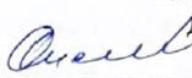


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
Кафедра мировой экономики и международного бизнеса

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ
В ГЭК И ПРОВЕРЕНО НА ОБЪЕМ
ЗАИМСТВОВАНИЯ
Заведующего кафедрой

 д.э.н., профессор
Л.М. Симонова
«25» 06 2018г.

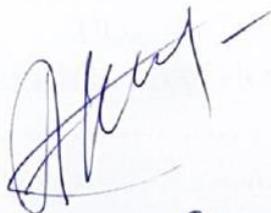
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(магистерская диссертация)

НАПРАВЛЕНИЯ И МЕХАНИЗМЫ ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА МАЛЫХ И
СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ НА РЫНОК
АЗИАТСКИХ СТРАН

38.04.02 Менеджмент

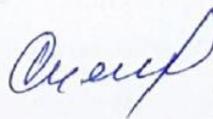
Магистерская программа «Международный бизнес»

Выполнил работу
Студент 2 курса
очной формы обучения



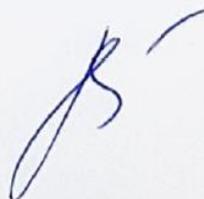
Шадрина
Александра
Андреевна

Научный руководитель
заведующий кафедрой мировой
экономики и международного бизнеса,
доктор экономических наук,
профессор



Симонова
Людмила
Михайловна

Рецензент
доцент кафедры финансов, денежного
обращения и кредита ФГАОУ ВО
«Тюменский государственный
университет», кандидат
экономических наук, доцент



Лейман
Галина
Евгеньевна

г. Тюмень, 2018

Работа выполнена на кафедре мировой экономики и международного
бизнеса

Финансово-экономического института ТюмГУ

по специальности «Менеджмент»,

специализации «Международный бизнес»

Защита в ГЭК

протокол от 03.07.18 № 79

оценка Отлично

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	10
1.1. Специфика экспортной деятельности малых и средних предприятий.....	10
1.2. Основные направления содействия внешней торговле субъектов малого и среднего предпринимательства и механизмы их реализации. Программы поддержки экспорта в России	19
1.3. Инфраструктура и механизмы поддержки компаний- экспортеров в зарубежных странах	46
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИИ НА АЗИАТСКИХ РЫНКАХ.....	57
2.1. Необходимость и целесообразность экспортной деятельности на азиатские рынки.....	57
2.2. Состояние и проблемы экспорта малых и средних предприятий России на рынок азиатских стран.....	65
2.3. Азиатские программы поддержки импортеров.....	73
ГЛАВА 3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	78
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	86
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	89
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	96
ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....	97

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях глобализации мировых рынков большое значение в формировании успешной экономики стран занимает интернационализация и активная внешнеэкономическая деятельность национальных компаний. Количество экспортоориентированных предприятий напрямую влияет на эффективное и устойчивое развитие экономики страны, свидетельствует об её инновационном потенциале и конкурентоспособности на мировой арене.

Глобализация способствует ускорению развития активных игроков мировых рынков, более быстрому наращиванию производственных мощностей и увеличению размеров рынков сбыта. В выигрышном положении оказываются компании, которые диверсифицируют свою деятельность, реагируя на изменения рыночных тенденций, обладают инновационным потенциалом и интегрированы в систему мирохозяйственных связей.

Еще большую актуальность вопросы экспортной экспансии приобретают в свете последних международных событий, применения санкций со стороны ведущих экономик мира к России. Именно в условиях высокой конкуренции и внешних ограничений должен быть активизирован экспортный потенциал, прежде всего, за счет наиболее мобильной составляющей экономики – малого и среднего бизнеса.

Для достижения поставленных задач необходимо стимулировать и вовлекать предприятия, производящие товары с высокой степенью передела и добавленной стоимости (особенно имеющие инновационные и высокотехнологичные продукты) в сферу внешнеэкономической деятельности, способствовать реализации их экспортного потенциала, повышать квалификацию и уровень знаний их сотрудников в сфере внешнеэкономической деятельности. Таким образом, повышение объемов

экспорта продукции является приоритетом экономического развития как на федеральном, так и на региональном уровне.

Западные санкции и производственное эмбарго со стороны России поспособствовали ускорению и развитию стратегии импортозамещения в стране, и, как следствие, наращиванию национальных производственных мощностей, а также увеличению заинтересованности государственного аппарата в оказании поддержки предприятиям страны.

В то же время экспортный поток российских предприятий совершает «разворот на Восток»: усиливается заинтересованность государства в сотрудничестве со странами Азии и Востока как с наиболее динамично развивающимися.

В данной работе сделан акцент и рассмотрены более подробно механизмы, направленные на поддержку экспорта в Индию и Китай. Данное решение является принципиально важным и логически обоснованным.

Индия и Китай — страны с колоссальной емкостью рынка, входят в тройку лидеров по величине ВВП. Более того, постоянно растущее население выбранных стран способствует перманентной тенденции увеличения рынка.

Мировой опыт таков, что некогда товарищеские страны могут неожиданно для предприятий прервать внешнеэкономические связи. Соответственно, привязка к одному внешнеэкономическому партнёру в разы повышает риски ведения интернационального бизнеса. В связи с этим встает проблема диверсификации направлений экспортных потоков из страны.

Степень развития передовых технологий в Китае уходит далеко вперед, это одна из наиболее инновационных стран в мире. В условиях вступления мира на порог четвёртой промышленной революции, данный факт позволит компаниям, вышедшим на инновационный рынок, находиться в выгодном положении с возможностью перенимать опыт применения новых технологий. Ведущие специалисты прогнозируют, что в обозримом будущем Китай и Индия лишь укрепят свои позиции на мировой арене, станут абсолютными лидерами в разработке и применении инновационных технологий. По этой

причине выбранные страны являются стратегически важными партнёрами для нашей страны.

Более подробно целесообразность экспорта в азиатские страны будет рассмотрена во второй главе магистерской диссертации.

Азиатское направление является перспективным как для крупных сырьевых экспортеров, так и для внешнеэкономической деятельности субъектов малого и среднего бизнеса. Из-за специфики экспорта малых и средних предприятий, которая будет рассмотрена далее, они больше нуждаются в государственной поддержке.

Текущая структура экспорта Российской Федерации такова, что более восьмидесяти процентов поставок за границу представляют собой сырьевой экспорт. Стратегически важной видится проблема необходимости наращивания несырьевого экспорта, потенциалом для развития которого обладают малые и средние предприятия.

В настоящее время Тюменская область укрепляет свои позиции как одного из наиболее конкурентоспособных и развитых регионов страны. Отмечается также и высокий уровень конкурентоспособности предприятий области: товары и услуги отличаются высоким качеством и пользуются спросом как внутри региона, так и за его пределами. Тем не менее, в регионе прослеживается тенденция, характерная страны в целом — высокий экспортный потенциал и одновременно низкая доля в экспорте малых и средних предприятий.

В соответствии с вышесказанным, актуальность выбранной темы обусловлена следующим:

1. Введение санкций в отношении России со стороны Западных стран способствовало усилению внешнеэкономических торговых связей со странами Азии и переориентации вектора развития программ поддержки экспорта на Восток.

2. Товары и услуги, производимые малыми и средними предприятиями России и Тюменской области в частности, обладают высоким экспортным

потенциалом, но вместе с тем занимают малую долю в общем экспорте страны.

3. Устойчивые темпы роста экономики азиатских стран и перманентно увеличивающиеся объемы потребления товаров и услуг способствуют расширению возможностей выхода российских компаний на рынки Востока.

Целью работы является анализ текущей структуры экспорта малых и средних предприятий, изучение действующих программ поддержки экспортеров и разработка рекомендаций по их совершенствованию.

В соответствии с указанной целью поставлены следующие задачи:

— Изучить специфику экспортной деятельности малых и средних предприятий.

— Выявить основные направления и механизмы содействия увеличению экспортной деятельности малых и средних предприятий.

— Проанализировать российские федеральные, региональные и муниципальные программы поддержки малых и средних предприятий в целом и их экспортной деятельности в частности.

— Исследовать инфраструктуру и механизмы поддержки компаний-экспортеров в зарубежных странах.

— Определить необходимость и целесообразность экспорта на рынки азиатских стран.

— Оценить состояние и проблемы экспорта малых и средних предприятий России на рынок азиатских стран

— Рассмотреть азиатские программы поддержки экспортеров и выделить возможности для экспортеров России.

— Изучить мнения экспертов Тюменской области о проблемах ведения внешнеэкономической деятельности малыми и средними предприятиями.

— На основе проанализированной информации разработать рекомендации по усовершенствованию программ поддержки экспорта.

Объектом данной магистерской диссертации является экспортная деятельность Российской Федерации.

Предмет — направления и механизмы поддержки экспорта предприятий Тюменской области на рынок азиатских стран.

Новизна и научно-практическая значимость магистерской диссертации заключается в разработке предложений по усовершенствованию существующих механизмов поддержки экспортной деятельности малых и средних предприятий на основе анализа теоретических знаний и выявления существующих мнений экспертов о проблемах во внешнеэкономической деятельности малых и средних предприятий Тюменской области.

Прежде, чем приступить к изучению механизмов и направлений поддержки экспортной деятельности малых и средних предприятий, необходимо прописать методологическую основу исследования.

В первую очередь, был проведен вторичный контент-анализ информационной базы российского законодательства, а также изучены федеральные программы Правительства России, направленные на содействие развитию малого и среднего бизнеса в стране и внешнеэкономической деятельности предприятий. В данных программах изучены ключевые показатели, по которым в дальнейшем будет оценена эффективность их реализации.

Для выявления проблемных зон в сфере поддержки экспорта, недостающего функционала специализированных программ и выявления запросов предпринимателей по совершенствованию поддержки экспорта, был использован очный метод экспертного опроса.

Теоретическую основу исследования составляют научные труды российских и зарубежных ученых, посвященные мировым внешнеторговым связям, раскрывающим значение экспорта для экономического развития стран в современных условиях. Исследование проводилось на основе анализа

теории и практики международной торговли с применением методов комплексного и системного подходов.

Исследования в области интернационализации деятельности малых и средних предприятий, а также государственной политики поддержки их внешнеэкономической деятельности были проведены рядом российских ученых. Следует отметить исследования А.Ю. Архипова А.Ю, И.И. Афонина Н.А. Бердяева, Р.М.Нуреева, Г.М. Зотова, А.С. Иванова, А.А. Костиковой, Т.Д. Масюковой, А.Спартака, В.В.Шмелева, которые изучали аспекты государственной поддержки предпринимательства.

Вместе с тем, что аспекты выбранной темы были изучены в целом ряде научных работ, они имели более широкую направленность и не рассматривали частности поддержки внешнеэкономической деятельности малых и средних предприятий в регионах и именно в Тюменской области в текущих экономических и политических условиях.

Авторские предложения могут быть использованы для усовершенствования механизмов реализации государственной поддержки экспортной экспансии малых и средних предприятий.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, библиографического списка, состоящего из 62 источников и 2 приложений. Текст диссертации содержит 2 таблицы и иллюстрируется 12 рисунками.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ.

1.1. Специфика экспортной деятельности малых и средних предприятий.

Для того чтобы выявить особенности экспортной деятельности малых и средних предприятий, отличающие их от внешней торговли крупного бизнеса, необходимо определить рамки анализа, а именно, актуальные критерии отнесения предприятия к малому или среднему бизнесу.

Критерии малых и средних предприятий отражены в Федеральном законе от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 27.11.2017) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [34].

Важно понимать, что законодательная база государства не является статичной, и критерии определения периодически изменяются. Ниже приведена информация текущей редакции закона, актуальная на июнь 2018 года.

Одними из наиболее важных критериев являются следующие:

— суммарная доля участия государственных, муниципальных и общественных образований не должна превышать двадцати пяти процентов в уставном капитале;

— среднесписочная численность сотрудников не превышает ста человек для малых предприятий и находится в пределах от ста одного до двухсот пятидесяти человек для средних предприятий;

— предельные значения годового дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, не должны превышать 120 миллионов рублей для микропредприятий, 800 миллионов рублей для малых предприятий и 2х миллиардов рублей для средних предприятий.

Таким образом, в России критерии малых и средних предприятий по большей части определяют и ограничивают численность сотрудников и годовой доход субъектов.

Что касается внешнеторговой деятельности и экспорта, то необходимо знать следующее.

Экспорт является одной из возможных форм интернационализации. Это стратегический выбор для предприятий малого и среднего бизнеса, который, с одной стороны, является логическим способом развития существующей деятельности, а с другой — помогает защитить бизнес от различных трудностей, возникающих на внутреннем рынке.

Закон Российской Федерации дает следующие определения:

Внешнеторговая деятельность — предпринимательская деятельность в области международного обмена товарами, работами, услугами, информацией, результатами интеллектуальной деятельности, в том числе исключительными правами на них (интеллектуальная собственность). [57]

Экспорт — вывоз товара, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности, в том числе исключительных прав на них, с таможенной территории Российской Федерации за границу без обязательства об обратном ввозе. Факт экспорта фиксируется в момент пересечения товаром таможенной границы Российской Федерации, предоставления услуг и прав на результаты интеллектуальной деятельности. К экспорту товаров приравниваются отдельные коммерческие операции без вывоза товаров с таможенной территории Российской Федерации за границу, в частности при закупке иностранным лицом товара у российского лица и передаче его другому российскому лицу для переработки и последующего вывоза переработанного товара за границу.

Современная экономическая история ведущих стран мира показала, что экономическая деятельность малых и средних предприятий способствует развитию экономики страны в целом, является её точкой роста. Данному факту способствует их специфика, а именно, сравнительно небольшие

размеры, которые приводят к большей гибкости и мобильности данных предприятий, упрощают внедрение инноваций в системные структуры компаний, делают возможной более быструю адаптацию к изменяющимся условиям рынка. Малый и средний бизнес — это естественный резерв страны по увеличению объемов внешнеторговой деятельности несырьевыми и инновационными товарами и услугами.

Критерий, регламентирующий численность сотрудников в штате, не всегда является показательным и свидетельствует об ограниченности кадровых ресурсов, ровно также как далеко не всегда высокая средняя численность сотрудников свидетельствует о масштабах производства. В современных условиях, особенно если учитывать национальную специфику российского менеджмента, оценивать результаты эффективности и производительности компании по количеству нанятых сотрудников некорректно.

Это связано с тем, что малые и средние компаний зачастую принимают решение в сторону отказа от штатных сотрудников, поддерживающих обеспечивающие процессы на предприятии. Данные функции передаются на аутсорсинг, что позволяет оптимизировать процессы компании, построить более эффективную систему управления, сократить затраты и повысить адаптивность предприятия, поднять инновационный уровень.

Благодаря тому, что такие предприятия не «раздувают» штат, скорость принятия управленческих решений значительно увеличивается, сокращается количество формальных административных процедур, ускоряется реализация принятых решений.

В процессе глобализации мировой экономики происходит увеличение интереса предприятий к экспортной деятельности, поскольку выгоды от выхода на внешние рынки очевидны. Экспорт создает новые возможности для роста, развития компаний, позволяет перенять передовой опыт иностранных рынков и усовершенствовать собственную организацию, переняв современные знания и инновации.

Малые и средние предприятия больше приспособлены к рыночным условиям, имеют гибкую систему управления, однако не обладают той финансовой, экономической и производственной мощностью, как крупные. Особенно остро такая проблема встает для регионов России, предприятия которых экспортируют преимущественно продукцию с низкой степенью переработки, малой инновационной составляющей либо продукцию, не соответствующую принятым международным стандартам качества.[30]

Присутствие на мировом рынке стимулирует производительность посредством участия в конкурентной борьбе и увеличения объемов сбыта. За счет увеличения объемов производства уменьшается себестоимость единицы продукции. Принимая участие в экспортной деятельности, компания может нивелировать сезонные колебания внутри страны. Внешнеэкономическая деятельность дает большой потенциал для роста компании, компании-экспортёры, как правило, более успешны, нежели организации, осуществляющие деятельность лишь внутри одной страны.

Вместе с очевидными преимуществами выхода предприятия на внешний рынок, наблюдается тот факт, что лишь очень небольшое количество предприятий малого и среднего бизнеса начинают экспортировать. Так, например, на начало 2017 года в Тюменской области лишь 13 средних и 65 малых предприятий осуществляли экспортную деятельность[55]. Это свидетельствует о наличии барьеров для интернационализации малых и средних предприятий.

Обозначим общие этапы реализации экспортного проекта и сопоставим их с возможностями малых и средних предприятий, для того, чтобы детально выявить специфику:

- 1) Выбор рынка и поиск покупателя;
- 2) Подготовка товара к требованиям рынка или покупателя;
- 3) Переговоры с покупателем и заключение внешнеэкономического контракта;
- 4) Производство товара на экспорт;

- 5) Таможенное оформление товара при экспорте;
- 6) Доставка товара;
- 7) Оплата (валютные платежи).

Ряд проведенных исследований на данную тему выявил наличие возникающих как внутренних, так и внешних проблем, носящих финансовый и нефинансовый характер практически на каждом из этапов. [63]

К проблемам нефинансового характера относится недостаток опыта и знаний в ведении международного бизнеса, отсутствие специалистов в сфере, сложности с кросс культурной коммуникацией и отсутствие знаний культуры другой страны. Также вызывает затруднение поиск и проверка иностранного контрагента. Недостаток ресурсов и финансирования относится к финансовым проблемам.

Среди факторов собственной неготовности к экспорту предприниматели называли следующие: отсутствие хорошей маркетинговой профессиональной подготовки соответствующих специалистов, слабая ориентация бизнесменов в специфике тех или иных зарубежных рынков вследствие незнания, где можно взять такую информацию. [26]

Кроме того, фактором неготовности предпринимателей к экспортной деятельности являются психологические барьеры. Зачастую экспорт воспринимается как слишком сложный процесс, сопровождаемый множеством формальных административных процессов, языковыми и культурными барьерами, незнакомой юридической базой и другими сложностями. [25]

Опасения предпринимателей логичны, поскольку процесс выхода на внешние рынки и экспорта для малых и средних предприятий очень ресурсозатратный относительно оборота таких компаний. Каждый этап экспортного проекта требует больших временных, финансовых и интеллектуальных ресурсов, что осложняет выход на внешние рынки с использованием лишь собственных ресурсов компании.

Для реализации первых двух этапов экспортного проекта такие компании, как правило, не имеют достаточного собственного аналитического ресурса. Не обладая необходимой информацией для выбора рынка сбыта со сформированным спросом, малым и средним компаниям требуется затратить большое количество времени и финансов. Кроме того, не вся информация о состоянии конъюнктуры той или иной страны находится в открытом доступе. Таким образом, собственными силами компания не может получить цельную картину ситуации в стране потенциальных поставок товара или услуги.

Процесс поиска и проверки благонадежности контрагента без государственных институтов поддержки экспорта в том числе вызывает сложности у начинающих экспортёров, представляет собой барьер для интернационализации субъекта малого и среднего предпринимательства.

Начало успешной экспортной деятельности требует анализа и проработки двух важных направлений. Во-первых, оценка экспортного товара на предмет его соответствия международным стандартам и требованиям. Во-вторых, проведение хорошо подготовленной рекламной кампании товара, которая должна поспособствовать как поиску покупателя, так и последующему продвижению товара на экспортном рынке.

Потребности покупателей в различных странах имеют свои особенности. Для успеха и прибыльности экспортного проекта, необходимо подстроить продукт под специфику потребителя. Маркетинговая кампания также нуждается в адаптации под особенности восприятия национальности для избегания двойных и неверно истолкованных посылов.

Для ведения переговоров с покупателем малому и среднему бизнесу недостаточно представительского ресурса. При работе с иностранными партнёрами необходимо знать и учитывать привычки, правила, принципы подготовки и заключения договоров, принятые в выбранной стране-импортере. Не учитывая подобные особенности, можно не заслужить доверия партнёров.

Заключение внешнеэкономического контракта также требует опыта и специальных знаний иностранных законов, правового регулирования внешнеэкономической деятельности, правил, терминов. Этим не всегда обладают небольшие организации.

Крупные корпорации имеют ресурсы и возможности для того, чтобы заказать маркетинговое исследование и аналитику в крупной международной компании. Их возможности позволяют запустить тестовую экспортную партию и, при неудаче, отказаться от экспортного проекта, понеся относительно общего оборота компании небольшие затраты.

Как правило, руководители малых и средних предприятий собственнически занимается вопросами выхода компании на рынок зарубежья. Соответственно, это гораздо более высокий уровень риска компании. Неудачный экспортный проект принесет субъекту малого и среднего предпринимательства большие убытки.

Представители малого и среднего бизнеса часто не имеют возможности вкладывать собственные средства в продвижение товара за рубежом. В целом, препятствием для бизнеса является как недостаток собственных денежных средств, так и недостаток частного инвестирования, финансовой поддержки государства. В частности, это касается доступных и дешевых кредитов. В результате у предпринимателей не хватает средств на модернизацию, покупку технологий, лицензирование собственной продукции и прохождение международной сертификации, найм высококвалифицированных кадров.

Предпринимательский риск, возникающий при проведении торговых операций, в результате которого при возможном, случайном снижении (или потере) доходов и имущественных ценностей в условиях неопределенности, недостатка информации и прогнозов о развитии рынка, называется коммерческим.[16] Коммерческий риск возникает при наличии следующих обстоятельств: банкротство и неплатежеспособность заемщика или покупателя, отказ импортера от товара, отказ покупателя в оплате товара в

установленный контрактом срок, невозможность осуществления оплаты банком или самим покупателем, окончание действия договора поставки. Уровень коммерческого риска начинающих экспортеров, представителей малого и среднего бизнеса, крайне высок.

Существующие проблемы значительно снижают возможности выхода на международный рынок, поэтому небольшое количество представителей малых и средних предприятий выходят на международную арену. Как следствие, это негативно сказывается на национальной экономике.

Именно поэтому Правительством Российской Федерации запускаются стратегические программы поддержки малых и средних предприятий, развития инфраструктуры, поддержки экспорта и деятельности национальных компаний на внешних рынках. Данные проекты будут рассмотрены во второй главе диссертации.

Несмотря на сложности экспортной деятельности, интернационализация увеличивает шансы на выживание и успешное развитие предприятий малого и среднего бизнеса в целом.

Продвижение на международные рынки и развитие экспортной деятельности не является актуальным приоритетом для малых и средних предприятий России, что обусловлено различными причинами — от нехватки внутренних ресурсов, недостаточного информационного обеспечения, страха выхода на рынки другой страны до недооценки собственного экспортного потенциала. К основным причинам нежелания выходить на международные рынки относятся:

— недостаток информации и знаний о ситуации на международных рынках, тенденциях развития и существующих нишах (перспективные направления и разработки, спрос и предложение по различным отраслям деятельности и т.д.);

— нехватка квалифицированных специалистов по вопросам продвижения на международные рынки и ведению внешнеэкономической деятельности;

— слабые навыки в сфере экспорта товара за пределы региона и пределы страны (неумение определять целевые рынки, незнание специфики местных рынков за рубежом, отсутствие культуры международной деловой переписки и переговоров, слабые навыки в продвижении и представлении товара на зарубежных рынках и т.д.);

— отсутствие или плохо организованный процесс коммерциализации результатов исследований и инновационных разработок на предприятиях (отсутствие или слабый доступ к необходимой информации, недостаток финансовых средств, незнание международных требований и стандартов и т.д.);

— слабые навыки в области международного маркетинга и создания фирменных брендов;

— низкий уровень построения производственных процессов внутри компании;

— недостаточное знание существующих возможностей государственной поддержки малых и средних предприятий, в том числе и в сфере продвижения на международные рынки, низкая мотивация по их использованию;

— недостаток собственных финансовых ресурсов для реализации стратегии выхода на международные рынки;

— недостаточный доступ к долгосрочным финансово-кредитным ресурсам.

Таким образом, основными особенностями экспорта малых и средних предприятий являются следующие: высокая ресурсозатратность и недостаток необходимых ресурсов; высокий уровень коммерческих рисков; ограниченные объемы производства и, как следствие, некрupные экспортные поставки. Данные особенности одновременно являются и барьерами для интернационализации малых и средних предприятий, поскольку создают видимые сложности и вызывают страх предпринимателя интернационализировать бизнес.

В то же время, способность быстрой адаптации к изменяющимся условиям рынка, мобильность и высокая скорость принятия управленческих решений в субъектах малого и среднего предпринимательства дает им преимущество при выходе на новые рынки.

1.2. Основные направления содействия внешней торговле субъектов малого и среднего предпринимательства и механизмы их реализации. Программы поддержки экспорта в России.

Развитие внешней торговли многих как развитых, так и развивающихся стран осуществляется при активном участии государства, формирующего соответствующие экономические, финансовые и организационные условия внешнеэкономической деятельности резидентов.

Государственное содействие экспорту направлено на укрепление конкурентоспособности национальных компаний на международных рынках, создание условий для лучшего продвижения интересов национального бизнеса на внешние рынки и имеет наступательный характер. Эта поддержка используется компаниями-экспортерами для сокращения рисков и издержек, что в конечном итоге способствует росту доходов, развитию бизнеса, росту занятости населения, положительно сказывается на бюджете страны, увеличивая поступление налогов и, улучшая экономическую и социальную обстановку в стране, повышает авторитет правительства. А приток иностранной валюты облегчает ввоз необходимых товаров, позволяет решать проблемы государственного внешнего долга.

Растущая взаимозависимость интересов бизнеса и государства ведет к тому, что их сотрудничество в формировании внешней и внешнеэкономической политики (как и в некоторых других областях, например, в области научных исследований и инновационной деятельности), активно развивается по нескольким направлениям.

Важность государственного содействия экспорту для субъектов предпринимательства вызвана их спецификой, а именно, недостатком собственных ресурсов для ведения внешнеэкономической деятельности.

Были выделены ключевые направления деятельности госаппарата в данном направлении. В первую очередь, государство заинтересовано в повышении качества национальной продукции с целью повышения её конкурентоспособности на мировых рынках. Для достижения развития данного направления государством создаются программы для инновационных компаний. Им предоставляются льготы, субсидии, консультации и специальные налоговые режимы, чтобы предприниматели имели возможность сконцентрировать ресурсы организации в работе над качественными характеристиками производимого продукта.

Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства, в том числе является одним из направлений развития несырьевого экспорта страны. Для того чтобы начать привлекать данные субъекты к внешнеторговой деятельности, в первую очередь важно создать условия для их развития. Усиление этого направления достигается развитием программ поддержки малого и среднего предпринимательства. По сути речь идет о диверсификации экономики — увеличении экспортоориентированных отраслей и подотраслей.

Поскольку расширение и повышение эффективности экспорта зависит от конкурентоспособности товаров и услуг, поддержка экспорта призвана многими способами компенсировать дополнительные расходы и усилия предпринимателей, ориентирующихся на внешние рынки сбыта, по сравнению с расходами и усилиями предпринимателей, реализующих продукцию внутри страны. Такая поддержка постоянно совершенствуется в соответствии с тенденциями развития мирового хозяйства, потребностями и возможностями национальной экономики, имеющимися бюджетными ресурсами и накопленным опытом.

Следующее направление — объединение усилий по развитию внешнеторговых отношений со странами-партнёрами. Международная экономическая интеграция дает дополнительные возможности для участвующих сторон. Кооперация усилий нескольких стран по созданию благоприятного поля для торговли способствует увеличению производственных мощностей и размеров рынка, как следствие усиливается конкуренция, а значит и качество производимой продукции. Ускоряется инфраструктурное развитие и инновационная активность участников данного взаимодействия, отмечается эффект синергии.

Такие интеграции позволяют сократить количество административных процедур для экспортного сотрудничества, упростить процессы подготовки и заключения внешнеторговой сделки. Выделяются следующие формы экономической интеграции: преференциальная зона, зона свободной торговли, таможенный союз, общий рынок, экономический союз и валютный союз.[5]

Важным направлением видится постоянное усовершенствование и адаптация законодательной базы внешнеэкономической деятельности в условиях постоянно изменяющейся экономики.

По мнению представителей Минэкономразвития РФ, ключевым факторам наращивания экспорта малых и средних предприятий является создание специализированных государственных программ поддержки и развития экспортного потенциала и информирование предпринимателей о возможностях экспорта. Также положительной динамике экспортной деятельности способствует создание государственных институтов поддержки предпринимательства.[47]

Для создания стратегических программ развития правительство совершает ряд шагов: уяснение разнообразных потребностей современного бизнеса и первоочередных среди них; создание на паритетной основе постоянно действующих консультационных органов для рассмотрения и решения наиболее актуальных вопросов улучшения регулирования внешней торговли

и трансграничного инвестирования; совместную разработку соответствующей стратегии с учетом отмеченных выше ресурсов страны, национальных конкурентных преимуществ и перспективных экспортных и инвестиционных ниш на мировом рынке; последующее периодическое составление среднесрочной программы действий (или корректировка предыдущей такой программы) с привлечением предпринимателей; определение сообща необходимых торгово-политических мероприятий для материализации программы и, в конечном счете, стратегии.[42]

Представленные выше направления развития внешнеэкономической деятельности осуществляются механизмами, в общей совокупности которые можно разделить на два вида: финансовые и нефинансовые.

Система финансовых мер государственной поддержки экспорта в России включает льготное кредитование, страхование экспортных кредитов, компенсация процентных ставок по лизингу, специальные налоговые режимы, государственные гарантии, инвестиционные займы, субсидиарная поддержка малого и среднего бизнеса.[27]

Координатором деятельности по финансовой поддержке экспорта в России является Внешэкономбанк, в число функций которого входит предоставление традиционных финансовых продуктов национальным экспортерам и иностранным покупателям продукции российских производителей, в том числе экспортное и предэкспортное финансирование.[39]

Кредитование может осуществляться как самого экспортёра, так и его иностранного партнёра. Как правило, экспортёр привлекает банковские средства для обеспечения производства партии необходимого экспортного товара. При осуществлении государственной поддержки экспорта, субъектам внешнеэкономической деятельности предоставляются специальные условия, такие как отсрочка платежа, сниженная ставка по кредиту.

Экспортно-кредитные агентства могут иметь как государственную, так и частную форму. Они представлены во многих странах и осуществляют

широкий спектр услуг: кредитование, предоставление инвестиционных займов, страхование от различных видов экспортных рисков.

Гарантийная поддержка оказывается в отношении экспорта всех работ и услуг российских участников ВЭД, а также при экспорте определенных видов промышленной продукции, в их числе все высокотехнологичные товары. Перечень промышленной продукции, при осуществлении экспорта которой оказывается государственная гарантийная поддержка, утвержден распоряжением Правительства Российской Федерации от 21 сентября 2004 г. №1222-р.

В связи с тем, что мировой рынок насыщен различными товарами, экспортёры бывают вынуждены использовать различные методы повышения конкурентоспособности, в том числе и поставку товаров на условиях коммерческого кредита, а это всегда связано с риском неполучения платежа за поставленный товар. Например, ежегодно только в Западной Европе объявляют о банкротстве более ста тысяч фирм. [20] Для повышения надёжности в этом случае во всем мире применяется страхование экспортных кредитов.

В рамках внешнеэкономической деятельности может осуществляться несколько видов страховых операций — это страхование кредита покупателю, страхование кредита поставщика, страхование рисков по аккредитиву, комплексное страхование экспортных кредитов, страхование инвестиций, страхование кредита на пополнение оборотных средств экспортера, страхование экспортного факторинга. Страхование экспортных кредитов — вид страхования, имеющий целью защиту от рисков, связанных с предоставлением экспортного кредита.[59]

Цель данного вида страхования — гарантировать экспортёрам своевременность оплаты за поставленную продукцию со стороны иностранного контрагента. Объектом страхования являются коммерческие кредиты экспортёра-страхователя импортёрам-контрагентам и/или авансовые платежи импортёра.

Компенсация процентных ставок по лизингу — механизм, используемый в рамках государственной поддержки. Как правило, возмещают затраты на лизинг оборудования. Иным вариантом компенсаций части средств на покупку оборудования является субсидирование.

Субсидиарная поддержка осуществляется как погашение части или полной стоимости уже приобретенного оборудования. Она предоставляется, как правило, в ограниченных количествах и только предприятиям, осуществляющим деятельность в определенной, прописанной законом, сфере.

Специальные налоговые режимы — одна из мер поддержки для малых и средних предприятий и для их экспортной деятельности. Для того, чтобы снизить налоговую нагрузку, государство вводит преференциальные режимы налогообложения. Это могут быть как налоговые каникулы (освобождение от уплаты налогов на определенный срок становления предприятия), так и льготная ставка.

Не менее важными, чем описанная выше финансовая поддержка, являются нефинансовые меры. Нефинансовая поддержка экспортеров включает следующие меры по содействию экспорту: информационно-консультационное обеспечение государством компаний-экспортеров, представительская и промоутерская поддержка, поддержка их участия в торговых выставках и ярмарках, обучение экспортёров, создание положительного имиджа страны на международных рынках, помощь в поиске и проверке контрагента.[17]

Также в категорию нефинансовой поддержки относится выявление и устранение ограничений и необоснованных торговых барьеров, предпринимаемых правительствами других стран в отношении российских экспортеров.

Государственные институты предоставляют начинающим экспортёрам и тем, кто только планирует расширить рынки присутствия компании, информацию о потребностях иностранных рынков в тех или иных товарах и

услугах. Консультируют в юридической части оформления сделок, особенностях таможенного оформления.

Консалтинг решает широкий спектр проблем, связанных с экономической, управленческой, инвестиционной и финансовой деятельностью конкретных компаний, а также оказывает им помощь в стратегическом планировании, ведении бизнеса, прогнозировании и исследовании иностранного рынка сбыта.

Не менее важным аспектом является знание культуры и обычаев принимающей стороны. В консультационных центрах экспортёров обучают правилам поведения и кросс-культурным особенностям при ведении переговоров и заключении внешнеторгового контакта.

Как было сказано ранее, одной из особенностей экспортной деятельности малых и средних предприятий является недостаточное количество знаний и компетенций в ведении бизнеса на международных рынках. Государственные программы поддержки экспорта закрывают данную потребность предпринимателей, проводя обучение экспорту различных форматов. Такие школы экспорта оказывают информационно-образовательную поддержку экспортно ориентированным предприятиям для выхода на международный уровень торговли и повышения эффективности экспортных поставок.[59] Обучение может проводиться как самих предпринимателей, так и персонала, задействованного в организации внешнеэкономической деятельности предприятия.

Кроме очных курсов, на сайтах центров поддержки экспорта публикуются документы и образовательные пособия, которые в режиме онлайн помогают поэтапно отработать процедуры всего экспортного процесса.

Организация круглых столов, дискуссий и открытых обсуждений с экспертами в отрасли также способствует повышению экспортной грамотности представителям бизнеса, позволяет задать интересующие вопросы и, главное, услышать экспертное мнение.

Самый эффективный способ познакомиться с контрагентами, узнать их требования к продукции, а также изучить потенциальный рынок сбыта — это, безусловно, непосредственное посещение страны экспорта.

Эффективным способом установления прямых контактов выступают целевые, организованные поездки, подготовка которых осуществляется при поддержке посольств и российских торговых представительств за рубежом или при содействии региональных структур поддержки экспортеров, а также посредничестве деловых ассоциаций и союзов.

Международная выставка — эффективная площадка поиска потенциальных иностранных покупателей. Участие представителей малого и среднего бизнеса в крупных выставках, когда в них участвуют известные игроки рынка, значительно повышает престиж экспортера. Выставки предоставляют более массовые, наглядные и широкие возможности для ознакомления потенциальных покупателей с выставочным товаром, технологиями и услугами.

Представитель малого и среднего бизнеса может обратиться в государственные институты, занимающиеся поддержкой экспорта, и с их финансовой и организационной помощью получить место на интересующей профильной международной выставке или принять участие в организованной бизнес-миссии.

Далее речь пойдет непосредственно о программах поддержки в Российской Федерации. Сформированы нормативно-правовые и организационные основы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства, а также их внешнеэкономической деятельности. Целевые государственные программы поддержки экспорта представляют собой совокупность механизмов поддержки, направленных на стимулирование экспорта предприятий.

В настоящее время вектор формирования программ поддержки смещен в сторону развития малого и среднего предпринимательства, инновационных организаций и экспортной деятельности. Это связано с приведенными в

первой главе данной диссертации фактами, обобщая которые можно констатировать, что эффективное развитие малого и среднего бизнеса и его внешнеэкономической деятельности крайне положительно сказывается на национальной экономике. Принесенный доход от увеличения производства, создания новых рабочих мест и экспорта субъектов малого и среднего предпринимательства покрывает убытки от организации и реализации мер, предусмотренных государственными программами.[40]

В целом, российские государственные программы поддержки можно разделить на три уровня:

1. Федеральные программы поддержки.
2. Региональные программы поддержки.
3. Городские программы поддержки.

Уровень программы определяется фондом её финансирования, территориальными ограничениями возможности использования. Кроме того, существуют и другие ограничения использования госпрограмм, такие как возраст юридического лица, физический возраст индивидуального предпринимателя-получателя поддержки, вид деятельности и ОКВЭД, оборот или доход предприятия и другие.

Для начала следует рассмотреть крупные федеральные программы, распространяющиеся на все субъекты федерации. Как правило, федеральные программы задают вектор, определяют направление создания программ региональных. Во время анализа программ, было обнаружено, что региональные и городские программы могут являться вариативной частью большой федеральной программы.

Как было сказано ранее, одним из направлений государственной поддержки экспортной деятельности малых и средних предприятий является поддержка создания и развития субъектов малого и среднего предпринимательства как таковых. Содействие предпринимательской инициативе, сокращение части обязательств представителей бизнеса, упрощение административных процедур и создание благоприятной среды

для качественного предпринимательства — всё это способствует увеличению доли малых и средних предприятий в экономике страны, диверсификации их деятельности, повышению инновационной активности и, как следствие, увеличению экспортного потенциала, заинтересованности иностранных покупателей в их продукции, экспансии национальной экономики страны.

Рассмотрим программы Тюменской области и Тюмени, направленные на содействие развитию малого и среднего предпринимательства в целом, так и на поддержку экспортной деятельности в частности. Наиболее крупными программами по поддержке малого и среднего предпринимательства и его экспортной деятельности являются две масштабные федеральные стратегические программы поддержки, о которых пойдет речь далее.

Правительством Российской Федерации утвержден системообразующий документ стратегического планирования — Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года, утвержденная в 2016 году распоряжением Правительства РФ от 2 июня 2016 г. N 1083-р.[35]

Миссия Стратегии - создание конкурентоспособной на мировом уровне, гибкой и адаптивной современной экономики, которая обеспечивает высокий уровень индивидуализации товаров и услуг, высокую скорость технологического обновления и стабильную занятость, а также является основой для устойчивого повышения качества жизни населения и роста числа граждан Российской Федерации, относящихся к среднему классу, путем развития сферы малого и среднего предпринимательства.

Цель Стратегии — развитие сферы малого и среднего предпринимательства как одного из факторов инновационного развития страны и улучшения отраслевой структуры экономики.[35]

Далее рассмотрим приоритетные направления Стратегии, которые являются ключевыми векторами развития частного бизнеса в стране:

- интеграция функций поддержки малого и среднего предпринимательства;

- стимулирование спроса на продукцию малых и средних предприятий, в том числе на основе расширения доступа таких предприятий к закупкам товаров, работ, услуг организациями государственного сектора экономики;

- создание условий для повышения производительности труда на малых и средних предприятиях;

- обеспечение доступности финансовых ресурсов для малых и средних предприятий;

- совершенствование политики в области налогообложения и неналоговых платежей;

- повышение качества государственного регулирования в сфере малого и среднего предпринимательства;

- стимулирование развития предпринимательской деятельности на отдельных территориях.

Ранее в работе были рассмотрены виды и структура механизмов реализации государственной поддержки. Данные направления будут достигнуты следующими механизмами:

- финансовые механизмы, а именно, субсидирование приобретенного оборудования, льготное кредитование начинающих предпринимателей, имущественная поддержка (предоставление государственных помещений под льготное пользование предприятиями, особые налоговые режимы);

- обеспечение доступа малых и средних предприятий к госзакупкам;

- создание государственных институтов поддержки предпринимательства;

- содействие инвестированию в малые и средние предприятия;

- консультационно-информационная поддержка предпринимателей;

- маркетинговая поддержка.

Стратегический ориентир стратегии развития малого и среднего предпринимательства — увеличение доли малых и средних предприятий в ВВП Российской Федерации в два раза (с 20% до 40%), что будет соответствовать уровню развитых стран. Ежегодный прирост указанной доли должен составлять не менее одного процента.[33]

Базовыми индикаторами достижения указанной цели к 2030 году также выступают следующие: увеличение в 2,5 раза оборота малых и средних предприятий по отношению к 2014 году (в реальном выражении); увеличение в 2 раза производительности труда в секторе малого и среднего предпринимательства в постоянных ценах по отношению к 2014 году; увеличение доли обрабатывающей промышленности в обороте сектора малого и среднего предпринимательства (без учета индивидуальных предпринимателей) до 20 процентов; увеличение доли занятого населения в секторе малого и среднего предпринимательства в общей численности занятого населения до 35 процентов.

Реализация Стратегии распределена между федеральными и региональными органами исполнительной власти. В рамках неё формируются целевые проекты, осуществляющие финансовую и нефинансовую поддержку малых и средних предприятий.

С 1 августа 2016 года Федеральной налоговой службой сформирован единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства, который содержит сведения не только о категории субъекта малого и среднего предпринимательства, но и о видах деятельности, производимой продукции, действующих лицензиях. Реестр размещен на сайте Федеральной налоговой службы.

В рамках стратегии развития малого и среднего предпринимательства в настоящее время реализуется приоритетный проект «Малый бизнес и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Ключевая цель проекта – обеспечить занятость порядка 1,2 миллиона человек и оказать

поддержку 336 тысячам субъектов индивидуального и малого предпринимательства.[25, 27]

Программа реализуется «Корпорацией МСП» посредством обеспечения доступа субъектов малого предпринимательства к государственным закупкам, помощи в составлении и расчете бизнес-плана, льготных условий лизинга оборудования отечественного производства, развития обучающих систем, подготовки квалифицированных кадров, помощи в оформлении льготных кредитов на ведение предпринимательской деятельности.

В программе имеется ряд контрольных точек эффективности, наиболее важными видятся следующие: увеличение на 20% количества субъектов малого предпринимательства, которые являются участниками программ партнерства крупнейших государственных заказчиков к ноябрю 2018 года; к февралю 2019 года увеличен годовой объем закупок у субъектов малого предпринимательства до 17,5 %; к январю 2018 года реализованы обучающие программы не менее, чем в 80 субъектах Российской Федерации.[25]

Для малых предприятий предусмотрены специальные налоговые режимы, позволяющие оптимизировать систему учета и налоговых платежей.

Предпринимателям, впервые зарегистрировавшим бизнес, предоставляются «налоговые каникулы» или нулевая ставка налога. Виды деятельности, которые попадают под данное налоговое регулирование, определяются на региональном уровне региональными законами.

В субъектах Российской Федерации сформирована сеть организаций, образующих инфраструктуру информационно-консультационной и имущественной поддержки предпринимательства.

В 2016 году доля экспорта малых и средних предприятий в общем объеме экспорта Российской Федерации, по данным Федеральной таможенной службы, составила около 6 процентов. В то же время вклад малых и средних предприятий в экспорт развитых стран довольно значителен — их доля в общем объеме экспорта, составляет от 25 до 35 процентов.[57] В

отдельных развивающихся странах вклад малых и средних предприятий в экспорт продукции еще выше - в Южной Корее — около 40 процентов, в Китае — более 50 процентов.[48]

Вместе со стратегией развития малого и среднего предпринимательства вектор развития национальной экономики направлен на интернационализацию деятельности предприятий путём выхода на внешние рынки сырьевого и несырьевого экспорта.

Основные направления развития экспорта на период до 2030 года утверждены распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 июня 2012 г. № 1128-р в редакции распоряжения Правительства Российской Федерации от 25 февраля 2014 № 259-р «Поддержка доступа на рынки зарубежных стран и поддержка экспорта» и в соответствии с Федеральным законом от 28 июня 2014 г. №172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации», а также с учетом ряда других документов. С разработкой Основных направлений в России должна сформироваться целостная, завершенная система реализации государственной политики и приоритетов в экспортной сфере. [35]

По мнению экспертов, в стране за последние несколько лет создается эффективная система поддержки и развития экспорта на уровне лучших мировых стандартов [3]. Идеология заложена в утвержденной правительством РФ «дорожной карте». Инфраструктурная основа этой системы включает в себя три элемента: созданный в 2015 году Российский экспортный центр, который призван координировать финансовую и нефинансовую составляющие поддержки, стать «единым окном» для действующих и потенциальных экспортеров, экспортное страховое агентство России (ЭКСАР) и Росэксимбанк, которые с участием государства обеспечивают финансовую составляющую поддержки.[59]

Основные направления должны обеспечить формирование и эффективную практическую реализацию ресурсно-инновационной модели экспортной специализации России. Реализация основных направлений будет

способствовать увеличению объемов экспорта продукции глубокой переработки сырья, современных материалов и готовых изделий с улучшенными свойствами; развитию экспорта технически и технологически сложной продукции, а также увеличению экспорта наукоемких и интеллектуальных услуг, в первую очередь инжиниринговых, технических, компьютерных, образовательных.

По мнению Правительства Российской Федерации, с учетом сложившихся и новых трендов в развитии процесса глобализации внешние условия экспортной деятельности России в период до 2030 г. будут определяться следующими основными факторами:

- долговременным замедлением темпов роста глобальной экономики при сохранении нестабильности мирового экономического развития;
- масштабным сдвигом мирового производства и в целом деловой активности в тихоокеанский и индоазиатский регионы;
- опережающим ростом потребления в развивающихся странах Азии, прежде всего в Китае, Индии, Индонезии, Малайзии, Вьетнаме, а также увеличением емкости рынков крупных развивающихся стран в латиноамериканском, ближневосточном и африканском регионах;
- замедленным и неустойчивым развитием ключевого на сегодняшний день экспортного рынка для России – европейского;
- усилением элементов протекционизма в политике многих стран на фоне роста глобальной конкуренции;
- усилением гонки за обладание мировым технологическим лидерством для обеспечения нацкомпаниям долговременных конкурентных преимуществ (расходы на освоение технологий, составляющих новый уклад, и масштаб их применения ежегодно увеличиваются примерно на 35%);
- повышением эффективности использования ресурсов и увеличением спроса на энерго- и ресурсосберегающие технологии при одновременном усилении борьбы за сырьевые ресурсы, в том числе необходимые для создания и функционирования новых высокотехнологичных производств;

– изменениями в институциональном устройстве мировой экономики в направлении усиления роли глобальных регуляторов и позиций в них развивающихся стран;

– изменениями в международной торговой системе в связи с переформатированием традиционных торговых блоков и формированием основанных на принципах углубленной зоны свободной торговли стратегических экономических партнерств.

Этапы реализации программы:

1. Формирование системы поддержки экспорта до 2016 г.
2. Конкурентное функционирование гибкой системы поддержки экспорта 2016 – 2030 гг.

В рамках стратегии развития экспорта функционирует приоритетная программа «Международная кооперация и экспорт», которая направлена на экспансию российских компаний на внешние рынки.

Программа предоставляет российским экспортёрам содействие в реализации экспортного проекта от сертификации и регистрации, предоставлению и адаптации под условия страновой среды, патентной защиты до логистики и послепродажного обслуживания, дальнейшей финансовой поддержки.

Программой реализуется комплексная информационно-консультационная поддержка экспортёров: создание единой интернет-площадки для экспортеров, функционирование консультационных центров, которые создаются региональной инфраструктурой.

Целевыми показателями по основному направлению стратегического развития Российской Федерации «Международная кооперация и экспорт», утвержденными протоколом Совета при Президенте по стратегическому развитию и приоритетным проектам № 11 от 30.11.2016 года являются:

1. Рост несырьевого неэнергетического экспорта товаров в стоимостном выражении к уровню 2016 года – не менее чем на 15% в 2018 году и не менее чем в 2 раза в 2025 году.

2. Рост экспорта услуг не менее чем на 20% в 2018 году и не менее чем в 2 раза в 2025 году.

Помимо прочего, в России реализуется государственный коммерческий проект «Made in Russia». Данная программа направлена в первую очередь на маркетинговую поддержку, повышение имиджа лучших российских предприятий. [46]

Существование программы нацелено на присвоение маркировки наиболее экологичным и надежным производителям. Любая компания, изъявившая желание присвоить себе знак «Made in Russia» проходит двухфакторную сертификацию. Первым этапом является проверка Российским экспортным центром опыта и юридической чистоты субъекта предпринимательства, качество, история, имидж, компетенции персонала и безопасность производства. Происходит присвоение знака «Russian Exporter».

Второй этап сертификации — проверка качества и безопасности самой продукции. При успешном прохождении, компании присваивается знак «Сделано в России», который гарантирует иностранным контрагентам безопасность сделки и надежность партнёра.

Программа сертификации реализуется с 2017 года, и в настоящий момент обладателями знака «Сделано в России» являются только 98 компаний. Программа не имеет ограничений по размеру субъекта предпринимательства, но не подходит молодым и вновь созданным компаниям из-за несформировавшейся деловой репутации.

Российским Правительством активно продвигается система «одного окна», когда предприниматель может получить весь комплекс услуг (консультацию, помощь в подготовке документов и саму поддержку) и информацию обо всех программах поддержки в одном месте. Принятое решение направлено на обеспечение координации действий органов власти всех уровней, представителей предпринимательского сообщества и организаций, образующих инфраструктуру поддержки, в сфере развития

малого и среднего предпринимательства. Далее в работе будет рассмотрена работа реализации данной программы.

По решению Правительства РФ в 2011 г. Внешэкономбанк учредил ОАО «Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций» («ЭКСАР») для осуществления, в том числе, льготного кредитования иностранных покупателей и поддержки экспорта продукции российского производства в форме страхования экспортных кредитов от предпринимательских и политических рисков. В рамках данного финансового инструмента агентство «ЭКСАР» предоставляет кредиты на сумму не менее 1 700 000 долларов США или эквивалента данной суммы в российских рублях или евро. Основным условием страхования является то, что по каждой сделке покрывается до 95% убытков в случае реализации политического риска и до 90% — в случае коммерческого риска.

В настоящее время отмечена низкая востребованность данного инструмента в силу сложности (более 30 документов) и чрезмерной длительности (до 143 дней, на практике — до 1 года) процесса получения государственных гарантий РФ. [12]

Далее следует рассмотреть региональные и городские программы поддержки малого и среднего предпринимательства и их экспортной деятельности.

Правительство Тюменской области поддерживает федеральные программы развития малого и среднего бизнеса, а также их экспортной деятельности. В области реализуется программа развития малого и среднего предпринимательства, вступившая в силу с 1 января 2018 года и утвержденная до 2020 года. [58]

Для обеспечения перевода экономики на инновационный путь развития, устойчивого социально-экономического развития региона и стабильно высокого уровня занятости населения целью программы является развитие конкурентной экономической среды области путем создания благоприятных условий для открытия и развития субъектов малого и

среднего предпринимательства. Задача программы — стимулирование развития субъектов малого и среднего предпринимательства и создание условий для повышения объема выпуска конкурентоспособной продукции (работ, услуг) субъектов предпринимательства, продвижение ее на внутреннем и внешнем рынках.

Всего в 2018 - 2020 годы на реализацию мероприятий программы развития малого и среднего предпринимательства в Тюменской области предусматривается 601 996,0 тыс. рублей, выделенных из областного и федерального бюджета. Структура распределения денежных средств по годам представлена на рисунке 1.1.

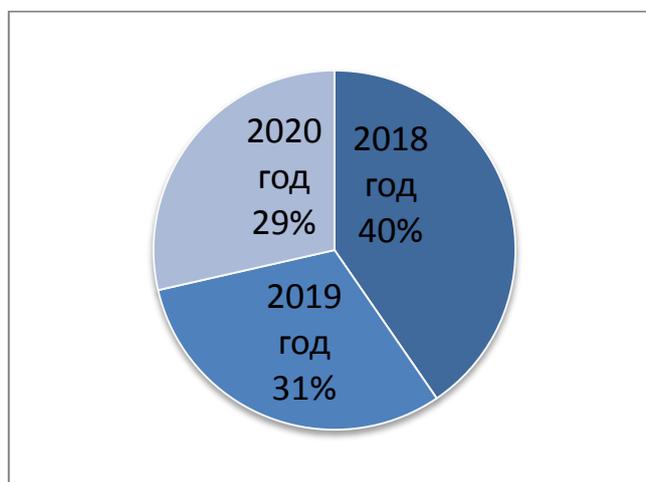


Рисунок 1.1. Распределение финансирования программ поддержки экспорта Тюменской области

Источник:[58]

Программа поддерживается концепцией долгосрочного социально-экономического развития Тюменской области до 2020 года и на перспективу до 2030 года, утвержденной распоряжением Правительства Тюменской области от 25.05.2009 N 652-рп, о которой говорилось ранее.

Программой предусмотрен следующий комплекс организационных и финансовых мероприятий, направленных на развитие малого и среднего предпринимательства. Организационные мероприятия:

1. Оказание государственной поддержки и предоставление консультационных услуг субъектам малого и среднего предпринимательства Тюменской области.

2. Размещение информации на официальном портале органов государственной власти Тюменской области.

3. Формирование реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, получивших государственную поддержку.

4. Организация продвижения регионального продукта на внутреннем и внешнем рынках.

5. Организация и проведение конференций, конкурсов, форумов, совещаний, круглых столов, бирж контактов.

6. Обучение молодежи основам предпринимательской деятельности.

7. Популяризация предпринимательской деятельности и повышение ее имиджа и репутации информационно-рекламного характера.

8. Содействие деятельности некоммерческих организаций, выражающих интересы малого и среднего бизнеса, для организации ими общественного контроля, включая постоянный мониторинг существующих административных ограничений.

9. Оказание имущественной поддержки организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляется Департаментом имущественных отношений Тюменской области в виде предоставления в аренду или безвозмездное пользование государственного имущества Тюменской области без проведения торгов.

10. Предоставление государственных преференций субъектам малого и среднего предпринимательства в виде льготного предоставления в аренду имущества Тюменской области.

11. Проведение мониторинга высокопроизводительных рабочих мест.

Программа реализует и финансовые мероприятия поддержки, среди которых подготовка и заключение договоров на получение государственной поддержки, перечисление средств субсидии субъектам предпринимательства, внесение имущественных взносов и предоставление средств областного бюджета на выполнение государственного задания.

В целях реализации государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства в Тюменской области создана

инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. Инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства — система коммерческих и некоммерческих организаций, которые создаются, осуществляют свою деятельность или привлекаются в качестве поставщиков (исполнителей, подрядчиков) для осуществления закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд при реализации государственных программ Российской Федерации, государственных программ Тюменской области и муниципальных программ, обеспечивающих условия для создания субъектов малого и среднего предпринимательства и для оказания им поддержки. В рамках неё осуществляют свою деятельность:

1. Фонд «Инвестиционное агентство Тюменской области», ведущий орган поддержки малого и среднего предпринимательства;
2. Микрокредитная компания «Фонд микрофинансирования Тюменской области»;
3. Тюменский технопарк (ГАУ ТО «Западно-Сибирский инновационный центр»), в структуре которого действуют бизнес-инкубатор, центр прототипирования, центр поддержки экспорта, школа инновационного мышления
4. Акционерное общество «Агентство инфраструктурного развития Тюменской области»;
5. Тюменский филиал Государственного автономного учреждения Тюменской области «МФЦ Мои документы»;
6. Торгово-промышленная палата Тюменской области;
7. Тюменское региональное отделение общероссийской общественной организации «ОПОРА РОССИИ».

У предприятий Тюменской области есть возможность получить налоговые каникулы до 2020 года при соблюдении определенных ограничений. Воспользоваться поддержкой могут предприятия с упрощенной системой налогообложения, ведущие производственную, социальную,

научную деятельность, либо деятельность по предоставлению бытовых услуг населению. Средняя численность работников не может превышать 15 человек, а 70% доходов компании должны поступать от предпринимательской деятельности, в отношении которой применяется ставка 0%. Областная программа предоставления налоговых каникул содействует созданию и становлению малых и средних предприятий, повышает среднюю выживаемость.

Фондом «Инвестиционное агентство Тюменской области» в период с 2013 по 2017 гг. реализован 251 проект с общей суммой вложенных инвестиций 6,151 млрд. рублей. В 2018 году ИАТО инвестируются проекты по развитию региональной экономики и промышленности. Сумма предоставляемого займа варьируется от 3 до 50 миллионов рублей и выдается под 3% годовых с возможностью отсрочки платежа на один год. Такие программы позволяют предприятиям получить дешевые деньги, наращивать производственный и экспортный потенциал. По итогам 2017 года по программе «целевые займы» предприятиям было предоставлено 211,786 миллионов рублей, отраслевая структура отражена на рисунке 1.2.



Рисунок 1.2. Отраслевая структура целевых займов в Тюмени 2017 года
Источник:[58]

Помимо выдачи целевых кредитов и займов, Инвестиционное агентство Тюменской области предоставляет государственное гарантирование кредитов, в том числе и экспортных. Ниже, на рисунке 1.3. представлена динамика осуществления госпоручительства с 2014 по 2017 год.

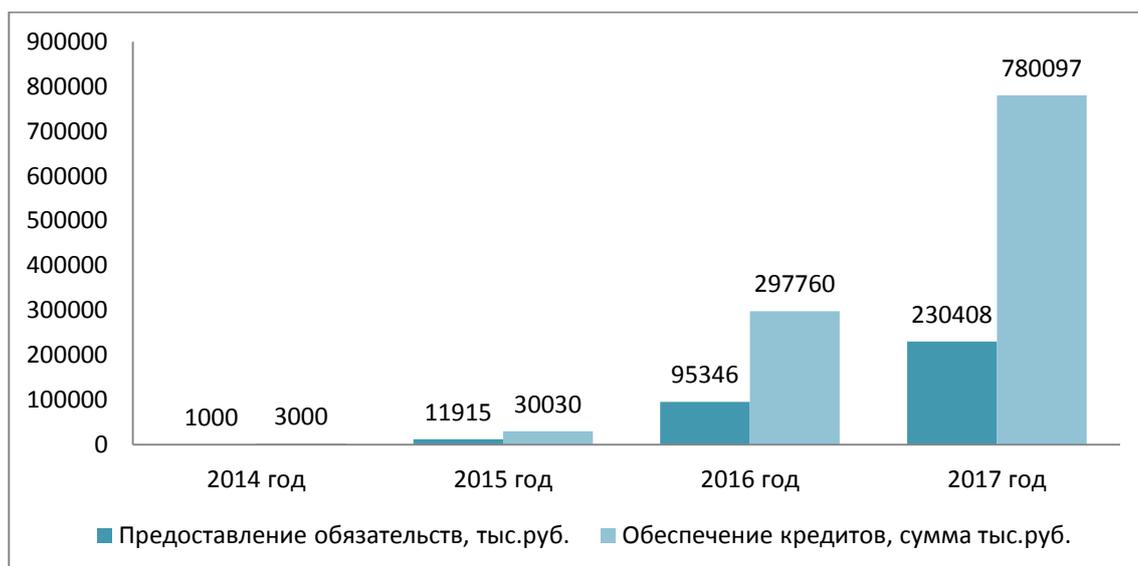


Рисунок 1.3. Показатели роста гарантийного фонда тюменской области
Источник:[58]

Также в Тюменской области функционируют индустриальные парки для развития производства в области. Приоритетным направлением является создание и предоставление площадки экспортоориентированным предприятиям. При прочих равных условиях, земельный участок по льготной цене и с отсрочкой первого платежа достанется именно им.

Как было указано ранее, для экспорта малых и средних предприятий, как правило, недостаточно собственных финансовых ресурсов. В мае 2018 года на Питерском международном экономическом форуме были представлены результаты рейтинга инвестиционной привлекательности регионов. Тюменская область заняла лидирующую позицию, поднявшись с пятого на первое место. Для оценки использовался ряд показателей, описывающих условия ведения бизнеса: процессы юридического

оформления организации, государственное регулирование предпринимательской деятельности, технические возможности, случаи коррупции, удовлетворенность представителей бизнеса мерами господдержки, среднее количество рабочих мест в организации и т.д.

В настоящее время в Тюменской области реализуется очень большое количество образовательных бизнес-курсов и семинаров, активно популяризируется предпринимательская деятельность, проводятся крупные мероприятия, посвященные бизнесу. Этап распространения информации о мерах поддержки крайне важен, поскольку политика поддержки предпринимательства и экспорта, разработанные программы и проекты не принесут ожидаемого эффекта по причине того, что потенциальные участники данных программ не будут о них знать.

Региональные интегрированные центры совместно с Центрами поддержки экспорта должны формировать и поддерживать благоприятную информационную среду для малых и средних предприятий, стремящихся выйти на глобальные рынки, создавать и продвигать базы данных и предложения о сотрудничестве региональных малых и средних предприятий, распространять и популяризировать информацию о местных предприятиях которым удалось успешно выйти на международные рынки.

Стоит отметить тот факт, что Тюменская область занимает третье место среди всех регионов по информированию населения о программах поддержки малого и среднего предпринимательства. Карта регионов по информационному освещению мер поддержки малого и среднего предпринимательства в приложении 1.

Выше описаны системы, поддерживающие создание и развитие деятельности малых и средних предприятий, далее рассмотрим институты и инфраструктуру поддержки непосредственно экспортной деятельности малых и средних предприятий Тюменской области.

Главными институтами Тюменской области, осуществляющими содействие малым и средним предприятиям в расширении рынков являются

Центр поддержки экспорта Тюменской области, действующий под эгидой Тюменского технопарка, а также Торгово-промышленная палата Тюменской области. Кроме того, в Тюмени есть представители Школы экспорта Российского экспортного центра.

Центр поддержки экспорта Тюменской области бесплатно предоставляет поддержку на всех уровнях реализации экспортного проекта. В перечень услуг входят следующие направления: первичная консультация представителя экспортоориентированного предприятия; маркетинговый анализ рынка сбыта; подбор кода ТН ВЭД; перевод необходимых документов; софинансирование международной сертификации и лицензирования; представительские услуги; организация участия предприятий в международных выставках и бизнес-миссиях; поиск и проверка деловой репутации зарубежного партнёра; адаптация сайта компании; расчет и оптимизация логистических расходов; расчет таможенных платежей.[17] Все услуги предоставляются потенциальному экспортёру бесплатно.

Торгово-промышленная палата Тюменской области — второй государственный институт, осуществляющий поддержку экспортёров. Ключевым направлением деятельности ТПП ТО является консультационная поддержка, организация обучающих семинаров, круглых столов, семинаров и бизнес-миссий. ТПП ТО является оператором Школы экспорта Российского экспортного центра. Регулярно привозят в Тюмень экспертов федерального уровня, которые рассказывают предпринимателям о таможенном регулировании, экспортной логистике, ведении переговоров с зарубежными партнерами.

С мая и до декабря 2018 года Торгово-промышленной платой совместно с Центром поддержки экспорта реализуется программа «Экспортный марафон». В рамках данного проекта проводится обучение, консультирование, сопровождение сделок, поиска потенциальных покупателей за рубежом, организация участия в междугородних и

международных выставках и торгово-экономических миссиях. Обобщая, программа предоставляет поддержку нефинансового характера.

Данные организации напрямую заинтересованы в привлечении новых экспортёров. Это зависит в большей степени не от цели развития экономики. Фактически, данные институты получают прописанные показатели эффективности, в которых обозначено количество впервые вышедших на внешний рынок предприятий.

Таблица 1.1.

Тюменские институты поддержки экспортной деятельности малых и средних предприятий.

Институт	Предоставляемая поддержка
Центр поддержки экспорта Тюменской области	Первичная консультация представителя экспортоориентированного предприятия; маркетинговый анализ рынка сбыта; подбор кода ТН ВЭД; перевод необходимых документов; софинансирование международной сертификации и лицензирования; представительские услуги; организация участия предприятий в международных выставках и бизнес-миссиях; поиск и проверка деловой репутации зарубежного партнёра; адаптация сайта компании; расчет и оптимизация логистических расходов; расчет таможенных платежей; маркетинговое продвижение продукта.
Торгово-промышленная палата Тюменской области	Обучение, консультирование, сопровождение сделок, поиска потенциальных покупателей за рубежом, организация участия в междугородних и международных выставках и торгово-экономических миссиях.

Составлено автором. Источник: [17,50]

Кроме описанных выше основных государственных институтов, официально представляющих интересы экспортеров, потенциальный экспортер может обратиться за поддержкой в Тюменское региональное отделение общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ». Данный институт не представляет официальных государственных или региональных программ по

поддержке внешнеэкономической деятельности, но заинтересован в выходе членов организации на рынок азиатских стран.

Отслеживая тренды в развитии бизнеса и наблюдая процесс глобализации, сотрудники ТРО «ОПОРА РОССИИ» взяли вектор на развитие азиатского направления экспорта для того, чтобы субъекты малого и среднего предпринимательства-члены организации соответствовали передовым трендам в развитии бизнеса и были конкурентоспособны. [53]

Вице-президент общероссийской общественной организации «ОПОРА РОССИИ» лично курирует проекты потенциальных экспортеров по экспансии на рынки азиатских стран. В настоящее время активно ведется работа о заключении стратегических заключений о сотрудничестве между общественной организацией и представительством китайской программы «Шелковый путь», которая более подробно будет описана в следующем параграфе.

Помимо федеральных и региональных программ, в Тюмени реализуются городские программы поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. В городе развита субсидиарная поддержка предпринимателей, осуществляющих деятельность по определенным направлениям. На Общественном Совете выносятся на обсуждение направления деятельности, по которым необходима поддержка. В результате определяется перечень ОКВЭД, по которым предприниматели получают возмещение 50% стоимости оборудования, но не более 500 тыс. рублей.

Определены ключевые направления государственных программ поддержки экспорта. Выявлены два вида механизмов поддержки экспорта: финансовые и нефинансовые, и описана их поэлементная структура.

В стране реализуются две крупные федеральные стратегические программы: «Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года» и «Основные направления развития экспорта на период до 2030 года». Данные программы адаптивны, могут варьироваться в зависимости от изменяющейся обстановки в политике

и экономике, они задают направления действия региональных и городских проектов.

В Тюменской области реализуются региональные программы финансовой и нефинансовой, имущественной поддержки развития малого и среднего бизнеса. Центр поддержки экспорта и Торгово-промышленная палата Тюменской области сопровождают экспортные проекты на всех этапах выхода на внешние рынки, позволяют экспортеру быстрее адаптироваться и нарастить объемы производства под внешний рынок. Кроме того, потенциальный экспортер может стать членом Тюменского регионального отделения «ОПОРА РОССИИ», где ему помогут выбрать подходящий азиатский рынок, будут курировать процесс экспансии, а также содействовать в заключении индивидуальных договоренностей и специальных условий с азиатскими партнёрами.

1.3. Инфраструктура и механизмы поддержки компаний-экспортеров в зарубежных странах.

В развитых странах государственная поддержка экспорта является важной составной частью внешнеэкономической политики. Проведенный анализ мировой практики применения мер поддержки экспорта показал, что практически все развитые страны имеют относительно длительную историю развития системы поддержки экспорта, созданные с целью устранения действия негативных факторов глобальной экономики. Одновременно с развитием механизмов поддержки экспорта имеет место и постоянное совершенствование инфраструктуры поддержки национальных компаний на внешних рынках.

Необходимо тщательно изучать передовой опыт зарубежных стран с целью рассмотрения возможности его дальнейшей адаптации для российской экономики и создания дорожных карт развития российской

системы поддержки экспорта. Программы поддержки существенно различаются в странах. Рассмотрим программы поддержки стран с передовыми экономиками.

В настоящее время в США насчитывается более 27 млн. компаний, относящихся к категории МСП. Основные институты, оказывающие государственную поддержку экспортной деятельности МСП – это Министерство торговли (Department of Commerce, DOC), Экспортно-импортный банк (Eximbank), Корпорация частных зарубежных инвестиций (Overseas Private Investment Corporation, OPIC), Управление по делам малого бизнеса (Small Business Administration, SBA).

Eximbank выступает официальным экспортным кредитным агентством. Он предоставляет финансовую помощь на цели экспорта товаров и услуг американского происхождения на международные рынки через такие механизмы, как предоставление прямых займов и заемных гарантий. Приоритетные направления – экспорт оборудования для возобновляемых источников энергии, энергоэффективных технологий, проектов по очистке сточных вод. Eximbank играет роль посредника между американскими экспортерами, кредиторами и международными покупателями, способствуя снижению экспортных рисков. Банк предоставляет также прямые займы и гарантии по займам иностранным покупателям.[64]

Одно из приоритетных направлений в деятельности SBA – поддержка экспорта МСП (составляющих в настоящее время около 70% американских экспортеров). Среди основных программ, в частности, можно назвать следующие:

— программа экспресс-займов, предоставляемых в течение 36 часов на сумму до 500 тыс. долл. Доступ к такому виду финансирования может получить фирма, способная обосновать, что займ будет эффективным в течение 12 месяцев и поспособствует развитию экспортной деятельности фирмы;

— программа гарантий по кредитам на оборотный капитал МСП-экспортеров, покрывающий 90% их стоимости;

— программа займов на внешнеторговые контракты, направленная на финансирование начальных этапов экспортной деятельности, а также ее расширение;

— программа совместных гарантий со стороны SBA и Eximbank, направленная на увеличение объемов финансирования оборотного капитала экспортеров, относящихся к категории МСП; размер совместной гарантийной помощи для одного экспортера не может превышать 2 млн. долл.

Министерство торговли США оказывает поддержку экспортной деятельности в трех основных формах:

– финансовая помощь: предоставление займов и гарантий, лизинговое финансирование. Осуществляется по четырем направлениям: развитие экспорта; финансирование оборотного капитала; предоставление средств на развитие предприятия; оказание финансовой помощи иностранным покупателям;

– страхование: американское правительство предоставляет гарантии, а также услуги, позволяющие значительно снизить возможные риски. Эти услуги распространяются на экспортные операции и зарубежные инвестиции;

– субсидирование: предприятиям выделяются средства для оценки реализуемости инфраструктурных проектов, а также проведения семинаров с целью ознакомления зарубежного бизнес сообщества и представителей государства с американской деловой практикой, особенностями законодательства. [63]

В дополнение к федеральным государственным программам поддержка экспортной деятельности малых и средних предприятий оказывается также на региональном и на местном уровне.

Набор предлагаемых услуг варьируется в зависимости от штата, где зарегистрирована компания, но, как правило, включает в себя экспортное консультирование; исследования рынков; информацию по продуктам и ценам; поиск дистрибьюторов; сбор необходимой информации о зарубежных фирмах.

В рамках ЕС поддержка экспортной деятельности осуществляется преимущественно путем предоставления субсидий, кредитов и кредитных гарантий. Это делается либо напрямую органами Европейской комиссии (ЕК), либо через финансируемые ею программы. [63]

Основная цель – помощь странам-членам в проведении мероприятий, направленных на развитие предпринимательства, улучшение условий ведения деятельности для малого и среднего бизнеса, а также предоставление им помощи для выхода на новые рынки.

Поддержка Еврокомиссией экспортной деятельности распространяется на все виды трансграничной торговли как внутри ЕС, так и за его пределами.

Помощь предоставляется через национальные или региональные банки, кредитные институты или инвестиционные фонды, расположенные в странах происхождения предприятий. Программы действуют на национальном, региональном и местном уровнях. Их основная задача состоит в том, чтобы увеличить объем доступных кредитов для малых и средних предприятий, а также поощрить финансовых посредников к расширению кредитования этого сегмента бизнеса.

Также задействован Европейский инвестиционный фонд (European Investment Fund, EIF) – финансовая структура, созданная специально для поддержки МСП. Фонд инвестирует в быстроразвивающиеся и инновационные МСП. Фонд совместно с финансовыми институтами разработал рамочную программу по конкурентоспособности и инновациям (Competitiveness and Innovation Framework Programme, CIP). Она направлена на поддержку инвестиций МСП в технологическое развитие, инновации и

трансграничное расширение деятельности предприятия. Фонды СІР используются для предоставления гарантий по займам для МСП.

Еще одна структура – Европейский инвестиционный банк (European Investment Bank, EIB) – долгосрочный кредитор в рамках ЕС. Он обеспечивает доступные «длинные» кредиты для инвестиционных проектов, а также занимается оказанием технической помощи и предоставлением гарантий. Ссуды выделяются через коммерческие банки. Основной целью остается стимулирование инвестиционной деятельности малых и средних предприятий, а также обеспечение их оборотным капиталом ссудой в размере до 12.5 млн. евро. Наибольшее развитие в система поддержки экспорта малых и средних предприятий получила в Германии, Франции и Великобритании.

Во Франции МСП в меньшей степени участвуют в трансграничной торговле, чем компании подобного размера других европейских стран. В 2010 г. лишь 6% из них осуществляли экспортную деятельность, а в среднем по ЕС этот показатель доходит до 8% . [64] Согласно официальным данным, во Франции частный бизнес менее склонен к экспорту, чем, например, в Германии, но в большей степени, чем в Великобритании и Испании.

Поддержка экспортной деятельности осуществляется Министерством экономики и промышленности, Агентством по конкурентоспособности, промышленности и услугам (Directorate General of Commercial Intelligence and Statistics, DGCIS) и подотчетным министерству Агентством по международному бизнес-развитию (Ubifrance), которое предоставляет информацию о зарубежных рынках и сопровождает представителей французских фирм на международные торговые выставки.

Помимо этих организаций помощь экспортерам также оказывают другие структуры, в частности:

Soface – частная компания, которая предоставляет услуги по торговому кредитованию и страхованию по всему миру. Она дает государственные гарантии по торговым кредитам для французских компаний;

OSEO – агентство, которое выдает займы французским малым и средним предприятиям для поддержки инноваций и роста.

Прямая государственная финансовая поддержка экспортной деятельности французских предприятий осуществляется по двум основным программам, находящимся в ведении Ubifrance. Во-первых, это предоставление займов на сумму от 20 до 80 тыс. евро сроком до 6 лет на покрытие расходов на товары и услуги, необходимые французским фирмам для выхода на зарубежные рынки.

Во-вторых, существует программа SIDEX, предусматривающая краткосрочную помощь для завершения экспортных проектов на сумму 7.5 тыс. евро для предприятий, расположенных во Франции.

В Германии рассматриваемый сегмент бизнеса представлен довольно активными экспортерами. Около 15% немецких предприятий поставляют свою продукцию на экспорт, 59% из них относятся к категории малого и среднего предпринимательства.

Немецкие государственные институты предлагают множество программ по поддержке роста и развития малых и средних предприятий на национальном, региональном и местном уровнях. Некоторые из них стали частью региональной экономической политики, цель которой – сокращение разрыва в экономическом развитии отдельных регионов страны. Политика по поддержке малого бизнеса в Германии предусматривает сокращение административных процедур, предоставление большего доступа к заемному финансированию, сокращение налоговых ставок.

Федеральное министерство экономики и технологий ФРГ выступает ключевым институтом в области продвижения экспорта товаров и инвестиций. Оно тесно сотрудничает с частным сектором с целью разработки необходимых для этого инструментов и повышения их эффективности в условиях нестабильности [16]. Федеральное агентство по экономике и экспортному контролю, подотчетное Министерству,

предоставляет информацию, касающуюся экспортного контроля, и помощь в продвижении немецких предприятий за рубежом.

Банковская группа KfW – это государственный банк развития, который оказывает непосредственную поддержку немецким компаниям-экспортерам. В качестве основных компонентов программы прямой государственной поддержки можно назвать: льготные займы, которые выдаются с более низкой процентной ставкой; кредитные и инвестиционные гарантии, которые предоставляются агентством Euler Hermes и оказывают существенную поддержку торговле Германии со странами, где существует высокий уровень рисков; программа «МСП за рубеж» («Mittelstand program, abroad») предоставляет низкопроцентные займы немецким малым и средним предприятиям, осуществляющим инвестиции за рубежом.

Великобритания занимает десятую строчку в рейтинге крупнейших стран экспортеров в мире. По итогам 2016 года доля экспорта Соединенного Королевства составила 2,67% от мирового объема. [62]

Экспорт Великобритании — это прежде всего экспорт услуг: банковских и брокерских, страховых и консультативных. Кроме того, экспортируется нефть и нефтепродукты, медицинские препараты.

Объем экспорта английских машин занимает третье место в мире после Германии и Японии. Великобритания — самый крупный в мире экспортер грузовых автомашин. Также большим признанием среди других стран пользуется английское золото — оно считается одним из лучших в мире и активно экспортируется.

В Великобритании национальная система поддержки экспорта характеризуется высоким уровнем централизации. Основной институт поддержки экспорта в Великобритании — государственное агентство по торговле и инвестициям UK Trade & Invest (UKTI).

Полномочиями по выработке и проведению политики в области внешнеэкономической деятельности в Великобритании, включая административно-организационные меры и нормотворческие функции,

направленные на поддержку национальных производителей и экспортеров, осуществляет ряд органов исполнительной власти, основным из которых является Министерство по делам бизнеса, предпринимательства и государственной реформы (The Department for Business, Enterprise and Regulatory Reform DBERR), головное ведомство в экономическом блоке британского кабинета министров.

На UKTI возложены следующие функции:

- продвижения британских товаров и услуг на внешние рынки;
- содействия компаниям Великобритании при их выходе на внешний рынок;
- привлечения иностранных инвестиций.

Внутри страны служба занимается оказанием помощи британским экспортерам и инвесторам в части продвижения британского экспорта, поддержки и консультирования, в первую очередь, малых и средних фирм через региональные отделы по оказанию поддержки местным предприятиям, испытывающим трудности с реализацией своей продукции на внешнем рынке и заинтересованным в привлечении иностранных инвестиций.

За рубежом UKTI ведёт работу через коммерческие отделы британских посольств и занимается продвижением британского экспорта на рынки зарубежных стран и привлечением иностранных инвестиций.

Основные программы поддержки экспорта, разработанные UKTI:

- Программа поддержки участия британских фирм в выставках и семинарах, организуемых за рубежом (Tradeshow Access Programme);
- Служба советников по международной торговле (International Trade Advisers): профессиональный консалтинг по всем аспектам помощи предприятиям-экспортерам;
- Программа «Паспорт начинающего экспортера» (Passport to Export): подготовка/обучение не имеющих опыта экспортной деятельности малых и средних предприятий;

— Программа «Путь к глобальному росту» (Gateway to Global Growth): рассчитана на опытных британских экспортеров. В рамках этой программы УКТИ обеспечивает стратегическую поддержку предприятиям в течение года для развития их зарубежного бизнеса;

— Программа исследований экспортных рынков (Export Market Research Scheme): предлагает британским малым предприятиям на безвозмездной основе рекомендации по проведению исследований зарубежных рынков. Предприятия, соответствующие установленным УКТИ критериям, могут претендовать на получение гранта.

Предоставление гарантий в области внешней торговли и инвестиций в Великобритании осуществляется посредством Агентства гарантий экспортных кредитов.

Основной функцией Агентства является стимулирование продвижения британских товаров и инвестиций на внешний рынок путём выдачи кредитов, предоставляемых национальным производителям, страхования от политических и коммерческих рисков, а также страхования британских зарубежных инвестиций. Агентство ежегодно гарантирует экспорт компаний Великобритании и их инвестиций на сумму порядка 2 миллиардов фунтов стерлингов.

В Китае поддержкой экспорта занимаются два института — Эксимбанк, и страховая компания Sinosure. Все кредиты экспортерам, выдаваемые через Экспортно-импортный банк, страхуются в Sinosure, которая была создана в 2001 году путем объединения департаментов по страхованию экспортных кредитов Эксимбанка и Народной страховой компании Китая.

Со времени своего основания, компания Sinosure поддержала экспорт, внутреннюю торговлю и инвестиции на общую сумму более 350 миллиардов долларов США и поспособствовала получению кредитов на более чем 550 млрд. юаней в 110 различных банках [5]. Таким образом, видно, что как развитые, так и развивающиеся страны осознали необходимость развития

такого направления, как страхование экспортных кредитов много лет назад и этот механизм успешно применяется с середины 20 века.

Таблица 1.2.

Зарубежные институты, оказывающие поддержку экспортёрам

Страна, регион	Институты, осуществляющие поддержку экспорта продукции МСП
США	Министерство торговли США (USDOC), Экспортно-импортный банк США (Эксимбанк), Корпорация частных зарубежных инвестиций (OPIC), Управление по делам малого бизнеса (SBA), Агентство США по торговле и развитию (USTDA)
ЕС	Европейский инвестиционный фонд (EIF), Европейский инвестиционный банк (EIB)
Франция	Агентство по конкурентоспособности, промышленности и услугам (DGCIS) Агентство по международному бизнес-развитию (Ubifrance), Экспортное кредитное агентство Coface, Французское инновационное агентство OSEO
Германия	Банковская группа KfW. Экспортное кредитное агентство Euler Hermes
Великобритания	Государственный департамент по торговле и инвестициям (UK Trade&Investment, UKTI) Департаментом гарантирования экспортных кредитов (Export Credit Guarantee Department, ECGD) Департамент по делам бизнеса, инноваций и профессионального образования (UK Department for Business, Innovation & Skills)
Китай	Эксимбанк, страховая компания Sinosure

Составлено автором. Источник: [22, 62, 63, 64]

В приведенной выше таблице представлены сводные данные по проанализированным зарубежным структурам поддержки экспортной деятельности предприятий.

Практически во всех промышленно развитых странах учреждены специализированные правительственные структуры, организующие и

координирующие практическую работу по продвижению национального экспорта на внешние рынки.

Рассмотрев зарубежный опыт поддержки развития и интернационализации малых и средних предприятий, можно заметить, что общим для всех зарубежных схем является активное участие государства как в создании благоприятной сферы развития предпринимательства, поддержки экспорта национальных компаний, так и в предоставлении конкретной финансовой помощи. Почти в каждой национальной программе стимулирования. Широко используются группы финансовых мер как развитыми, так и развивающимися странами.

При этом важно, что роль малых и средних предприятий в экономике стран с развитыми рыночными отношениями постепенно усиливается. Это происходит именно благодаря росту поддержки государства, осуществляемой посредством консультирования экспортеров, льготного кредитования инвестиционных проектов малого и среднего предпринимательства, государственных страховых гарантий и других механизмов господдержки.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИИ НА АЗИАТСКИХ РЫНКАХ

2.1. Необходимость и целесообразность экспортной деятельности на азиатские рынки

Ограничительные экономические и политические меры были введены в отношении России из-за действий страны в украинском конфликте. Инициатором введения санкций с целью международной изоляции России стало руководство США, под давлением которого, рискуя понести экономический ущерб, к санкциям присоединились страны Евросоюза. Санкции также поддержали государства Большой семёрки и некоторые другие страны, являющиеся партнёрами США и ЕС. Россия ввела ответные меры.

В результате торговые отношения между крупнейшими торговыми партнёрами России оказались ограничены. В связи с этим Правительством Российской Федерации были разработаны меры по развитию и поддержке национальных производителей, в результате которых увеличились объёмы производства.

Увеличение национальной производительности позволяет увеличить потоки экспорта. Сочетание возникших факторов привело к тому, что вектор внешней торговли РФ стал направлен в сторону азиатских стран.

Весной 2014 года во время визита в Пекин после введения западных санкций в отношении России, Владимир Путин заявил о «повороте на Восток» и расширении торговли с Китаем. Официальное закрепление эта политика получила в «Совместном заявлении РФ и КНР о новом этапе отношений всеобъемлющего партнёрства и стратегического взаимодействия», принятого по итогам двусторонних переговоров.[49]

В настоящее время происходят масштабные изменения спроса на рынках развивающихся государств и конфигурации международной торговой системы. Оба этих процесса создают историческое «окно возможностей» для России.

Стратегически важным оказалось развитие экспорта в Китай и Индию неэнергетического сектора. Основания для этого имеются.

В настоящее время численность населения Земли достигла 7 млрд чел., из этого количества 60 % проживают в Азии. На Китай и Индию вместе взятые приходится подавляющая часть населения. Модернизационные процессы этих и других стран Востока позволили им превратиться в локомотивы мировой экономики.

По данным Международного Валютного фонда (МВФ), Китай занимает первое в мире место по величине ВВП с поправкой на паритет покупательской способности, на уровне 23 159 млрд. долларов США. Индия располагается на третьем месте данного рейтинга с уровнем ВВП в 9459 млрд. долларов [45, 46]

Прогнозируемый в базисном варианте рост ВВП развивающихся стран и стран с переходной экономикой (по методологии МВФ), по оценкам ВАВТ, потребует увеличения ими реального импорта товаров, как минимум, в 1,5 раза к 2025 г. (относительно 2015 г.) и почти в 3 раза к 2035 г.

Стоит отметить, что численность населения в Азии продолжает постоянно расти (рисунок 2.1.), растут и города, ухудшается экология. В связи с этим сокращается количество пахотных земель, ухудшаются условия для выращивания зерновых культур. Соответственно, формируется острая потребность в иностранных продуктах питания и напитках. На Азию приходится 40% мирового спроса на вино и пиво, большой популярностью пользуется шоколад и хлебобулочные изделия.

Основным потребителем иностранной продукции в азиатских странах считается средний класс. Это в основном городское население с уровнем

заработка от 6 до 25 тысяч долларов США. В 2009 году в Китае этот слой населения оценивался в 39%, в 2016 этот показатель уже составил 60%. [32]

К 2019 году потребительские расходы среднего класса достигнут в обеих странах 7,5 трлн долл. Освоение даже небольшой части этого рынка даст мощный прирост российского несырьевого экспорта. Одновременно с увеличением темпов роста ВВП, формируется обширная зона спроса на промышленную и аграрную продукцию, различные виды деловых услуг, которые соответствуют техническим и конкурентным возможностям России.

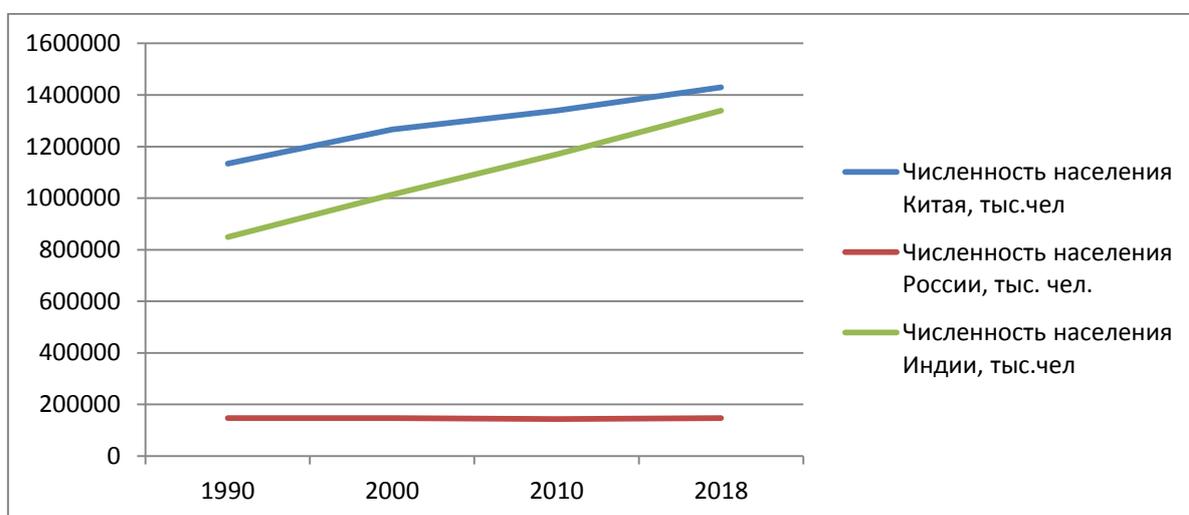


Рисунок 2.1. Динамика численности населения России, Китая и Индии
Составлено автором. Источник: [46]

Глава Alibaba Group, Джек Ма, выступая на форуме Bloomberg Global Business Forum в Нью-Йорке, обратил внимание общественности на то, что вместе с ростом населения Китая и увеличением прослойки среднего класса, в Китае наблюдается тенденция увеличения интереса местных жителей к импортной продукции. Китай находится в переходном периоде от страны-производителя к стране-импортёру, проявляя всё больший интерес к иностранной продукции. Создаются специализированные магазины и стойки в гипермаркетах, где реализуются исключительно продукты зарубежного происхождения. Китайцы приобщаются к кухням других народов, и спрос на

мясные деликатесы, сыры, икру, мед и импортную рыбу постоянно растет.[62]

Для России также важно учитывать, что увеличение среднего класса в Китае и Индии ведет к росту спроса на цифровые продукты и расходов на приобретения в Интернете. По оценкам, средний класс в Китае ежегодно тратит около 16% своих сбережений на покупки в интернет-магазинах.

По прогнозам, к 2022 г. городское население в Китае составит 850 млн чел. (около 200 городов–миллионников). Доля населения с высокими доходами до 62% к 2022 г.. Потребительские расходы домохозяйств КНР растут темпами, значительно превышающими динамику ВВП (в 2000-х годах в среднем почти на 18% в год), и в 2017 г., по оценке Всемирного банка, достигнут 5 трлн долл. [11]

В прогнозе мировой экономики от PricewaterhouseCoopers в 2050 г. суммарный паритетный ВВП Китая и Индии, которые займут две первые строчки мирового рейтинга, достигнет 103,3 трлн долл. США, рост к 2015 г. более чем в 4 раза. Это в 1,4 раза больше, чем весь прогнозируемый ВВП развитых стран большой семерки (73,8 трлн долл.).[51]

Одновременно рост среднего класса в этих странах и изменение структуры спроса будут создавать перспективные емкие экспортные ниши для России – от разнообразных видов пищевой продукции до широкого спектра высокотехнологичных товаров и услуг.

Послевоенная эпоха стала временем «экономического чуда» в Японии и Южной Корее, которым удалось занять ключевые позиции на мировом рынке высоких технологий. Однако обе страны не обладали достаточным масштабом и динамичностью, чтобы повлиять на трансформацию глобальной экономики и стать лидерами. Сегодня, в начале XXI в., два других игрока — Индия и Китай — имеют шансы и потенциал изменить баланс влияния в мире.

Принципиальное значение имеют происходящие в современном Китае структурные изменения национальной экономики, связанные с переходом от

производства с использованием низкоквалифицированного труда к росту сектора услуг, внутреннего потребления и выпуска высокотехнологичной продукции.

В настоящее время изменения происходят чрезвычайно быстро, и, по последним данным ОЭСР, страна впервые опередила ЕС по затратам на исследования и разработки в процентном отношении к ВВП. [45]

В настоящее время инновации для Китая являются одним из главных факторов дальнейшего развития. Темпы развития науки и внедрения технологий Китая признаны беспрецедентными в истории — за 35 лет Китай сделал колоссальный рывок в сфере НИОКР и инноваций, развивая те направления, благодаря которым можно создавать современные товары, которые завоевывают рынки.

Следующие факторы, о которых уже говорилось ранее, благоприятствовали тому, что сегодня Китай основной мировой производитель науки и технологий: большое и стремительно растущее население; эффективная система образования; эффективный рынок труда специалистов высшей квалификации; эффективная система финансирования НИОКР государством и бизнесом; выстроенная система мотивации научной деятельности; эффективно построенная система трансфера знаний в технологии. [20]

Стоит также отметить высокое влияние одной из самых инновационных экономик в мире на развитие научной сферы в Китае и Индии — Японии. Тесные экономические связи этих стран позволяют получать синергетический эффект, способствуют ускорению развития высоки технологий.

Предприниматели в Китае активно участвуют в развитии инновационных технологий, 65% патентов и более 80% производящейся новой продукции страны принадлежит её малым предприятиям.[22]

Вышеприведенные факты свидетельствуют о том, что экспорт в азиатские страны позволит компании-экспортёру перенимать передовой опыт технологических новшеств.

Азиатские страны, в частности, Индия и Китай — стратегическое направление для экспорта малых и средних предприятий Тюменской области. Отмечено, что компании экспортёры превосходят компании, осуществляющие торговые отношения только внутри страны. В перспективе предприятия, осуществляющие экспорт в азиатские регионы дальнего зарубежья, будут превосходить по ряду конкурентных показателей компании, не представленные на данных рынках.[22]

В настоящее время лидирующей страной для импорта из Тюменской области является Казахстан. Географически удобное положение, отсутствие языкового барьера, упрощенные таможенные условия делают это направление крайне привлекательным для экспортёров. Несмотря на приведенные преимущества, необходимо придерживаться стратегии диверсификации экспортных направлений.

Высокая взаимосвязь с одной страной в разы увеличивает риски. Ярким примером неожиданно изменившихся в негативную сторону взаимоотношений между дружественными странами является конфликт России и Украины; продовольственное эмбарго западных стран.

В связи с этими политическими конфликтами произошло ослабевание позиций национальной валюты, которое положительным образом сказывается на несырьевом экспорте России.

После введения западных санкций, российский рубль начал стремительно девальвировать. На рисунках 2.2. и 2.3. отражена динамика валютного курса рубля к индийскому рупию и китайскому юаню. Из графиков видно, что рубль ослабил свои позиции по отношению к данным валютам.

Как следствие, Россия оказалась в более выгодном, чем это было раньше, положении в данных странах-импортёрах, поскольку может предложить азиатским партнёрам конкурентоспособные цены.

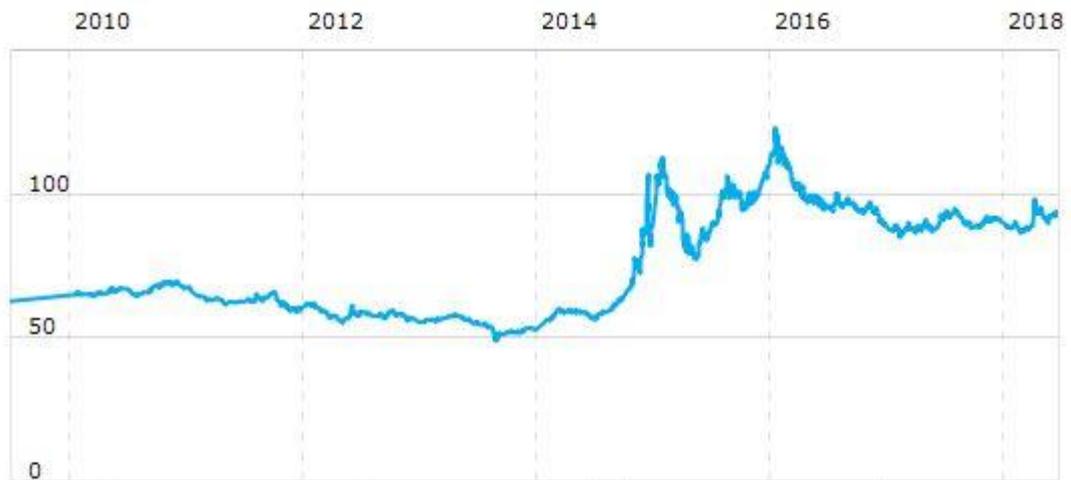


Рисунок 2.2. Динамика курса рупий

Источник: [13]

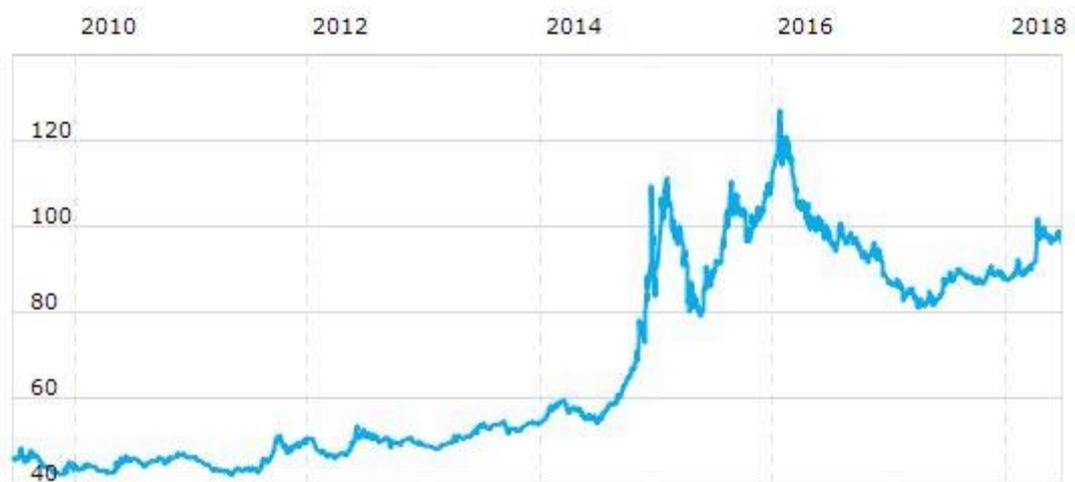


Рисунок 2.3. Динамика курса юань

Источник: [13]

Диверсификация экспортных поставок России на китайском направлении уже происходит, особенно активно последние два года, когда девальвация рубля помогла отечественным компаниям освоить новые рыночные ниши.

На сегодняшний день Китайская Народная Республика стала самым крупным торговым партнером ЕАЭС. Товарооборот в 2016 году составил 78,5 млрд долл. США. Объем экспорта из России в Китай за пять месяцев 2017 года вырос по сравнению с аналогичным периодом 2016 года на 41 %. При этом, по отдельным группам несырьевого неэнергетического экспорта наблюдается существенный рост поставок по сравнению с показателями наиболее успешного во внешней торговле 2014 года. [46]

Таким образом, целесообразность экспортной деятельности на рынки азиатских стран состоит в следующих причинах.

Во-первых, западные санкции побудили Правительство Российской Федерации ввести стратегию импортозамещения, чем спровоцировали рост национального производства. Это дало возможность нарастить объем экспортных потоков из страны. Вектор развития внешней торговли сместился в сторону Востока по тем же причинам.

Во-вторых, рынок азиатских стран обладает колоссальной ёмкостью. Индия и Китай — крупнейшие по населению страны. Население этих двух стран, по данным на июнь 2018 года, составляет 36,12% от общемирового, при том, что их площадь составляет лишь 16,4% от общемировой.

Китай находится в переходном периоде от страны-производителя товаров к мировому инновационному лидеру. Увеличение потоков бюджета на НИОКР способствует разработкам передовых технологий в стране, что позволит экспортёрам осваивать передовой опыт.

Ослабевание курса рубля поставили Россию в более конкурентное положение для азиатских стран. Товарооборот между странами увеличивается.

Что касается непосредственно Тюменских экспортёров, то развитие экспорта на рынки азиатских стран дальнего зарубежья, необходимо в том числе с целью диверсификации экспортной деятельности.

2.2 Состояние и проблемы экспорта малых и средних предприятий России на рынок азиатских стран

Российская Федерация, активно продвигая и поддерживая экспортеров, достигла постоянного прироста объемов экспортируемой продукции. По сведениям таможенной статистики, внешнеторговый оборот Российской Федерации в 2017 году составил 584 млрд. долларов и по сравнению с 2016 годом увеличился на 25%, в том числе экспорт – 357 млрд. долларов, рост произошел также на 25%, импорт – 227 млрд. долларов, рост на 24% . [57].

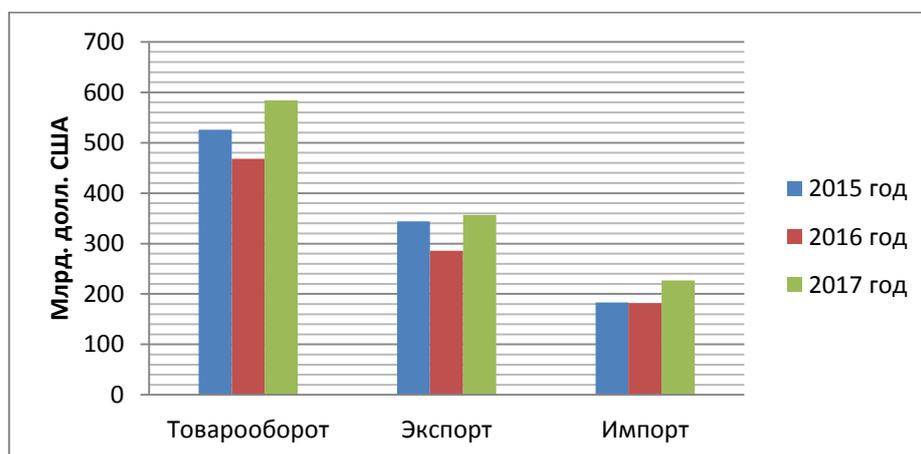


Рисунок 2.5. Показатели товарооборота России за 2015-2017 гг.

Составлено автором. Источник: [57]

На рисунке 2.5. графически отражены объемы экспорта, импорта и общего товарооборота России за 2015-2017 гг. Наблюдается динамика роста показателей, что свидетельствует о благоприятном экспортном климате в стране.

С 2016-2017 года, экономическое сотрудничество Российской Федерации и Китая развивается очень активно, представители государств регулярно посещают страну-партнёра с бизнес-миссиями и визитами представителей власти.

.В настоящее время развитие взаимоотношений между Российской Федерацией и Китаем характеризуются одинаковыми стратегическими интересами в различных отраслях деятельности и характеризуются как «стратегическое партнерство и взаимодействие». Китай является крупнейшим торговым партнёром Российской Федерации. Также Китай является одним из главных игроков на мировом рынке, обладая самым высоким ВВП в мире.

Китай для Российской Федерации является наиболее важным и значимым торговым партнером, который, после ввода экономических санкций, оттеснил на второе место Германию и другие европейские страны, о чем свидетельствуют данные на рисунке 2.4. Еще в 2014 году, до ввода экономических санкций, они занимали большую, нежели сейчас, долю товарооборота России. По данным 2017 г. товарооборот с Китаем в 1,7 раза больше чем с Германией, с Нидерландами в 2,2 раза, с Италией и США в 3,6 раза.

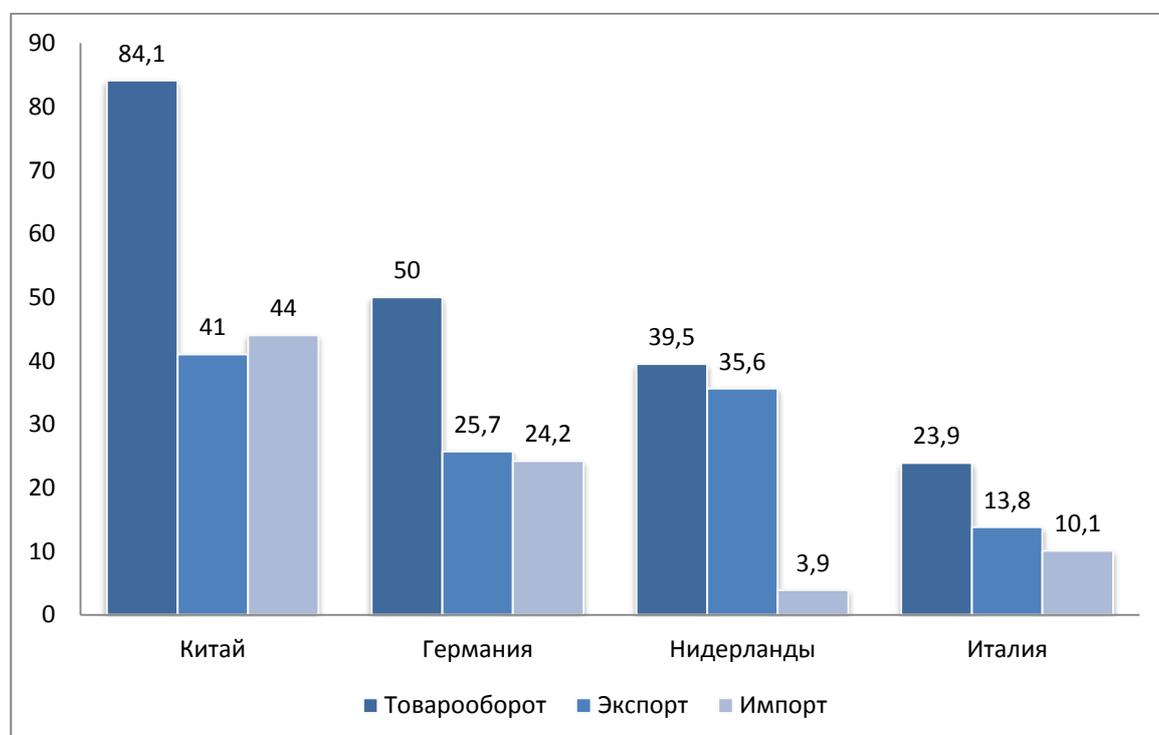


Рисунок 2.4. Основные торговые партнеры Российской Федерации среди стран дальнего зарубежья в 2017 году, млрд.долл.

Составлено автором. Источник: [46]

В таблице 2.1. поквартально рассмотрен товарооборот между Россией и Китаем в 2016-17 годах.

Таблица 2.1.

Товарооборот между Россией и Китаем

Период	Товарооборот, млн. долл.			Экспорт России в КНР			Импорт России из КНР		
	2016	2017	Прирост, %	2016	2017	Прирост, %	2016	2017	Прирост, %
1 квартал	14121,6	18101,2	28,2%	7051,58	9662,17	37,0%	7069,97	8438,99	19,4%
2 квартал	17680,3	21701,7	22,7%	8532,95	10616,6	24,4%	9147,31	11085	21,2%
3 квартал	18553,9	21905,9	18,1%	7592,82	9746,94	28,4%	10961,1	12158,9	10,9%
4 квартал	19421,4	22417,5	17,0%	8879,8	11079,3	24,8%	10541,6	11638,1	10,4%
Итого	69777,1	84126,2	20,6%	32057,2	41105,1	28,2%	37720	43321,1	15%

Источник: [46]

В динамике мы видим ежеквартальный рост товарооборота между странами. По данным, предоставленным в открытом доступе на сайте РЭЦ, Китай занимает 1 место в товарообороте России, 2 место в экспорте России, 1 место в импорте России и 1 место в несырьевом экспорте России. Занимает 9 место в ренкинге перспективных стран.

Что касается торговых отношений с Индией, в 2015 году премьер министр Индии и президент России подписали ряд стратегических соглашений в отношении взаимного сотрудничества, в рамках которого были заключены договоренности о двустороннем содействии увеличению товарооборота между странами. [10]

По данным Российского экспортного центра, несырьевой неэнергетический экспорт всех регионов РФ в 2017 году составил 133 814, 28 миллионов долларов. Из него 4 171,63 миллиона долларов приходится на экспорт в Индию, 11321,61 миллионов долларов — несырьевой

неэнергетический экспорт в Китай. Графически доля несырьевого неэнергетического экспорта в Индию и Китай отражена на рисунке 2.5.



Рисунок 2.5. Доля несырьевого неэнергетического экспорта в Индию и Китай

Составлено автором. Источник: [46]

Далее рассмотрим непосредственно деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства и влияние программ поддержки их деятельности на количество субъектов и интенсивность их внешнеэкономической деятельности.

За первые полгода реализации Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года, общее количество малых и средних предприятий возросло на 7,3%, появилось более 400 тысяч новых компаний из сектора малого и среднего бизнеса.

На февраль 2017 года зарегистрировано 5 905 282 субъекта малого и среднего предпринимательства, из которых 5 636 789 единиц составили микропредприятия (95%), 267 558 единиц - малые предприятия (4,5%), 20 935 единиц - средние предприятия (0,4%). При этом индивидуальными предпринимателями являются 3 074 668 субъектов малого и среднего предпринимательства (52%), юридическими лицами - 2 850 614 субъектов малого и среднего предпринимательства (48%). [19]

По актуальным данным июня 2018 года в России зарегистрированы 6 218 617 субъектов малого и среднего бизнеса, официально в деятельности заняты 15 936 510 работников. [14]

Ниже представлен график (рисунок 2.6.), отражающий динамику роста количества малых и средних предприятий. Данные взяты из единого реестра малых и средних предприятий, более ранние данные в нём не отражены. Ясно отслеживается перманентный рост количества субъектов малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации. Это свидетельствует об эффективности проводимых программ поддержки.

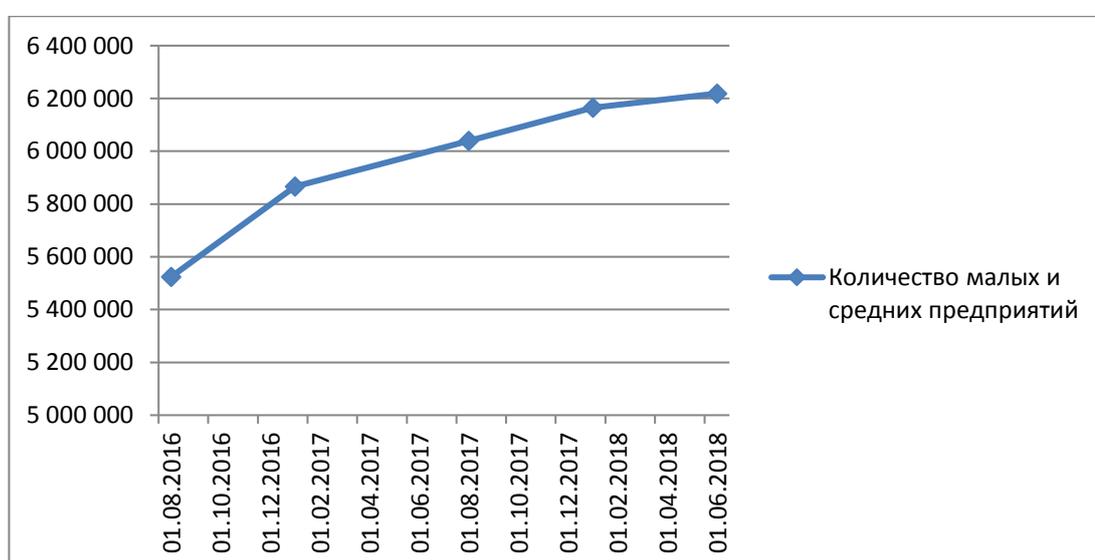


Рисунок 2.6. Количество малых и средних предприятий в РФ

Составлено автором. Источник: [14]

Рост количества малого и среднего предпринимательства способствует положительной динамике развития национальной экономики по причинам, рассмотренным в данной работе ранее.

Далее рассмотрим экспортную деятельность представителей малого и среднего бизнеса. На рисунке 2.7. отражена динамика изменения количества экспортёров среди малого и среднего предпринимательства.

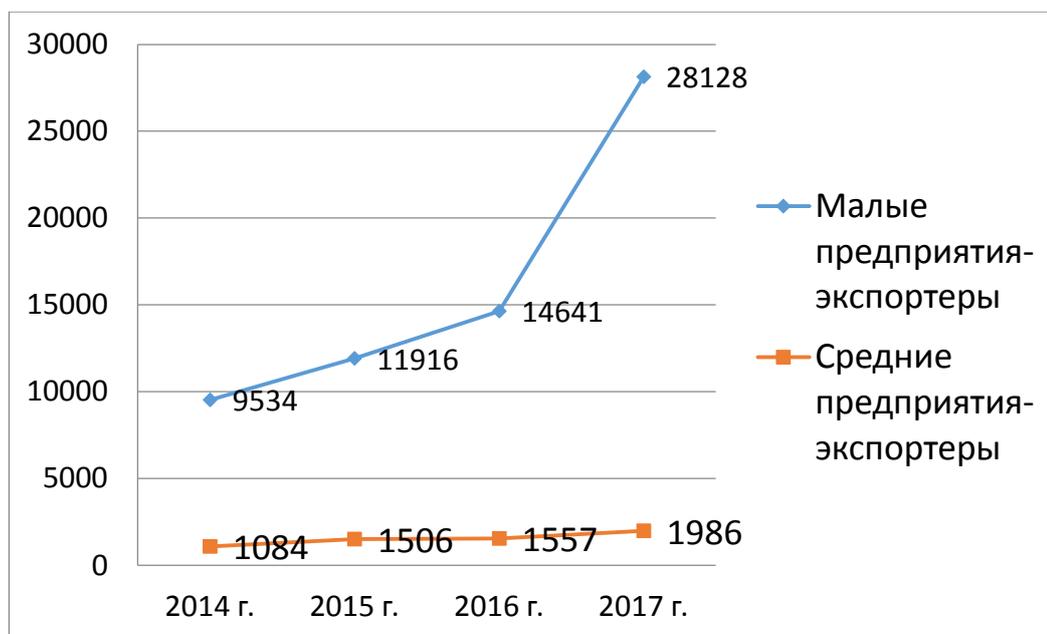


Рисунок 2.7. Динамика роста количества экспортирующих малых и средних предприятий в России.

Составлено автором. Источник: [57]

Как видно из приведенного выше графика, с 2016 года начался активный прирост предприятий, занимающихся внешнеэкономической деятельностью. Причем рост экспортёров среди средних предприятий составил 27,5 %, а среди малых предприятий 93 %.

Стоит отметить, что именно с 2016 года в полную силу начали работать две масштабные федеральные программы, описанные и проанализированные в первой главе: «Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года» и «Основные направления развития экспорта в Российской Федерации на период до 2030 года».

Динамика роста количества экспортирующих малых и средних предприятий в России, по данным Федеральной службы государственной статистики, в Тюменской области (без автономных округов) на начало 2017 года отражена на рисунке 2.8.

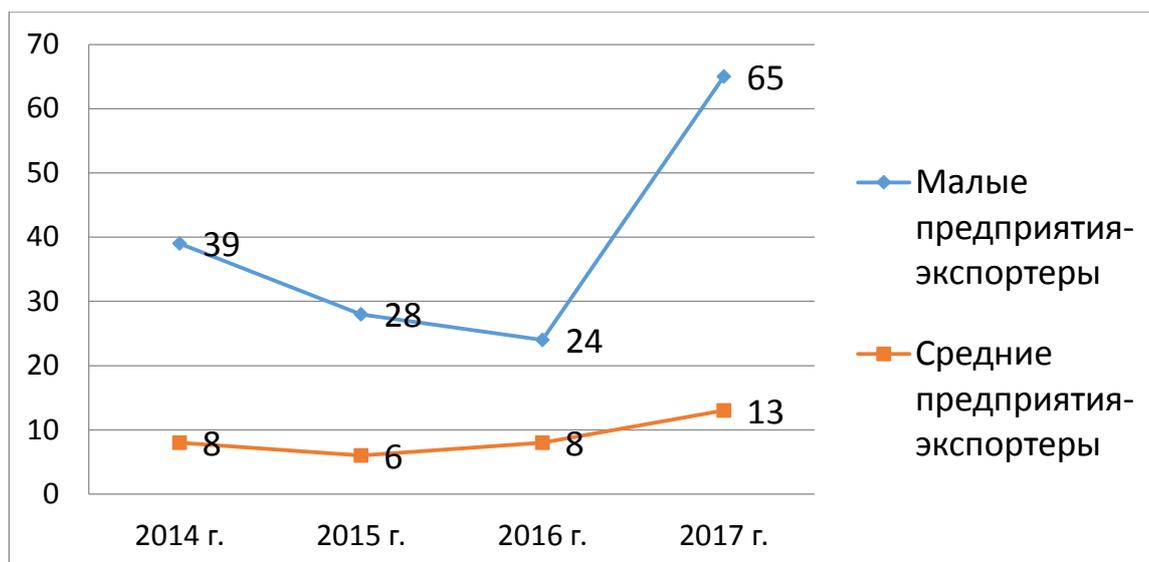


Рисунок 2.8. Динамика роста количества экспортирующих малых и средних предприятий в Тюменской области.

Составлено автором. Источник: [57]

Во-первых, можно отметить критически малое количество экспортирующих субъектов малого и среднего бизнеса в области в количественном измерении — на 2017 год их общее количество 78. Учитывая, что на текущий момент в Тюмени зарегистрировано 2952 малых и средних предприятия (без учета микропредприятий), процент экспортёров составляет 2,64%.

Если обратить внимание на динамику роста количества экспортирующих предприятий в процентах, то за один год с начала реализации федеральной стратегии поддержки экспорта к участникам внешнеэкономической деятельности в Тюменской области прибавилось 62% средних предприятий, в сравнении с 2016 годом. Прирост малых экспортных предприятий составил рекордные 170,8%. Таким образом, прирост средних экспортёров в Тюменской области превышает прирост по всей России на 34,5%, а малых на 77,8%.

Приведенные данные свидетельствуют о более благоприятных условиях, возникших в Тюменской области, чем в среднем по России.

Как было указано в специфике и особенностях экспорта малых и средних предприятий, одной из отличительных черт является недостаток ресурсов для экспорта. Соответственно, предприятиям необходимо внешнее инвестирование. В мае 2018 года на Питерском международном экономическом форуме Тюменская область возглавила национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ, поднявшись на 5 позиций в сравнении с предыдущим периодом. Рейтинг составляется, учитывая среду финансирования и ведения бизнеса.

Поскольку информация о страновой структуре экспорта малых и средних предприятий Тюменской области не находится в открытом доступе, мы не можем детально проанализировать направления. Торгово-промышленная палата Тюменской области предоставила данные о том, что на 2017 год 9 субъектов малого и среднего предпринимательства экспортируют свою продукцию на рынок Китая (рисунок 2.9.). Ни одно Тюменское предприятие не экспортирует продукцию на Индийский рынок.



Рисунок 2.9. Доля экспорта в Китай по Тюменской области.
Составлено автором.

Для ограниченного количества малых и средних предприятий Тюменской области показатель экспорта в Китай на уровне 11,5% — довольно высокий результат.

Таким образом, было выявлено, что в настоящее время лидирующим по товарообороту партнёром России является Китай.

Прослеживается явная тенденция к увеличению экспортирующих предприятий России после начала реализации федеральных программ по поддержке малых и средних предприятий и их экспортной деятельности.

Было выявлено, что в Тюменской области темпы прироста экспортеров почти в 2 раза превышают средние по России, что говорит об эффективной работе региональных и городских институтов поддержки экспорта.

2.3. Азиатские программы поддержки импортеров

В данной диссертационной работе не раз приведены факты, по которым Правительство Российской Федерации заинтересовано в содействии развитию малого и среднего бизнеса, а также в их выходе на мировую рыночную арену. Для российских экспортеров важно понимать, что и зарубежная сторона заинтересована в увеличении импорта из России.

В развитых и развивающихся странах составляются и реализуются программы, созданные для усовершенствования инфраструктурного развития, упрощения процедур выхода на их рынок с целью привлечения большего потока импортных товаров.

Ранее, при рассмотрении и анализе рынка азиатских стран, были выявлены два приоритетных направления: Китай и Индия. Обе страны благоприятно относятся к Российским компаниям, более того, в настоящее время отношения стран в политических, экономических и торговых аспектах всё больше укрепляются.

Россия входит в состав Русско-азиатского союза промышленников и предпринимателей, который представляет интересы ряда азиатских стран на одной площадке. В составе союза такие страны как Россия, КНР, Вьетнам, Республика Филиппины, Республика Индия, Республика Таджикистан, Республика Узбекистан, Республика Казахстан, Кыргызская Республика, Япония и Республика Корея. Союз предоставляет следующие услуги:

- комплексное сопровождение реализации инвестиционных проектов;
- вывод продукции и услуг в Россию и Азию;
- помощь в сертификации и патентовании продукции;
- содействие продвижению бизнеса и брендов на новых рынках;
- содействие в получении виз.

Правительство Китая создает крупные программы для развития инфраструктурной международной среды. Проект перспективного развития международной трансграничной Программы «Великий Шёлковый Путь. Торговля Азия-Европа», который создан для восстановления исторически важного сухопутного и морского пути в 2014 году. [33]

Международная трансграничная Программа «Великий Шёлковый Путь. Торговля Азия-Европа» — перспективный план развития по Северному транспортному маршруту Великого Шёлкового пути доставки товаров из Китая и стран СНГ в Россию, Украину, Беларусь и страны Европейского Союза, а также в обратном направлении была предложена для рассмотрения от Объединения юридических лиц в форме ассоциации «Международная Ассоциация «Великий Шёлковый Путь. Торговля Азия-Европа», Китай позиционирует ее как шанс на продвижение глобального экономического сотрудничества, которое принесет экономическую выгоду всем вовлеченным странам.

В рамках программы «Шелковый путь» реализуются проекты по привлечению иностранных компаний на рынок Китая под названием «Один пояс — один путь».

В целом идея «одного пути» заключается в создании инфраструктуры и налаживании взаимосвязей между странами Евразии. В нее входит два ключевых направления развития: экономический пояс Шелкового пути и морской Шелковый путь. Речь идет о создании торгового коридора для прямых поставок товаров с востока на запад и в обратном направлении на льготных условиях. Этот экономический коридор должен соединить Азиатско-тихоокеанский регион на востоке с развитыми европейскими

странами на западе. Население вовлеченных стран насчитывает более 3 миллиардов, а общий объем ВВП около 21 триллиона долларов.[22]

Инициатива предполагает создание шести составляющих экономических коридоров: Бангладеш-Китай-Индия-Мьянма, Китай-Монголия-Россия, Китай-Центральная Азия-Западная Азия, Китай-Индокитайский полуостров, Китайско-пакистанский экономический коридор и Евразийский сухопутный мост, карта путей в приложении 2. Поставленную цель предполагается достичь посредством строительства дорог, портов, мостов и других инфраструктурных объектов, а также заключением соглашений о зонах свободной торговли.

На реализацию программы уже выделено 40 миллиардов долларов, они будут направлены на создание Фонда Шелкового пути, который будет заниматься финансированием проектов "пояса и пути". Кроме того, в январе 2016 года в Пекине начал работу инициированный Китаем Азиатский банк инфраструктурных инвестиций.

Китайские компании инвестировали около 50 миллиардов и построили 56 зон торгово-экономического сотрудничества в 20 странах «пояса и пути», создав в общей сложности 180 тысяч рабочих мест для жителей этих государств.

Заместитель главы государственного комитета по реформам и развитию Нин Цзичжэ в преддверии форума заявил, что общий объем зарубежных инвестиций Китая в период с 2017 по 2022 год составит около 600-800 миллиардов долларов. При этом основная часть инвестиций пойдет в страны вдоль «пояса и пути». [33]

В рамках программы создан инновационный парк «Шелковый путь», иностранные резиденты которого получают ряд преимуществ, среди которых: помощь в регистрации юридического лица, бесплатное юридическое сопровождение сделок, содействие в поиске клиентов и маркетинговом сопровождении, бесплатный офис не дальше, чем в 10 километрах от инновационного парка, льготное жильё, ускоренное оформление виз. В

случае, если импортёр будет показывать положительные экономические результаты, китайская сторона готова предоставить льготные кредиты и инвестирование.

Участие в данной программе принимает тюменский предприниматель Аркадий Богданов и его компания «ТюменьЭкоПродукт».

Льготы в рамках программы предоставляются до того, как резидент перейдет в ранг среднего предпринимателя и выйдет на годовой оборот в 20 миллионов юаней (3 089 360 \$).

Следующим приоритетным направлением для экспорта Тюменских предприятий является Индия. Она занимает 17 место в товарообороте России, 16 место в экспорте России, 19 место в импорте России и 8 место в несырьевом экспорте России. По данным на конец 2017 года население индии составляет 1 340 468 000 человек.[55]

На сегодняшний день между Индией и Россией поддерживаются прочные связи в сфере экономики и внешней торговли, в науке и технологии, культуре, обороне, космосе и атомной энергетике. Между двумя странами существует определённое единство подходов как к политическим, так и экономическим проблемам. Конкретными примерами успешного двустороннего сотрудничества в сфере энергетики могут служить индийские инвестиции в нефтяной проект «Сахалин-1» и содействие России в строительстве атомной электростанции в Куданкуламе в южноиндийском штате Тамил-Наду. В качестве политологической гипотезы нередко обсуждается возможность тесного стратегического партнёрства России, Индии и Китая — треугольника «Москва-Дели-Пекин».

Индийское Правительство запустило масштабную республиканскую программу «Make in India». В целом, программа нацелена на поддержку на зарубежных предприятий, которые перенесут своё производство в Индию. Девиз программы — «продавайте где угодно, но производите в Индии».

В рамках этой стратегической программы реализуется множество проектов, среди которых проект по поддержке импортёров, представителей

малого и среднего бизнеса. Российский экспортёр, заявившись в программу получает индийскую государственную поддержку, среди которой упрощенная система получения статуса предпринимателя на территории Индии и необходимых лицензий, снижение числа регулирующих органов, консультационная поддержка со стороны правительства. [65]

Таким образом, не только Российское Правительство заинтересовано в содействии экспортной деятельности малых и средних предприятий. Существуют и программы поддержки импортёров. В Китае такая программа — «Один пояс—один путь», а в Индии «Make in India».

ГЛАВА 3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Для разработки рекомендаций были использованы методы вторичного анализа собранной и проанализированной в ходе исследования информации, а также метод экспертного опроса. В качестве респондентов были выбраны следующие эксперты: вице-президент общероссийской общественной организации «ОПОРА РОССИИ», учредитель компании «Кванта+»; Председатель федерального комитета по молодёжному предпринимательству «ОПОРА РОССИИ»; директор Центра внешнеэкономической деятельности при Торгово-промышленной палате тюменской области.

Экспертам было предложено выявить аспекты программ поддержки экспорта, которые нуждаются в усовершенствовании, а также озвучить основные сложности, с которыми сталкиваются потенциальные экспортёры при принятии решения выхода на международный рынок и в процессе реализации экспортного проекта.

В результате были выявлены следующие «тонкие места» системы поддержки экспорта малых и средних предприятий:

1. Экспортёры сталкиваются с несистематизированностью информации и возникающими в связи с этим сложностями. Поскольку в России существует немалое количество программ поддержки на различных уровнях управления, каждая из которых имеет собственные возможности и ограничения, потенциальным и действующим экспортёрам бывает сложно разобраться в потоке информации и подобрать подходящую программу. Система «одного окна» не всегда работает должным образом.

2. Часть предпринимателей не могут воспользоваться государственной поддержкой из-за определенных ограничений. Например, часть программ распространяется только на определенные ОКВЭД, либо

имеет ограничения на определенные виды деятельности. Узнается об этом только в тот момент, когда предприниматель уже обращается за поддержкой.

3. Слишком высокие для начинающих предпринимателей барьеры получения части поддержки. Как правило, такие барьеры не позволяют получить поддержку для впервые открывшихся малых предприятий.

4. Не всегда эффективная работа программ поддержки в долгосрочной перспективе. Поскольку региональные институты являются подрядчиками, выполняющими государственный заказ. В первую очередь их заинтересованность состоит в выполнении поставленных ключевых показателей эффективности. Так, компания единожды осуществившая поставку продукции за рубеж закрывает показатель эффективности на единицу. Дальнейшие действия компании – экспортёра могут остаться вне внимания, компания может, получив бесплатную поддержку, перестать заниматься экспортной деятельностью.

5. Не смотря на большое количество программ поддержки и всесторонней помощи государственных институтов, предприниматели боятся выходить на незнакомые рынки и осуществлять экспортную деятельность из-за нехватки финансовых, временных и кадровых ресурсов.

6. Как правило, у азиатских импортеров запросы на крупные объемы поставок товаров. Малые и средние предприятия не обладают достаточными производственными мощностями, чтобы обеспечить запрос и не начать осуществлять свою деятельность под запрос одного покупателя.

Выявленные проблемы — важные точки роста совершенствования поддержки экспорта, поскольку являются существенными барьерами для выхода потенциальных экспортёров на новые рынки. Решение данных проблем позволит упростить процесс получения государственной поддержки, сделает её более востребованной и, как следствие, количество экспортёров увеличится.

В связи с выявленными проблемами, предложены следующие решения:

1. Создание мобильного приложения для экспортёров.

Только в Тюменской области на данный момент функционируют два мобильных приложения, которые направлены содействию предпринимательству. Это приложения «Бизнес72» и «Навигатор МСП». Функционал первого направлен в, большей степени, на информирование населения о проходящих бизнес- мероприятиях. В разделе «государственная поддержка» списком загружены институты поддержки предпринимательства в Тюмени. Не описан функционал органов, нет навигации по предоставляемым услугам и возможностям.

Данное приложение может быть интересно и полезно как лента региональных новостей из сферы бизнеса и инструмент получения информации о проходящих в городе мероприятиях, которые могут заинтересовать предпринимателей.

Приложение «Навигатор МСП» представляет собой мобильную карту с указанными на ней госучреждениями, которые оказывают тот или иной вид поддержки.

Предлагается создать новое федеральное приложение «exporter», функционал которого будет направлен исключительно на поиск программ поддержки для начинающих предпринимателей, а также потенциальных и действующих экспортёров. Помимо Российских программ, в приложении можно получить информацию об иностранных мерах поддержки импортёров.

На главной странице приложения, предприниматель может ограничить направления поиска меры поддержки по следующим критериям:

1. Страна происхождения экспортируемого товара.
2. Город происхождения экспортируемого товара.
3. ОКВЭД предприятия.
4. Возраст юр.лица.
5. Отрасль производства.
6. Возраст предпринимателя.
7. Планируемая страна экспорта.
8. Планируемый объем экспортируемой продукции.

9. Выходило ли юридическое лицо на внешние рынки ранее.

По перечисленным выше критериям приложение отфильтровывает программы поддержки со всего мира. В списке появляются муниципальные, региональные, федеральные и зарубежные программы, соответствующие запросу.

Далее экспортёру предлагается связаться с государственным институтом, осуществляющим поддержку, либо с органом, который сможет проконсультировать по выбранной программе. Для того, чтобы коммуникация осуществлялась с меньшими временными потерями, экспортёру предлагается обозначить, что именно интересует в программе, а агенту передаются критерии выбора, по которым пользователь приложения нашел интересующую программу.

Таким образом, коммуникация перенесется в онлайн пространство, упростится, и позволит пользователям быстрее находить интересующую их информацию.

Также благодаря приложению, государственным органам удастся более точно отслеживать интересующие потенциальных экспортёров направления, собирать статистику по видам деятельности и городам таких предприятий.

2. Информирование о возможностях государственной поддержки на этапе открытия.

Первая инстанция, которую посещает физическое лицо, планирующее начать предпринимательскую деятельность — налоговая служба. В связи с этим предлагается организовать отдел, занимающийся информированием предпринимателей о тех возможностях, которые они могут получить от государства.

Поскольку нередки случаи, когда при регистрации предприятия указывается ОКВЭД, который ограничивает возможность получения существующей господдержки, либо предприниматель изначально не проинформирован о существовании подобных мер, необходимо исключить подобные случаи.

Информирование может происходить в формате групповых семинаров и индивидуальных консультаций для интересующихся. Специалист в программах поддержки может рассказать обо всех возможностях, которые предприниматель получит, обратившись в тот или иной орган. Проконсультирует о возможностях для приоритетных направлений деятельности (экспорт, инновационная деятельность и производство).

Таким образом, повысится вовлеченность предпринимателей в использование государственной поддержки уже на этапе регистрации бизнеса, и, как следствие, развитие экономики.

3. Пролонгирование этапа отслеживания ключевых показателей эффективности для программ поддержки малым и средним предприятиям.

Как было сказано ранее, региональные институты являются подрядчиками, выполняющими государственный заказ по определенным проектам. Соответственно, их прямая заинтересованность заключена не в росте экономики страны, а в исполнении государственного заказа и в формальном выполнении всех показателей эффективности. Учитывая человеческий фактор и особенности российского менталитета, такая система не всегда позволяет добиться качественного результата.

Для того, чтобы улучшить вышеописанное, предлагается пролонгировать отслеживание результатов исполнения заказа. Это значит, что результаты оцениваются не за прошедший период, а спустя полтора периода от начала программы. То есть, если годовая программа, направленная на содействие открытию новых субъектов малого и среднего предпринимательства имеет ключевой показатель эффективности 50 новых открытых субъектов малого и среднего предпринимательства, их количество замеряется через полгода после окончания программы.

Такая система усложнит работу, но повысит качество расходования целевых средств, а также позволит избежать недобросовестного исполнения обязательств подрядчиками.

4. Организовать работу Центра представительских услуг и сопровождения для экспортёров.

Опираясь на специфику экспортной деятельности малых и средних предприятий, описанную в первой главе данной диссертационной работы, а также на мнение, полученное в результате опроса экспертов, было выявлено, что предприниматели, осуществляющие свою деятельность в рамках малого бизнеса, как правило, лично занимаются решением вопросов интернационализации бизнеса. Это отнимает большое количество временных ресурсов даже при условии использования мер государственной поддержки.

Для решения данной проблемы предлагается организовать центр, осуществляющий представительскую поддержку потенциальных экспортёров на аутсорсинге. Подобные центры успешно существуют в Китае. Предпринимателю не нужно будет лично заниматься вопросами выхода компании на международный рынок, тратить время на поиск подходящей государственной поддержки.

Предприниматель обращается в центр со сформулированным запросом и конкретными целями. Центр бесплатно оказывает консультацию. В том случае, если принято решение выходить на международный рынок, к компании «прикрепляется» агент.

Функционал работы агента заключается в представительской деятельности нескольких смежных по отрасли деятельности компаний на международных рынках, в поиске подходящих программ поддержки, ведении сделки от начала до окончания осуществления компанией экспортной деятельности, при условии, если договор с центром не будет расторгнут.

Подобная модель предполагает платную основу основной деятельности (представительства и сопровождения) и бесплатное консультирование, осуществляющее свою деятельность при софинансировании государства.

5. Более активное информирование о возможностях онлайн площадок Alibaba и eBay.

С содействием тюменских институтов поддержки экспорта предпринимателям предлагается принять участие в большом количестве бизнес-миссий и международных выставок. Не смотря на то, что институты берут на себя большую часть финансовых расходов, данная поддержка оказывается ресурсозатратной для руководителя экспортной компании.

Также в ходе исследования было выявлено, что, не смотря на существующие программы поддержки и дружелюбность индийских партнёров, тюменские предприятия не осуществляют экспортные поставки на территорию Индии. Онлайн площадки позволят потенциальным экспортёрам протестировать индийский рынок.

Для решения этих проблем уже существует и активно используется современный механизм. Онлайн площадки позволяют избежать лишних логистических расходов, процесса самостоятельного поиска покупателя и множества других рисков. Также позволяют экспортировать тот объем продукции, который может предоставить производитель, даже если это штучный товар.

Помимо прочего, именно онлайн площадки пользуются большой популярностью в Азии, где они изначально и использовались.

На данный момент на сайте Российского экспортного центра есть серия обучающих видео, в которых рассказывается о возможностях описанных площадок. В Тюменской области не проводится офлайн семинаров, на которых предприниматели могут наглядно увидеть процесс оформления на сайтах. В институтах поддержки экспорта нет услуги по размещению товара на онлайн площадках.

Предлагается в большей степени информировать предпринимателей о преимуществах онлайн размещения экспортных товаров, на базе Центра поддержки экспорта проводить обучающие семинары и индивидуальные консультации по использованию данной возможности.

Подводя итог, благодаря анализу и экспертному опросу был выявлен ряд проблем в системе поддержки экспорта. Среди них несистемная

информация о механизмах поддержки предпринимателей, ограничения поддержки по определенным критериям, высокие барьеры, неэффективная работа программ в долгосрочной перспективе, ресурсозатратность экспортной деятельности, недостаточные объемы производства малых и средних предприятий для экспорта на азиатские рынки.

Предложены решения на перечисленные выше проблемы. Среди них:

- 1) создание мобильного приложения для экспортеров;
- 2) открытие центра информирования о программах поддержки на базе налоговой;
- 3) пролонгирование этапа отслеживания ключевых показателей эффективности для программ поддержки малым и средним предприятиям;
- 4) создание Центра представительских услуг и сопровождения для экспортеров;
- 5) Более активное информирование о возможностях онлайн площадок Alibaba и eBay.

Предполагается, что предложенные решения усовершенствуют систему поддержки внешнеэкономической деятельности и увеличат экспортные потоки.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью данной магистерской диссертационной работы были поставлены анализ текущей структуры экспорта малых и средних предприятий, изучение действующих программ поддержки экспортеров и разработка рекомендаций по их совершенствованию.

Для достижения поставленной цели в первой главе были определены критерии причисления бизнеса к малому или среднему, выделены этапы реализации экспортного проекта, изучена специфика экспортной деятельности малых и средних предприятий. Выделены следующие особенности, характерные для внешнеэкономической деятельности малых и средних предприятий: высокий уровень риска и ресурсозатратность, а также мобильность и адаптивность субъектов малого и среднего предпринимательства при осуществлении внешнеэкономической деятельности.

Выявлено, что в осуществлении поддержки экспорта малых и средних предприятий в первую очередь заинтересовано государство, поскольку развитие внешнеэкономической деятельности благоприятно влияет на экономику страны.

Рассмотрены основные направления содействия внешней торговле субъектов малого и среднего предпринимательства, среди которых:

- интеграция функций поддержки малого и среднего предпринимательства;
- стимулирование спроса на продукцию малых и средних предприятий, в том числе на основе расширения доступа таких предприятий к государственным закупкам;
- создание условий для повышения производительности труда на малых и средних предприятиях;

- обеспечение доступности финансовых ресурсов для малых и средних предприятий;
- совершенствование политики в области налогообложения и неналоговых платежей;
- повышение качества государственного регулирования в сфере малого и среднего предпринимательства;
- стимулирование развития предпринимательской деятельности.

Данные направления реализуются государственными механизмами, которые в целом можно разделить на финансовые и нефинансовые, в первой главе работы рассмотрен их поэлементный состав.

Рассмотрены и проанализированы российские программы поддержки малых и средних предприятий и их экспортной деятельности, реализуемые на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Проанализирован опыт ведущих экспортёров и стран с наиболее эффективными механизмами поддержки, среди которых США, Китай, Великобритания, Франция, Германия и ЕС в целом.

В работе были рассмотрены причины, по которым целесообразно экспортировать в азиатские страны, а именно, в Индию и Китай. Выявлены следующие:

1. Увеличение национального производства в России на фоне западных санкций.
2. Колоссальная емкость рынка рассмотренных стран и тенденция к его расширению.
3. Стратегическая направленность сотрудничества с Азией.
4. Инновационная направленность развития современных азиатских стран.
5. Необходимость диверсификации экспортных потоков Тюменской области.

В работе отражены показатели экспортной деятельности малых и средних предприятий в России, их объем и основные направления.

Рассмотрены показатели динамики изменения количества экспортоориентированных малых и средних предприятий в разрезе влияния на них рассмотренных в первой главе ключевых программ поддержки малого и среднего предпринимательства.

В результате данного анализа и проведенного экспертного опроса среди проблем получения поддержки экспорта оказались следующие: несистемная информация о механизмах поддержки предпринимателей, ограничения поддержки по определенным критериям, высокие барьеры, неэффективная работа программ в долгосрочной перспективе, ресурсозатратность экспортной деятельности, недостаточные объемы производства малых и средних предприятий для экспорта на азиатские рынки.

Предложены решения на, среди которых:

- 1) создание мобильного приложения для экспортеров;
- 2) открытие центра информирования о программах поддержки на базе налоговой;
- 3) пролонгирование этапа отслеживания ключевых показателей эффективности для программ поддержки малым и средним предприятиям;
- 4) создание Центра представительских услуг и сопровождения для экспортеров;
- 5) Более активное информирование о возможностях онлайн площадок Alibaba и eBay.

Предполагается, что предложенные решения усовершенствуют систему поддержки внешнеэкономической деятельности и увеличат экспортные потоки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алиев Т.М. Экономический пояс Евразийской интеграции: доклад о путях реализации проекта сопряжения интеграции Евразийского экономического союза и Экономического пояса «Шёлкового пути» / Алиев Т. М. [и др.]. – М.: ИПИ., 2016. – 200 с.
2. Архипов, А.Ю. Внешнеэкономическая деятельность российских регионов / А.Ю. Архипов. - М.: Ростов н/Д: Феникс, 2015. - 192 с.
3. Атаев А.В. Современные тенденции и направления государственной поддержки экспорта за рубежом и в России : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 / А.В. Атаев. – М., 2017.- 198 с.
4. Барков Н. А. Российская система поддержки экспорта: основные направления совершенствования / Н.А. Барков // Финансы. Деньги. Инвестиции. – 2016. - №3(59). – С10-15
5. Башкова Т. В. Государственная поддержка экспорта России в современных условиях / Т.В.Башкова // Молодой ученый. — 2015. — №1. — С. 181-186.
6. Белоусова Т. А. Современная практика страхования экспортных кредитов в странах ЕС / Т.А. Белоусова // Финансовый журнал. – 2016.— № 3 (25). — С. 91–97
7. Виньков А. Ресурсная взаимность / А. Виньков// Эксперт. - 2013. - № 13. - С.14-20.
8. Гоголева Т.Н. Методика оценки эффективности внешнеэкономической политики государства: институциональный подход / Т.Н.Гоголева, Л.А.Мажорова // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. - 2016. - № 7. - С.81-86.
9. Гоголева Т.Н. Методика оценки эффективности внешнеэкономической политики государства: институциональный подход / Т.Н.Гоголева,

- Л.А.Мажорова // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. - 2016. - № 7. - С.81-86.
10. Григорьев А.В. Перспективы экспорта российских предприятий на рынки дальнего зарубежья / А.В. Григорьев // Инновационный менеджмент. — 2016. —№6.— С 73-85
 11. Денисов И.Е. Внешняя политика Китая при Си Цзиньпине: преемственность и новаторство / Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право.—2017.— №10.— С. 76-89
 12. Джабаев А.П. Основы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности в России: учебник / А.П. Джабаев. – М.: Экономика, 2016. – 479 с.
 13. Динамика курсов валют [Электронный ресурс].— Режим доступа: <http://www.banki.ru/products/currency/cny/>
 14. Единый реестр малых и средних предприятий. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ofd.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 20.05.2018)
 15. Ермошин А Экспортный потенциал малого и среднего бизнеса России / А.Ермошин // Проблемы, теории и практики управления. – 2017. - №4. – С.103-111
 16. Ефимов С.Л. Словарь страховщика / С.Л.Ефимов, Л.Ш. Лозовский , Б.А. Райзберг [и др.]. – М.: ОАО «НПО «Издательство «Экономика», 2015. – 322 с
 17. Западно-Сибирский Инновационный Центр [Электронный ресурс].— Режим доступа: <http://www.tyumen-technopark.ru/> (дата обращения 06.06.18)
 18. Институт Ближнего Востока. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iimes.ru/> (дата обращения 9.06.18).
 19. Информационное агентство России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tass.ru/> (дата обращения: 1.06.2018)

20. Ицкович Г. Тройная спираль. Инновации в действии / Г. Ицкович // Университеты-предприятия-государство. — 2017.— №3.— С.25-45
21. Каменков В.С. Международное регулирование внешнеэкономической деятельности / Каменков, В.С. и. - М.: Дикта, 2015. - 800 с.
22. Ковалев, М. М. Китай строит экономику знаний : моногр. / М. М. Ковалев, Ван Син. — Минск : Изд. центр БГУ, 2015 — 152 с.
23. Конюхов В.Ю Перспективы Китая как возможного лидера "зеленых" инноваций /В.Ю. Конюхов, А.М. Оханова. — // Техно-экономические проблемы развития регионов. – 2016. – №1. – с. 15-19.
24. Королева А. Россия резко нарастила несырьевой экспорт [Электронный ресурс] / А.Королева // Эксперт online. — 2018. Режим доступа: <http://expert.ru/2018/01/17/eksport/> (дата обращения 20.05.2018)
25. Корпорация МСП. Официальный сайт [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://corpmsp.ru/> (дата обращения 15.05.2018)f
26. Костикова А.А Взаимодействие государства и бизнеса в продвижении национальных интересов на международной арене / А.А. Костикова, А.Н.Спартак, В.В. Французов В.В. // Международная экономика. — 2017.— №3.—С. 6-26
27. Мигунов А.Ю. Средства финансовой поддержки экспорта в международной торговле и возможности их использования российскими предприятиями: дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.14 / А.Ю. Мигунов. – М., 2016.- 199 с.
28. Министерство экономического развития Российской Федерации. Официальный сайт. [Электронный ресурс].— Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/main/> (дата обращения 9.06.18)
29. Михайлова А.В. Общее руководство по экспортному финансированию и страхованию экспортных кредитов: учеб.пособие / А.В. Михайлова. — М.: Эксмо, 2016. — 214 с.
30. Морозов, С. С. Направления развития экспортно ориентированных МСП региона / С. С. Морозов // Вузовская наука – региону : материалы

- одиннадцатой всерос. науч.-техн. конф., г. Вологда, 26 февраля 2016 года. – Вологда : ВоГТУ, 2016.
31. Назыров Р.Р. Инженеры российского экспорта / Р.Р. Назыров // Эксперт. —2016. — №11 (979). — С. 31 – 38.
 32. Население Китая: численность, национальный состав. [Электронный ресурс].— Режим доступа: www.statdata.ru/naselenie-kitaya-chislennost (дата обращения 27.05.2018)
 33. Новый шелковый путь, или как Китай хочет всех объединить [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ria.ru/economy/20170513/1494227526.html> (дата обращения: 05.06.2018)
 34. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 27.11.2017)
 35. О стратегическом планировании в Российской Федерации Федеральный закон от 28 июня 2014 г. №172-ФЗ
 36. Об утверждении стратегии развития малого и среднего предпринимательства в российской федерации на период до 2030 года: распоряжение Правительства РФ от 2 июня 2016 г. N 1083-р.
 37. Ольденбург С.Ф. Культура Индии /С.Ф. Ольденбург. - М.: Наука.— 2014.— 197 с.
 38. Паршин М. Совершенствование системы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в 2017 году: переход к новому качеству / М.Паршин // Проблемы, теории и практики управления. – 2017. - №4. – С.85-98
 39. Петербургский международный экономический форум [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.forumspb.com> (дата обращения 2.06.18)
 40. Погодаева Т.В. Государственная поддержка экспорта в России: направления развития в условиях ВТО-регулирования / Т.В. Погодаева

- // Вестник Тюменского государственного университета. – 2016. – №11. – С.40-50
41. Поддержка доступа на рынки зарубежных стран и поддержка экспорта: распоряжение Правительства Российской Федерации от 25 февраля 2014 № 259-р
 42. Поротникова М.Г. Место Китая в системе торговых отношений российской федерации / М.Г. Поротникова // Достижения вузовской науки. – 2018. - №1.— С.47-51
 43. Постоленко М.Л. Управление внешнеэкономической деятельностью в России: Учебное пособие. / М.Л. Постоленко. – М.: ФОРУМ, 2015. – 480 с.
 44. Примаков Е.М. Механизм устойчивого развития предприятий в условиях внешнеэкономических санкций / Е.М. Примаков // Международная экономика. – 2016. - №2. – С. 8-13
 45. Рейтинг Doing Business [Электронный ресурс]: официальный сайт Всемирного банка.— Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/rankings> (дата обращения 20.05.18)
 46. Российский экспортный центр. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.exportcenter.ru/> (дата обращения 2.06.18)
 47. Ростовский, Ю.М. Внешнеэкономическая деятельность / Ю.М. Ростовский, В.Ю. Гречков. - М.: Экономистъ; Издание 2-е, испр., 2017. - 589 с.
 48. Сабельников Л.В. Интересы бизнеса во внешней и внешнеэкономической политике зарубежных стран/ Л.В. Сабельников // Российский внешнеэкономический вестник.—2017. —№6 — С. 16-24.
 49. Совместное заявление РФ и КНР о новом этапе отношений всеобъемлющего партнёрства и стратегического взаимодействия 20

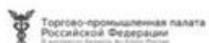
- мая 2014 года. [Электронный ресурс] Режим доступа: kremlin.ru/supplement/1642 (дата обращения: 3.06.2018)
50. Союз «Торгово-промышленная палата Тюменской области» [Электронный ресурс].— Режим доступа: <http://tyumen.tpprf.ru> (дата обращения 5.06.18)
51. Спартак А.Н. Возможности российской экспансии и ее государственная поддержка / А.Н. Спартак // Российский внешнеэкономический вестник. — 2017. — №5.— С. 3-18
52. Статистика внешней торговли Российской Федерации [Электронные ресурс] Режим доступа: http://www.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=26274:2016 (дата обращения:15.05.2018)
53. Тюменское отделение Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ» [Электронный ресурс].—Режим доступа: <http://72opora.ru/> (дата обращения 06.06.18)
54. Ульянова Е. Окна не открываются / Е.Ульянова, И Перечнева // Эксперт-Урал. — 2018.— №16(763).— С26-35
55. Федеральная служба государственной статистики. Официальный портал. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 15.05.2018)
56. Федеральная служба государственной статистики. Раздел «предпринимательство». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/ (дата обращения 9.06.18)
57. Федеральная таможенная служба. Официальный сайт [Электронный ресурс].— Режим доступа: <http://www.customs.ru/> (дата обращения 24.05.18)

58. Фонд «Инвестиционное агентство Тюменской области» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.iato.ru/> (дата обращения 20.05.18)
59. Цыганов А.А Опыт ЭКСАР в страховании экспортно-импортных операций / А.А. Цыганов, Н.В. Кириллова // Эффективное антикризисное управление. – 2017. — №2(95). – С. 66-71
60. Шамрай Ю. Глобальный финансовый кризис и конкурентоспособность России во внешнеэкономической сфере / Ю.Шамрай // Проблемы, теории и практики управления - 2016. - N 10. - С.52-58.
61. Школа экспорта РЭЦ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://exportedu.ru/> (дата обращения 2.06.2018)
62. Bloomberg Global Business Forum [Электронной ресурс]. – Режим доступа: <https://gbf.bloomberg.org> (дата обращения 10.05.2018)
63. European Commission. Directorate-General for Enterprise and Industry, European Union Support Programmes for SMEs. Luxembourg, 2008. 18 p.
64. Looking beyond tariffs — The role of non-tariff barriers in World Trade, OECD, 2005, 320 p.
65. Make in India [Электронный ресурс]: официальный портал государственной программы Индии. — Режим доступа: <http://www.makeinindia.com/home> (дата обращения 2.06.2018)

Рейтинг регионов по информационному освещению мер поддержки малого и среднего предпринимательства

МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**РЕЙТИНГ РЕГИОНОВ ПО ИНФОРМАЦИОННОМУ ОСВЕЩЕНИЮ
МЕР ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**



Источник данных: economy.gov.ru/minec/about/structure/depmb/201814062. Данные на 14.06.2018

Карта маршрутов «Шелкового пути»

