



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Михаил Кузык
Центр исследований структурной политики
НИУ ВШЭ

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ БЫСТРОРАСТУЩИХ ФИРМ

XX Апрельская международная научная конференция
по проблемам развития экономики и общества

НИУ ВШЭ, 11 апреля 2019 г.



БЫСТРОРАСТУЩИЕ ФИРМЫ КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА

Быстрорастущие фирмы играют значимую роль в экономическом развитии в целом и развитии экспорта в частности (Simon, 2009; Anyadike-Danes et al., 2009; Юданов, 2010).

Быстрорастущие фирмы нередко выступают драйверами развития традиционных и новых секторов и поэтому чрезвычайно важны для государства с позиций создания и отработки правил, норм регулирования и инструментов поддержки, обеспечивающих стимулирование и создающих благоприятные условия для быстрого и устойчивого роста (Симачев и др., 2018).

В зарубежных эмпирических исследованиях показана не только положительная связь быстрого роста фирм с их экспортной активностью (St-Jean et al., 2008; Torres-Carballo, Monge-González, 2015), но и роль экспорта как важнейшего драйвера такого роста (Hölzl, Friesenbichler, 2007; Robson, Bennett, 2000).

В России фирмы-«газели» чаще других компаний ведут экспортную деятельность (Земцов, Маскаев, 2018). В силу относительно скромных объемов многих внутренних рынков, которые достаточно быстро становятся тесными для быстрорастущих фирм, особенно крупных и зрелых, экспортная экспансия становится необходимой для продолжения их роста (НИУ ВШЭ, 2018).

Успешные динамичные компании демонстрируют высокую чувствительность к внешнеторговым ограничениям (Симачев и др., 2016).



ЭМПИРИЧЕСКАЯ БАЗА

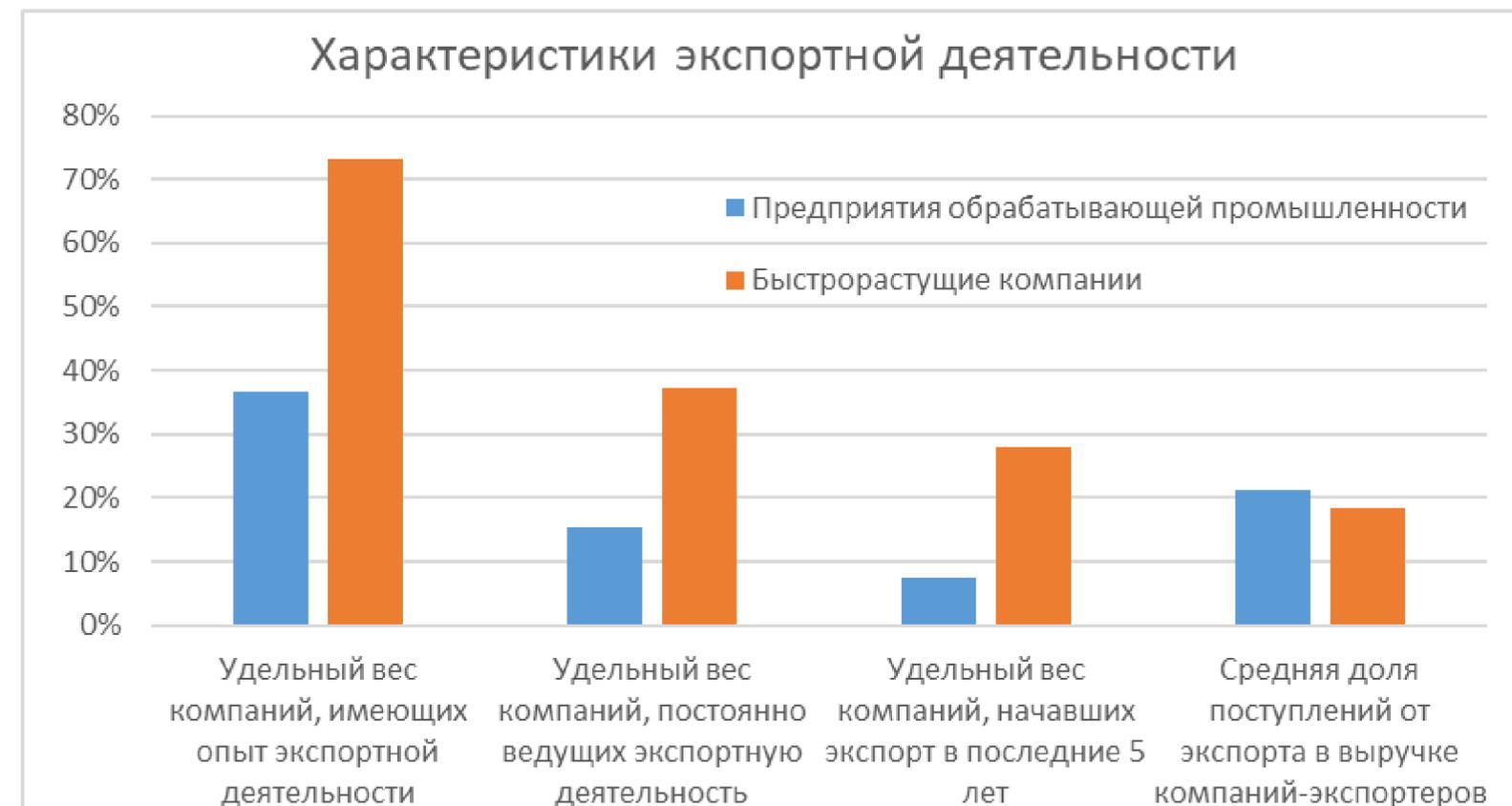
- I. Результаты опроса руководителей 142 быстрорастущих российских компаний, организованного и проведенного в феврале 2019 года Центром исследований структурной политики НИУ ВШЭ и Институтом менеджмента инноваций НИУ ВШЭ компании.

- II. Результаты опроса руководителей 1716 предприятий обрабатывающей промышленности, проведенного в 2018 году Институтом анализа предприятий и рынков НИУ ВШЭ в рамках проекта «Факторы конкурентоспособности и роста российских промышленных предприятий», выполненного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.



ЭКСПОРТНАЯ АКТИВНОСТЬ БЫСТРОРАСТУЩИХ ФИРМ

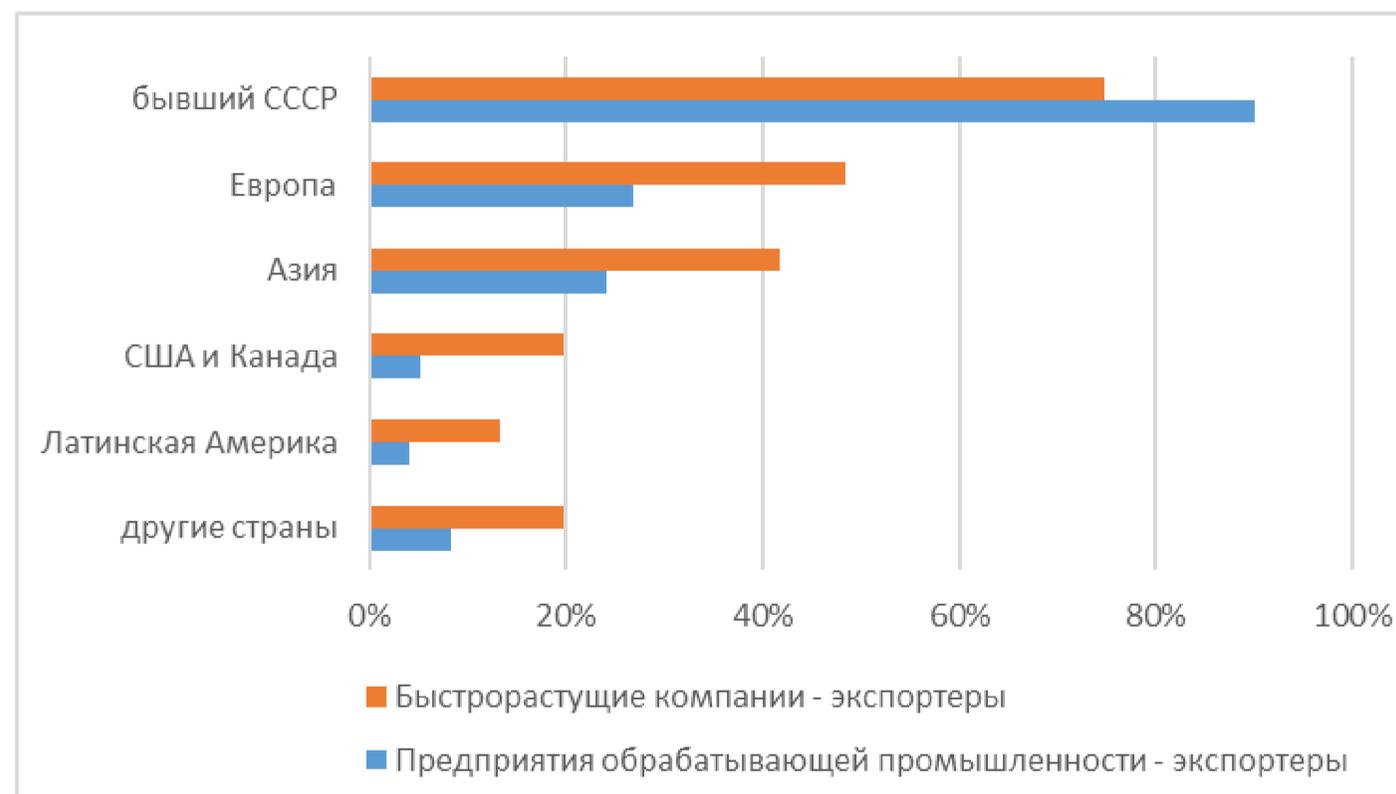
Быстрорастущие фирмы заметно чаще других являются экспортерами и демонстрируют положительную динамику экспорта.



Доля экспорта в выручке у быстрорастущих компаний и других экспортеров примерно равна. Это может свидетельствовать о приоритетной ориентации многих «газелей» на внутренний рынок (Земцов, Маскаев, 2018).



ГЕОГРАФИЯ ЭКСПОРТА



Быстрорастущие фирмы существенно чаще остальных экспортируют продукцию в дальнее зарубежье. Почти половина компаний-«газелей» работает на рынках стран ЕС, США и Канады.

Экспортное присутствие на пространстве бывшего СССР и на рынках стран дальнего зарубежья отрицательно взаимосвязаны.

В 2014-2018 годах 40% быстрорастущих компаний-экспортеров имело опыт выхода на новые для себя страновые рынки. Главным направлением экспортной экспансии являлась Азия.



ПРОБЛЕМЫ ЭКСПОРТА

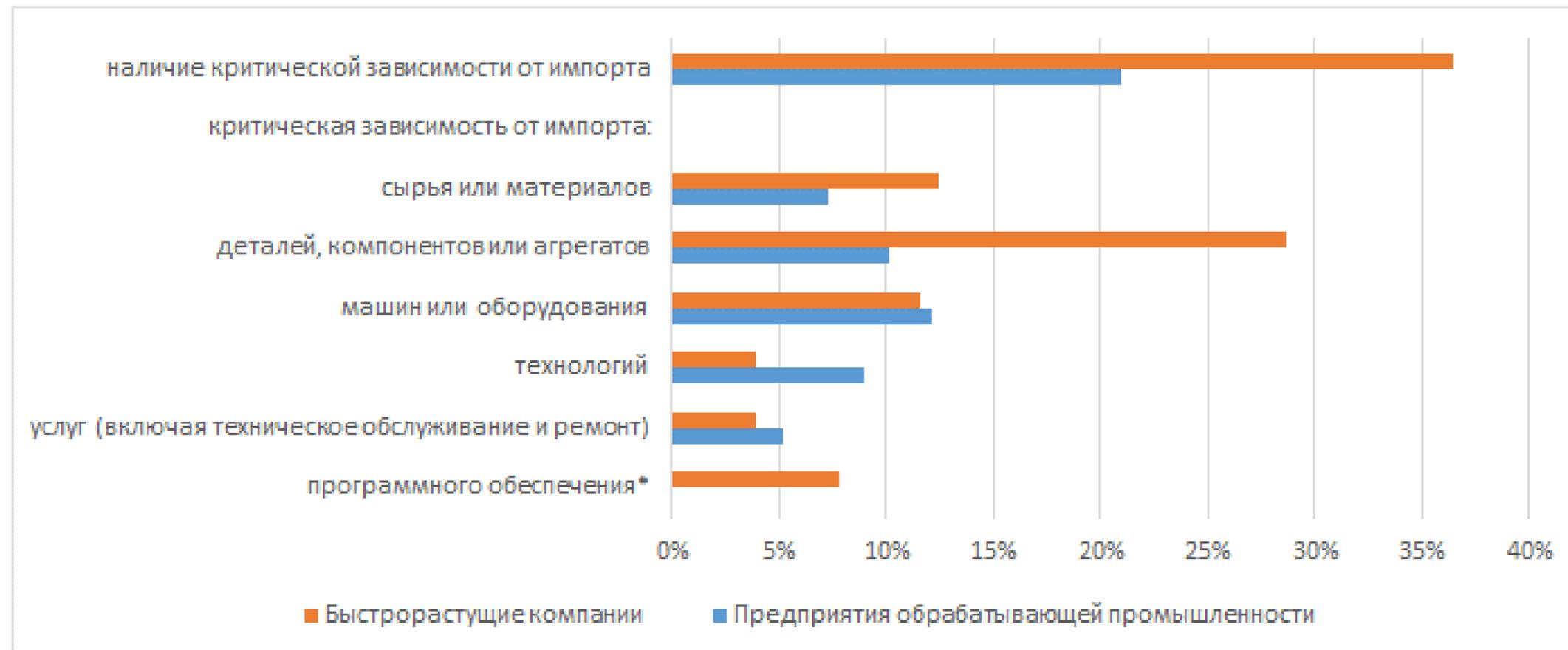
	Все фирмы выборки	Экспортеры
сложности сертификации продукции на зарубежных рынках	36,6%	35,8%
недостаток информации о внешних рынках, о возможностях установления партнерских отношений	22,9%	26,3%
недостаточная известность бренда	21,4%	26,3%
специфика продукции, ограничивающая возможности для экспорта	24,4%	22,1%
дискриминация российских производителей в зарубежных странах	16,8%	21,1%
сложность создания сбытовых и/или сервисных подразделений за рубежом	16,8%	20,0%
отсутствие / нехватка собственных финансовых средств и трудности в получении коммерческих кредитов	23,7%	18,9%
сложность и длительность таможенных процедур	16,0%	17,9%
проблемы логистики при экспорте	13,0%	14,7%
недостаток в компании специалистов в области внешнеэкономической деятельности	14,5%	13,7%
сложность и длительность процедур по возврату НДС	12,2%	13,7%
высокая себестоимость продукции	9,2%	9,5%
дефицит свободных мощностей после удовлетворения потребностей внутреннего рынка	9,2%	8,4%
недостаточное качество продукции	3,8%	4,2%
высокие вывозные пошлины Российской Федерации	3,1%	3,2%
моральное устаревание продукции	1,5%	2,1%
несоответствие продукции предприятия зарубежным технологическим, экологическим, санитарно-эпидемиологическим стандартам	1,5%	2,1%
принципиальная незаинтересованность собственников	1,5%	0,0%
недостаток информации о внешних рынках, о возможностях установления партнерских отношений	22,9%	26,3%
серьезных препятствий для экспортной деятельности нет	19,1%	18,9%

Главным барьером для экспорта быстрорастущих фирм являются сложности сертификации продукции на зарубежных рынках. Существенной проблемой также является недостаточная известность бренда.

Для фирм, экспортирующих продукцию в ЕС, большое значение имеет проблема дискриминации российских производителей. Экспортеры в страны Азии чаще других сталкиваются с проблемой морального устаревания своей продукции.



ЗАВИСИМОСТЬ ОТ ИМПОРТА



В целом, для быстрорастущих фирм характерна более существенная зависимость от импорта. На фоне других компаний фирмы-«газели» заметно чаще испытывают критическую зависимость от импорта сырья и материалов и особенно – деталей, компонентов и агрегатов.



ЭФФЕКТЫ САНКЦИИ И КОНТРСАНКЦИЙ И РЕАКЦИЯ НА НИХ



Наряду с проблемами импорта и роста его стоимости быстрорастущие фирмы часто сталкивались со снижением доверия к российскому бизнесу за рубежом. Особенно это характерно для компаний, работающих на рынках стран ЕС, США и Канады.

Наиболее частым ответом быстрорастущих фирм на санкции и контрсанкции стала разработка новых продуктов или технологий.



НЕКОТОРЫЕ КОММЕНТАРИИ

Российские быстрорастущие фирмы на общем фоне демонстрируют высокую экспортную активность, однако нет достаточных оснований утверждать, что развитие экспорта является для них приоритетным.

География экспорта быстрорастущих фирм имеет существенную специфику: такие фирмы заметно чаще представлены на рынках стран дальнего зарубежья. Несмотря на санкции и общее «охлаждение» отношений со странами ЕС, США и Канадой, фирмы-«газели» в последние годы довольно часто выходили на соответствующие рынки, однако главным направлением их экспортной экспансии являлась Азия.

Ключевыми препятствиями для экспорта быстрорастущих фирм являются сложность сертификации продукции на внешних рынках, дефицит необходимой информации и недостаточная известность бренда за рубежом. При этом проблемы экспорта имеют страновую специфику: так, экспортеры в страны ЕС чаще сталкиваются с проявлениями дискриминации российских производителей.

Для быстрорастущих фирм характерна более высокая зависимость от импорта, причем в первую очередь – промежуточных товаров.

Ключевым негативным эффектом санкций и контрсанкций для быстрорастущих фирм наряду с проблемами доступности импорта и его стоимости является общее снижение доверия к российскому бизнесу за рубежом. Особенно это характерно для рынков стран ЕС, США и Канады.

Фирмы-«газели» чаще всего реагируют на режим санкций и контрсанкций разработкой новых продуктов и услуг, что весьма нетипично для других компаний.