведен анализ, в результате которого были выявлены преимущества и недостатки, существующих систем государственной поддержки экспорта МСБ, на примере таких стран как США, страны ЕС, включая Испанию и Германию в частности, Великобритания, Япония и Южная Корея.

В США построена стратегическая модель стимулирования экспорта, которая характеризуется универсальностью, проявляющейся в сочетании выделенных выше инструментов содействия ВЭД. Данная модель включает в себя сто пятьдесят программ содействию экспорта МСБ, реализующихся через центры помощи, которые предлагают консультационные и финансовые услуги, помощь в налаживании партнерских отношений и т.п.¹²⁶.

Важно отметить, что система государственной поддержки МСБ США реализуется на нескольких уровнях власти: на федеральном, на региональном и местном уровнях власти. Данная система включает в себя совокупность институтов стимулирования экспорта МСБ, таких как советы, ассоциации, клубы, службы содействия экспорту. В качестве примера, можно привести Торговый совет Среднего юга, сформированный такими штатами как Теннесси, Луизиана, Арканзас, Миссисипи и Алабама, целью которого является пиар продукции/услуги МСБ, спонсирование торгово-промышленных делегаций при их зарубежных поездках.

¹²⁶ Григорян К.Г. Внешнеэкономическая деятельность инновационных предпринимательских структур в современной мировой экономике // Вестник Университета. – 2016. – № 2. – С. 44-48.

Стоит отметить, что существующая в Соединенных штатах система поддержки экспорта включает в себя многоуровневую национальную сеть не только государственных институтов (министерства, ведомства, дипломатические миссии, реализующие на практике различные направления внешнеэкономической политики), но и негосударственных институтов, к числу которых можно отнести специализированные агентства и экспертные центры, финансовые структуры и т.п. В тоже время особое внимание уделяется расширению финансовой поддержки экспортоориентированных компаний, усилению координации деятельности национальных институтов поддержки, разработке и реализации новых механизмов и инструментов содействия и стимулирования их экспортной деятельности, оказания им эффективных информационно-консультационных услуг и другим перспективным мерам содействия.

Государственная поддержка экспорта в США включает в себя систему институтов, цель которых является создание благоприятных условий работы компаний США на внешних рынках, к таким институтам относятся следующие МИД, Министерство сельского хозяйства, Министерство финансов, Министерство торговли и Совет по экспорту при Президенте^{127,128}.

Нефинансовые меры поддержки экспортеров МСБ в США достаточно широки от нефинансовой поддержки, в которую входит выпуск информационно-справочных материалов, которые кроме прочего содержат описание системы государственной поддержки и механизмы ее получения. До предоставления компании МСБ, начинающей экспортную деятельность пакета бесплатных услуг (анализ потенциального рынка сбыта, поиск зарубежных контрагентов и т.д.)¹²⁹.

Финансовые меры поддержки так же включает в себя систему ответственных институтов (одними из важнейших из которых являются Экспортно-Импортный банк и Корпорация зарубежных частных инвестиций), к задачам которых относятся предложение линейки финансовых продуктов для поддержки экспортоориентированных американских компаний: от программ

¹²⁷ Васютченко И.Н. Государственная поддержка экспорта: мировой опыт // TERRA ECONOMICUS. Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2010. – Том 8. – № 1 (часть 3). – С. 243-250

¹²⁸ Там же.

¹²⁹ Там же.

кредитования, гарантирования и страхования до финансирования долгосрочных инвестиций в основной капитал компаний^{130,131}.

Как видим, система поддержки экспорта США представляет собой многоуровневую систему, состоящую из комплекса ответственных институтов, обеспечивающих координацию предоставления и реализацию финансовых и нефинансовых мер поддержки национальных компаний-экспортеров. В то же время стоит отметить громоздкость и сложность действующей системы.

Рассматривая страны Европейского союза можно отметить, что, несмотря на то, что они придерживаются общей внешнеторговой политики, каждая из государств-членов ЕС имеет собственную систему поддержки экспортоориентированного МСБ, нацеленную на освоение новых внешних рынков. Например, в рамках Инициативы по созданию совместных европейских предприятий (JEV) предоставляется консалтинг для МСБ.

В отношении реализации общей политики экспортного регулирования Европейский союз придерживается принципа свободного осуществления экспорта в третьи страны. Только сравнительно небольшая группа товаров подвержена экономическому контролю и ограничениям экспорта.

Экспортные ограничения в ЕС применяются преимущественно для безопасности государств-членов, защиты промышленной собственности, сохранения национального богатства, охраны окружающей среды, охраны жизни и здоровья населения, для обеспечения выполнения обязательств по международным и двусторонним соглашениям, а также для удовлетворения собственных потребностей в некоторых видах сырья и материалов, которые могут оказаться дефицитными, что редко применяется в случаях крайней необходимости¹³².

К ключевым элементам господдержки экспорта ЕС относятся специализированные компании, создаваемые ответственными министерствами и

¹³⁰ Export-Import bank of the United States [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.exim.gov>.

¹³¹ The Overseas Private Investment Corporation (OPIC) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.opic.gov>.

¹³² Исаченко Т.М. Торговая политика Европейского Союза: Монография. – М. : ГУ ВШЭ, 2010. – 400 с.

ведомствами и нацеленные, главным образом, обеспечение исполнения экономических и политических интересов государства¹³³.

В Европейском союзе действует ВІСs, которая представляет собой партнерскую структуру на местном/региональном уровне, одной из задач которой является предоставление консультационных услуг МСБ, при этом акцентируя внимание на инновационном бизнесе. Данная структура включает в себя профессионалов в области бизнеса, консалтинга и т.д., что позволяет повысить качество предоставляемых услуг и максимально точно сориентировать малый и средний бизнес на внешних рынках.

Преимуществами такой системы поддержки стран ЕС можно назвать единство реализуемой политики для всех стран-членов, в том числе и для стран, не имеющих достаточных ресурсов, чтобы вести свою развитую внешнеэкономическую политику в области экспорта. В качестве недостатка можно определить вероятность конфликта интересов между единой экспортной политикой стран ЕС и национальной политикой отдельных государств.

В отношении конкретных европейских стран, можно выделить внешнеэкономическую политику Испании, которая основана на деятельности системы ответственных институтов.

К примеру, нефинансовую поддержку экспорту оказывают такие институты как Институт внешней торговли и Испанское агентство международного сотрудничества (обладающее широкой сетью зарубежных представительств), целью которых является оказание мероприятий по содействию экспорту и оказание информационно-консультационной поддержки.

В свою очередь финансовую поддержку предоставляют государственные институты, которые оказывают услуги по страхованию политических и коммерческих рисков и т.п. Кроме того, существуют дополнительные программы предоставления финансовых услуг от кредитования иностранного покупателя до кредитования национального поставщика и другие. К институтам финансовой

¹³³ Школяр Н. Институты и инструменты государственной поддержки экспорта: испанский опыт // Вопросы экономики. – 2007. – № 4. – С. 146-151.

поддержки экспорта, к примеру, относится Испанская государственная компания по страхованию экспортных кредитов¹³⁴.

Стоит отметить нацеленность экспортной политики Испании в большей степени на финансовые меры поддержки в сравнении с нефинансовыми мерами поддержки.

Еще одной европейской страной с развитой системой поддержки экспорта является Германия. Стоит отметить, что система поддержки экспорта Германии обладает хорошо выстроенной структурой и включает в себя более 300 различных организаций.

Основная роль в этой закреплена за Федеральное правительство Германии, организацией, ответственной за исполнение выступает Федеральное министерство экономики и технологий Германии, обе организации работают в тесном взаимодействии с федеральными, земельными и предпринимательскими структурами.

К предоставляемым нефинансовым мерам поддержки можно отнести следующие: анализ внешнего рынка вплоть до экономического анализа страны потенциального партнера; подготовка и реализация актуальных экспортных проектов, информационно-консультационная поддержка (основным информационным интернет-ресурсом является портал iXPOS, который кроме всего прочего предоставляет возможность воспользоваться «международной деловой биржей»); организация и сопровождение бизнес-миссий и т.п.

В свою очередь, к финансовым мерам поддержки относятся: страхование от экономических и политических рисков экспортных кредитов; страхование капиталовложений за рубежом; финансовая поддержка НИОКР, выполнимых для экспортной деятельности.

Стоит отметить, что стимулированию экспортом также занимаются и федеративные земли, при этом объем поддержки определяется в зависимости от размеров земель, крупные земли могут позволить учредить специальные

¹³⁴ Школяр, Н. Институты и инструменты государственной поддержки экспорта: испанский опыт // Вопросы экономики. – 2007. – № 4. – С. 146-151.

курирующие органы, такие как к примеру земельные и региональные ТПП. В основном поддержка оказывается на уровне содействия участию в выставочной и ярмарочной деятельности и информационно-консультационного обеспечения. Особую актуальность такие меры поддержки представляют для компаний МСБ, к примеру, такие компании могут воспользоваться мерами по финансированию выставочно-ярмарочной деятельностью, возмещении расходов на аренду выставочных площадей и подготовку рекламных материалов и т.д.

Такая система поддержки может служить примером в плане построения единой системы поддержки с четко распределенными обязанностями между входящими в нее институтами. Кроме того, стоит отметить, что удалось создать на мировом рынке бренд «made in Germany» как знак качества и надежности поставляемой продукции, что, безусловно, во многом является заслугой работы системы поддержки экспорта на государственном уровне.

Еще одной развитой системой государственной поддержки экспорта обладает Великобритания. Особенностью данной системы является то, что практически все министерства вовлечены в ВЭД (МИД, Министерство окружающей среды, продовольствия и сельского хозяйства, Организация по поддержке малого бизнеса, Департамент гарантированных экспортных кредитов, Министерство торговли и промышленности и т.п.)¹³⁵. Система ответственных институтов, включает Совет международной торговли, в задачи которого входит координация действий по входу и освоению зарубежных рынков. Кроме того, в нее входит Британский национальный совет по экспорту, нацеленный на открытие «торговых окон» для предоставления организационно-финансовой помощи выставочной деятельности компаний-экспортеров¹³⁶. К исполнительным институтам системы можно отнести Государственное агентство по торговле и инвестициям, которое обладает широкой сетью региональных и зарубежных представительств, являясь при этом основным координатором их действия.

¹³⁵ Васютченко И.Н. Государственная поддержка экспорта: мировой опыт // TERRA ECONOMICUS. Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2010. – Том 8. – № 1 (часть 3). – С. 243-250.

¹³⁶ Блудова, С.Н. Анализ мирового опыта стимулирования и содействия развитию внешнеэкономической деятельности // Российский внешнеэкономический вестник. – 2007. – № 5. – С. 38-45.

А также агентство отвечает за установление взаимосвязи между другими государственными институтами, ответственными за ВЭД, включая экспорт, на федеральном и региональном уровнях, включая Уэльс, Шотландию и Северную Ирландию¹³⁷.

Меры финансовой поддержки предоставляют такой институт как Департамент гарантирования экспортных кредитов – Британское экспортное кредитное агентство, в задачи которого входит гарантии и страхование экспортных кредитов, кредитование зарубежных покупателей британской продукции/услуг.

Как видим в Великобритании система государственной поддержки экспорта предоставляет полный комплекс услуг как финансовых, так и нефинансовых.

Наравне с европейскими странами, развитой системой поддержки экспорта МСБ обладают также и страны Азии.

К примеру, Япония обладает эффективной системой содействия экспорту, основанной, главным образом на финансовых мерах поддержки, включая страховое обеспечение и кредитное финансирование участников ВЭД, что входит в область деятельности государственного Японского Банка международного сотрудничества¹³⁸. Кроме того, банк кредитует японские компании, инвестирующие за рубеж, компании, экспортирующие продукцию и технические услуги, компании, имеющие правительственную гарантию, а также компании, являющиеся иностранными покупателями. Так же страхованием экспортных кредитов, включая МСБ, а также страхованием экспортных поставок, инвестиционных проектов и другим занимается Японская корпорация по страхованию экспорта и инвестиций¹³⁹.

¹³⁷ UK Government [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.exportingisgreat.gov.uk> (дата обращения: 20.02.2019).

¹³⁸ Japan Bank for International Cooperation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jbic.go.jp/en/> (дата обращения: 19.02.2019).

¹³⁹ Nippon Export and Investment Insurance [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nexi.go.jp/en/> (дата обращения: 19.02.2019).

Основным координирующим институтом выступает Министерство экономики, торговли и промышленности Японии¹⁴⁰. В свою очередь, исполнительным институтом является Организация содействия развитию внешней торговли Японии¹⁴¹.

Еще одной азиатской страной, которую можно привести в качестве примера является Республика Корея. Государственное агентство КОТРА занимается стимулированием и развитием корейского экспорта¹⁴². Данное агентство имеет широкую сеть представительств и бизнес-центров (они могут выполнять функцию зарубежных представительств национальных компаний) в зарубежных странах, которые оказывают помощь в организации и проведении выставок и ярмарок в зарубежных странах, а также организация и помощь в поиске потенциальных партнеров и проведении переговорах с иностранными контрагентами.

Анализ зарубежного опыта построения и функционирования системы государственной поддержки экспортной деятельности малого и среднего бизнеса, проведенный в работе, позволил выделить следующие принципы важные, с точки зрения автора, для организации системы государственной поддержки российского экспортоориентированного МСБ:

1). Комплексность охвата решаемых задач – использование целого ряда взаимосвязанных мер и инструментов, от создания благоприятного климата для экспортеров до стимулирующих мер развития высокотехнологичного экспортного производства, включая организационное, финансовое, правовое, информационное и кадровое обеспечение;

2). Согласованность интересов субъектов механизма и системность – поддержка экспорта как неотъемлемая часть внешнеэкономической политики государства, которая реализуется за счет объединения усилий на федеральном, региональном и муниципальном уровне, а также за счет активного привлечения коммерческих структур, специализирующихся на экспортном консалтинге;

¹⁴⁰ Ministry of Economy, Trade and Industry [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.meti.go.jp/english/> (дата обращения: 19.02.2019).

¹⁴¹ Japan External Trade Organization [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jetro.go.jp/en/> (дата обращения: 19.02.2019).

¹⁴² Korea Trade-Investment promotion Agency [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://english.kotra.or.kr> (дата обращения: 19.02.2019).

3). Адаптивность и целенаправленность – ориентация, первоначально, на потребности экспортоориентированных компаний, которые могут быть объяснены не только спецификой экспорта, но и уровнем развития экономики в целом и финансового рынка в частности.

В результате проведенного анализа систем поддержки экспорта национальных компаний, включая МСБ, которые действуют в различных странах мира, в работе были выделены их следующие преимущества:

- развитость системы поддержки, включая широкий спектр финансовых и нефинансовых мер поддержки;
- выстроенная единая система ответственных институтов с четко распределенными обязанностями между ними;
- создание бренда продукции/услуги национальных компаний, ассоциирующегося с качеством и надежностью.

К недостаткам можно отнести, нацеленность системы только на один тип мер поддержки (финансовые или нефинансовые), а также сложность работы системы на практике из-за существования множества ответственных институтов.

Также в рамках диссертационного исследования важно отметить, что для малых и средних компаний, также как и для крупных предприятий, свойственно образовывать различного рода негосударственные объединения, не только в рамках страны происхождения компаний, но и в мировом, и региональном масштабе, с целью поддержки, продвижения и защиты интересов своих членов на мировых рынках.

К примеру, Международный совет малого бизнеса (ICSB), существующий с середины XX века, целью деятельности которого является повышение эффективности деятельности своих членов за счет расширения возможностей обмена информацией, что способствует более глубокому пониманию отдельных мировых рынков и мировой экономики в целом. Также особое внимание развитию и поддержке деятельности компаний, относящихся к МСБ, уделяется со стороны

ООН, к примеру, деятельности в рамках Глобального договора ООН или Фонда капитального развития ООН¹⁴³.

Кроме общемировых организаций, стремящихся к стимулированию деятельности МСБ, существуют также и региональные организации, преследующие те же цели. Так, примером может послужить Латиноамериканская ассоциация малых и средних предприятий, объединяющая малые и средние компании Латинской Америки или же Азиатско-Тихоокеанская торговая коалиция малых и средних предприятий, действующая в Азиатско-Тихоокеанском регионе. В свою очередь, в рамках Европейского союза создана Европейская ассоциация ремесленников и малых и средних предприятий (SMEunited/UEAPME), объединяющая 70 организаций из свыше чем 30 стран ЕС. Так же можно отметить отраслевые объединения МСБ, такие как Европейский альянс цифровых МСБ, в который входят более 19 тысяч компаний, работающих в сфере информационно-коммуникационных технологий.

Деятельность международных и региональных объединений МСБ приобретает особую роль в условиях пандемии COVID-19, когда фокус смещается в сторону усиления взаимодействия и обмена информацией и опытом между членами таких организаций на фоне падения отдельных национальных экономики и мировой экономики в целом, с целью выработки практик выживания в ситуации общемирового локдауна. Более того, такого рода организации стали важным звеном между МСБ и государством в плане организации обратной связи об эффективности государственных предпринимаемых мер поддержки бизнеса для минимизации последствий пандемии COVID-19.

Таким образом, анализируя мировой опыт, необходимо отметить, что осуществление регулирования и стимулирование внешнеэкономической деятельности МСБ является широко распространенной практикой, доказавшей свою эффективность, при развитии экспортной деятельности и формировании экспортного потенциала МСБ в зарубежных странах. Также стоит отметить, что

¹⁴³ Поддержка МСП в контексте COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ach.gov.ru/upload/pdf/Covid-19-SME.pdf> (дата обращения: 10.02.2021).

МСБ свойственно использовать как государственные меры поддержки экспорта, так и негосударственные меры поддержки, которые могут быть предоставлены им в рамках членства в мировых и региональных организациях МС. Но как видится, такого рода поддержка является лишь дополнительной и не может считаться базовой, определяющей, в результате отсутствия у таких организаций достаточного объема материальных и нематериальных ресурсов и инструментов влияния на отдельных мировых рынках и в мировой экономике в целом.

3.3 Рекомендации по совершенствованию российской системы государственной поддержки экспорта за счет активизации экспортной деятельности малого и среднего бизнеса

С целью выработки рекомендаций по совершенствованию российской системы государственной поддержки экспорта МСБ в рамках диссертационного исследования был проведен анализ действующей системы, ее основных субъектов и их функций.

Создание единой системы государственной поддержки экспорта является частью комплексной стратегической задачи по развитию и реализации экспортного потенциала России, направленной на достижение целевого показателя объема несырьевого неэнергетического экспорта в размере 250 млрд. долларов США к 2024 году, определенного Указом Президента РФ¹⁴⁴.

В рамках реализации направлений социально-экономического развития страны с целью создания условий для устойчивого роста российского несырьевого экспорта за счет формирования комплекса государственных

¹⁴⁴ Указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71837200/> (дата обращения: 23.12.2018).

инструментов финансовой и нефинансовой поддержки был разработан и утвержден комплекс нормативного обеспечения, который включает в себя следующие приоритетные и национальные проекты: «Системные меры развития международной кооперации и экспорта», «Международная кооперация и экспорт», «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»^{145,146,147}.

В рамках приоритетного проекта «Международная кооперация и экспорт» для повышения эффективности поддержки экспортеров в субъектах РФ был разработан Стандарт деятельности органов исполнительной власти субъекта РФ по обеспечению благоприятных условий для развития экспортной деятельности (Региональный экспортный стандарт)¹⁴⁸. С целью создания единой системы продвижения экспорта (ЕСПЭ) была разработана Концепция формирования Единой системы продвижения экспорта за рубежом и в субъектах РФ (далее Концепция), которая была принята в декабре 2018 года. Концепция ставит своей задачей модернизацию существующей системы поддержки российского экспорта, путем соединения разрозненных элементов действующей системы поддержки экспорта в единый слаженный механизм.

В свою очередь, с целью концентрации усилий по поддержке экспорта в стратегически важных отраслях в рамках приоритетного проекта «Международная кооперация и экспорт» был разработан паспорт приоритетного проекта «Экспорт продукции АПК»¹⁴⁹. Кроме того были приняты стратегии по развитию экспорта в области гражданской продукции авиационной

¹⁴⁵ Паспорт приоритетного проекта «Системные меры развития международной кооперации и экспорта» от 30.11.2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/news/25593/> (дата обращения: 19.02.2019).

¹⁴⁶ Паспорт приоритетного проекта «Международная кооперация и экспорт в промышленности» от 30.11.2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/projects/selection/651/25592/> (дата обращения: 19.02.2019).

¹⁴⁷ Паспорт национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» от 24.12.2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://economy.gov.ru/material/file/7bb70b5d19ea26a9729839377e6ac38e/Passport_NP_MSP.pdf (дата обращения: 19.02.2019).

¹⁴⁸ Стандарт деятельности органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации по обеспечению благоприятных условий для развития экспортной деятельности (Региональный экспортный стандарт) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.exportcenter.ru/company/region_standard/ (дата обращения: 19.02.2019).

¹⁴⁹ Паспорт приоритетного проекта «Экспорт продукции АПК» от 30.11.2016 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/cMQSd7VmfBXrGXLv6ncG3ZNq8QtzOvAH.pdf> (дата обращения: 19.07.2019).

промышленности, железнодорожного машиностроения, автомобильной промышленности и сельскохозяйственного машиностроения^{150,151,152,153}. Данные документы ограничивают круг отраслей промышленности, на которые делается упор в отношении развития экспортной деятельности. Стоит отметить, что в данных отраслях преобладают крупные компании, в то время как МСБ больше ориентирован на такие отрасли как информационные технологии, химическая и легкая промышленность, электроника и приборостроение, биотехнологии¹⁵⁴.

Особое внимание было уделено развитию несырьевого неэнергетического экспорта малого и среднего бизнеса. В рамках чего был разработан приоритетный проект «Малое и средние предпринимательство бизнес и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», включающий в себя модернизацию системы поддержки экспортоориентированных субъектов малого и среднего бизнеса¹⁵⁵. Числовыми показателями достижения цели развития экспорта МСБ являются следующие:

– увеличение доли экспортеров, являющихся субъектами малого и среднего бизнеса в общем объеме несырьевого экспорта до 10% к 2024 году, исходя из запланированного целевого показателя общего объема несырьевого неэнергетического экспорта можно рассчитать, что к 2024 году объем несырьевого неэнергетического экспорта должен достигнуть 25 млрд долл., для примера, на сегодняшний день объем экспорта МСБ составляет порядка 8% от общего объема

¹⁵⁰ Стратегии развития экспорта продукции в отрасли сельскохозяйственного машиностроения на период до 2025 года от 31.08.2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/projects/selection/651/29097/> (дата обращения: 19.02.2019).

¹⁵¹ Стратегия развития экспорта продукции автомобильной промышленности в Российской Федерации на период до 2025 года от 31.08.2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/projects/selection/651/29095/> (дата обращения: 19.02.2019).

¹⁵² Стратегии развития экспорта продукции железнодорожного машиностроения от 31.08.2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/projects/selection/651/29098/> (дата обращения: 19.02.2019).

¹⁵³ Стратегия развития экспорта гражданской продукции авиационной промышленности Российской Федерации на период до 2025 года от 18 сентября 2017 г. No 1997-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/FqvBtqzT.pdf> (дата обращения: 19.02.2019).

¹⁵⁴ Топ «Экспортный потенциал» рейтинга «ТехУспех» – 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ratingtechup.ru/rate/?BY=EXPORT> (дата обращения: 19.07.2019).

¹⁵⁵ Паспорт национального проекта «Малое и средние предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» от 24.12.2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/qH8voRLuhAVWSJhIS8XYbZBsAvcs8A5t.pdf> (дата обращения: 19.02.2019).

несырьевого экспорта, что в денежном выражении составляет примерно 10,7 млрд долл^{156,157,158},

– увеличения количества поддержанных экспортеров (МСБ), выведенных на экспорт при поддержке центров поддержки экспорта до 15 400 экспортеров к 2024 году, из них к 2021 году финансовую поддержку должны получить 1 500 экспортно ориентированных субъектов МСБ¹⁵⁹.

Также в Послании Президента Федеральному Собранию было дано поручение об упрощении условий экспорта для несырьевых экспортеров, а именно снятии избыточных ограничений в сфере валютного контроля¹⁶⁰.

Создаваемая система продвижения экспорта предусматривает формирование единой инфраструктуры продвижения, включающей в себя также меры по продвижению на внешние рынки продукции/услуг малого и среднего бизнеса. На 2018 год число экспортоориентированных субъектов малого и среднего бизнеса составило более 47 тыс. субъектов, более того в период с 2014 года по 2018 год зафиксирован рост числа экспортоориентированных субъектов МСБ, наблюдаемый во всех федеральных округах¹⁶¹. Данные цифры могут свидетельствовать об усилении интереса к экспорту продукции/услуг в среде малого и среднего бизнеса и развития их вовлеченности в экспортную деятельность государства.

Проведенный в работе анализ действующей системы поддержки экспорта позволил выделить ее субъекты и установить взаимосвязи между ними, а также

¹⁵⁶ Основные направления деятельности Правительства РФ на период до 2024 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/news/34168/> (дата обращения: 19.02.2019).

¹⁵⁷ Экспорт как фактор развития МСП в российских регионах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.exportcenter.ru/press_center/news/eksport-kak-faktor-razvitiya-msp-v-rossiyskikh-regionakh/ (дата обращения: 19.02.2019).

¹⁵⁸ Без нас не обойдутся. Объем несырьевого неэнергетического экспорта из России активно растет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2018/11/29/nesyrevoj-neenergeticheskij-eksport-iz-rossii-vyros-v-obeme.html>.

¹⁵⁹ Национальные проекты: целевые показатели и основные результаты от 07.02.2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/projects/selection/738/35675/> (дата обращения: 23.01.2019).

¹⁶⁰ Послание Президента Федеральному Собранию от 21.04.2021 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/65418> (дата обращения: 25.04.2021).

¹⁶¹ Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 22.01.2019).

определить основные инструменты, используемые данными субъектами для реализации своих компетенций¹⁶².

С нашей точки зрения, к существенному недостатку действующей системы государственной поддержки экспорта относится разрозненность ее элементов, отсутствие единого нормативного документа, описывающего функции субъектов, разграничивающего зону их ответственности и полномочий. В настоящее время существует несколько нормативных документов, содержащих в перечне планов развитие несырьевого/неэнергетического экспорта (включая экспорт МСБ), что приводит к пересечению функций субъектов, ответственных за их реализацию и отсутствие четкой координации их деятельности. Кроме того, существующие приоритетные и национальные проекты, содержащие планы по развитию экспорта, не предусматривают развития в достаточной степени инфраструктуры, необходимой для достижения этих планов. К примеру, необходимость наличия лабораторий, аккредитованных по мировым стандартам, сертификаты которых имели бы общемировое признание¹⁶³.

В качестве рекомендаций по устранению выделенных недостатков могут служить следующие:

– разработка единого документа, четко и последовательно описывающего систему поддержки экспорта (включая экспорт МСБ) и регламентирующего функции и зону ответственности каждого из ее субъектов, исключая их дублирование и пересечение;

– определение, создание и развитие необходимой инфраструктуры, позволяющей и способствующей реализации планов по развитию экспорта.

¹⁶² Малышева, Е.В. Новые формы содействия включенности российских компаний в систему международного бизнеса / Позиционирование региона в системе новых форматов международной экономической интеграции: / Колл. моногр.: Под ред. д.э.н., проф. Е.Л. Андреевой; д.э.н., проф. А.Г. Шеломенцева. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2016. – 250 с. – С. 235-244.

¹⁶³ Малышева, Е.В. Глобализация стандартов как фактор развития рынков будущего // Российский внешнеэкономический вестник. – 2019. – № 6. – С. 7-18.

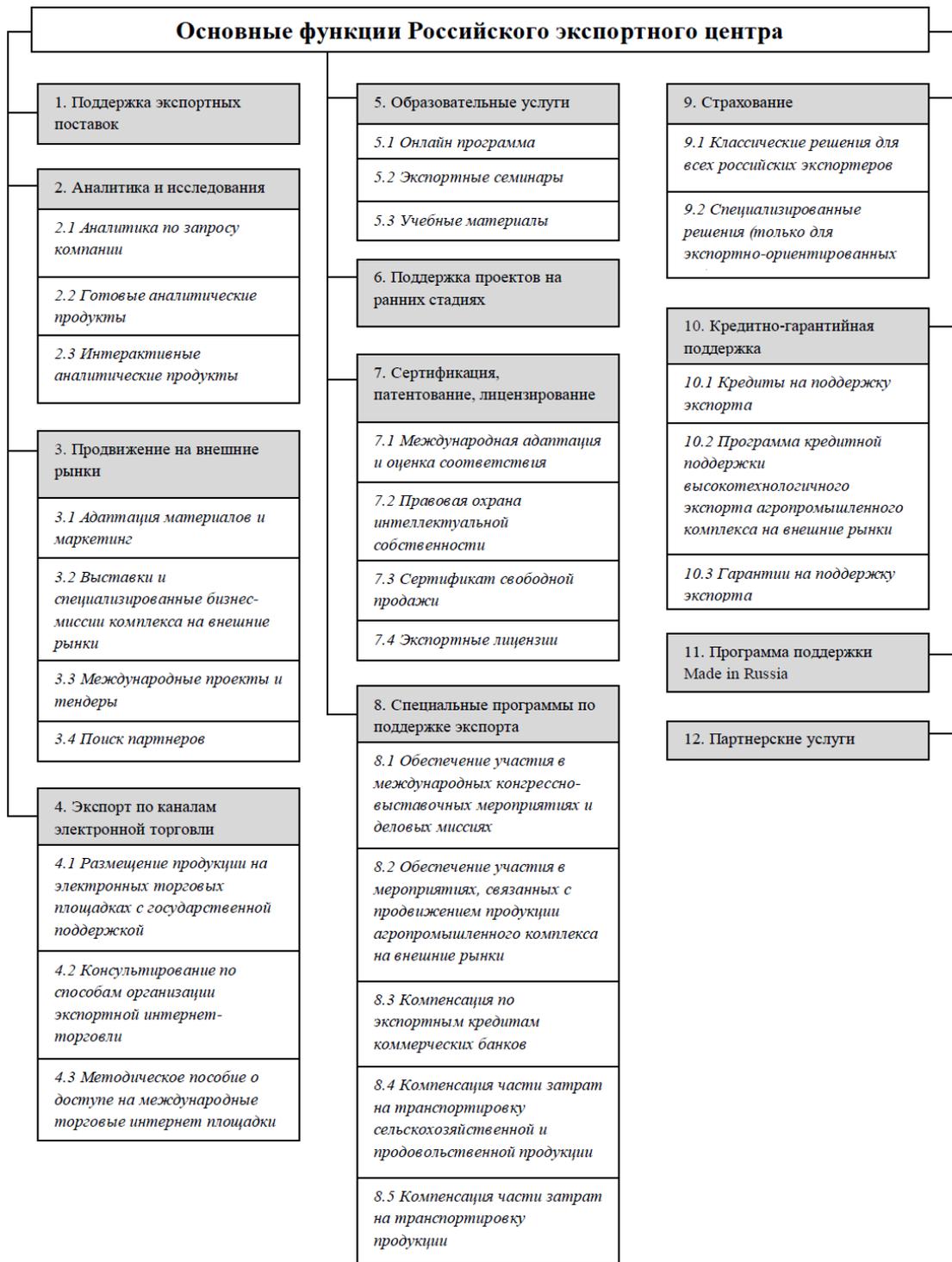


Рис. 3.9 – Основные функции РЭЦ¹⁶⁴

Согласно Единой системе поддержке экспорта (ЕСПЭ) ключевым государственным институтом и становится Российский экспортный центр (РЭЦ), который представляет собой уполномоченную организацию, выполняющую

¹⁶⁴ Составлено автором по данным: Российский экспортный центр [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.exportcenter.ru/> (дата обращения: 10.02.2021).

функцию «одного окна» для российских экспортеров по продвижению их продукции на внешние рынки. Основные функции РЭЦ представлены на рис. 3.9.

Исходя из вышеперечисленных функций, можно заключить, что РЭЦ ставит перед собой общую задачу построения комплексной, четко скоординированной системы поддержки экспорта, исключающей дублирование мер, предоставляемых ее субъектами за счет синхронизации их функций.

Но, согласно реформе институтов развития, инициированной Правительством РФ в ноябре 2020 года, РЭЦ в числе восьми институтов развития и его функции переходят под управления ВЭБ.РФ¹⁶⁵. Целью реформы является создание единых механизмов управления институтами развития, устранения пересечения функций с органами власти и коммерческими компаниями.

Несмотря на стремление создания «единого окна» для экспорта, действующая система поддержки, организованная через РЭЦ имеет свои недостатки. Вышеупомянутая концепция формирования Единой системы продвижения экспорта за рубежом и в субъектах РФ содержит перечень существующих недостатков действующей системы государственной поддержки экспорта, приводящих к существенному снижению эффективности ее функционирования и нацелена на их устранение. С целью удобства анализа данные недостатки, в ходе исследования, были подразделены на две группы:

1. Первая группа включает в себя недостатки, относящиеся к результатам деятельности субъектов системы, ответственных за организацию поддержки экспорта:

– потеря потенциальных экспортеров по некоторым основным каналам продвижения, включая международные конгрессно-выставочные мероприятия, деловые миссии, торговые представительства РФ за рубежом и центры поддержки экспорта;

– низкая доля преобразования предоставленных услуг в заключенный экспортный контракт;

¹⁶⁵ Правительство запустит реформу институтов развития. Кого ждет слияние или закрытие и что будет с «Роснано» и «Сколково» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/23/11/2020/5fb8ce659a79471e74bd2245> (дата обращения: 24.11.2020).

– низкий уровень осведомленности экспортеров о доступности, возможностях экспортной деятельности и существующих государственных мерах поддержки.

2. Вторая группа соединяет в себе недостатки структуры взаимодействия субъектов системы, ответственных за организацию поддержки экспорта:

– недостаточно разветвленная региональная и зарубежная сеть Российского экспортного центра (далее – РЭЦ);

– низкая производительность точек присутствия – неготовность существующей сети РЭЦ к масштабированию продуктов/услуг;

– отсутствие единых стандартов операционной деятельности и единой инфраструктуры для различных форматов единой сети продвижения экспорта.

Применительно к малому и среднему бизнесу, анализ действующей системы поддержки экспорта, проведенный автором, позволил выделить группу недостатков, не содержащихся в Концепции и отражающих потребности экспортоориентированного МСБ, в которую входят:

1). Недостаточная отраслевая проработанность мер поддержки – действующая система продвижения носит в большей степени универсальный характер, без привязки к какой-либо отрасли, в то время как каждая отрасль имеет свои специфические нормы и законы существования, а также предъявляет специфические требования как продукции/услуге, так и ко всей компании.

Отраслевая принадлежность представляет собой важный фактор развития экспорта МСБ. Одним из главных препятствий в экспортной деятельности малого и среднего бизнеса является недостаточная осведомленность о нормах, правилах и традициях работы отрасли на мировом рынке. Именно отраслевая принадлежность компании определяет вектор развития экспортной деятельности относительно выделенных четырех групп факторов формирования экспортного потенциала. Стоит так же отметить, что отраслевая принадлежность компании в конечном итоге определяет экспортную стратегию и тактику.

Стоит отметить, что в рамках РЭЦ отраслевая принадлежность начала учитываться с 2021 года при составлении Рейтинга перспективности стран,

который представляет собой общий рейтинг привлекательности стран для российского экспорта с точки зрения совокупного рейтинга по пяти отраслевым направлениям: АПК, машиностроение, металлургия, химическая промышленность, лесопромышленный комплекс¹⁶⁶. Но с нашей точки зрения, такой узкий учет отраслевой принадлежности недостаточен, так как не в полной мере соответствует интересам МСБ в плане ограничения его экспортных возможностей только кругом обозначенных отраслей.

2). Низкая систематизация предоставляемых мер поддержки в зависимости от текущего состояния компании, что приводит к хаотичному порядку предоставления мер поддержки, неполучению конкретной компанией требуемых мер поддержки; снижению/отсутствию ожидаемого результата от экспортной деятельности.

Анализ изменений, вносимых Концепцией в действующую систему поддержки экспорта, позволил сделать выводы, что данные изменения направлены на устранение первых двух групп недостатков, рассмотренных выше, но не включает меры по устранению группы недостатков, относящихся к МСБ, выделенной автором, что существенно может снизить эффективность работы системы.

В работе были предложены направления формирования и развития экспортного потенциала национальной экономики за счет активизации экспортной деятельности малого и среднего бизнеса, а также рекомендации по совершенствованию действующей системы поддержки с целью минимизации неблагоприятных последствий для реализации экспортного потенциала малого и среднего бизнеса:

1. Направления усиления отраслевого и регионального аспекта экспортного потенциала в предоставляемых мерах поддержки. С данной целью в работе были предложены рекомендации по формированию и развитию экспортного потенциала российского МСБ через совершенствование мер поддержки РЭЦ

¹⁶⁶ Рейтинг перспективности стран для экспорта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.exportcenter.ru/international_markets/country_export_rating/ (дата обращения: 14.11.2021).

(выделено курсивом ниже при рассмотрении мер поддержки). Для этого общая задача РЭЦ, обозначенная выше, была разделена на три подзадачи:

1). Первый блок включает в себя необходимость построения системы продвижения экспорта в субъектах РФ, предусматривающей формирование единой инфраструктуры продвижения, включающей в себя существующую региональную сеть РЭЦ, центры поддержки экспорта субъектов (ЦПЭ), а также сеть партнеров, региональных представителей. В каждом регионе должен быть набор мер по развитию и поддержке экспорта, в первую очередь, для малого и среднего бизнеса.

В рамках реализации целевой модели построения региональной сети и осуществления функциональной интеграции ЦПЭ, представительства РЭЦ/территориальные управления будут наделены полномочиями по координации деятельности ЦПЭ по организации клиентской работы и предоставлению мер поддержки экспортерам.

В качестве одного из элементов региональной сети поддержки экспорта предусматривается использовать партнерскую инфраструктуру: сеть российских агентов, партнеров и региональных представителей, в роли которых могут выступать государственные институты развития, общественные организации и иные участники инфраструктуры, осуществляющее взаимодействие с представителями бизнес сообщества. Агентские, партнерские и представительские функции предполагают согласованную совместную деятельность сторон по популяризации экспорта, продуктов и услуг РЭЦ среди предпринимателей.

В отношении малого и среднего бизнеса ЦПЭ становятся одним из основных субъектов, ответственных за предоставление нефинансовых мер поддержки экспорта, а именно:

а). Информирование и консультирование субъектов МСБ по вопросам ведения экспортной деятельности, в том числе с привлечением внешних экспертов.

Информирование и консультирование должно включать в себя не только общие принципы организации экспортной деятельности, но и, что особенно важно, предоставление информационно-аналитических справок по потенциальным рынкам сбытам, включающих краткий обзор предъявляемых требований для входа на них и консультации по нормам, правилам и порядку организации работы на мировом отраслевом рынке.

б). Подготовка и перевод на иностранные языки презентационных материалов и иных материалов в электронном и печатном виде по запросу субъектов МСБ.

Подготовка и перевод презентационных материалов требует от сотрудников ЦПЭ знания специальных отраслевых требований к содержанию, вариантам оформления презентационных материалов, так как данные материалы представляют собой не только «визитную карточку» компании, но и способ конкурентной борьбы, а некорректное их оформление может привести к формированию негативного образа компании на внешнем рынке. Кроме того специалистам ЦПЭ необходимо знание специальной лексики, используемой в отрасли при переводе материалов на иностранные языки с целью избегания рисков возникновения недопонимания и некомпетентности с потенциальными зарубежными партнерами.

в). Обеспечение эффективного присутствия субъектов МСБ в сети Интернет в целях дальнейшего заключения экспортных контрактов (создание и модернизация иностранных версий сайтов субъектов МСБ, обеспечение присутствия субъектов МСБ на международных электронных торговых площадках).

В век господства интернет-торговли, когда сайт компании становится одним из ключевых инструментов конкурентной борьбы его модернизация и создание его иностранных версий требует к себе особого отношения. От сотрудников ЦПЭ требуется знать не только степень важности интернет-торговли в отрасли и применимости данного канала продаж, но и практики и традиции оформления зарубежных сайтов конкурентов, способов продвижения в виртуальном

пространстве, государственные ограничения в отношении интернета. А также полную цепочку поставки от размещения заказа клиента на сайте до его получения и оплаты.

г). Юридическое сопровождение экспортных контрактов, включая содействие в обеспечении защиты интеллектуальной собственности и содействие в получении необходимых разрешений для экспорта (стандартизация, лицензирование и сертификация).

Юридическое сопровождение, должно включать в себя предоставление квалифицированных услуг сотрудниками ЦПЭ в сфере знания норм международного права и практики применения, законодательства целевого внешнего рынка и его нюансов, тонкостей защиты интеллектуальной собственности, в зависимости от отрасли и навыков работы с материалами на иностранных языках. Кроме того, для организации содействия в процессе подтверждения соответствия компании и его продукции/услуги международным стандартам, сотрудники ЦПЭ должны обладать знаниями о требованиях в отношении сертификации продукции отрасли, требованиях, предъявляемых международными стандартами, способах их соблюдения, процедурах сертификации и основных субъектов, задействованных в ней.

д). Проведение маркетинговых и патентных исследований иностранных рынков по запросу субъектов МСБ.

Для проведения качественных и развернутых маркетинговых и патентных исследований от сотрудников ЦПЭ требуется знание всех нюансов работы отрасли на мировом рынке, включая национально-культурные особенности общества.

е). Проведение обучающих мероприятий по ведению экспортной деятельности.

Обучающие мероприятия должны включать в себя отраслевой блок, который предполагал бы обучение сотрудников компании работе отрасли на мировом рынке, ее правилам, нормам и законам. А также пониманию, что не существует универсального подхода к экспортной деятельности и каждый

зарубежный рынок имеет свои нюансы, даже при внешней схожести, которые необходимо изучить до входа на него для минимизации возможных рисков.

ж). Организация и участие субъектов МСБ в международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за рубежом и на территории РФ, включая международные и межрегиональные бизнес-миссии и «реверсные» бизнес-миссии (приемы иностранных делегаций);

Организация участия МСБ в подобных мероприятиях требует от сотрудников ЦПЭ владения информацией о наиболее значимых, ключевых выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях отрасли на мировом уровне, участие в которых дало бы наибольшую отдачу для компании, а также о последовательности и частоте их проведения. В отношении бизнес-миссий очень важна организация переговоров не только с профильными государственными и негосударственными организациями и объединениями (такими как местные органы власти, союзы промышленников и т.п.), но и переговоры с потенциальными зарубежными партнерами, уже имеющими предварительную заинтересованность, что требует тщательной подготовки бизнес-миссий на метях проведения.

Как видно из выше изложенного, функции, возложенные на ЦПЭ, прежде всего, требуют от его сотрудников знания отраслевой специфики компании, обратившегося за поддержкой, что ставит под сомнение качество выполнения данных функций, учитывая, что часть услуг ЦПЭ оказывается на платной основе. Поэтому наделение ЦПЭ таким широким спектром функций представляется нецелесообразным, главным образом, с точки зрения кадрового оснащения. По нашему мнению, основной функцией ЦПЭ должно являться предоставление информационных и общих образовательных услуг, налаживание взаимосвязи между экспортером и федеральным центром через определение уровня развития экспортного потенциала компании.

2). Второй блок содержит потребность в создании зарубежной сети РЭЦ. Предполагается, что зарубежную сеть будут образовывать точки собственного присутствия РЭЦ – Бюро (собственные представительства, группы по поддержке

экспорта под руководством представителя РЭЦ на базе торговых представительств или представительств Внешэкономбанка РФ в административном и функциональном подчинении Группы РЭЦ, штатных сотрудников торговых представительств, назначаемых по представлению РЭЦ), партнерская и агентская сеть РЭЦ.

В ряде случаев размещение сотрудников Бюро РЭЦ планируется, в том числе на площадках представительств РЭЦ за рубежом (в т.ч. в городах, где отсутствует инфраструктура торговых представительств РФ) при условии отсутствия ограничений правового характера, связанных со статусом сотрудников торговых представительств.

Ключевым элементом создаваемой системы становятся торговые представительства РФ в зарубежных странах (Торгпредства). Торгпредствам предстоит существенно нарастить компетенции в сфере содействия внешней торговле и органично встроиться в единую систему институтов продвижения экспорта. Основная деятельность торговых представительств должна быть сфокусирована на создании благоприятной среды для ведения бизнеса в целевой стране, обеспечение взаимодействия с официальными представителями государственных структур, финансового сектора и бизнеса, а также формировании качественной информационно-аналитической базы об условиях ведения бизнеса в странах пребывания.

С целью расширения географического охвата перспективных зарубежных рынков сбыта создаются так называемые «региональные узлы», подразумевающие работу одного Торгпредства сразу в нескольких сопредельных странах.

Для повышения эффективности предполагается создание при Торгпредствах групп поддержки экспорта, формируемых из сотрудников, прошедших комплексное обучение по программам РЭЦ. Также планируется внедрение практики проектных команд: при необходимости будет оперативно формироваться «кадровый десант» для высадки в ту или иную страну пребывания для отработки приоритетного проекта.

По-нашему мнению, идея «кадрового десанта» с одной стороны, представляется эффективной в том плане, когда необходимо принятие быстрых мер и внедрение отлаженной модели взаимодействия. Но, с другой стороны, хорошо налаженные, постоянно поддерживаемые и развиваемые связи, сотрудников Торгпредств с предпринимательскими кругами зарубежного рынка, а также с представителями властных структур и прочими заинтересованными сторонами являются, по нашему мнению, одной из эффективных мер продвижения российских экспортеров на конкретный внешний рынок. Кроме того, как уже неоднократно подчеркивалось, каждый внешний рынок требует тщательной проработки и подготовки к выходу на него, поэтому применение универсального подхода, предполагаемого в случае «кадрового десанта», снижает эффективность экспортной деятельности МСБ.

Основными задачами Торгпредств являются встраивание российских компаний в международные производственные цепочки и продвижение на внешние рынки российских товаров, услуг, объектов интеллектуальной собственности. К функциям поддержки экспортоориентированных компаний, предоставляемым Торгпредствами можно отнести: административная и организационно-консультационная, информационно-аналитическая поддержка российских экспортеров, заинтересованных организаций, федеральных и региональных органов исполнительной власти.

Деятельность торговых представительств будет структурирована в рамках страновых планов действий, которые разрабатываются и актуализируются на среднесрочный период (от 3 до 5 лет) индивидуально для каждой страны пребывания Торгпредства на основе результатов анализа зарубежных рынков и выявления перспективных ниш для российского экспорта товаров и услуг.

В страновом плане действий отражаются отраслевые и проектные предложения торговых представительств, РЭЦ, федеральных и региональных органов исполнительной власти, а также ведущих деловых объединений. страновой план действий будет содержать задачи (со сроками и показателями эффективности) по 5-7 наиболее перспективным отраслевым направлениям в

форме «дорожных карт» по выходу или расширению присутствия в отдельных сегментах рынка, содержащих конкретные мероприятия по продвижению, включая снятие выявляемых административных и торговых барьеров. За каждой задачей будет закреплена группа ответственных участников, включая торговые представительства, РЭЦ, федеральные и региональные органы исполнительной власти, а также конкретные компании-экспортеры. В страновые планы действий могут оперативно вноситься корректировки с учетом меняющейся конъюнктуры, а также поступающих актуальных предложений.

Анализ мер по модернизации Торговых представительств за рубежом свидетельствует о необходимости внедрения нового формата их работы, такого как проектный подход и повышения уровня доверия со стороны предпринимательского сектора и экспертного сообщества. Но как видится, вышеприведенных мер недостаточно для повышения эффективности Торгпредств¹⁶⁷.

Поэтому были разработаны дополнительные меры модернизации Торгпредств:

а). Присвоение отраслевого профиля каждому Торгпредству и/или Бюро, что позволит повысить эффективность создания «региональных узлов», учитывая при группировке стран не только географический признак, но отраслевую близость. Отраслевой профиль присваивается Торгпредству на основе наличия в стране прибывающих ключевых отраслевых мероприятий. Одно Торгпредство/Бюро может иметь несколько отраслевых профилей.

б). Группы поддержки экспорта, создаваемые при Торгпредствах и/или Бюро должны включать сотрудников специализирующихся на продвижении российского экспорта согласно отраслевому профилю, в компетенции которых входит сопровождения экспортного проекта «идея-контракт-мониторинг».

в). С целью образования единого информационного поля необходимо создание сетевого взаимодействия между Торгпредствами/Бюро одного

¹⁶⁷ Малышева, Е.В. Проблемы межкультурного взаимодействия в международном бизнесе // Интеграция России в мировую экономику: новые парадигмы экономической культуры: материалы международной научно-практической конференции: в 4 ч. Екатеринбург: УрФУ, 2011. – Ч. 1. 368 с. – С. 196-205.

отраслевого, с целью усиления конкурентоспособности российских компаний на мировой арене.

3). Третий блок охватывает построение эффективного взаимодействия с экспортерами. Для оперативного обеспечения потребностей экспортоориентированных компаний в мерах поддержки и повышения уровня конверсии предоставляемых мер поддержки в экспортный контракт за каждым экспортером, осуществляющим взаимодействие с РЭЦ, закрепляется клиентский менеджер:

- за экспортерами федерального уровня закрепляются клиентские менеджеры из РЭЦ;

- за экспортерами регионального уровня – клиентские менеджеры из РЭЦ и/или ЦПЭ.

Основным функционалом клиентских менеджеров при взаимодействии с экспортерами является осуществление комплекса мероприятий по привлечению экспортеров и увеличению объема поддержки экспорта таких как:

- консультирование, проведение переговоров, организация продаж продуктов и услуг, предоставляемых в рамках Единой системы продвижения экспорта;

- организация и сопровождение предоставления продуктов/услуг;

- содействие в подготовке документов для предоставления продуктов и услуг;

- отражение и учет всей информации по экспортеру в информационной системе «Одно окно».

В результате, клиентский менеджер является главным связующим звеном между системой поддержки экспорта и компаниями. Как представляется в отношении малого и среднего бизнеса клиентский менеджер должен нести больше функций в плане организации и развития экспортной деятельности, а именно:

- а). Совместная с компанией разработка экспортной стратегии, включающей выбор потенциальных рынков сбыта.

б). Совместная с компанией разработка тактики выхода/деятельности на внешнем рынке, включающая выработку способов удовлетворения требований внешнего рынка, проработку инфраструктуры экспортной деятельности, набора и последовательности применения мер поддержки экспорта.

С целью устранения выявленного недостатка «Низкая систематизация предоставляемых мер поддержки», в работе была проведена систематизация мер поддержки, предлагаемых РЭЦ и перечисленных выше, согласно экспортному статусу компании: с одной стороны – действующий экспортер и начинающий экспортер и, с другой стороны, новый рынок и старый рынок (Таблица 3.3).

Таблица 3.3 – Систематизация мер поддержки РЭЦ в зависимости экспортного статуса компании**

	Действующий экспортер МСБ	Начинающий экспортер МСБ
Освоенный рынок	8, 9, 10, 11	
Перспективный рынок	1, 2, 3, 4*, 7*, 9, 11*, 12	1, 2, 3, 4*, 5, 6, 7, 8 (8.1, 8.2, 8.5*), 9, 11*, 12

* – необходимость предоставления мер поддержки определяется в зависимости отраслевой принадлежности компании

** – меры поддержки указаны под номерами, которые присвоены им выше на с. 151-155.

Источник: составлено автором

Как видно из таблицы 3.3, для действующего экспортера МСБ, работающего на освоенном рынке важны такие меры поддержки как специальные программы по поддержке экспорта; страхование; кредитно-гарантийная поддержка; программа поддержки Made in Russia. В то время при выходе на перспективный рынок для такой компании становятся также интересны: поддержка экспортных поставок; аналитика и исследования; продвижение на внешние рынки; экспорт по каналам электронной торговли; сертификация, патентование, лицензирование; программа поддержки Made in Russia; партнерские услуги. Для начинающего экспортера МСБ при выходе на внешний рынок (каждый из которых для него будет считаться перспективным) наиболее важны такие меры поддержки как: поддержка экспортных поставок; аналитика и

исследования; продвижение на внешние рынки; экспорт по каналам электронной торговли; образовательные услуги; поддержка проектов на ранних стадиях; сертификация, патентование, лицензирование; специальные программы по поддержке экспорта (обеспечение участия в международных конгрессно-выставочных мероприятиях и деловых миссиях; обеспечение участия в мероприятиях, связанных с продвижением продукции агропромышленного комплекса на внешние рынки; компенсация части затрат на транспортировку продукции); программа поддержки Made in Russia; партнерские услуги.

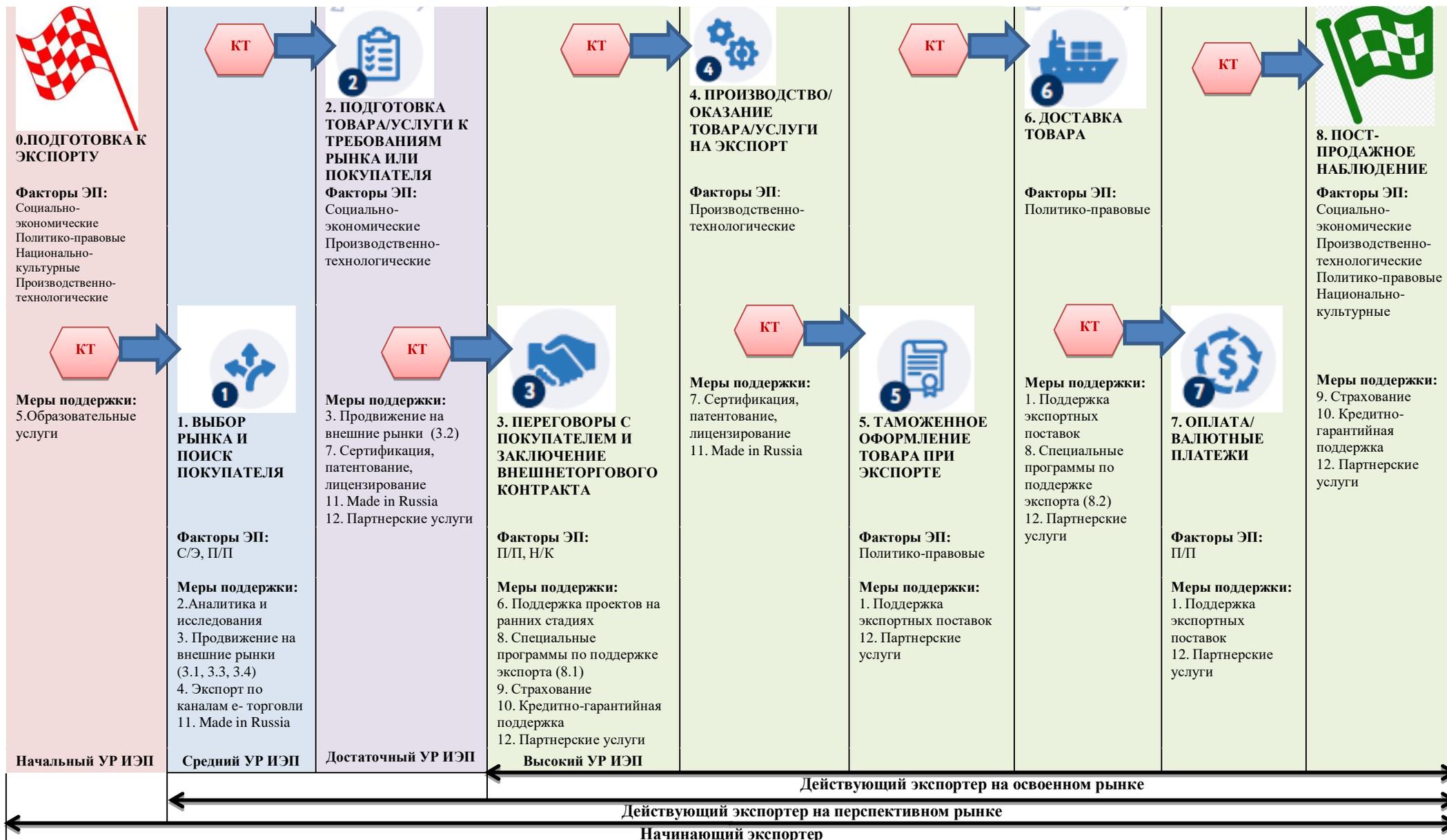


Рисунок 3.10 – Алгоритм развития экспортного потенциала МСБ
 Источник: составлено автором

2. Направления систематизации мер поддержки РЭЦ в зависимости от экспортного статуса МСБ. С данной целью в работе был предложен алгоритм развития и формирования экспортного потенциала малого и среднего бизнеса. Систематизация мер поддержки позволила соотнести не только экспортный статус компании, предоставляемые меры поддержки, но и уровни интегрального экспортного потенциала (согласно предложенной во второй главе методике) и определенные в работе факторы формирования экспортного потенциала (ЭП) и этапы жизненного цикла экспортного проекта¹⁶⁸. К выделенным в учебном пособии для начинающих экспортеров семи этапам жизненного цикла, автор добавил еще два этапа, а именно 0 этап – подготовка к экспорту и 8 этап – пост-продажное наблюдение (рисунок 3.10)¹⁶⁹.

Для каждого из этапов были определены факторы формирования экспортного потенциала, которые необходимо учитывать на этом этапе и необходимые меры поддержки, которые могут минимизировать негативное влияние и усилить позитивное влияние таких факторов. Так производственно-технологические факторы наиболее оказывают влияние на этапах 0. Подготовка к экспорту; 2. Подготовка товара/услуги к требованиям рынка или покупателя; 4. Производство/оказание товара/услуги на экспорт; 8. Пост-продажное наблюдение. В свою очередь, социально-экономические факторы влияют на: 0. Подготовка к экспорту; 1. Выбор рынка и поиск покупателя; 2. Подготовка товара к требованиям рынка или покупателя. Политико-правовые факторы: 3. Переговоры с покупателем и заключение внешнеторгового контракта; 5. Таможенное оформление товара при экспорте; 6. Доставка товара; 7. Оплата/валютные платежи;/; 8. Пост-продажное наблюдение. Национально-культурные факторы: 0. Подготовка к

¹⁶⁸ Учебное пособие для начинающих экспортеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ved.gov.ru/rus_export/export_from_russia/ (дата обращения: 23.12.2019).

¹⁶⁹ Малышева, Е.В. Пошаговая стратегия культурной интеграции компаний в международном бизнесе // Инновационное развитие современной экономики: теория и практика: сборник материалов VII Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. 10 ноября 2011 г., г. Москва. – М.: ЕАОИ, 2011. 624 с. – С. 148-150.

экспорту; 3. Переговоры с покупателем и заключение внешнеторгового контракта; 8. Пост-продажное наблюдение.

Стоит отметить, что в случае экспорта услуг из жизненного цикла выпадают этапы 5 и 6 (*).

Согласно распределению уровней развития интегрального экспортного потенциала следует, что начальный уровень развития ИЭП присущ субъектам МСБ, который не готов к выходу на внешний рынок, необходимо провести существенные изменения в деятельности субъекта в целом и в результате чего он находится на 0 этапе жизненного цикла экспортного проекта. Средний уровень развития ИЭП означает, что субъект МСБ находится на 1 этапе жизненного цикла и после устранения несоответствий может приступить к реализации экспортного потенциала. Достаточный уровень развития ИЭП – имеются несущественные несоответствия к требованиям внешнего рынка и всей отрасли, что означает 2 этап жизненного цикла. Высокий уровень развития ИЭП предполагает отсутствие несоответствий и 3 этап жизненного цикла экспортного проекта.

Стоит отметить, что при переходе от предыдущего к последующему этапу определены критические точки (КТ), которые включают в себя принятие руководящего решения о продолжении/приостановлении/возвращении на предыдущий этап развития экспортного направления на основе сравнения полученных результатов с запланированными результатами, текущего состояния компании и возможного возникновения внешних форс-мажорных факторов. Критические точки определяют возможность руководства компании остановить реализацию экспортного потенциала компании на каждом этапе жизненного цикла экспортного проекта, при условии невозможности и/или неспособности компании продолжать экспортную деятельность.

Таким образом, в рамках третьей главы, были выделены и проанализированы особенности деятельности, включая экспортную деятельность, российского малого и среднего бизнеса и проведено их

сравнение с особенностями деятельности зарубежных МСБ, к примеру определено, что российские и зарубежные МСБ отмечают отсутствие высококвалифицированного персонала и необходимость крупных инвестиций важными факторами сдерживающими экспортную деятельность МСБ. Также проведен анализ последствий пандемии COVID-19 на деятельность российских и зарубежных МСБ и выделены меры государственной поддержки, предоставляемые правительствами разных стран с целью их минимизации. Был проведен анализ зарубежного опыта поддержки экспортной деятельности МСБ, включая членство такого рода компаний в международных и региональных организациях МСБ, и было заключено, что меры государственной поддержки является базовыми по отношению к мерам поддержки, предоставляемым негосударственными организациями из-за ограниченности последних в ресурсах и сфере влияния на мировую экономику.

Также были сформулированы предложения по развитию экономико-правовой и институциональной среды экспортной деятельности МСБ, которые дают возможность:

1. Для малого и среднего бизнеса: во-первых, предлагаемые рекомендации в рамках усиления отраслевой проработки предлагаемых мер поддержки экспорта, позволяют учесть отраслевую специфику компании и тем самым индивидуализировать предоставляемые меры поддержки; во-вторых, систематизация уровней интегрального экспортного потенциала, мер поддержки экспорта согласно этапам жизненного цикла экспортного проекта, ориентируясь при этом на экспортный статус компании, позволяет получить поддержку актуальную на определенном этапе выхода компании на внешний рынок и/или развития экспортного направления деятельности компании.

2. Для государства – предлагаемые направления совершенствования позволяют систематизировать и обосновать инструменты поддержки экспортной деятельности малого и среднего бизнеса с учетом его специфических особенностей освоения рынков зарубежных стран, а также

выявить отраслевые потребности компаний в рамках реализации экспортного потенциала, что дает возможность выстроить актуальную и востребованную систему поддержки экспорта.

Рекомендации по усовершенствованию государственной поддержки экспорта МСБ, выработанные и изложенные в рамках диссертационного исследования, позволяют достичь системной взаимосвязи мер поддержки экспорта со стороны государства и усилий компании по формированию и развитию экспортного потенциала.

Заключение

В диссертационной работе было выполнено научно-обоснованное исследование развития экспортного потенциала национальной экономики за счет активизации экспортной деятельности российского малого и среднего бизнеса.

В ходе исследования были решены следующие основные задачи:

1. Дополнены теоретико-методологические положения по формированию экспортного потенциала национальной экономики.

Проведен анализ существующих подходов российских и зарубежных ученых к трактовке экспортного потенциала, в результате которого была определена потребность в уточнении понятия экспортного потенциала, учитывая его двойственную природу, а именно с точки зрения комбинирования ресурсного и процессного подходов. В результате чего, было предложено рассматривать экспортный потенциал национальной экономики как сложное многофакторное явление, которое, с одной стороны, формируется за счет совокупности внутренних ресурсов, используемых субъектом национальной экономики при создании и производстве продукции/услуги, конкурентоспособной на мировом рынке (ресурсный подход), а, с другой стороны, за счет способности субъекта национальной экономики воспользоваться существующими внешними возможностями с целью развития экспорта (процессный подход).

2. Разработана классификация факторов формирования экспортного потенциала во взаимосвязке с современными тенденциями мировой экономики.

Выявлены и проанализированы основные современные тенденции развития мировой экономики, такие как глобализация и регионализация; геокультурное обновление и культурная идентичность; цифровизация и

кибербезопасность; геоэкономическая нестабильность и неопределенность. Данные тенденции рассмотрены во взаимосвязи с факторами экспортного потенциала, которые были сгруппированы на четыре группы (социально-экономические факторы, политико-правовые факторы, национально-культурные факторы и производственно-технологические факторы). В свою очередь, факторы формирования экспортного потенциала были разделены на факторы, способствующие реализации экспортного потенциала (социально-экономические факторы и производственно-технологические факторы) и факторы, сдерживающие реализацию экспортного потенциала (политико-правовые факторы и национально-культурные факторы).

В рамках предложенной классификации факторы формирования экспортного потенциала были идентифицированы по отраслевому и региональному аспектам. С точки зрения отраслевого аспекта внимание должно быть уделено производственно-технологическим факторам, позволяющим изучить специфические особенности деятельности отрасли. В то время как, с точки зрения, регионального аспекта экспортного потенциала изучение должно быть сконцентрировано на национально-культурных, политико-правовых и социально-экономических факторах как дающих возможность специфические особенности деятельности отдельных зарубежных рынков. Это позволило выделить общий и региональный экспортный потенциал и синтезировать их в интегральный экспортный потенциал компании.

Было заключено, что современные тенденции мировой экономики определяют условия работы международного бизнеса, которые могут, как создавать возможности реализации экспортного потенциала национальной экономики, так и ликвидировать их. В свою очередь, факторы формирования экспортного потенциала отражают особенности взаимоотношений между членами общества страны-импортера, поэтому важен их анализ, как по отдельности, так и в совокупности, последнем случае, в качестве

совокупности данных факторов необходимо рассматривать предпринимательскую культуру общества.

В рамках диссертационного исследования была проанализирована роль субъектов малого и среднего бизнеса в международном бизнесе, выделены особенности и «тонкие» места его экспортной деятельности. Проанализированы возможности малого и среднего бизнеса в глобальных цепочках добавленной стоимости, обоснована необходимость стимулирования включения российского малого и среднего бизнеса в мировую экономику и «нисходящие» глобальные цепочки добавленной стоимости, что одновременно позволит повысить степень технологичности производимой продукции российского МСБ и увеличить доход их внутри международной производственной цепочки

3. Разработана методика оценки уровня развития экспортного потенциала субъекта национальной экономики с учетом влияния тенденций развития мировой экономики.

Проведен анализ существующих методических подходов к оценке экспортного потенциала, по результатам которого, была определена потребность в разработке методических подходов к оценке привлекательности экспортной деятельности для предпринимателей с точки зрения одновременно ее страновой, отраслевой и региональной специфики. Для удовлетворения выделенной потребности была предложена методика оценки уровня развития экспортного потенциала субъекта национальной экономики с учетом влияния тенденций развития мировой экономики на формирование экспортного потенциала национальной экономики, включающая в себя два взаимосвязанных этапа. Первый этап методики предполагает расчет общего экспортного потенциала национальной экономики, и изучение отраслевой специфики предполагаемого мирового рынка. Второй этап, в свою очередь, позволяет выявить региональную специфику предполагаемого внешнего рынка сбыта. Так же на втором этапе предложенной методики была произведена градация субъектов, находящихся

на начальном, среднем, достаточном и высоком уровнях развития, а также составить перечень потенциально привлекательных стран для российского экспорта с учетом предпринимательской культуры выделенных групп стран-импортеров.

Результатом, применения методики является расчет интегрального индекса экспортного потенциала субъекта национальной экономики, учитывая его региональный и отраслевой аспект, который позволяет определить совокупное соответствия национальной компании требованиям отрасли на мировом уровне в целом и отдельного зарубежного рынка в частности, что дает возможность выработать дальнейшую стратегию и тактику экспортной деятельности компании.

4. Предложены направления формирования экспортного потенциала российской экономики за счет активизации экспортной деятельности малого и среднего бизнеса.

Проведен анализ статистических данных деятельности российского МСБ, включая экспортную деятельность, отражающих количество субъектов МСБ, в том числе экспортно ориентированных субъектов МСБ, географию экспортной деятельности, структуру экспорта МСБ, а также причины, побудившие компании малого и среднего бизнеса начать экспортную деятельность и причины отказа от нее.

Так же проанализированы последствия COVID-19 для экспортной деятельности российских МСБ, наравне со снижением внутреннего и внешнего спроса как негативного влияния пандемии, выделено также снижение курса рубля и популяризация на внешних рынках российской продукции, способствующей борьбе с пандемией как ее положительные последствия. Были определены и структурированы меры поддержки деятельности МСБ, разработанные правительствами различных стран мира с целью минимизации последствий пандемии COVID-19.

По результатам анализа сделан вывод о том, что российский МСБ находится в стадии становления и развития, что делает его особо уязвимым к

влиянию внешних угроз, минимизировать которые можно за счет совершенствования государственной политики поддержки экспорта субъектов малого и среднего бизнеса, что является широко распространённой мировой практикой.

В работе была проанализирована действующая система государственной поддержки МСБ, ее основные субъекты и функции. В рамках данного анализа был проведен анализ существующих нормативных документов, включая национальные проекты, нацеленные на стимулирование экспорта МСБ. Было заключено, что основными недостатками действующей системы государственной поддержки экспорта являются разрозненность ее элементов и отсутствие единого нормативного документа, описывающего функции субъектов, разграничивающего зону их ответственности и полномочий.

Для устранения выявленных недостатков в работе были предложены следующие рекомендации:

- разработка единого документа, четко и последовательно описывающего систему поддержки экспорта (включая экспорт МСБ) и регламентирующего функции и зону ответственности каждого из ее субъектов, исключая их дублирование и пересечение;
- определение, создание и развитие необходимой инфраструктуры, позволяющей и способствующей реализации планов по развитию экспорта.

Предлагаемые рекомендации способствуют максимальной консолидации усилий всех задействованных субъектов поддержки экспорта МСБ.

5. Предложены рекомендации по совершенствованию российской системы государственной поддержки экспорта малого и среднего бизнеса.

Проведен компаративный анализ систем поддержки экспортной деятельности малого и среднего бизнеса в зарубежных странах, включая членство таких компаний в негосударственных организациях МСБ на мировом и региональном уровнях. Определены основные направления

экспорта и инструменты поддержки экспорта. Проведен анализ преимуществ и недостатков стратегических моделей управления наращиванием экспортного потенциала зарубежных стран, результаты которого использованы при выработке рекомендаций по развитию российской системы поддержки экспорта.

Проанализирована система поддержки российского экспорта и выявлены ее основные недостатки, к которым относятся, недостаточная отраслевая проработанность мер поддержки, и низкая систематизация предоставляемых мер поддержки.

С целью решения выделенных проблем в ходе диссертационного исследования были выработаны рекомендации по усовершенствованию предоставляемых мер поддержки, а именно:

Первый блок рекомендаций содержит в себе рекомендации по улучшению качества предоставляемых услуг в субъектах РФ. Предлагаемые рекомендации делают упор на то, что функции, возложенные на представительства российского экспортного центра в регионах как основного субъекта государственной системы поддержки экспорта, прежде всего, требуют от его сотрудников знания отраслевой специфики деятельности компании, обратившейся за поддержкой. С нашей точки зрения, основной функцией региональных представительств должно являться предоставление информационных и общих образовательных услуг, налаживание взаимосвязи между экспортером и федеральным центром через определение уровня развития экспортного потенциала компании.

Второй блок рекомендаций касается зарубежной сети РЭЦ, ключевым звеном которой становятся Торговые представительства РФ и Бюро (собственные представительства РЭЦ). В работе были разработаны дополнительные меры модернизации Торгпредств, к примеру, присвоение отраслевого профиля конкретному Торгпредству/Бюро на основе наличия в стране прибывающих ключевых отраслевых мероприятий. Предполагается, что одно Торгпредство/Бюро может иметь несколько отраслевых профилей.

Третий блок включает в себя рекомендации по совершенствованию построения эффективного взаимодействия с экспортерами, в рамках которого, в настоящее время предполагается назначение клиентского менеджера для каждого обратившегося в РЭЦ экспортера. Рекомендации нацелены на совершенствование взаимоотношений клиентского менеджера и МСБ-экспортеров, к примеру, совместная с компанией разработка экспортной стратегии, включающей выбор потенциальных рынков сбыта.

Предложенные рекомендации позволяют учесть страновую, региональную и отраслевую специфику субъекта МСБ относительно отдельного зарубежного рынка и мировой отрасли в целом, тем самым индивидуализируя предоставляемые меры поддержки.

6. Систематизированы инструменты поддержки экспортной деятельности малого и среднего бизнеса с учетом его специфических особенностей освоения рынков зарубежных стран.

Предложен алгоритм развития экспортного потенциала малого и среднего бизнеса, который отражает взаимосвязь между экспортным статусом компании, предоставляемыми мерами поддержки, уровнями развития интегрального экспортного потенциала согласно предложенной методики, определенными в работе факторами формирования экспортного потенциала и этапами жизненного цикла экспортного проекта. Алгоритм позволяет систематизировать меры поддержки и предоставить, ориентируясь на экспортный статус субъекта МСБ, поддержку актуальную на определенном этапе выхода субъекта МСБ на внешний рынок и/или развития экспортного направления его деятельности.

Таким образом, алгоритм, предложенный в рамках диссертационного исследования позволяет одновременно устранить выявленные недостатки и, основывающиеся на совершенствовании мер поддержки РЭЦ, целью которых является минимизация неблагоприятных последствий для реализации экспортного потенциала малого и среднего бизнеса и достигнуть системной

взаимосвязи мер поддержки экспорта со стороны государства и усилий со стороны малого и среднего бизнеса.

Результаты диссертационного исследования обладают теоретической и практической значимостью, они апробированы как на научных конференциях, так и при разработке рекомендаций для органов власти. Результаты теоретико-методических исследований автора могут быть использованы научно-образовательным сообществом при подготовке курсов лекций в области мировой экономики и внешнеэкономической деятельности и территориального развития муниципальных образований. Полученные результаты авторских исследований в сфере оценки влияния тенденций мировой экономики на экспортный потенциал национальной экономики могут быть использованы субъектами национальной экономики для выбора наиболее привлекательных внешних рынков для экспорта.

Полученные результаты исследования имеют значимость как для органов власти субъектов РФ, так и для органов власти федерального уровня, поскольку позволяют решить значимые вопросы построения структуры системы поддержки экспорта МСБ и консолидировать усилия органов власти разных уровней и экспортоориентированного субъекта малого и среднего бизнеса, что окажет позитивное воздействие на развитие экспортного потенциала российской экономики.

Список литературы

Нормативно-правовые акты

1. Федеральный закон от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» (ред. от 22.12.2020) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultant.ru. (дата обращения: 23.05.2021).

2. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 30.12.2020) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения 23.05.2021).

3. Указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71837200/> (дата обращения: 23.12.2018).

4. Постановление Правительства РФ от 04.04.2016 № 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 16.09.2019).

5. Высший евразийский Экономический Совет. Решение №12 «О стратегических направлениях развития евразийской экономической интеграции до 2025 года» от 11.12.2020 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://docs.eaeunion.org/docs/ru-ru/01228321/err_12012021_12 (дата обращения: 07.11.2021).

6. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации, утвержденная Указом Президента РФ от 31 декабря 2015 г. № 683

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/71296054/#ixzz6t2TBVCbQ> (дата обращения 25.03.2021).

7. Стратегия экономической безопасности РФ на период до 2030 года, утвержденная Указом Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/71296054/#ixzz6t2SYbbF9> (дата обращения 25.03.2021).

8. Государственная программа №328 «Развитие промышленности и повышение её конкурентоспособности» от 15.04.2014 (с изменениями на 31 марта 2021 года) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/docs/23450/> (дата обращения: 23.05.2021).

9. Государственная программа «Развитие внешнеэкономической деятельности» от 24.04.2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depSvod/201404245> (дата обращения: 23.12.2018).

10. Паспорт национального проекта «Малое и средние предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» от 24.12.2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://economy.gov.ru/material/file/7bb70b5d19ea26a9729839377eбас38e/Passport_NP_MSP.pdf (дата обращения: 19.02.2019).

11. Паспорт приоритетного проекта «Системные меры развития международной кооперации и экспорта» от 30.11.2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/news/25593/> (дата обращения: 19.02.2019).

12. Паспорт приоритетного проекта «Международная кооперация и экспорт в промышленности» от 30.11.2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/projects/selection/651/25592/> (дата обращения: 19.02.2019).

13. Паспорт приоритетного проекта «Экспорт продукции АПК» от 30.11.2016 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://static.government.ru/media/files/cMQSd7VmfBXrGXLv6ncG3ZNq8QtzOvAH.pdf> (дата обращения: 19.07.2019).

14. План мероприятий по реализации Стратегических направлений развития евразийской экономической интеграции до 2025 года от 05.04.2021г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/finpol/dobd/strategy-2025/Pages/default.aspx> (дата обращения: 07.11.2021).

15. Приказ Минпромторга России от 16.09.2020 № 3092 «Об утверждении Перечня высокотехнологичной продукции, работ и услуг с учетом приоритетных направлений модернизации российской экономики» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 23.05.2021).

16. Приказ Министерства промышленности и торговли РФ от 23 июня 2017 г. N 1993 "Об утверждении Перечня высокотехнологичной продукции, работ и услуг с учетом приоритетных направлений модернизации российской экономики и перечня высокотехнологичной продукции" Приложение N 1. Перечень высокотехнологичной продукции, работ и услуг с учетом приоритетных направлений модернизации российской экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/71723014/53f89421bbdaf741eb2d1ecc4ddb4c33/> (дата обращения 23.05.2021).

17. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года от 2 июня 2016 г. № 1083-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/jFDd9wbAbApXgEiHNaXHveytq7hfPO96.pdf> (дата обращения: 20.01.2020).

18. Стратегия развития экспорта продукции автомобильной промышленности в Российской Федерации на период до 2025 года от 31.08.2017 № 1877-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://static.government.ru/media/files/Gm80bGAY20Pj1szROuP3rQVF82r3eJVc.pdf> (дата обращения: 19.02.2019).

19. Стратегии развития экспорта продукции в отрасли сельскохозяйственного машиностроения на период до 2025 года от 31.08.2017 № 1876-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/5aN8xR5aZqVFVBf6ASfFHjalrpc282bS.pdf> (дата обращения: 19.02.2019).

20. Стратегии развития экспорта продукции железнодорожного машиностроения от 31.08.2017 № 1878-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/ufqseXaCSx729AhEe6EW9TAcwNmWmf dA.pdf> (дата обращения: 19.02.2019).

21. Стратегия развития экспорта гражданской продукции авиационной промышленности Российской Федерации на период до 2025 года от 18 сентября 2017 г. № 1997-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/FqvBtqzT.pdf> (дата обращения: 19.02.2019).

22. Основные направления деятельности Правительства РФ на период до 2024 года от 29.09.2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/news/34168/> (дата обращения: 19.02.2019).

23. Информационное письмо Банка России от 30.03.2021 № ИН-06-59/19 «О реструктуризации кредитов (займов) физическим лицам и субъектам МСП» [Электронный ресурс]. – http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_380855/ (дата обращения: 07.04.2021).

24. Доклад о мерах по развитию малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации за 2015 год от 18.09.2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.smeforum.ru/upload/iblock/f81/f810c5d73204a810a2889cfc43d6aae9.pdf> (дата обращения: 23.12.2018).

25. Национальные проекты: целевые показатели и основные результаты от 07.02.2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/projects/selection/738/35675/> (дата обращения: 19.02.2019).

26. Стандарт деятельности органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации по обеспечению благоприятных условий для развития экспортной деятельности (Региональный экспортный стандарт) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.exportcenter.ru/company/region_standard/ (дата обращения: 19.02.2019).

27. Послание Президента Федеральному Собранию от 21.04.2021 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/65418> (дата обращения: 25.04.2021).

Монографии

28. Абалкин, Л.И. Новый тип экономического мышления / Л.И. Абалкин. – М.: Экономика, 1987. – 191 с.

29. Асосков, А.В. Правовые формы участия юридических лиц в международном коммерческом обороте / А.В. Асосков. – М.: Статут, 2003. – 219 с.

30. Баринова, В.А. Малый и средний бизнес как фактор экономического роста России / В.А. Баринова, С.П. Земцов. – М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 2019. – 308 с.

31. Бароненко В.А. Принципы и факторы оптимизации адаптивных систем : монография / В. А. Бароненко, С. И. Белоусова. – Екатеринбург : УрФУ, 2014. – 120 с.

32. Волкодавова, Е.В. Развитие экспортного потенциала промышленных предприятий: теория, методология, практика / Е.В. Волкодавова, А.В. Сидоренко. – Самара: Изд-во Самарского научного центра РАН, 2010. – 235 с.

33. Волкодавова, Е.В. Экспортный потенциал промышленных предприятий: теория, методология, практика: монография. / Е.В. Волкодавова. – Самара: Самарский гос. экон. ун-та, 2007. – 159 с.

34. Готт В. С. Диалектика развития понятийной формы мышления: монография / В. С. Готт, Ф. М. Землянский. М. : Высшая школа, 1981. 319 с.

35. Друкер, П. Бизнес и инновации / Пер. с англ. К. Головинского / П. Друкер. – М.: Вильямс, 2007. – 423 с.

36. Горфинкель, В.Я. Экономика предприятия / В.Я. Горфинкель, В.А. Швандар. – «ЮНИТИ-ДАНА», 2007. – 670 с.

37. Исаченко, Т.М. Торговая политика Европейского Союза : Монография / Т.М. Исаченко. – М. : ГУ ВШЭ, 2010. – 400 с.

38. Логинов, Б.Б. Проблемные кредиты МСП в России и зарубежных странах: инструменты оценки и управления. Колл монография / Новая парадигма развития международных экономических отношений: вызовы и перспективы для России / Б.Б. Логинов и др. – Москва : МГИМО-Университет, 2022. – 403 с.

39. Малышева, Е.В. Новые формы содействия включённости российских компаний в систему международного бизнеса / Позиционирование региона в системе новых форматов международной экономической интеграции: / Колл. моногр.: Под ред. д.э.н., проф. Е.Л. Андреевой; д.э.н., проф. А.Г. Шеломенцева. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2016. – 250 с. – С. 235-244.

40. Мау, В.А. Российская экономика в 2018 году. Тенденции и перспективы. (Вып. 40) / В.А. Мау и др. – М.: Издательство Института Гайдара, 2019. – 656 с.

41. Мау, В.А. Российская экономика в 2019 году. Тенденции и перспективы. (Вып. 41) / В.А. Мау и др. – М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 2020. – 632 с.

42. Морозов, С.С. Методики оценки экспортного потенциала / С.С. Морозов. – М.: ЭКСМО, 2014. – 133 с.

43. Попов, Е.В. Рыночный потенциал предприятия / Е.В. Попов. – М.: Экономика, 2002. – 559 с.

44. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 512 с.

45. Риддерстрале, Й. Караоке-капитализм: Менеджмент для человечества: пер. с англ. В. Мишучковой / Й. Риддерстрале, К. Нордстрем. – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2009. – 336 с.

46. Россия в зеркале международных рейтингов. Информационно-справочное издание / отв. ред. В.И. Суслов. – ИЭОПП СО РАН. Новосибирск, 2015. – Автограф, 2015. – 115с.

47. Самоукин, А.И. Потенциал нематериального производства / А.И. Самоукин. – М.: Знание, 2001. – 148 с.

48. Сапир Е.В. Геоэкономический атлас Ярославской области как инструмент формирования кластерной политики региона: монография / Е.В. Сапир, И.А. Карачев. – Ярославль: ЯрГУ, 2015. – 144 с.

49. Социологический энциклопедический словарь. На русском, английском, немецком, французском и чешском языках / под ред. Г.В. Осипова. – М.: Издательство НОРМА, 2000. – 488 с.

50. Стратегические направления и приоритеты регионального развития в условиях глобальных вызовов / под общей редакцией д.э.н. Ю.Г. Лавриковой, д.э.н. Е.Л. Андреевой – Екатеринбург: УрО РАН, 2019 – 504 с.

51. Сэй Ж.Б. Трактат политической экономики / Ж.Б. Сэй. – М. : Дело, 2000. – 232 с.

52. Шумпетер Й. Капитализм, Социализм и Демократия / Пер. с англ. / Й. Шумпетер. – М. : Экономика, 1995. – 540 с.

53. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Пер. с нем. / Й. Шумпетер. – М. : Изд-во «Прогресс», 1982. – 455 с.

54. Яковлев, Г.И. Формирование рыночной стратегии предприятия: рыночный аспект / Г.И. Яковлев. – Саратов: Изд-во СГУ, 2010. – 435 с.

55. Яхонтова, Е.С. Инновационные ценности руководителей в экономике знаний / Е.С. Яхонтова, Т.А. Нестик, Ш. Каххаров. – М.: Высшая школа международного бизнеса, 2011. – 38 с.

Статьи в научных изданиях, материалы в сборниках трудов,
конференций

56. Ахрамович, В. Теоретические основы стимулирования экспортного потенциала АПК / В. Ахрамович // Аграрная экономика. – 2013. – №1. – С. 13-19.

57. Балдина, Ю.А. Роль и место субъектов малого и среднего предпринимательства в современных экономических условиях / Ю.А. Балдина // Вестник Удмуртского Университета. Серия экономика и право. – 2016. – Том 26. Вып.4. – С.7-10.

58. Баринова, В.А. Международный сравнительный анализ роли малых и средних предприятий в национальной экономике: статистическое исследование / В.А. Баринова, С.П. Земцов // Вопросы статистики. – 2019. – № 26 (6). С. 1-17.

59. Барнгольц, С.Б. Банковский аудит и его место в системе государственного надзора / Барнгольц С.Б., Мельник М.В. // Бухгалтерия и банки. – 2001. – №2. – С. 18-24.

60. Батурина, Э.А. Экспортный потенциал России: сущность и оценка / Э.А. Батурина, А.В. Цветных // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2010. – Том 2. – № 6. – С. 136-138.

61. Башуткин В.А. Специфика интернационализации малых и средних предприятий в форме транснациональных компаний / В.А. Башуткин // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». – март – апрель 2014. – Выпуск 2. – С. 1-7.

62. Белякова, Г.Я. Инструменты управления экспортным потенциалом с учетом стратегии развития предприятия машиностроения / Г.Я. Белякова, Д.А. Фокина // Вестник СибГАУ. – 2014. – № 5 (57). – С. 227-232

63. Блудова, С.Н. Анализ мирового опыта стимулирования и содействия развитию внешнеэкономической деятельности / С.Н. Блудова // Российский внешнеэкономический вестник. – 2007. – № 5. – С. 38-45.

64. Борисюк, Н.К. Основные направления развития экспортного потенциала региона / Н.К. Борисюк, Р.М. Прытков // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2008. № 85. С. 64-70.

65. Бубыкин, Д.С., Молчанова О.А. Понятие национальной экономики и механизм ее функционирования / Д.С. Бубыкин, О.А. Молчанова // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2017. - № 1-2 (103). – С. 7-10.

66. Васютченко, И.Н. Государственная поддержка экспорта: мировой опыт / И.Н. Васютченко // TERRA ECONOMICUS. Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2010. – Том 8. – № 1 (часть 3). – С. 243-250.

67. Войцеховская, И.А. Потенциал предприятия как основа его конкурентоспособности / И.А. Войцеховская // Проблемы современной экономики. – 2006. – № 1/2 (17/18). – С. 152-154.

68. Волкова, А.И. Факторы роста экспортного потенциала малого инновационного предприятия / А.И. Волкова, И.А. Карачев // Вестник финансового университета. – 2016. – № 6. – С. 31-38.

69. Волкова, В.В. Методический подход к анализу экспортного потенциала организаций оборонно-промышленного комплекса / В.В. Волкова // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2017. – №7(6А). – С. 22-32.

70. Вербер, Ш. Языковое разнообразие и его влияние на экономические и политические решения / Ш. Вербер, Дж. Габжевич, В. Гинзбург, А.В. Савватеев, А.Ю. Филатов // Журнал новой экономической ассоциации. – 2009. – № 3 – 4. С.28-53.

71. Григорян, К.Г. Внешнеэкономическая деятельность инновационных предпринимательских структур в современной мировой экономике / К.Г. Григорян, А.В. Кириллов // Вестник Университета. – 2016. – № 2. – С. 44-48.

72. Дубков, С.А. Формирование оценки экспортного потенциала промышленных предприятий / С.А. Дубков, С.К. Дадаленко, Д.И. Фоменко // Банкаускївеснік. – 2011. – № 28 – С. 29-35.

73. Епифанова, Т.В. Критерии определения малого и среднего предпринимательства / Т.В. Епифанова // Новые технологии. – 2011. – № 4. – С. 153–157.

74. Жеребин, В.М. Качество жизни населения в контексте международных сопоставлений / В.М. Жеребин, А.Н. Романов // Экономика. Налоги. Право. – 2013. – 6. – С. 86-93.

75. Захарова, Н.В. Малое и среднее предпринимательство в европейских странах: основные тенденции развития / Н.В. Захарова, А.В. Лабудин // Управленческое консультирование. – № 12 . – 2017. – С. 64-77.

76. Зверев, А.В. О системе поддержки национального экспорта Германии / А.В. Зверев // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2009. – № 8(20). – С. 42-49.

77. Земцов, С.В. Быстрорастущие фирмы в России: характеристики и факторы роста / С.П. Земцов, А.В. Маскаев // Инновации. – 2018. – № 6 (236). – С. 30-38.

78. Карачев, И.А. Определение категории «Экспортный потенциал предприятия» в контексте формирования региональной модели ВЭД / И.А. Карачев // Вестник финансового университета. – 2015. – № 4. – С. 24-37.

79. Коробейников, О.П. Роль инноваций в процессе формирования стратегии предприятия / О.П. Коробейников, А.А. Трифилова, И.А. Коршунов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 3. – С. 29–44.

80. Лаврикова, Ю.Г., Андреева Е.Л., Ратнер А.В. Локализация зарубежного производства как инструмент развития экспортной базы РФ / Ю.Г. Лаврикова, Е.Л. Андреева, А.В. Ратнер // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2019. – Т. 12. – № 3. – С. 24–38.

81. Лециловский, П.В. Индексная оценка экспортного потенциала, ее сущность и значение / П.В. Лециловский // Вестник БГЭУ. – 2004. – №3. – С. 27-31.

82. Лэсык, Л.И. Понятие, виды и методы оценки экономического потенциала предприятий /Л.И. Лэсык // Проблемы экономики и менеджмента. – 2014. – № 1 (29). – С. 40-49.

83. Мазиллов, Е.А. Экспортный потенциал малых и средних предприятий / Е.А. Мазиллов // Проблемы развития территории. – 2015. – Вып.5(79). – С.26-35.

84. Максимцов, М.М. Современный подход к понятию «Производственный потенциал предприятия» / М.М. Максимцов, Н.И. Малышев, М.А. Комаров, А.В. Игнатьева, Ю.К. Сычев // Транспортное дело России. – 2013. – 3. – С.87-90.

85. Малышева, Е.В. Влияние процессов цифровизации и глобализации на развитие мирового и российского рынка моды/ Е.В.Малышева // Вестник российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2018. – № 1 (97). – С. 167-173.

86. Малышева, Е.В. Теоретические подходы к определению экспортного потенциала национальной экономики/ Е.Л. Андреева, Е.В.Малышева // Журнал экономической теории. – 2020. – Т. 17. –№ 2. – С. 265-275.

87. Малышева, Е.В. Формы реализации экспортного потенциала национальной экономики/Е.Л. Андреева, Е.В.Малышева // Рынки будущего: локация Пермский край : [Электронный ресурс] : материалы VI Пермского экономического конгресса, Пермь, ПГНИУ, 27 февраля 2020 г. / Пермский государственный национальный исследовательский университет. –

Электронные данные. – Пермь, 2020. – 2,6 Мб ; 170 с. – Режим доступа: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/sborniki/permskij-economiceskij-kongress-2020.pdf>. (дата обращения: 15.03.2020).

88. Малышева, Е.В. Глобальные цепочки добавленной стоимости как способ реализации экспортного потенциала малого и среднего бизнеса/ Е.В.Малышева // Общество и экономика. – 2021. – № 11. – С. 112-119.

89. Малышева, Е.В. Развитие экспортного потенциала малых и средних предприятий как источник роста несырьевого неэнергетического экспорта РФ/ Е.В.Малышева // Российский внешнеэкономический вестник. – 2019. – № 8. – С. 7-17.

90. Малышева, Е.В. Тенденции развития экспортной деятельности малого и среднего бизнеса: мировой опыт и российская практика/ Е.В.Малышева // Международная торговля и торговая политика – 2021. Т. 7. – № 4 (28) – С. 70-78.

91. Малышева, Е.В. Поддержка экспорта малого и среднего бизнеса в реалиях мировой экономики, измененной коронавирусом/ Е.В.Малышева, А.В.Ратнер // Международная торговля и торговая политика – 2020. Т. 6. – № 3 (23). – С. 79-96.

92. Малышева, Е.В. Глобализация стандартов как фактор развития рынков будущего/ Е.Л. Андреева, А.В. Ратнер, Е.В. Малышева // Российский внешнеэкономический вестник. – 2019. – № 6. – С. 7-18.

93. Малышева, Е.В. Предпринимательская культура как качественная характеристика предпринимательской деятельности/ Е.В.Малышева // Теоретические и прикладные вопросы образования и науки: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 31 марта 2014 г.: в 13 частях. Часть 12. Тамбов: ООО «Консалтинговая компания Юникон», 2014. 188 с. – С.104-105.

94. Малышева, Е.В. Предпринимательская культура как фактор инновационного развития экономики/ Е.В.Малышева // Актуальные вопросы современной экономики в глобальном мире: материалы III международной

научно-практической конференции. – Махачкала: Издательство ДГУ, 2014. 273 с. – С.93-94.

95. Малышева, Е.В. Пошаговая стратегия культурной интеграции компаний в международном бизнесе/ Е.В.Малышева // Инновационное развитие современной экономики: теория и практика: сборник материалов VII Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. 10 ноября 2011 г., г. Москва. – М.: ЕАОИ, 2011. 624 с. – С. 148-150.

96. Малышева, Е.В. Проблемы межкультурного взаимодействия в международном бизнесе/ Е.В.Малышева // Интеграция России в мировую экономику: новые парадигмы экономической культуры: материалы международной научно-практической конференции: в 4 ч. Екатеринбург: УрФУ, 2011. – Ч.1. 368 с. – С. 196-205.

97. Малышева, Е.В. Взаимосвязь экспортного потенциала региона и стартап-движения молодежи/ П.Л. Глухих, Ю.Г. Мыслякова, Е.В. Малышева С.С. Красных // Экономика региона. – 2018. – № 4. – С. 1512-1525.

98. Мальцева, В.А. Региональные и мегарегиональные торговые соглашения: торговля сельскохозяйственной продукцией в Транстихоокеанском партнерстве / В.А. Мальцева, Д.А. Чупина // Вестник международных организаций. – Т. 12. – № 1 (2017) – С. 43-65.

99. Манин, П.В. Алгоритм оценки внешнеэкономического потенциала промышленного предприятия / П.В. Манин, Т.И. Чиранова // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2010. – № 21. – С. 98-105.

100. Манин, П.В. Механизм управления экспортным потенциалом промышленного предприятия / П.В. Манин // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2015. – № 3. – С. 32-40.

101. Мосейко, В.О. Многофакторная оценка экспортного потенциала малых и средних предприятий региона / В.О. Мосейко, Ю.М. Азмина // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2012. – № 2. – С. 63-71.

102. Неживенко, Е. А. Образовательный потенциал как элемент совокупного экономического потенциала машиностроительного предприятия / Е.А. Неживенко // Вестник ОГУ. – 2002. – № 4. – С. 163–170.

103. Передков, А. В. Генезис понятия «малое предпринимательство» / А.В. Передков // Актуальные инновационные исследования: наука и практика. – 2010. – № 4. – С 21.

104. Петров-Рудаковский, А.П. Методические подходы к развитию экспортного потенциала недревесных лесных ресурсов Республики Беларусь / А.П. Петров-Рудаковский // Потребительская кооперация. – 2013. – №3. – С.37-41.

105. Петров-Рудаковский, А.П. Экспортный потенциал: понятия и проблемы измерения / А.П. Петров-Рудаковский // Экономика и управление. – 2015. – 1 (41). – С.55-58 (С. 57).

106. Реанович, Е.А. Смысловые значение понятия «потенциал» / Е.А. Реанович // Экономические науки. – 2012. – Выпуск: № 7(7). Часть 2. – С.14-15.

107. Рогов, В.В. Экспортный потенциал России состояние, ориентиры и условия развития / В.В. Рогов // Внешнеэкономический бюллетень. – 2004. – № 6. С. 67-73.

108. Рогов, В.В. Экспортный потенциал России состояние, ориентиры и условия развития / В.В. Рогов // Внешнеэкономический бюллетень. – 2004. – № 7. С. 52-58.

109. Савинов, Ю.А. Государственная финансовая поддержка экспорта в России / Ю.А. Савинов, Ю.А. Мигунов // Российский внешнеэкономический вестник. – 2008. – № 5. – С.30-34.

110. Савинов, Ю.А. Экспортный потенциал отрасли по разработке и сбыту информационно-коммуникационных технологий / Ю.А. Савинов, В.А. Орешкин, А.А. Лебедев // Российский внешнеэкономический вестник. – 2013. – № 6. – С.28-40.

111. Сапир, Е.В. Экспортный потенциал российских фармацевтических предприятий в формирующихся региональных кластерах / Е.В. Сапир, И.А. Карачев, М. Чжан // Экономика региона. – 2016. – Т.12. вып.4. – С. 1194-1204.

112. Сидоренко, А.В. Методический подход к оценке повышения эффективности деятельности промышленных предприятий за счет развития экспортного потенциала / А.В. Сидоренко // Экономические науки. – 2010. – № 69. – С. 57-61.

113. Сидорова, Е.А. Россия в глобальных цепочках создания добавленной стоимости / Е.А. Сидорова // Мировая экономика и международные отношения. – 2018. – Том 62. – №9. – С. 71-80.

114. Серова, Н.Г. Оценка влияния брендинга при формировании и реализации экспортного потенциала промышленного предприятия / Н.Г. Серова // Фундаментальные исследования. – 2007. - № 11. – С. 55.

115. Спартак, А.Н. Экспортный потенциал России в инновационных сегментах мирового рынка / А.Н. Спартак, А.Е. Лихачев // Российский внешнеэкономический вестник. – 2017. – № 10. – С. 3-22.

116. Спартак, А.Н. Новое в государственной поддержке экспорта за рубежом: усиление агрессивности / А.Н. Спартак, Французов В.В. // Международная экономика. – 2018. – № 9. – С. 33-44.

117. Сухих, Д.Г. Методики оценки экспортного потенциала предприятия. Российский опыт / Д.Г. Сухих, В.М. Кац // Вестник науки Сибири. – 2015. – № 2. – С. 62-75.

118. Сычев, М.С. Показатели оценки экспортного потенциала предприятия / М.С. Сычев // Инновационное развитие экономики. – 2012. – № 4. – С. 72-77.

119. Ультан, С.И. Методологические основы формирования и исследования экспортного потенциала отрасли (на примере отрасли цветной металлургии) / С.И. Ультан, Н.Ю. Роговская // Вестник Омского университета. – 2012. – № 1. – С. 26-32.

120. Фокина, Д.А. Сущность экспортного потенциала предприятий РКП /Д.А. Фокина // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2017. Том 3. – С. 966-968.

121. Фролов, А.В. Работа потенциального поля / А.В. Фролов // Новые идеи в естествознании. – 1996. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://alexfrolov.narod.ru/ruswork.html> (дата обращения: 15.02.2019).

122. Фролова, Е.А. Типы и алгоритм выбора экспортных стратегий российских предприятий / Е.А. Фролова // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2016. – С. 48-51.

123. Хицкова, Д.В. Реализация экспортного потенциала российских отраслей / Д.В. Хицкова // Вестник науки и образования. – 2017. – № 5(29). Том 1. 2017. – С. 45-50.

124. Чиранова, Т.И. Комплексная оценка внешнеэкономического потенциала промышленного предприятия региона / Т.И. Чиранова // Регионология. – 2009. – №2 (67). – С. 120-127.

125. Чичкало-Кондрацкая, И.Б. Анализ стратегических моделей управления экспортным потенциалом / И.Б. Чичкало-Кондрацкая, Л.Н. Радченко // Российское предпринимательство. – 2013. – № 9 (231). – С. 22-28.

126. Шамрай, Ю.Ф. Формирование конкурентоспособного экспортного потенциала национальной экономики / Ю.Ф. Шамрай // Открытое образование. – 2010. – № 1. – С. 102-113.

127. Шевченко, Д.К. Проблемы и перспективы повышения эффективности инновационного потенциала предприятия / Д.К. Шевченко // Вестник тихоокеанского государственного экономического университета. – 2009. – 2(50). С.3-13

128. Школяр, Н. Институты и инструменты государственной поддержки экспорта: испанский опыт /Н. Школяр // Вопросы экономики. – 2007. – № 4. – С. 146–151.

Диссертации и авторефераты

129. Вавилов, А.А. Развитие экспортного потенциала и диверсификация экспорта вооружений и военной техники в условиях модернизации российской экономики: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14 / Вавилов Артем Анатольевич. – М.: РГТЭУ, 2011. – 211 с.

130. Волкодавова, Е.В. Теоретические и методологические основы формирования и реализации экспортного потенциала промышленных предприятий: дис. ... д-ра экон. наук: : 08.00.05 / Волкодавова Елена Викторовна. – Самара, 2007. – 347 с.

131. Губин, А.М. Совершенствование внешнеторговой деятельности предприятий машиностроения в условиях либерализации ВЭД: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Губин Александр Михайлович. – М., 2006. – 203 с.

132. Ильясов, М.С. Особенности развития внешнеэкономической деятельности субъектов малого бизнеса зарубежных стран и России на современном этапе : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14 / Ильясов Марис Сиражутинович. – Москва, 2004. – 155 с.

133. Манин, П.В. Управление экспортным потенциалом промышленных предприятий (на примере Республики Мордовия): дис.канд. экон. наук: 08.00.05 / Манин Петр Владимирович. – Тольятти, 2005. – 245 с.

134. Савиков, О.В. Оценка потенциала ВЭД малых и средних предпринимательских структур: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Савиков Олег Вадимович. – СПб., 2010. – 204 с.

135. Самохин, Р.В. Оценка экспортного потенциала предприятий лакокрасочной промышленности: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Самохин Роман Владимирович. – СПб., 2000. – 172 с.

136. Сидоренко, А.В. Развитие экспортного потенциала как фактор повышения эффективности деятельности промышленных предприятий: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Сидоренко Андрей Владимирович – Самара, 2010. – 153 с.

137. Сидоровнин, Д.В. Организационные факторы развития экспортной деятельности предприятий оборонно-промышленного комплекса России: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Сидоровнин Дмитрий Викторович. – М.: МГУПИ, 2014. – 186 с.

138. Сычев, М.С. Развитие методического обеспечения анализа и оценки экспортного потенциала предприятия: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.12 / Сычев Максим Сергеевич. – Йошкар-Ола, 2012. – 156 с.

139. Русаков, И.А. Управление развитием экспортного потенциала предприятий машиностроительного комплекса: автореф. дис.... канд. экон. наук: 08.00.05 / Русаков Илья Александрович. – Саратов, 2012. – 28 с.

Зарубежные издания

140. AC Economist Intelligence Unit // Business Week. – October 4, 1999.

141. Amabile, T. M. Creativity Under The Gun / T.M. Amabile, C.N. Hadley, S. K. Kramer // Harvard Business Review, Special Issue. – August 2002.

142. Baldwin R. Stepping stones or building blocs? Regional and multilateral integration. Paper presented at the G-20 Workshop on Regional economic integration in a global framework, Beijing, 2004, September 22–23.

143. Baumol, W. J. The Free-Market Innovation Machine: Analyzing the Growth Miracle of Capitalism / W. J. Baumol – Princeton University Press, 2002.

144. Behind the numbers // Harvard Business Review. Special Issue. – August, 2003.

145. Bergthaler W., Kang K., Liu Y., Monaghan D. Tackling Small and Medium Sized Enterprise Problem Loans in Europe. IMF Staff Discussion Note / W. Bergthaler, K. Kang, Y. Liu, D. Monaghan D // International Monetary Fund. – March 2015. [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://www.imf.org/external/pubs/ft/sdn/2015/sdn1504.pdf> (дата обращения: 25.04.2021).

146. Beverelli C., Kukenova M., Rocha N. Are you experienced? Survival and Recovery of Trade Relations after Banking Crisis / C. Beverelli, M. Kukenova, N. Rocha // WTO working paper series N. 2011-03, World Trade Organization.

147. Cohen, A. Going, Going, Gone: Meg Whitman leaves eBay / A. Cohen // New York Times. – January 25. – 2008. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://theboard.blogs.nytimes.com/2008/01/25/going-going-gone-meg-whitman-lives-ebay/> (дата обращения: 25.04.2021).

148. Company of the year: Chrysler has the hot cars. More important, it has a smart, disciplined management team // Forbes. – January, 13. – 1997. – P. 82.

149. Cyert, R. M. A Behavioral Theory of Organizational Objectives / R. M. Cyert, J. G. March // Modern Organizational Theory. – N.Y., 1959.

150. Daimler-Benz will Acquire Chrysler in \$36 Billion Deal that Reshape Industry // The New York Times. – May 7. – 1998. – P. A1–A6.

151. Dyen, I. An Indo-European Classification: a Lexicostatistical Experiment / I. Dyen, J. Kruskal, P. Black // Transactions of the American Philosophical Society. – 1992. – № 82 (5). – P. 1–110.

152. Fast company, October, 1999. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fastcompany.com/magazine/28/october-1999> (дата обращения: 23.01.2019).

153. Gashi, P. Export behavior of SMEs in transition countries / P. Gashi, I. Hashi, G. Pugh // Small Business Economics. – 2014. – vol. 42. – pp. 407–435.

154. Gruener, W. Linux Now Has «Double» the Market Share of Windows. 21.01.2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tomshardware.com/news/linux-windows-microsoft-android-ios,20220.html#> (дата обращения: 25.04.2021).

155. Hammel, G. Das revolutionare Unternehmen / G. Hammel – Econ Verlag : Munchen, 2000. – P. 23.

156. Hampton, D. R. Organizational behavior and the practice of management / D. R. Hampton. – Harper Collins Publishers Inc., 1987. – 1020 p.

157. Hofstede, G. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations / G. Hofstede. – Sage Publications, 2001. – 595 p.
158. Hofstede, G. Culture and Organizations: Software of the mind / G. Hofstede. – Glosgow : Harper Collins, 1994.
159. Kelly K. Darwin Smith may have done too good a Job / K. Kelly // Business Week. – August, 1. – 1988. – P. 52– 57.
160. Khurana, R. Searching for a Corporate Savior: The irrational Quest for Charismatic CEOs / R. Khurana. – Princeton University Press, 2002.
161. Kroeber, A. L. Culture, a critical review of concepts and definitions. Papers of the Peabody Museum of American Archaeology and Ethnology / A. L. Kroeber, C. Kluckhohn // Harvard University. – 1952. – 47 (I). – P. 1–223.
162. Lehrbaum, R. Embedded developers prefer Linux, love Android [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://linuxgizmos.com/embedded-developers-prefer-linux-love-android/> (дата обращения: 25.04.2021).
163. Lejarraga I. Deep Provisions in Regional Trade Agreements: How Multilateral-friendly?: An Overview of OECD Findings. OECD Trade Policy Papers, 2014, no 168, pp. 1–43. [dx.doi.org/10.1787/5jxvgn4bjf0-en](https://doi.org/10.1787/5jxvgn4bjf0-en) (дата обращения: 23.01.2019).
164. Linux Foundation Publishes Study Estimating the Value of Linux [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.linuxfoundation.org/news-media/announcements/2008/10/linux-foundation-publishes-study-estimating-value-linux> (дата обращения: 25.04.2021).
165. Lisowska R. The Potential of Business Environment Institutions and the Support for the Development of Small and Medium-sized Enterprises // Entrepreneurial Business and Economics Review. – 2016. – P. 85.
166. Mandel M. J. The Internet Economy: The World's Next Growth Engine / M. J. Mandel // Business Week. – October, 4. – 1999. – P. 72–77.
167. Mazur E. Green Transformation of Small Businesses: Achieving and Going Beyond Environmental Requirements / E. Mazur // OECD Environment

Working Papers. – № 47. – 2014. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dx.doi.org/10.1787/5k92r8nmfgxp-en> (дата обращения: 25.04.2021).

168. Mawston, N. Android Captures Record 85% Share of Global Smartphone Shipments in Q2 2014. Report 30.09.2014. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.strategyanalytics.com/default.aspx?mod=reportabstractviewer&a0=9921> (дата обращения: 25.04.2021).

169. North, D. C. Lecture to the memory of Alfred Nobel, December. Economic Performance through Time, 1993. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economics/laureates/1993/north-lecture.html (дата обращения: 25.04.2021).

170. Operating system family/Linux. Statistics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.top500.org/statistics/details/osfam/1> (дата обращения: 25.04.2021).

171. Pink, D. H. Out of the Box / D. H. Pink // Fast company. – October, 2003. – P. 104–106.

172. Rae takes on the paper industry's tough lone wolf // The Globe and Mail. – July, 20. – 1991. – P. B1.

173. Rigby, D. Open Market Innovation / Rigby, D., C. Zook. Harvard Business Review. October 2002.

174. Schlesinger, Jr. The Disuniting of America: Reflections on a Multicultural Society / Jr. Schlesinger, M. Arthur. – Whittle Books, 1991.

175. Schwartz, T. Making Waves: Training for stress and recovery / T. Schwartz // Fortune – November, 11. – 2002. – P. 347.

176. Taylor III, A. Can Iacocca Fix Chrysler Again /A. Taylor III // Fortune. – April, 8. – 1991. – P. 50–54.

177. Taylor III, A. Will Success Spoil Chrysler? It hasn't yet. New models are hot sellers, and Chrysler has more in the design studio. But quality is still a sore point // Fortune. – January, 10. – 1994. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

http://archive.fortune.com/magazines/fortune/fortune_archive/1994/01/10/78836/index.htm (дата обращения: 25.04.2021).

178. Teima G., Berthaud A., Bruhn M., De Castro Ol., Joshi M., Mirmulstein M., Onate An. Scaling-Up SME Access to Financial Services in the Developing World / Teima G., Berthaud A., Bruhn M., De Castro Ol., Joshi M., Mirmulstein M., Onate An. // International Finance Corporation, World Bank Group. – 2010. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://documents.worldbank.org/curated/en/669161468140035907/Scaling-up-SME-access-to-financial-services-in-the-developing-world> (дата обращения: 25.04.2021).

179. The Economist, February, 2002 – №9. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economist.com/printedition/2002-02-09> (дата обращения: 25.04.2021).

180. Veblen, T. Why is Economics not an Evolutionary Science? / T. Veblen. – In: Veblen T. The Place of Science in Modern Civilization and Other Essays. New York: Russel and Russel, 1961. – 136 p.

181. Wagner J. A survey of empirical studies using transaction level data on exports and imports / J. Wagner // CESIS Electronic Working Paper Series Paper. – № 416. – July 2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://static.sys.kth.se/itm/wp/cesis/cesiswp416.pdf> (дата обращения: 25.04.2021).

182. White, L. A. The concept of culture / L. A . White // American anthropologist. Wash. – 1959. – Vol.61. – P. 227–251.

183. White, W. H. The Organization Man / W. H. White – N. Y. : Doubleday Anchor Books, 1957. – 471 p.

184. White W. H. The Organization Man / W. H. White. – Pennsylvania : University of Pennsylvania Press, 2002. – 448 p.

Интернет-ресурсы

185. Без нас не обойдутся. Объем несырьевого неэнергетического экспорта из России активно растет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2018/11/29/nesyrevoj-neenergeticheskij-eksport-iz-rossii-vyros-v-obeme.html> (дата обращения: 23.01.2019).

186. Большой бухгалтерский словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.вокабула.рф> (дата обращения: 23.01.2019).

187. Глобальные производственные цепочки: место для России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://econs.online/articles/ekonomika/globalnye-proizvodstvennye-tsepochki-mesto-dlya-ro/?bx_sender_conversion_id=308966&utm_source=newsletter&utm_medium=mail&utm_campaign=rossiya_v_globalnykh_tsepochkakh_rol_dokhoda_v_elektoralnykh_privyuchkakh_i_kriminalnoe_vliyanie_shok (дата обращения: 31.05.2021).

188. Девяткина М., Кокорева М., Костина Е. США решили ввести пошлины на сталь и алюминий с 1 июня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/politics/31/05/2018/5b0ffda19a794770acc36977> (дата обращения: 31.05.2018).

189. Доклад РСПП о ситуации в российских компаниях на фоне пандемии COVID-19. [Электронный ресурс]. – <http://media.rspp.ru/document/1/0/a/0a74470429f3dea0e8a73556494ff698.pdf> (дата обращения: 10.02.2021).

190. Единый портал внешнеэкономической информации Минэкономразвития России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ved.gov.ru (дата обращения: 22.01.2019).

191. : Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства (ФНС России) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rmsp.nalog.ru/?t=1612970506331> (дата обращения: 22.01.2019).

192. Интегрум [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.integrum.ru (дата обращения: 22.05.2021).

193. Какие меры для поддержки экономики вводили в разных странах в связи с коронавирусом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/info/8088363> (дата обращения: 23.05.2021).

194. Клуб Валдай. Инфографика. Торговая война США с ЕС, Канадой и Мексикой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.valdaiclub.com/multimedia/infographics/torgovaya-voyna-ssha/> (дата обращения: 15.02.2019).

195. Количество субъектов МСП в России выросло до 6 млн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://metagazeta.ru/business/kolichestvo-subektov-msp-v-rossii-vyroslo-do-6-mln/> (дата обращения: 11.03.2019).

196. Коровайченко, Н.Ю. Эффективное использование экспортного потенциала базовых отраслей промышленности Украины в процессе международной экономической интеграции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://be5.biz/ekonomika1/2007/07knyrei.htm> (дата обращения: 23.01.2019).

197. Краудфандинг и краудинвестинг – что это такое простыми словами: виды и особенности + зарубежные и российские краудфандинговые площадки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://richpro.ru/stati/kraudfanding-hto-eto-takoe-kraudinvesting-rossijskie-ploshhadki-crowdfunding.html#1> (дата обращения: 15.02.2019).

198. Лосев А. Разразится ли реальная торговая война США с ЕС, Канадой и Мексикой? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.valdaiclub.com/a/highlights/torgovaya-voyna-ssha-es/> (дата обращения: 18.06.2018).

199. Лосев А. Что происходит на фронтах мировой торговой войны //Ведомости. – 05.04.2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/economics/blogs/2018/04/05/755945-frontah-torgovoi-voini> (дата обращения: 27.12.2019).

200. Как коронавирус меняет работу малого и среднего бизнеса: закрытие магазинов, поддержка государства и время стартапов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ach.gov.ru/news/kak-koronavirus-menyayet-rabotu-malogo-i-srednego-biznesa-zakrytie-magazinov-podderzhka-gosudarstva-i> (дата обращения: 04.02.2021).

201. Петербургский международный экономический форум 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forumspb.com/programme/?t=theme&theme=56881> (дата обращения: 23.01.2019).

202. Поддержка МСП в контексте COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ach.gov.ru/upload/pdf/Covid-19-SME.pdf> (дата обращения: 10.02.2021).

203. Правительство запустит реформу институтов развития. Кого ждет слияние или закрытие и что будет с «Роснано» и «Сколково» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/23/11/2020/5fb8ce659a79471e74bd2245> (дата обращения: 24.11.2020).

204. Проблемы российских экспортеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cefir.ru/> (дата обращения: 22.01.2019).

205. Профессиональный интернет-портал выставочной индустрии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.exponet.ru (дата обращения: 23.01.2019).

206. Российский союз выставок и ярмарок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.uefexpro.ru (дата обращения: 23.01.2019).

207. Российский экспортный центр [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.exportcenter.ru/> (дата обращения: 10.02.2021).

208. Сабитов О. Всюду шеринг: что такое экономика совместного потребления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rb.ru/story/share-it/> (дата обращения: 15.02.2019).

209. Сектор малого и среднего предпринимательства: Россия и Мир [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stolypin.institute/novosti/sector-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-rossiya-i-mir> (дата обращения: 11.03.2019).

210. Симионова Л. Б. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://enbv.narod.ru/text/Econom/management/simonovastrateg/> (дата обращения: 05.02.2020).

211. Скрин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.skrin.ru (дата обращения: 23.01.2019).

212. СПАРК-ИНТЕРФАКС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.spark-interfax.ru (дата обращения: 23.01.2019).

213. Стратегия экономического развития «Один пояс – один путь» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/spravka/20170514/1494097368.html> (дата обращения: 23.01.2019).

214. Торгово-промышленной палаты Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.tpprf.ru (дата обращения: 23.01.2019).

215. Учебное пособие для начинающих экспортеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ved.gov.ru/rus_export/export_from_russia/ (дата обращения: 23.12.2019).

216. Федеральные арбитражные суды РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.arbitr.ru (дата обращения: 23.01.2019).

217. Экономика Китая начала приближаться к докризисным темпам роста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/newsroom/biznes/411551-ekonomika-kitaya-vernulas-k-dokrizisnym-temпам-rosta> (дата обращения: 23.11.2020).

218. Экспорт как фактор развития МСП в российских регионах [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

https://www.exportcenter.ru/press_center/news/eksport-kak-faktor-razvitiya-msp-v-rossiyskikh-regionakh/ (дата обращения: 19.02.2019).

219. An Analysis of Small Business Patents by Industry and Firm Size, 2008 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rdw.rowan.edu/csm_facpub/12 (дата обращения: 29.02.2020).

220. Annual Report on European SMEs 2017/2018. The 10th anniversary of the Small Business. Act SME Performance Review 2017/2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/performance-review_en (дата обращения: 23.12.2019).

221. SMEs in Global Value Chains, 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biac.org/wp-content/uploads/2016/06/Financing-Growth-SMEs-in-GlobalValue-Chains.pdf> (дата обращения: 23.12.2019).

222. Deutsche Messe [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.messe-russia.ru (дата обращения: 22.01.2019).

223. Dun & Branstreet [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.dnb.com (дата обращения: 22.01.2019).

224. Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalised Economy, OECD, 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oecd.org/industry/C-MIN-2017-8-EN.pdf> (дата обращения: 29.02.2020).

225. European Commission [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ec.europa.eu/> (дата обращения: 22.01.2019).

226. Export-Import bank of the United States [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.exim.gov> (дата обращения: 15.02.2019).

227. Global Innovation Index – 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2018.pdf (дата обращения: 15.01.2019).

228. Global Peace Index 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: visionofhumanity.org/reports (дата обращения: 12.07.2019).

229. Global Preferential Trade Agreement Database [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.wits.worldbank.org/gptad/library.aspx (дата обращения: 22.01.2019).

230. Global Terrorism Index 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: visionofhumanity.org/reports (дата обращения: 12.07.2019).

231. Global Trade Solution [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.dutycalculator.com/new-import-duty-and-tax-calculation/> (дата обращения: 22.01.2019).

232. International Trade Center [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.intracen.org (дата обращения: 22.01.2019).

233. Japan Bank for International Cooperation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.jbic.go.jp/en> (дата обращения: 19.02.2019).

234. Japan External Trade Organization [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jetro.go.jp/en/> (дата обращения: 19.02.2019).

235. Korea Trade-Investment promotion Agency [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://english.kotra.or.kr> (дата обращения: 19.02.2019).

236. Low carbon entrepreneurs: The new engines of growth, Industry [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.carbontrust.com/resources/reports/technology/low-carbon-entrepreneurs/> (дата обращения: 22.01.2019).

237. Ministry of Economy, Trade and Industry [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.meti.go.jp/english/> (дата обращения: 19.02.2019).

238. NationMaster [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.nationmaster.com (дата обращения: 22.01.2019).

239. Nippon Export and Investment Insurance [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nexi.go.jp/en/> (дата обращения: 19.02.2019).

240. Organization of Economic Cooperation and Development [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.oecd.org/std/tradhome.htm (дата обращения: 22.01.2019).

241. Patent Statistics at Eurostat. Mapping the contribution of SMEs in EU patenting. Eurostat Manuals and Guidelines, Luxembourg, 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/6064260/KS-GQ-14-009-EN-N.pdf/caa6f467-11f8-43f9-ba76-eb3ccb6fab6d> (дата обращения: 29.02.2020).

242. The Economic Value Of Peace 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: visionofhumanity.org/reports (дата обращения: 12.07.2019).

243. The Overseas Private Investment Corporation (OPIC) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.opic.gov> (дата обращения: 15.02.2019).

244. The World Bank Group [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lpi.worldbank.org/international/global> (дата обращения: 22.01.2019).

245. The World Trade Organization [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.wto.org (дата обращения: 22.01.2019).

246. Trade in value-added and global value chains: statistical profiles [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/miwi_e/countryprofiles_e.htm (дата обращения: 23.05.2021).

247. Trading economics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.tradingeconomics.com (дата обращения: 22.01.2019).

248. UK Government [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.exportingisgreat.gov.uk> (дата обращения: 20.02.2019).

249. USA Food and Drug Administration [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.accessdata.fda.gov/SCRIPTS/cdrh/cfdocs/cfmaude/Search.cfm> (дата обращения: 15.02.2019).

250. WIPO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wipo.int/portal/en/index.html> (дата обращения: 22.01.2019).

251. 200 крупнейших российских компаний-экспортеров по итогам 2018 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.acexpert.ru/analytics/ratings/200-krupneyshih-rossiyskih-kompaniy-eksporterov-po.html> (дата обращения: 23.12.2019).

Статистика, аналитические и справочные материалы

252. Внешняя торговля России с Косте-Рикой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian-trade.com/statistics/by-country/costa-rica/export/2017/> (дата обращения: 12.07.2019).

253. Внешняя торговля России с Новой Зеландией [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian-trade.com/reports-and-reviews/2017-05/vneshnyaya-torgovlya-rossii-s-novoy-zelandiey-v-1-kv-2017-g/> (дата обращения: 12.07.2019).

254. Внешняя торговля России с Чили [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian-trade.com/statistics/by-country/chile/export/2017/> (дата обращения: 12.07.2019).

255. Индекс МСБ (RSBI): компас микро, малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://opora.ru/upload/iblock/889/8895a6497e1abe545abbc801b9b9efb2.pdf> (дата обращения: 22.01.2019).

256. Итоги внешнеэкономической деятельности Российской Федерации в 2020 году и I полугодии 2021 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/file/ab03f167412ee7cbc60d8caf776bab70/itogi_ved_v_2020g_i_1_polugodie_2021.pdf (дата обращения: 07.11.2021).

257. Московская декларация XII саммита БРИКС. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/supplement/5581> (дата обращения: 12.11.2021).

258. Проект «Ведение бизнеса». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.russian.doingbusiness.org (дата обращения: 23.01.2019).

259. Рабочая сила, занятость и безработица в России (по результатам выборочных обследований рабочей силы). 2020. [Электронный ресурс]. –

Режим доступа:
https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/2EfrJGVJ/Rab_sila_2020.pdf (дата обращения: 10.02.2021).

260. РБК-Маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.marketing.rbc.ru (дата обращения: 23.01.2019).

261. Ренкинг привлекательности зарубежных страновых рынков для российского экспорта несырьевых неэнергетических товаров. Методология. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.exportcenter.ru/international_markets/country_rating/ranking_methodology.pdf (дата обращения: 15.02.2019).

262. Рейтинг перспективности стран для экспорта. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.exportcenter.ru/international_markets/country_export_rating/ (дата обращения: 14.11.2021).

263. Рейтинг РБК: 50 самых быстрорастущих компаний России 2019 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/31/10/2019/5db6f6a19a79476eb64e7e51> (дата обращения: 04.02.2021).

264. Торговля между Россией и Доминиканской Республикой в 2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian-trade.com/reports-and-reviews/2018-02/torgovlya-mezhdu-rossiey-i-dominikanskoy-respublikoy-v-2017-g/> (дата обращения: 23.01.2019).

265. Товарооборот России и Индии вырос на 19% за 2017 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/4839373> (дата обращения: 23.01.2019).

266. Товарооборот между Россией и Китаем по итогам 2017 года вырос до \$84 млрд [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20180112/1512472678.html> (дата обращения: 22.01.2019).

267. Топ «Экспортный потенциал» рейтинга «ТехУспех» – 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ratingtechup.ru/rate/?BY=EXPORT> (дата обращения: 19.07.2019).

268. Торговля между Россией и Украиной в 2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian-trade.com/reports-and-reviews/2018-02/torgovlya-mezhdu-rossiey-i-ukrainoy-v-2017-g/> (дата обращения: 23.01.2019).

269. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 22.01.2019).

270. Федеральная таможенная службы Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.customs.ru (дата обращения: 22.01.2019).

271. Энциклопедия экспортера. Регионы и страны мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.exportcenter.ru/international_markets/world_map (дата обращения: 23.01.2019).

Приложение А
(справочное)

**Общий ренкинг стран по методике оценки уровня развития экспортного потенциала субъекта
национальной экономики**

Таблица А.1 – Ренкинг стран по методике оценки уровня развития экспортного потенциала субъекта национальной экономики – общий ренкинг

Страна	Ренкинг	Итого	Социально-экономические факторы	Политико-правовые факторы	Национально-культурные факторы	Производственно-технологические факторы
Германия	1	30	30	54	13	24
Польша	2	32	31	48	16	31
Нидерланды	2	32	47	46	10	25
Румыния	4	35	39	49	16	34
Швейцария	4	35	57	47	8	26
Чехия	4	35	53	52	7	29
Словакия	7	36	53	44	13	33
Новая Зеландия	8	37	68	41	3	34
Ирландия	8	37	54	56	8	31
Литва	8	37	45	47	20	37
Дания	11	38	54	51	5	40
Испания	11	38	43	54	18	35
Сербия	11	38	39	36	25	50
Канада	11	38	61	59	5	26
Исландия	11	38	55	42	3	52
Великобритания	16	39	51	58	23	22
Эстония	16	39	46	46	20	45

Продолжение Таблицы А.1

Болгария	18	40	48	57	13	40
Швеция	18	40	41	60	11	48
Латвия	20	41	43	53	19	47
Словения	20	41	49	48	6	59
Норвегия	20	41	49	42	12	61
Хорватия	20	41	57	50	16	42
Австрия	24	42	63	54	9	41
Бельгия	24	42	50	54	11	54
Вьетнам	26	43	40	49	65	17
Гана	26	43	39	53	23	57
Италия	26	43	38	52	21	62
Япония	26	43	54	44	45	30
ОАЭ	30	44	54	42	63	15
Португалия	30	44	59	43	4	68
США	30	44	58	58	49	9
Франция	30	44	38	56	28	55
Маврикий	34	45	62	24	14	78
Белоруссия	34	45	47	8	39	85
Молдавия	36	46	55	26	31	73
Киргизия	37	47	52	27	40	69
Македония	37	47	48	49	30	61
Катар	39	48	54	45	55	36
Венгрия	39	48	50	54	50	39
Республика Корея	39	48	44	61	64	24
Сингапур	39	48	58	41	44	50
Австралия	43	49	67	65	4	58
Израиль	43	49	47	64	55	28
Малайзия	43	49	41	58	48	47
Сенегал	43	49	50	49	27	71
Монголия	47	50	68	30	22	79

Продолжение Таблицы А.1

Чили	47	50	66	73	15	45
Таджикистан	47	50	35	36	42	87
Коста-Рика	47	50	66	57	18	60
Финляндия	47	50	41	55	47	58
Китай	52	51	33	71	82	16
Перу	52	51	52	68	35	49
Танзания	52	51	48	62	26	69
Панама	55	52	76	45	24	62
Казахстан	55	52	39	18	67	84
Кения	57	53	43	65	47	55
Индонезия	57	53	28	76	59	50
Мексика	57	53	66	70	53	24
Греция	60	54	48	60	30	78
Кот-д'Ивуар	60	54	45	60	43	69
Марокко	60	54	37	60	76	44
Доминиканская Республика	63	55	65	54	36	63
Грузия	63	55	49	37	79	55
Замбия	65	56	66	57	24	77
Кувейт	65	56	65	57	60	42
Уругвай	65	56	75	55	19	75
Украина	65	56	34	57	55	79
Руанда	69	57	66	54	34	73
Алжир	69	57	52	75	44	58
Боливия	69	57	85	44	37	63
Иордания	69	57	52	54	72	51
Босния и Герцеговина	73	58	61	59	35	75
Турция	73	58	33	71	95	31
Бангладеш	73	58	27	80	80	45
Шри-Ланка	73	58	54	61	70	47
Гватемала	77	59	71	56	45	62

Продолжение Таблицы А.1

Оман	77	59	69	46	69	50
Таиланд	77	59	44	72	84	35
Индия	77	59	25	81	92	38
Пакистан	81	60	52	84	57	48
Мозамбик	82	61	58	61	39	84
Ботсвана	82	61	87	43	17	96
Саудовская Аравия	82	61	54	68	88	34
Тринидад и Тобаго	82	61	92	52	39	62
Армения	86	62	49	19	85	93
Камбоджа	86	62	59	61	76	51
Аргентина	86	62	68	73	33	74
Бразилия	86	62	55	70	46	77
Намбия	86	62	79	52	28	89
Филиппины	86	62	51	77	89	31
Кипр	92	63	80	59	29	82
Колумбия	92	63	60	78	54	59
Азербайджан	94	64	49	28	88	89
Египет	94	64	25	85	90	56
ЮАР	94	64	68	69	49	71
Эквадор	97	65	74	58	32	94
Уганда	97	65	66	63	43	87
Камерун	97	65	52	74	52	82
Непал	97	65	60	61	71	69
Парагвай	101	66	83	55	37	87
Гондурас	101	66	87	59	48	71
Папуа – Новая Гвинея	103	68	84	47	41	98
Бахрейн	103	68	70	60	86	56
Нигерия	103	68	54	69	56	94
Тунис	106	69	48	71	74	82
Иран	107	71	37	79	91	78
Мали	108	74	73	67	55	101

Продолжение Таблицы А.1

Сальвадор	108	74	89	51	83	73
Зимбабве	110	79	88	71	51	104

Источник: разработано и составлено автором

Продолжение Таблицы Б.1

Примечание:	ES – Испания;	CY – Кипр;	AU – Австралия;	TR – Турция;	EG – Египет;
GB – Великобритания;	PL – Польша;	USA – США;	IN – Индия;	SA – Саудовская Аравия;	ZA – ЮАР;
DE – Германия;	FR – Франция;	BR – Бразилия;	CN – Китай;	AE – ОФЭ;	RU – Россия.
IT – Италия;	NL – Нидерланды;	CL – Чили;	KR – Южная Корея;		

Источник: составлено автором по данным: Поддержка МСП в контексте COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ach.gov.ru/upload/pdf/Covid-19-SME.pdf> и Какие меры для поддержки экономики вводили в разных странах в связи с коронавирусом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/info/8088363>.