

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА
МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ РОССИИ****Анна Николаевна ЛОЩЕНКОВА**

кандидат экономических наук, научный сотрудник лаборатории международной торговли,
Институт экономической политики имени Е.Т. Гайдара (Институт Гайдара), Москва, Российская Федерация
anna.n.orlova@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0001-6798-3126>
SPIN-код: 2707-4707

История статьи:

Получена 19.02.2019
Получена в доработанном
виде 22.02.2019
Одобрена 25.02.2019
Доступна онлайн
15.03.2019

УДК 339.544

JEL: C24, H59, R15, R58

Ключевые слова: экспорт,
государственная поддержка,
центры содействия, теория
Мелитца

Аннотация

Предмет. Региональная поддержка экспорта в России, в том числе меры по поддержке экспорта малого и среднего предпринимательства (МСП).

Цели. Оценка факторов, влияющих на объемы экспорта МСП. Выработка рекомендаций по совершенствованию системы поддержки экспорта в России.

Методология. Использованы эконометрическое моделирование, статистический анализ, обобщение, сравнение.

Результаты. Проведенный эконометрический анализ показал, что существующая региональная поддержка экспорта оказывает влияние только на склонность потенциальных фирм-экспортеров к ведению экспортной деятельности, однако не влияет на объемы их экспорта.

Выводы. Необходимо совершенствование системы поддержки экспорта в России, в частности, за счет повышения информированности фирм о предлагаемых государством мерах, дополнения линейки продуктов финансовой и нефинансовой поддержки, улучшения доступа к логистической инфраструктуре за рубежом, снижения транспортных издержек, предоставления налоговых льгот экспортерам, осуществляющим деятельность в рамках пространственно-отраслевых стратегий развития субъектов РФ.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2019

Для цитирования: Лощенкова А.Н. Совершенствование государственной поддержки экспорта малого и среднего предпринимательства в регионах России // Региональная экономика: теория и практика. – 2019. – Т. 17, № 3. – С. 466 – 481.
<https://doi.org/10.24891/re.17.3.466>

Введение

Как в развитых, так и в развивающихся странах государственная политика в области содействия экспорту осуществляется посредством агентств по поддержке экспорта. Поддержку экспорта МСП в европейских странах реализуют около 80% агентств, большинство из которых начинает внедрять программы участия экспортеров в цепочках создания добавленной стоимости. Во всех странах эти программы ориентированы в том числе и на кредитование экспорта МСП. Программы поддержки оборотного капитала реализуются в США, Италии, Франции, Корее, Австрии, Швеции, Швейцарии и Дании. Среди получателей услуг по данным

программам малые и средние предприятия выступают только в США, Швеции и Швейцарии. Стоит также отметить, что агентства становятся более склонными к принятию рисков, так как при поддержке МСП риски для агентства (в части кредитования особенно) резко повышаются. Наиболее успешными в этом плане агентствами являются Sinosure, EXIM Bank of China (Китай), Euler Hermes (Германия), Bpifrance (Франция), SACE (Италия). Агентства в азиатских странах отличаются от европейских или американских прежде всего наличием несвязанных программ и программ поддержки инвестиций. При этом указанные программы

финансируются даже в большей степени, чем экспортное кредитование [1].

В России поддержка экспорта осуществляется посредством деятельности таких институтов, как Акционерное общество «Российский экспортно-импортный банк» (Росэксимбанк), Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций, экспортное страховое агентство ЭКСАР, Акционерное общество «Российский экспортный центр» (РЭЦ). В регионах финансирование поддержки экспорта предусмотрено в региональных программах развития предпринимательства (по крайней мере, до 2017 г., когда были приняты пилотные отраслевые программы поддержки экспорта), а нефинансовые меры поддержки осуществляют также региональные центры содействия экспорту, укрепляемые созданием точек присутствия РЭЦ.

По результатам проведенной РЭЦ и Минэкономразвития России проверки отчетов центров содействия экспорту за 2017 г. был составлен рейтинг центров в зависимости от охвата поддержки, числа «историй успеха», географии и объема экспортных поставок. На первом месте оказались центры в Свердловской области и Ставропольском крае, на втором – в Республике Татарстан и Удмуртии, далее следуют Ярославская область, Приморский край, Новосибирская, Нижегородская, Московская, Саратовская области, Красноярский край и Томская область¹.

В настоящее время в отношении экспортеров реализуются, помимо указанных, специальные программы по поддержке экспорта, в частности, компенсация части затрат на транспортировку сельскохозяйственной и продовольственной продукции, на транспортировку высокотехнологичной продукции (до 80%), размещение продукции компании в дегустационно-демонстрационном павильоне в стране-импортере, компенсация по экспортным кредитам коммерческих

банков, компенсация затрат на сертификацию продукции и патентование за рубежом, обеспечение участия в международных выставочных мероприятиях и деловых миссиях².

Стоит также отметить, что Фонд развития промышленности (ФРП) предоставляет льготные займы на реализацию промышленных инвестиционных проектов под 5% годовых суммой от 5 до 500 млн руб. на срок до 5–7 лет (4 программы финансирования), однако эти займы носят уникальный, а не массовый характер и предоставляются крупным фирмам³. Правительством РФ также определен перечень видов продукции, поддержка экспорта которых будет приоритетной⁴. Помимо национального проекта «Международная кооперация и экспорт» планируется реализация приоритетных проектов «Системные меры развития международной кооперации и экспорта», «Экспорт продукции АПК», «Развитие экспортного потенциала российской системы образования». В 2019 г. РЭЦ планирует открыть точки присутствия в 30 субъектах РФ.

Президентом РФ подписан Указ «О национальных целях и стратегических задачах развития РФ на период до 2024 года»⁵, в котором целью ставится повышение несырьевого экспорта до 20% ВВП, общего объема несырьевого экспорта товаров – до 250 млрд долл. США в год, объема экспорта услуг – до 100 млрд долл. США в год, увеличение доли МСП-экспортеров не менее чем до 10%. Целевой объем экспорта продукции машиностроения в 2024 г. составляет 50 млрд долл. США в год,

² Специальные программы по поддержке экспорта.
URL: <https://www.exportcenter.ru/services/subsidirovanie/>

³ Invest in Russia. Меры поддержки.
URL: <http://ru.investinrussia.com/invest-lift-support>

⁴ Распоряжение Правительства РФ от 12.07.2017 № 1473-р «О перечне продукции (товаров, работ, услуг), поддержка экспорта которой осуществляется федеральными органами исполнительной власти в приоритетном порядке».
URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71623798/>

⁵ Указ Президента РФ от 07.05.2018 № 204 (ред. от 19.07.2018) «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».
URL: <https://bazanpa.ru/prezident-rf-ukaz-n204-ot07052018-h4039057/>

¹ РЭЦ оценил деятельность центров поддержки экспорта за 2017 год. URL: https://www.exportcenter.ru/press_center/news/rets-otsenil-deyatelnost-tsentrov-podderzhki-eksporta-za-2017-god/

а продукции агропромышленного комплекса – 45 млрд долл. США в год. Кроме того, ставится цель сокращения административных процедур, особенно в сфере лицензирования экспорта и осуществления валютного контроля, внедрения принципа «одного окна».

Поддержка экспорта МСП в регионах зачастую ограничивается проведением консультаций и организацией выставок с участием экспортеров. Однако РЭЦ в настоящее время предлагает специализированные решения для экспортирующих МПС, в частности, страхование кредита на пополнение оборотных средств экспортера и страхование экспортного факторинга. С точки зрения вовлеченности МСП в экспортную деятельность наиболее успешными по данным за 2012–2016 гг. являются Республика Калмыкия, Ненецкий АО, Республика Мордовия, где рост индекса участия МСП в экспорте составил 2,07%, 1,72% и 0,92%, соответственно⁶.

Несмотря на значительные усилия России по созданию эффективной системы поддержки экспорта, остаются нерешенными проблемы, существенно ограничивающие действие государства в этой сфере. Во-первых, помимо внешнеэкономических и политических факторов, препятствующих наращиванию экспорта России, отмечен недостаток информированности деловых кругов о государственных мерах поддержки экспорта. Во-вторых, у фирм зачастую отсутствует мотивация к экспортной деятельности, что может быть связано с недостатком опыта и знаний у руководства фирмы, неконкурентоспособной продукцией. В-третьих, актуальны проблемы организации системы поддержки экспорта, в частности, неоднозначность и отсутствие гармонизации ее нормативно-правовой основы, отсутствие налаженного взаимодействия между органами исполнительной власти на федеральном и региональном уровнях, неопределенность сроков государственной поддержки, недостаточность компетенций в реализации

мер политики в этой области у региональных исполнителей. В-четвертых, линейка продуктов, предлагаемых РЭЦ, весьма ограничена и в отдельных случаях не отвечает конкретным целям экспортеров, а малый и средний бизнес отмечают высокую долю отказов в предоставлении помощи.

Статистический анализ расходов на развитие предпринимательства в регионах РФ

Для проведения статистического анализа использовались данные Росстата по объемам экспорта регионов РФ⁷, а также данные по финансированию региональных программ развития предпринимательства, в которых предусмотрены меры по поддержке экспорта. При этом учитывалось финансирование только из федерального, регионального и местного бюджетов, а внебюджетные источники не принимались во внимание. Стоит отметить, что данные, указанные в соответствующих программах, носят плановый характер, особенно в области финансирования из внебюджетных источников. Тем не менее, предполагается выполнение программ и расходование всех запланированных средств. Так как наиболее релевантные данные по объемам регионального экспорта на текущий момент известны за 2016 г., то все диаграммы и таблицы с использованием этих данных ограничены 2016 г.

Наибольший объем финансирования программ поддержки предпринимательства, включая меры по поддержке экспорта малых и средних предприятий, зафиксирован в 2016 г. в Магаданской области и Республике Северная Осетия – Алания (рис. 1). За исключением регионов, отстоящих по этим двум показателям от основной массы (например, Магаданская область, Северная Осетия – Алания, Якутия), остальные регионы визуально выстраиваются в две линии: с меньшей отдачей (при этом положительной) от финансирования программ поддержки

⁶ Индекс участия рассчитывается как доля экспортирующих МСП в числе всех экспортирующих компаний региона.

⁷ Регионы России. Социально-экономические показатели. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156

МСП на объем стоимостного экспорта (Алтайский, Ставропольский края, Мурманская область) и с большей отдачей (например, Приморский край).

С точки зрения эффективности расходов на поддержку экспорта, которую можно выразить соотношением доли финансирования программ в ВРП и доли экспорта в ВРП, наиболее эффективны эти расходы в Сахалинской и Кемеровской областях, где доля экспорта в ВРП более 70%, а расходы на программу – всего 0,02% ВРП (рис. 2). С другой стороны, такой результат может иметь место, когда в регионе большие объемы экспорта обеспечены без вмешательства государства, поэтому нет необходимости в значительном финансировании программы поддержки экспорта.

В любом случае о регионах с крайне низкой долей экспорта при низких относительных расходах на поддержку экспорта можно говорить, что в них необходимо наращивание государственной поддержки предпринимательства, в том числе реализация мер по поддержке экспорта. Среди таких регионов необходимо отметить в первую очередь Калмыкию, Карачаево-Черкессию, Кабардино-Балкарию, Тамбовскую и Тверскую области.

Обзор исследований по поддержке экспорта

Экономисты объясняют участие государства в поддержке экспорта теорией асимметричной информации и другими провалами рынка. Частные фирмы не в состоянии преодолеть барьеры входа на экспортный рынок, связанные с поиском информации о предпочтениях потребителей, технических требованиях и процедурах [2]. Вмешательство государства в эту сферу вызвано неопределенностью, связанной с торговлей на рынках с разным регулированием [3]. Аргументом в пользу государственного финансирования агентств по поддержке экспорта является преобладание социальных выгод над издержками из-за значительных положительных внешних эффектов от роста экспорта среди фирм, внутри отраслей,

регионов или внутри страны-экспортера с течением времени.

Положительное влияние агентств по поддержке экспорта выражается в помощи по таким направлениям, как преодоление информационных барьеров [4, 5], получение знаний и компетенций [6, 7], выбор страны назначения для определенных товарных позиций.

Исследования, проведенные Всемирным банком и Международным торговым центром (ИТС), в первом раунде (1995–2005 гг.) обнаружили эластичность национального экспорта по бюджету агентства в размере 4,3–9,5% [8], во втором раунде (2005–2014 гг.) – 0,08% за счет решения проблемы эндогенности модели⁸, в третьем раунде (2014–2016 гг.) – 0,074%⁹.

Однако эффективность государственной поддержки экспорта зависит от характеристик фирм-экспортеров, так как на результаты экспортной деятельности фирм оказывают влияние и другие факторы, прежде всего, обладание фирмой определенными ресурсами. Например, вне зависимости от опыта экспортной деятельности фирм, программы поддержки экспорта стимулировали его диверсификацию. Тем не менее, положительные результаты для начинающих экспортеров наблюдаются только в среднесрочном периоде.

Для компаний-экспортеров, имеющих дочерние структуры, выгоды приносят инвестиционные программы поддержки экспорта [9]. Согласно данным по перуанским фирмам, поддержка экспорта в большей степени влияет на получение экстенсивной маржи за счет выхода на новые экспортные рынки и экспорта новых продуктов [10].

⁸ Olarreaga M., Sperlich S., Trachsel V. Export Promotion: What Works? *FERDI. Working Paper. Development Policies*, 2017, no. 184, 44 p. URL: http://www.ferdi.fr/sites/www.ferdi.fr/files/publication/fichiers/p184_ferdi-olarreaga-sperlich-trachsel_0.pdf

⁹ International Trade Centre. Investing in Trade Promotion Generates Revenue – A Study of Trade Promotion Organizations. Geneva, International Trade Centre, 2016. URL: http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/160204-Investing%20in%20trade%20promotion_low-res.pdf

Наибольшие выгоды от поддержки экспорта в Чили получили малые предприятия [11]. По результатам исследований среди бельгийских фирм выявлено, что поддержка экспорта главным образом способствует увеличению экстенсивной маржи, однако для экспортеров с большим опытом экспортной деятельности растет и интенсивная маржа¹⁰. Как свидетельствуют результаты исследований, проведенных в Бразилии, содействие экспорту способствует по большей части выходу фирм средних размеров на экспортные рынки, а начинающие экспортеры получают возможность управлять экспортной деятельностью¹¹. Схожие результаты получены во всех латиноамериканских странах¹².

Однако, несмотря на все усилия государств, подавляющее большинство МСП остаются неэкспортирующими, не участвуя в коммерческой деятельности вне национальных границ. Этот феномен объясняется «скрытой жесткостью» в принятии решения руководителем МСП: если при создании МСП его руководством было принято решение работать только на внутреннем рынке, на изменение этого решения трудно повлиять даже путем государственных мер поддержки [12]. Очевидно, что, как и крупные фирмы, МСП рассматривают возможность экспорта только в том случае, если обладают необходимыми ресурсами для преодоления различных барьеров входа на зарубежный рынок [13].

Представляется необходимым оценить, является ли эффективной государственная поддержка экспорта наряду с другими факторами, влияющими на объемы экспорта фирм и на их склонность к экспорту, действительно ли влияние государственной

поддержки более важно для МСП, чем для крупных фирм.

Методы и гипотезы исследования

Теоретической основой проведения оценки служит модель Мелитца [14]. Оценка влияния государственной поддержки экспорта на результаты экспортной деятельности малых и средних предприятий проводилась с помощью построения модели Хекмана с цензурированной выборкой. Модель Хекмана выбрана для оценки потому, что она позволяет учесть влияние различных факторов не только на объемы экспорта фирмы, но и на ее склонность к экспорту. Модель предполагает, что мы можем наблюдать экспорт тех фирм, которые преодолели пороговое значение издержек для выхода на зарубежные рынки, что, в свою очередь, также определяется характеристиками фирмы и государственной поддержкой. Другими словами, необходимо оценить следующее уравнение:

$$\begin{aligned} \ln EXPORT_{jt} = & \alpha + \beta_1 \ln Labor_{jt} + \\ & + \beta_2 \ln Revenue / Labor_{jt} + \\ & + \beta_3 \ln Capital / Labor_{jt} + \\ & + \beta_4 \ln Wage_{jt} + \beta_5 Number\ goods_{jt} + \\ & + \beta_6 Number\ countries_{jt} + \beta_7 \ln Price_{jt} + \\ & + \beta_8 Time\ firm_{it} + \beta_9 \ln Program / VRP_{rt} + \\ & + \beta_{10} Time\ centre_{rt} + \beta_{11} Port_r + \\ & + \beta_{12} RUS\ export_t + u_{jt} \end{aligned} \quad (1)$$

при условии, что

$$\begin{aligned} y_0 + y_1 \ln Labor_{jt} + y_2 \ln Revenue / Labor_{jt} + \\ + y_3 \ln Capital / Labor_{jt} + y_4 \ln Wage_{jt} + \\ + y_5 Time\ firm_{it} + y_6 \ln Program / VRP_{rt} + \\ + y_7 Time\ centre_{rt} + y_8 Port_r + \\ + y_9 Rus\ export_t + u'_{jt} > 0, \end{aligned} \quad (2)$$

где $EXPORT_{jt}$ – стоимостной объем экспорта фирмы j в год t ; $Labor_{jt}$ – среднесписочная численность работников фирмы j в год t ; $Revenue / Labor_{jt}$ – производительность работников фирмы j в год t ; $Capital / Labor_{jt}$ – капиталовооруженность труда; $Wage_{jt}$ – средняя заработная плата; $Number\ goods_{jt}$ – количество наименований товаров, экспортируемых фирмой (по 6-значной классификации ТН ВЭД); $Number\ countries_{jt}$ –

¹⁰ Schminke A., Van Biesebroeck J. The Impact of Export Promotion on Export Market Entry. *CEPR Discussion Paper*, 2017, no. DP11776. URL: <https://ssrn.com/abstract=2900193>

¹¹ Vargas da Cruz M. Essays in Development Economics and Trade. Geneva, 2014.

¹² Lederman D., Olarreaga M., Zavala L. Export Promotion and Firm Entry into and Survival in Export Markets. World Bank Group. *Policy Research Working Paper*, 2015. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/841151468187459310/pdf/WPS7400.pdf>

количество стран, в которые фирма экспортирует продукцию; $Time\ firm_{it}$ – время работы фирмы (число лет с момента ее создания в год t); $Price_{it}$ – средняя цена на экспортируемую продукцию фирмы; $RUS\ export_t$ – стоимостной экспорт России во все страны в год t ; $Program/VRP_{it}$ – объем финансирования региональной программы поддержки к валовому региональному продукту (ВРП); $Time\ centre_t$ – продолжительность работы регионального центра содействия экспорту; $Port_t$ – наличие в регионе порта.

Важно отметить, что в качестве объясняющей переменной используется именно отношение финансирования в рамках региональных программ к ВРП, так как использование абсолютного показателя финансирования привело бы к гетероскедастичности в модели.

Вслед за другими авторами мы предполагаем, что такие характеристики фирмы, как ее размер (численность работников), производительность (отношение выручки к численности работников), капиталовооруженность труда позволяют преодолеть порог в издержках, во-первых, для начала экспортной деятельности, а, во-вторых, для ее наращивания со временем [13, 15, 16]. Размер средней заработной платы может служить показателем квалификации сотрудников, а также свидетельствовать об их производительности, что должно быть связано с лучшими показателями экспортной деятельности фирмы. Предполагается, что более высокая цена будет оказывать отрицательное влияние на объемы экспорта фирмы, так как она определяется спросом на экспортируемый товар в стране-импортере [17].

На успехи экспортной деятельности фирмы большое влияние оказывает ее опыт, который в нашем случае выражается в том, сколько наименований товаров и в какое количество стран назначения фирма экспортирует, а также ее возраст [18]. Однако у исследователей нет единого мнения по поводу влияния возраста фирмы на ее экспортные возможности, так как часто фирмы создаются «глобальными», то есть уже ориентированными на экспорт,

причем эта тенденция нарастает. По указанным причинам нет однозначных ожиданий относительно влияния возраста фирмы на ее склонность к экспорту и его объемы.

Очевидно, что влияние на экспорт фирмы оказывают факторы страны назначения, такие как наличие исторических и экономических связей со страной происхождения, торговые барьеры, близость расположения. Но так как целью исследования является оценка расходов региональных программ, то представляется нецелесообразным расширять выборку за счет учета экспорта отдельной фирмы в каждую страну назначения.

Кроме того, исследователи указывают на наличие сетевого эффекта, то есть возможности передачи опыта успешными фирмами-экспортерами другим фирмам [19]. Поэтому предполагается положительное влияние объемов российского экспорта (как прокси для опыта всех российских фирм-экспортеров) на склонность к экспорту и объемы экспорта отдельной фирмы. Дамми-переменная на наличие порта в регионе, где находится фирма-экспортер, позволяет учесть более низкие транспортные расходы на доставку товара в страну назначения, то есть ожидается получение положительного знака коэффициента.

Наконец, основной проверяемой гипотезой служит положительное влияние отношения расходов региональных программ на поддержку экспорта к ВРП как на склонность к экспорту, так и на объемы экспорта отдельной фирмы. Также в модели учитывается продолжительность работы центра содействия экспорту в регионе, так как нефинансовые меры поддержки реализуются, в основном, этими центрами. Кроме того, использование такой переменной, в отличие от дамми-переменной на наличие центра, позволяет избежать проблемы эндогенности, которая может быть связана с тем, что центры поддержки экспорта создаются именно в тех регионах, где фирмы и так успешны в ведении экспортной деятельности. Таким образом, предполагается, что, чем дольше в регионе функционирует центр содействия экспорту,

тем легче фирмам выходить на экспортные рынки и тем больше они экспортируют в целом.

Проблема мультиколлинеарности в модели отсутствует, так как коэффициенты корреляции между переменными находятся на допустимом уровне. Для проверки надежности оценок строились модели с временными и индивидуальными фиксированными эффектами. Для определения склонности к экспорту строилась пробит-модель. Были получены схожие результаты по знакам и значимости коэффициентов. Тем не менее тест на независимость уравнений (LR) показывает, что оценки Хекмана для МСП описывают зависимость между переменными лучше, чем оценки обобщенным методом наименьших квадратов (OLS), так как высока вероятность того, что ошибки в двух оцениваемых моделях являются скоррелированными, а значит методы OLS применять нельзя (статистика 0,0454). Кроме того, о качестве оцененных моделей говорит тест Вальда, показывающий, что нулевая гипотеза о том, что все коэффициенты (кроме постоянного члена) в уравнениях являются нулевыми, то есть не оказывают влияния на зависимую переменную, отвергается на уровне значимости 1% для всех выборок. Это означает, что качество оцененной модели находится на высоком уровне.

Используемые статистические данные

Данные по внутрифирменным характеристикам взяты из базы данных Руслана¹³, представляющей исчерпывающую информацию о компаниях России, Украины и Казахстана. Из базы данных грузовых таможенных деклараций (ГТД) взяты данные по экспорту фирмы, количеству наименований экспортируемых товаров (в разрезе 6-значной классификации ТН ВЭД), стран назначения. Проведен расчет средней цены экспортируемых фирмой товаров (как отношение стоимостного экспорта фирмы к

физическому экспорту)¹⁴. Данные по стоимостному экспорту России получены из базы данных Всемирного банка WITS¹⁵, а по валовому региональному продукту – из Росстата¹⁶. Важно отметить, что в качестве государственной поддержки экспорта рассматривается объем финансирования программ поддержки предпринимательства, так как именно в этих программах предусмотрены меры поддержки экспорта, наряду с прочими мерами. Например, программа «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Вологодской области на 2013–2020 годы»¹⁷ предусматривает предоставление субсидий в виде имущественного вноса автономной некоммерческой организации «Региональный центр поддержки предпринимательства Вологодской области» (создание и обеспечение деятельности регионального центра координации поддержки экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства). Также в программах некоторых регионов предусмотрены субсидии на возмещение затрат на участие экспортеров в выставках, конференциях, на реализацию экспортно ориентированной продукции.

Для проведения сопоставительного анализа выборка была разбита на малые, средние и крупные фирмы в соответствии с классификацией предприятий, установленной Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»¹⁸.

¹⁴ Таможенные базы данных для успешного бизнеса! URL: <http://анализ-вэд.рф/>

¹⁵ The World Bank. URL: <http://www.worldbank.org/>

¹⁶ Регионы России. Социально-экономические показатели. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156

¹⁷ Правительство Вологодской области. Постановление от 03.10.2012 № 1156 «О Государственной программе «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Вологодской области» на 2013–2016 годы». URL: https://dio.gov35.ru/docs/norm/normizdan/ppvo_03102012-1156.pdf

¹⁸ Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями). URL: <https://base.garant.ru/12154854/>

¹³ Руслана. Исчерпывающая информация о компаниях России, Украины и Казахстана. URL: <https://ruslana.bvdep.com/version-201845/home.serv?product=Ruslana>

Результаты

Практически все коэффициенты при переменных, отражающих наличие у фирмы ресурсов для осуществления экспорта, имеют ожидаемый положительный знак. При этом, чем выше средняя заработная плата на предприятии, тем выше склонность фирмы к экспорту, что обусловлено более высокой квалификацией сотрудников, но тем меньше объемы экспорта фирм, которые уже являются экспортерами, что может быть связано с более высокими расходами на оплату труда и недостаточностью средств для наращивания объемов экспорта. Кроме того, более молодые фирмы из числа МСП имеют большую склонность к экспорту и экспортируют больше, видимо, по причине того, что создаются «глобальными». Для крупных фирм зависимость противоположная. Накопление опыта экспортной деятельности приводит к росту экспорта. Как и ожидалось, для МСП этот опыт важнее, чем для крупных фирм. Сетевой эффект передачи опыта экспорта от других фирм оказывает большее положительное влияние на крупные фирмы, чем на МСП. Как и ожидалось, в регионах с наличием портов фирмы более склонны экспортировать и экспортируют больше, чем в регионах без портов, поскольку издержки экспорта у них ниже. Наконец, региональная поддержка экспорта в расчете на ВРП в целом неэффективна в целях наращивания объемов экспорта фирм. Однако она эффективна в целях повышения склонности МСП к экспорту. Работа центров содействия в регионах также неэффективна (табл. 1).

Заключение

Полученные результаты показывают эффективность поддержки экспорта в регионах только в части стимулирования МСП к выходу на зарубежные рынки. По всей вероятности, существующие меры поддержки экспорта, предусмотренные в программах поддержки предпринимательства в регионах, эффективны только в случае предоставления информации и финансовой помощи в выходе на зарубежный рынок, но не в наращивании объемов экспорта. При этом наибольшее

значение эти программы имеют для средних фирм, а не для малых предприятий.

В целом для активизации экспортной деятельности фирм необходима разработка отдельных стратегий и мер по поддержке экспорта в разрезе отраслей и регионов, а не внедрение мер в существующие программы поддержки предпринимательства, так как зачастую эти программы оказывают поддержку всем фирмам, не делая различий между экспортирующими и неэкспортирующими фирмами. Как показал анализ эмпирической литературы и с чем согласуются полученные результаты оценок, решение об экспорте принимается на этапе создания фирмы и практически не подлежит изменению. Таким образом, государство должно влиять на процесс принятия решений еще на этапе создания фирмы, облегчая возможность получить финансовую и нефинансовую помощь в экспортной деятельности для того, чтобы в процессе создания фирмы ее руководство сразу было ориентировано не только на внутренний, но и на зарубежный рынок.

Необходимо изменить систему поддержки экспорта на федеральном и региональном уровнях с учетом поставленных Президентом РФ целей по наращиванию объемов экспорта. Следует также принять во внимание проблемы их реализации. Во-первых, для повышения информированности фирм (в том числе, не ведущих экспортную деятельность) необходимо создать единый портал, объединяющий все виды поддержки экспорта, разработать возможность электронного документооборота при получении поддержки, а также ввести механизм аккредитации партнеров РЭЦ, способных предоставлять маркетинговые и консультационные услуги высокого качества по фиксированной цене. Во-вторых, дополнить линейку продуктов финансовой и нефинансовой поддержки РЭЦ, в частности, программами по компенсации части затрат на разработку образцов продукции, сертификацию, поставку пилотных партий. Для стимулирования начала экспортной деятельности необходимо разработать специальную систему льгот для

начинающих экспортеров, проводить мероприятия по популяризации экспорта, разработать онлайн-методики для обучения основам экспортной деятельности. В-третьих, для повышения конкурентоспособности отечественной продукции необходимо снижать издержки на импорт технологий, развивать доступ к логистической инфраструктуре за рубежом, способствовать снижению транспортных издержек на поставку экспортируемых товаров, в том числе за счет заключения международных торговых соглашений. Представляется целесообразным использовать площадку АТЭС и инициировать проекты в области изучения опыта различных институтов по поддержке экспорта в странах АТЭС. Необходимо разработать механизм предоставления налоговых льгот производителям, осуществляющим экспортную

деятельность в рамках пространственно-отраслевых стратегий развития субъектов РФ (за исключением сырьевых товаров). Наконец, для гармонизации системы поддержки экспорта следует доработать ее нормативно-правовую базу, согласовать все перечни преференцируемых товаров, повысить компетенции региональных чиновников, разработать систему ключевых показателей эффективности, а также ввести ответственность чиновников за достижение этих показателей.

Практическая значимость представленных результатов и рекомендаций заключается в возможности их применения для проведения эффективной политики поддержки малых и средних предприятий. Возможно использование разработанной модели для дальнейшего изучения факторов, влияющих на экспортную деятельность фирм.

Таблица 1

Результаты эконометрического анализа влияния региональных расходов на поддержку экспорта на склонность фирм к экспорту и его объемы

Table 1

The results of econometric analysis of the impact of regional export support expenditures on firms' propensity to export and its volumes

Переменные	Малые фирмы	Средние фирмы	МСП	Крупные фирмы
<i>Объем экспорта</i>				
<i>ln</i> численность работников	0,383*** (0,105)	0,992*** (0,346)	0,489*** (0,099)	0,59*** (0,06)
<i>ln</i> выручка на 1 работника	0,235*** (0,057)	0,717*** (0,226)	0,298*** (0,055)	0,543*** (0,043)
<i>ln</i> зарплата	-0,067*** (0,021)	-0,245*** (0,056)	-0,092*** (0,02)	-0,205*** (0,044)
<i>ln</i> экспорта России	0,579** (0,258)	1,399*** (0,562)	0,628*** (0,23)	1,161*** (0,309)
Количество экспортируемых товаров	0,018*** (0,001)	0,016*** (0,002)	0,017*** (0,001)	0,007*** (0,0007)
Количество стран назначения экспорта	0,326*** (0,01)	0,297*** (0,014)	0,314*** (0,008)	0,135*** (0,003)
Количество лет фирмы	-0,001 (0,004)	-0,005 (0,004)	-0,006** (0,002)	0,006*** (0,001)
<i>ln</i> капиталовооруженность труда	0,029** (0,013)	0,227*** (0,041)	0,062*** (0,012)	0,154*** (0,024)
Наличие порта	0,461*** (0,099)	0,702*** (0,156)	0,549*** (0,085)	0,6*** (0,1)
<i>ln</i> цена	-1,147*** (0,01)	-1,155*** (0,022)	-1,15*** (0,009)	-1,172*** (0,013)
<i>ln</i> поддержка/ВРП	-0,061* (0,009)	-0,037 (0,07)	-0,056** (0,029)	-0,133*** (0,042)
Время работы регионального центра содействия экспорту	0,0005 (0,007)	-0,041** (0,019)	-0,006 (0,007)	-0,011 (0,009)

<i>Склонность к экспорту</i>				
<i>ln</i> численность работников	0,291*** (0,008)	0,379*** (0,075)	0,328*** (0,007)	0,169*** (0,012)
<i>ln</i> выручка на 1 работника	0,163*** (0,004)	0,203*** (0,054)	0,174*** (0,004)	0,063*** (0,011)
<i>ln</i> зарплата	0,016*** (0,004)	0,037*** (0,011)	0,021*** (0,004)	0,043*** (0,009)
<i>ln</i> капиталовооруженность труда	0,019*** (0,002)	0,07*** (0,006)	0,025*** (0,002)	0,054*** (0,005)
<i>ln</i> экспорта России	-0,156*** (0,053)	0,367*** (0,138)	-0,088* (0,049)	0,071 (0,095)
Количество лет фирмы	-0,01*** (0,0008)	0,004*** (0,001)	-0,005*** (0,0006)	0,006*** (0,0003)
Наличие порта	0,227*** (0,014)	0,175*** (0,037)	0,22*** (0,013)	0,21*** (0,027)
<i>ln</i> поддержка/ВРП	0,014** (0,006)	0,024 (0,017)	0,017*** (0,006)	0,015 (0,012)
Время работы регионального центра содействия экспорту	-0,004*** (0,001)	-0,015*** (0,004)	-0,006*** (0,001)	-0,006** (0,002)
Количество наблюдений	246 518	12 382	258 900	17 709
Тест Вальда	16 192,93 (0)	4 093,62 (0)	14 139,25 (0)	20 185,99 (0)

Примечание: *** – значимость коэффициента на уровне 1%, ** – значимость коэффициента на уровне 5%, * – значимость коэффициента на уровне 10%. В скобках приведены стандартные отклонения; для теста Вальда – вероятность.

Источник: авторская разработка

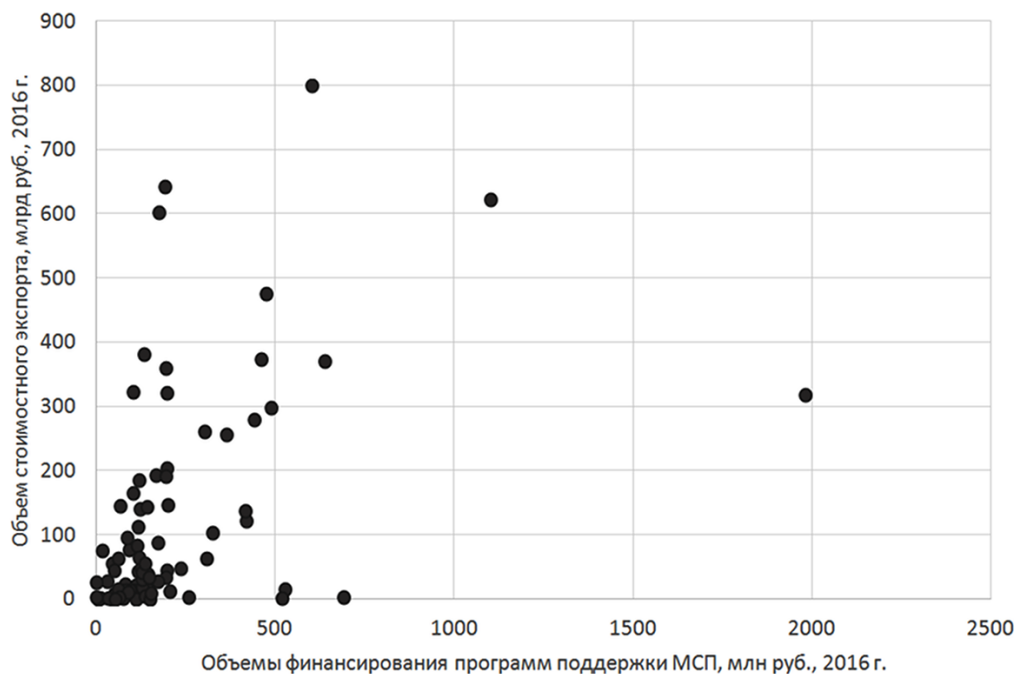
Source: Authoring

Рисунок 1

Объем финансирования программ поддержки МСП и объем экспорта, 2016 г.

Figure 1

Funding for SME support programs and the export volumes, 2016



Источник: авторская разработка на основе данных Росстата и региональных программ развития предпринимательства

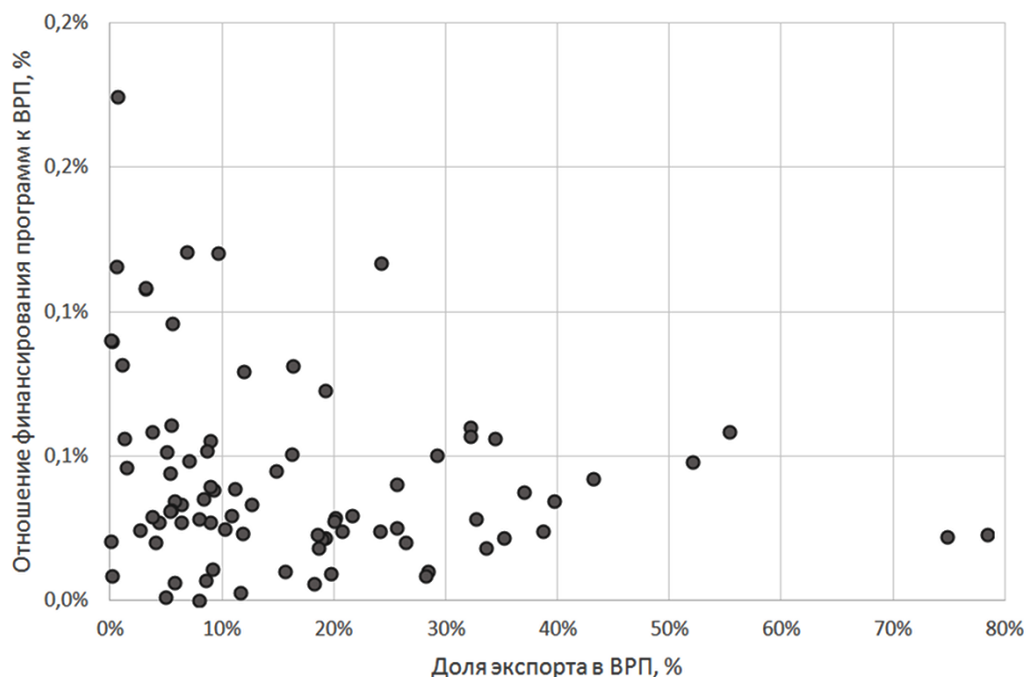
Source: Authoring, based on the Rosstat and regional business development programs data

Рисунок 2

Зависимость объемов финансирования программ поддержки МСП и доли регионального экспорта в ВРП, 2016 г.

Figure 2

Dependence of the volume of financing for SME support programs and the share of regional exports in GRP, 2016



Источник: авторская разработка на основе данных Росстата и региональных программ развития предпринимательства

Source: Authoring, based on the Rosstat and regional business development programs data

Список литературы

1. Лощенкова А.Н. Анализ объемов поддержки экспорта в странах ОЭСР и БРИКС // Экономическое развитие России. 2018. Т. 25. № 5. С. 18–23. URL: http://edrussia.ru/images/pdf/2018/05/Red_0518.pdf
2. Hausmann R., Rodrik D. Economic Development as Self-Discovery. *Journal of Development Economics*, 2003, vol. 72, iss. 2, pp. 603–633. URL: [https://doi.org/10.1016/S0304-3878\(03\)00124-X](https://doi.org/10.1016/S0304-3878(03)00124-X)
3. Greenaway D., Kneller R. Firm Heterogeneity, Exporting and Foreign Direct Investment. *The Economic Journal*, 2007, vol. 117, iss. 517, pp. F134–F161. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2007.02018.x>
4. Czinkota M.R., Ricks D.A. Export Assistance: Are We Supporting the Best Programs? *Columbia Journal of World Business*, 1981, vol. 16, iss. 2, pp. 73–78.
5. Seringhaus F.H.R., Mayer C.S. Different Approaches to Foreign Market Entry between Users and Non-Users of Trade Missions. *European Journal of Marketing*, 1988, vol. 22, iss. 10, pp. 7–18. URL: <https://doi.org/10.1108/EUM0000000005300>

6. Brooks M.R., Rosson P.J. A Study of Export Behavior of Small and Medium-Sized Manufacturing Firms in Three Canadian Provinces. In: Czinkota M. and Tesar G. (eds) *Export Management. An International Context*. New York, Praeger Publishers, 1982, pp. 39–54.
7. Lee W.-Y., Brasch J.J. The Adoption of Export as an Innovative Strategy. *Journal of International Business Studies*, 1978, vol. 9, iss. 1, pp. 85–94.
URL: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490653>
8. Lederman D., Olarreaga M., Payton L. Export Promotion Agencies: Do They Work? *Journal of Development Economics*, 2010, vol. 91, iss. 2, pp. 257–265.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2009.09.003>
9. Freixanet J. Export Promotion Programs: Their Impact on Companies' Internationalization Performance and Competitiveness. *International Business Review*, 2012, vol. 21, iss. 6, pp. 1065–1086. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2011.12.003>
10. Volpe Martincus C., Carballo J. Is Export Promotion Effective in Developing Countries? Firm-Level Evidence on the Intensive and the Extensive Margins of Exports. *Journal of International Economics*, 2008, vol. 76, iss. 1, pp. 89–106.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2008.05.002>
11. Volpe Martincus C., Carballo J. Beyond the Average Effects: The Distributional Impacts of Export Promotion Programs in Developing Countries. *Journal of Development Economics*, 2010, vol. 92, iss. 2, pp. 201–214. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2009.02.007>
12. Tan A., Brewer P., Liesch P. Rigidity in SME Export Commencement Decisions. *International Business Review*, 2018, vol. 27, iss. 1, pp. 46–55.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.05.002>
13. Wilkinson T., Brouthers L.E. Trade Promotion and SME Export Performance. *International Business Review*, 2006, vol. 15, iss. 3, pp. 233–252.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2006.03.001>
14. Melitz M.J. The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity. *Econometrica*, 2003, vol. 71, no. 6, pp. 1695–1725.
URL: <https://doi.org/10.1111/1468-0262.00467>
15. Blalock G., Gertler P.J. Learning from Exporting Revisited in a Less Developed Setting. *Journal of Development Economics*, 2004, vol. 75, iss. 2, pp. 397–416.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2004.06.004>
16. Кузнецов Д.Е. Выживаемость российских фирм на экспортных рынках // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18. № 1. С. 57–66.
URL: <https://doi.org/10.18334/rp.18.1.37208>
17. Hu Z., Rodrigue J., Tan Y., Yu C. Product Churning, Reallocation, and Chinese Export Growth. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 2017, vol. 143, pp. 147–164.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2017.09.015>
18. Paeleman I., Fuss C., Vanacker T. Untangling the Multiple Effects of Slack Resources on Firms' Exporting Behavior. *Journal of World Business*, 2017, vol. 52, iss. 6, pp. 769–781.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2017.06.007>
19. Hu C., Tan Y. Export Spillovers and Export Performance in China. *China Economic Review*, 2016, vol. 41, pp. 75–89. URL: <https://doi.org/10.1016/j.chieco.2016.08.008>

Информация о конфликте интересов

Я, автор данной статьи, со всей ответственностью заявляю о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

**IMPROVEMENT OF STATE EXPORT PROMOTION
OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESS IN THE REGIONS OF RUSSIA****Anna N. LOSHCENKOVA**Gaidar Institute for Economic Policy (Gaidar Institute), Moscow, Russian Federation
anna.n.orlova@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0001-6798-3126>**Article history:**Received 19 February 2019
Received in revised form
22 February 2019
Accepted 25 February 2019
Available online
15 March 2019**JEL classification:** C24, H59,
R15, R58**Keywords:** export,
government support,
assistance center,
Melitz theory**Abstract****Subject** This article discusses the regional support measures for small and medium-sized business exports in Russia.**Objectives** The article aims to assess the factors influencing the export volumes of small and medium-sized enterprises (SMEs) and develop recommendations for improving the export support system in Russia.**Methods** For the study, I used econometric modeling, statistical analysis, synthesis, and comparison.**Results** The econometric analysis conducted shows that the current regional export support affects the propensity of potential exporting firms to export only, but it does not affect the export volumes.**Conclusions** The article concludes that it is necessary to improve the system of export support in Russia, in particular, by raising the awareness of firms about the measures proposed by the government, supplementing the product line of financial and non-financial support, improving access to logistics infrastructure abroad, reducing transport costs, etc.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2019

Please cite this article as: Loshchenkova A.N. Improvement of State Export Promotion of Small and Medium-Sized Business in the Regions of Russia. *Regional Economics: Theory and Practice*, 2019, vol. 17, iss. 3, pp. 466–481.
<https://doi.org/10.24891/re.17.3.466>**References**

1. Loshchenkova A.N. [Analysis of export support volumes in OECD and BRICS]. *Ekonomicheskoe razvitiye Rossii = Russian Economic Development*, 2018, vol. 25, no. 5, pp. 18–23.
URL: http://edrussia.ru/images/pdf/2018/05/Red_0518.pdf (In Russ.)
2. Hausmann R., Rodrik D. Economic Development as Self-Discovery. *Journal of Development Economics*, 2003, vol. 72, iss. 2, pp. 603–633.
URL: [https://doi.org/10.1016/S0304-3878\(03\)00124-X](https://doi.org/10.1016/S0304-3878(03)00124-X)
3. Greenaway D., Kneller R. Firm Heterogeneity, Exporting and Foreign Direct Investment. *The Economic Journal*, 2007, vol. 117, iss. 517, pp. F134–F161.
URL: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2007.02018.x>
4. Czinkota M.R., Ricks D.A. Export Assistance: Are We Supporting the Best Programs? *Columbia Journal of World Business*, 1981, vol. 16, iss. 2, pp. 73–78.
5. Seringhaus F.H.R., Mayer C.S. Different Approaches to Foreign Market Entry between Users and Non-Users of Trade Missions. *European Journal of Marketing*, 1988, vol. 22, iss. 10, pp. 7–18. URL: <https://doi.org/10.1108/EUM0000000005300>

6. Brooks M.R., Rosson P.J. A Study of Export Behavior of Small and Medium-Sized Manufacturing Firms in Three Canadian Provinces. In: Czinkota M. and Tesar G. (eds) *Export Management. An International Context*. New York, Praeger Publishers, 1982, pp. 39–54.
7. Lee W.-Y., Brasch J.J. The Adoption of Export as an Innovative Strategy. *Journal of International Business Studies*, 1978, vol. 9, iss. 1, pp. 85–94.
URL: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490653>
8. Lederman D., Olarreaga M., Payton L. Export Promotion Agencies: Do They Work? *Journal of Development Economics*, 2010, vol. 91, iss. 2, pp. 257–265.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2009.09.003>
9. Freixanet J. Export Promotion Programs: Their Impact on Companies' Internationalization Performance and Competitiveness. *International Business Review*, 2012, vol. 21, iss. 6, pp. 1065–1086. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2011.12.003>
10. Volpe Martincus C., Carballo J. Is Export Promotion Effective in Developing Countries? Firm-Level Evidence on the Intensive and the Extensive Margins of Exports. *Journal of International Economics*, 2008, vol. 76, iss. 1, pp. 89–106. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2008.05.002>
11. Volpe Martincus C., Carballo J. Beyond the Average Effects: The Distributional Impacts of Export Promotion Programs in Developing Countries. *Journal of Development Economics*, 2010, vol. 92, iss. 2, pp. 201–214. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2009.02.007>
12. Tan A., Brewer P., Liesch P. Rigidity in SME Export Commencement Decisions. *International Business Review*, 2018, vol. 27, iss. 1, pp. 46–55.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.05.002>
13. Wilkinson T., Brouters L.E. Trade Promotion and SME Export Performance. *International Business Review*, 2006, vol. 15, iss. 3, pp. 233–252.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2006.03.001>
14. Melitz M.J. The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity. *Econometrica*, 2003, vol. 71, no. 6, pp. 1695–1725.
URL: <https://doi.org/10.1111/1468-0262.00467>
15. Blalock G., Gertler P.J. Learning from Exporting Revisited in a Less Developed Setting. *Journal of Development Economics*, 2004, vol. 75, iss. 2, pp. 397–416.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2004.06.004>
16. Kuznetsov D.E. [Survival of the Russian companies in export markets]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo = Russian Journal of Entrepreneurship*, 2017, vol. 18, no. 1, pp. 57–66. (In Russ.) URL: <https://doi.org/10.18334/rp.18.1.37208>
17. Hu Z., Rodrigue J., Tan Y., Yu C. Product Churning, Reallocation, and Chinese Export Growth. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 2017, vol. 143, pp. 147–164.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2017.09.015>
18. Paeleman I., Fuss C., Vanacker T. Untangling the Multiple Effects of Slack Resources on Firms' Exporting Behavior. *Journal of World Business*, 2017, vol. 52, iss. 6, pp. 769–781.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2017.06.007>
19. Hu C., Tan Y. Export Spillovers and Export Performance in China. *China Economic Review*, 2016, vol. 41, pp. 75–89. URL: <https://doi.org/10.1016/j.chieco.2016.08.008>

Conflict-of-interest notification

I, the author of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.