



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Юрий Симачев, Михаил Кузык, Анна Федюнина
Центр исследований структурной политики НИУ ВШЭ

СПЕЦИФИКА УЧАСТИЯ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ МАЛЫХ И СРЕДНИХ БЫСТРОРАСТУЩИХ ФИРМ, ВОЗМОЖНЫЕ СЛЕДСТВИЯ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ

Круглый стол «Международная торговля как фактор изменений в
российской экономике»

Институт экономики РАН

23 января 2020 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

Источник данных	Период проведения	Количество обследованных компаний	Состав выборки
4-й раунд мониторинга конкурентоспособности предприятий обрабатывающей промышленности, проведенный 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	апрель-сентябрь 2018 г.	1716, в т.ч. 1035 МСП	только обрабатывающая промышленность
Опрос руководителей технологических компаний компаний, проведенный Центром исследований структурной политики НИУ ВШЭ и Институтом менеджмента инноваций НИУ ВШЭ	январь-февраль 2019 г.	142, в т.ч. 113 МСП	технологические компании, преимущественно - участники рейтинга «ТехУспех»: обрабатывающая промышленность – 49%; ИКТ – 20%; другие отрасли – 31%
Опрос руководителей компаний базовых несырьевых отраслей, проведенный Центром исследований структурной политики НИУ ВШЭ и ИИЦ «Статистика России» в рамках проекта «Анализ факторов и проблем повышения производительности труда на российских предприятиях, повышение роли науки и образования в обеспечении роста производительности»	июль-сентябрь 2019 г.	713, в т.ч. 472 МСП	обрабатывающая промышленность – 49%; строительство – 23%; сельское хозяйство – 17%; транспорт – 11%



СПЕЦИФИКА БЫСТРОРАСТУЩИХ ФИРМ

Критерием отбора быстрорастущих фирм являлся прирост выручки (в сопоставимых ценах) среднегодовым темпом не ниже 10% в течение не менее чем 4-х лет, предшествовавших опросу. При этом не учитывались фирмы с объемом выручки менее 10 млн рублей. Данному критерию соответствует **9%** МСП выборки.

Для быстрорастущих МСП характерна более высокая инвестиционная активность – **67%** против **53%** по выборке в целом.

Быстрорастущие фирмы почти не превосходят другие МСП по общему уровню инновационной активности (48% против 47% по всем МСП), однако заметно чаще внедряют новые технологии (**33%** и **24%** соответственно).

Быстрорастущие фирмы чаще используют современные цифровые технологии – **86%** против **72%** по всем МСП выборки.

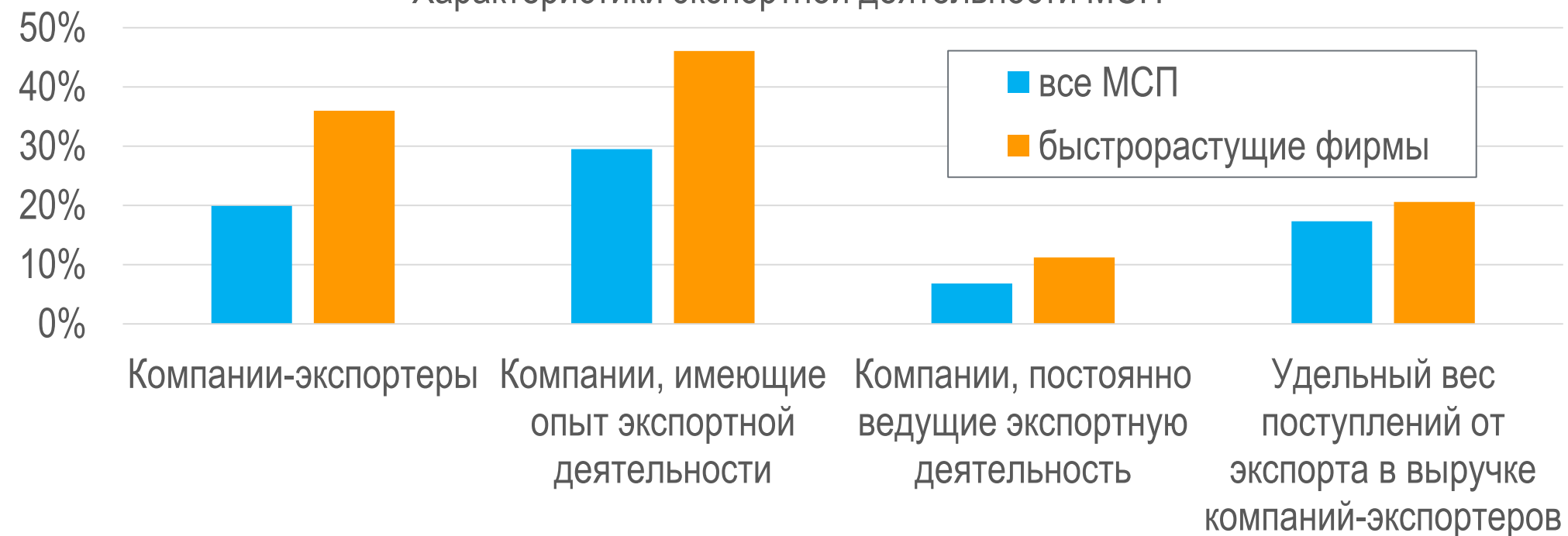
Быстрорастущие МСП чаще характеризуются высоким технологическим уровнем производства – **35%** против **25%** по выборке в целом.

Быстрорастущие фирмы несколько чаще становятся бенефициарами государственной поддержки – **27%** против **23%** по всем МСП выборки.

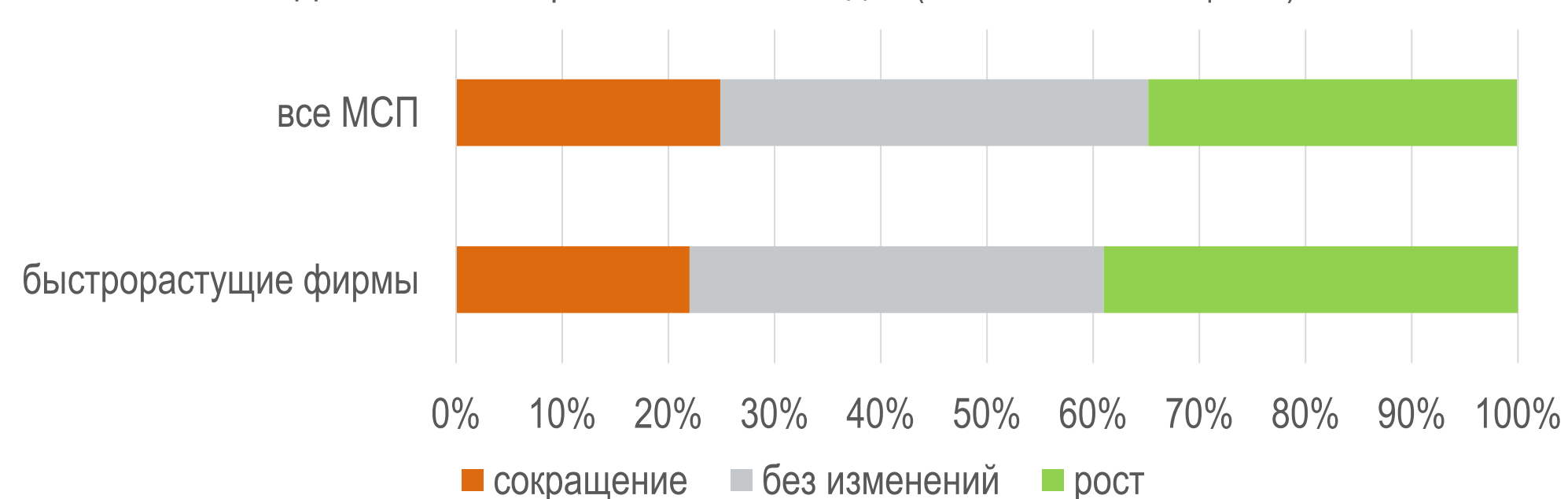


ЭКСПОРТНАЯ АКТИВНОСТЬ БЫСТРОРАСТУЩИХ ФИРМ

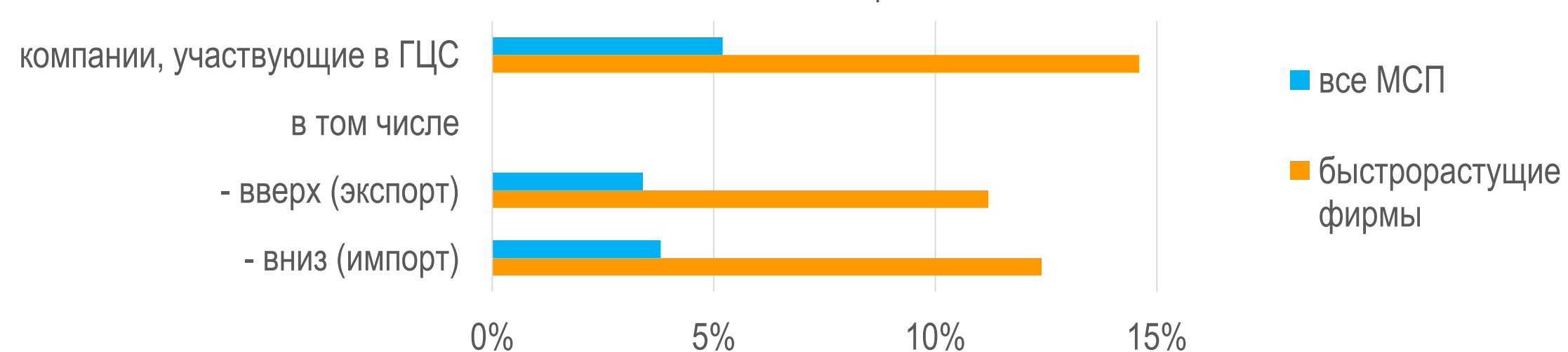
Характеристики экспортной деятельности МСП



Динамика экспорта в 2014-2017 годах (в сопоставимых ценах)



Участие в ГЦС

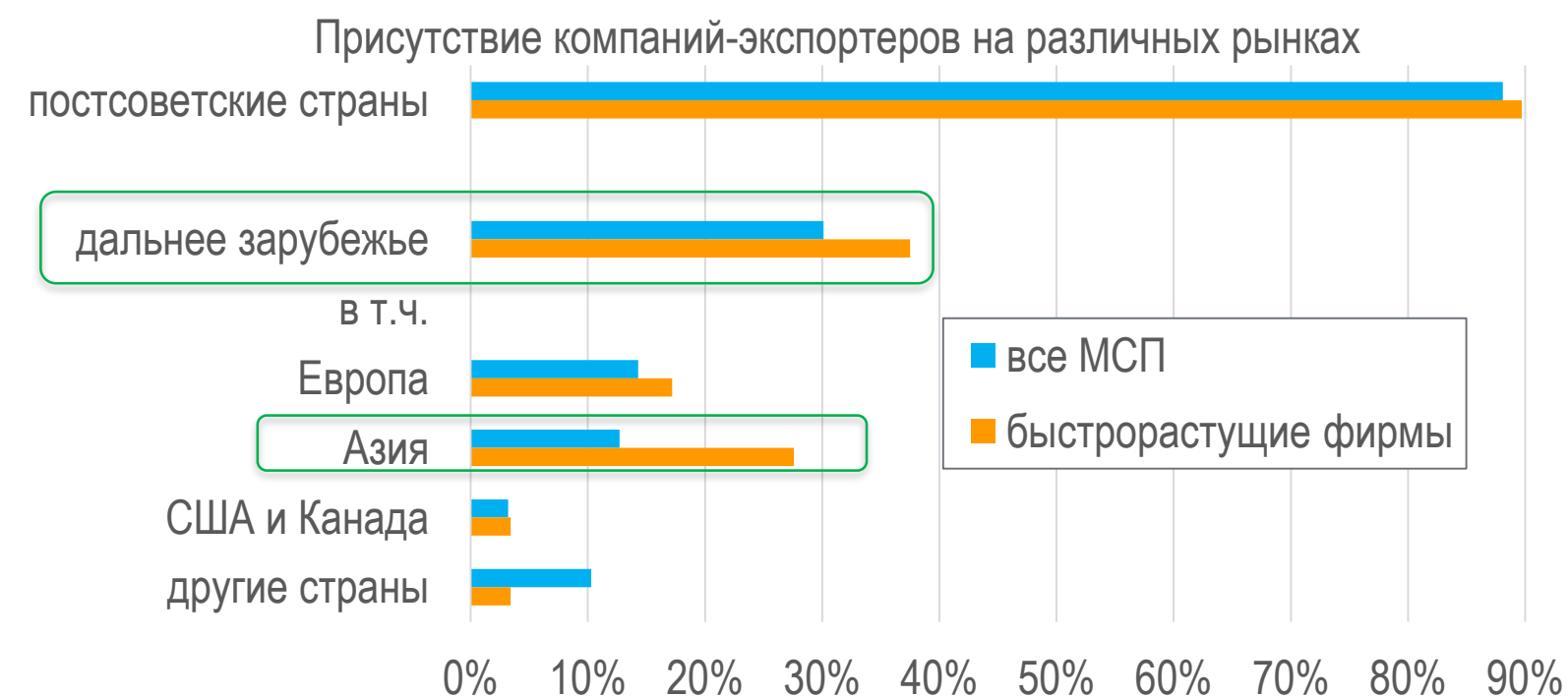


Быстрорастущие фирмы на общем фоне демонстрируют более высокий уровень экспортной активности, однако при этом мало отличаются от других МСП долей экспортных поступлений в выручке и динамикой экспорта. Это может свидетельствовать о приоритетной ориентации быстрорастущих фирм на внутренний рынок.

При общем достаточно низком уровне участия российских МСП в глобальных цепочках стоимости быстрорастущие фирмы чаще остальных интегрированы в ГЦС.



ГЕОГРАФИЯ ЭКСПОРТА



Главным экспортным рынком МСП является постсоветское пространство. При этом быстрорастущие фирмы существенно чаще остальных экспортируют продукцию в дальнее зарубежье, особенно в страны Азии.

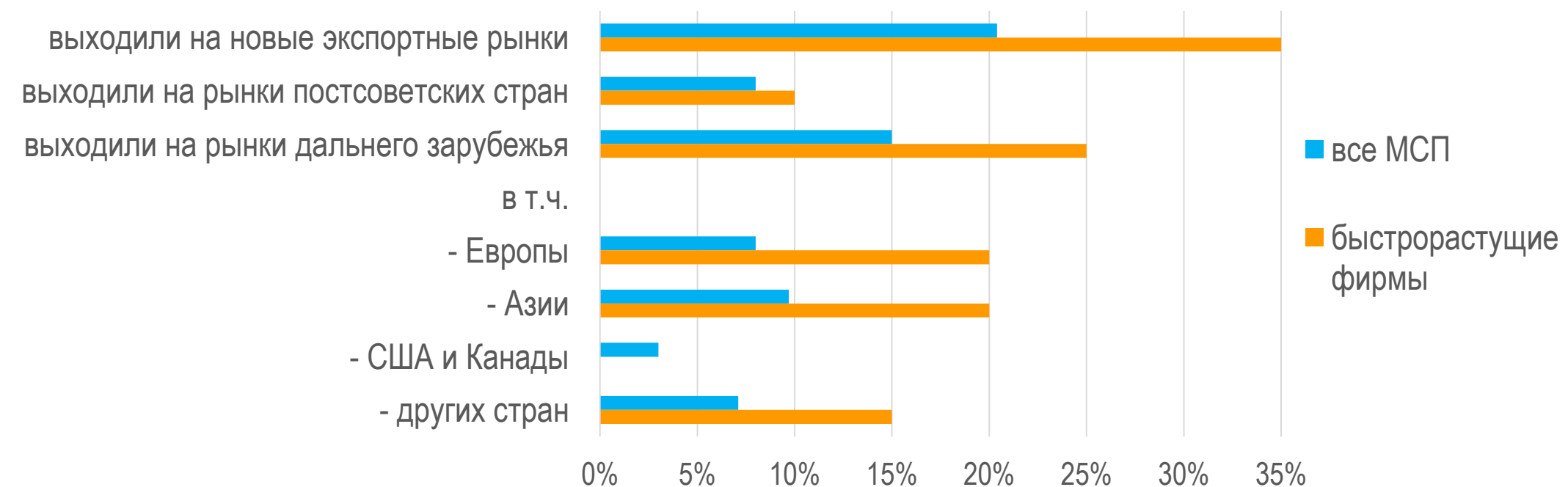
Взаимосвязи присутствия МСП на разных экспортных рынках

	Корреляционный анализ: коэффициенты ранговой корреляции (Спирмена)					Факторный анализ методом главных компонент: факторные нагрузки	
	постсовет. страны	Европа	Азия	США и Канада	другие страны	1	2
постсоветские страны	1	-0,138	-,223**	0,008	-,246**	-0,497	0,622
Европа	-0,138	1	0,046	,362**	0,051	0,561	0,53
Азия	-,223**	0,046	1	,184*	0,111	0,497	-0,397
США и Канада	0,008	,362**	,184*	1	,291**	0,699	0,494
другие страны	-,246**	0,051	0,111	,291**	1	0,611	-0,223

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

Источник: опрос НИУ ВШЭ, 2018.

Экспортная экспансия МСП в 2014-2018 годах

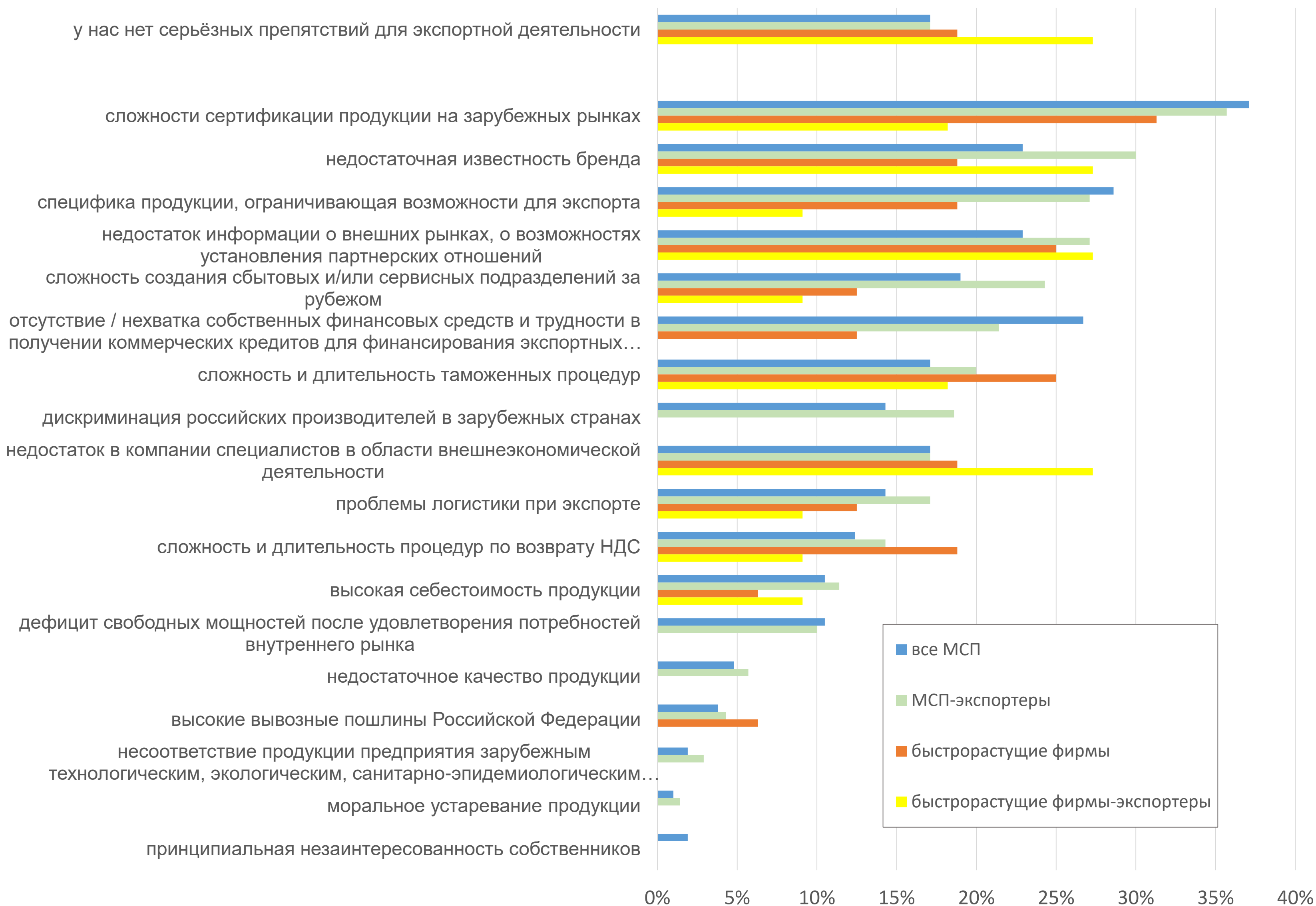


Быстрорастущие фирмы заметно чаще других МСП выходили на новые страновые рынки в период действия санкционных ограничений. При этом главными направлениями их экспортной экспансии являлись европейские и азиатские страны.

Источник: опрос НИУ ВШЭ, 2019 (1).



ПРЕПЯТСТВИЯ ДЛЯ ЭКСПОРТА МСП



Главными проблемами экспорта МСП являются сложности сертификации продукции на зарубежных рынках, недостаточная известность бренда, специфика продукции, ограничивающая возможности экспорта, и дефицит информации о внешних рынках.

Для быстрорастущих фирм менее актуальны барьеры, связанные с сертификацией и «неэкспортной» спецификой продукции, однако большее значение имеет недостаток специалистов в области внешнеторговой деятельности.



ПРОБЛЕМЫ, ХАРАКТЕРНЫЕ ДЛЯ РАЗНЫХ СТРАНОВЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ЭКСПОРТА

Взаимосвязи присутствия МСП на разных экспортных рынках с проблемами экспорта – коэффициенты ранговой корреляции (Спирмена)

Проблемы экспорта	Экспортные рынки				
	постсовет. страны	ЕС	США и Канада	Азия	другие страны
у нас нет серьёзных препятствий для экспортной деятельности	-0,036	0,088	0,081	0,076	0,088
принципиальная незаинтересованность собственников	-0,121	-0,070	-0,037	-0,072	-0,059
дефицит свободных мощностей после удовлетворения потребностей внутреннего рынка	-0,045	-0,093	-0,091	0,053	-0,059
специфика продукции, ограничивающая возможности для экспорта	-0,079	-0,053	-0,085	-0,015	-0,034
высокая себестоимость продукции	0,081	0,062	0,033	-0,023	-0,059
недостаточное качество продукции	0,077	0,000	0,299**	-0,005	0,279**
моральное устаревание продукции	0,113	0,196*	0,367**	0,190	-0,042
несоответствие продукции зарубежным технологическим, экологическим, санитарно-эпидемиологическим стандартам	0,161	0,105	0,242*	0,099	-0,059
сложности сертификации продукции на зарубежных рынках	0,011	-0,138	-0,126	-0,154	-0,052
проблемы логистики при экспорте	0,196*	-0,136	0,000	-0,010	0,054
сложность создания сбытовых и/или сервисных подразделений за рубежом	0,070	0,061	-0,032	0,048	-0,071
дискриминация российских производителей в зарубежных странах	-0,024	0,340**	0,327**	-0,010	-0,097
сложность и длительность таможенных процедур	-0,036	0,152	-0,020	-0,048	0,088
высокие вывозные пошлины Российской Федерации	-0,072	0,149	0,146	0,020	0,054
сложность и длительность процедур по возврату НДС	-0,033	0,318**	0,015	-0,051	0,002
отсутствие / нехватка собственных финансовых средств и трудности в получении коммерческих кредитов для финансирования экспортных контрактов	-0,044	-0,032	0,098	-0,046	-0,196*
недостаток информации о внешних рынках, о возможностях установления партнерских отношений	0,262**	0,011	-0,055	-0,002	0,085
недостаток в компании специалистов в области внешнеэкономической деятельности	0,168	0,025	-0,020	-0,110	0,018
недостаточная известность бренда	0,170	0,181	-0,055	0,221*	0,085

Источник: опрос НИУ ВШЭ, 2019 (1).

Экспортеры в страны ЕС, США и Канаду чаще сталкиваются с дискриминацией по страновому признаку, а также с проблемой морального устаревания продукции. Кроме того, для экспортеров в Северную Америку актуальны проблемы качества продукции и ее несоответствия зарубежным стандартам.

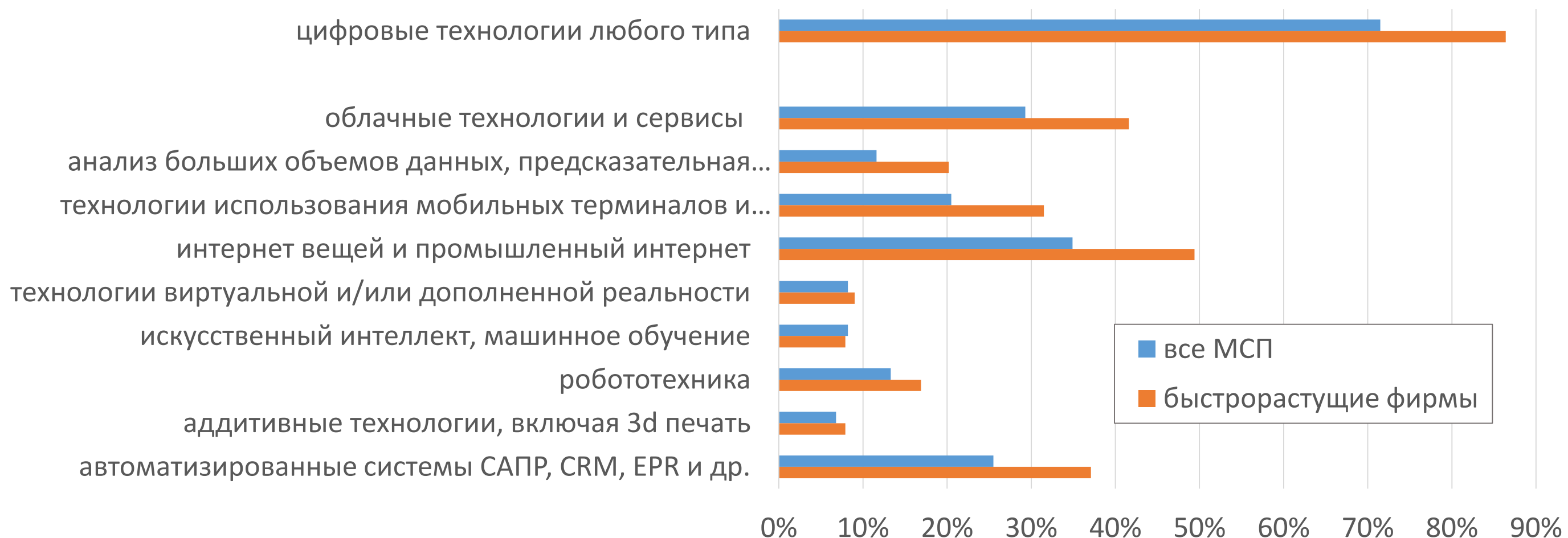
Экспортеры в страны Азии относительно часто сталкиваются с недостаточной известностью своих брендов.

Проблемы логистики и недостатка информации о рынках и возможных партнерах актуальны для экспортеров в страны бывшего СССР.



ЦИФРОФИЗАЦИЯ И ЭКСПОРТНАЯ АКТИВНОСТЬ МСП

Использование цифровых технологий



Взаимосвязи использования цифровых технологий и экспортной активности МСП: коэффициенты ранговой корреляции (Спирмена)

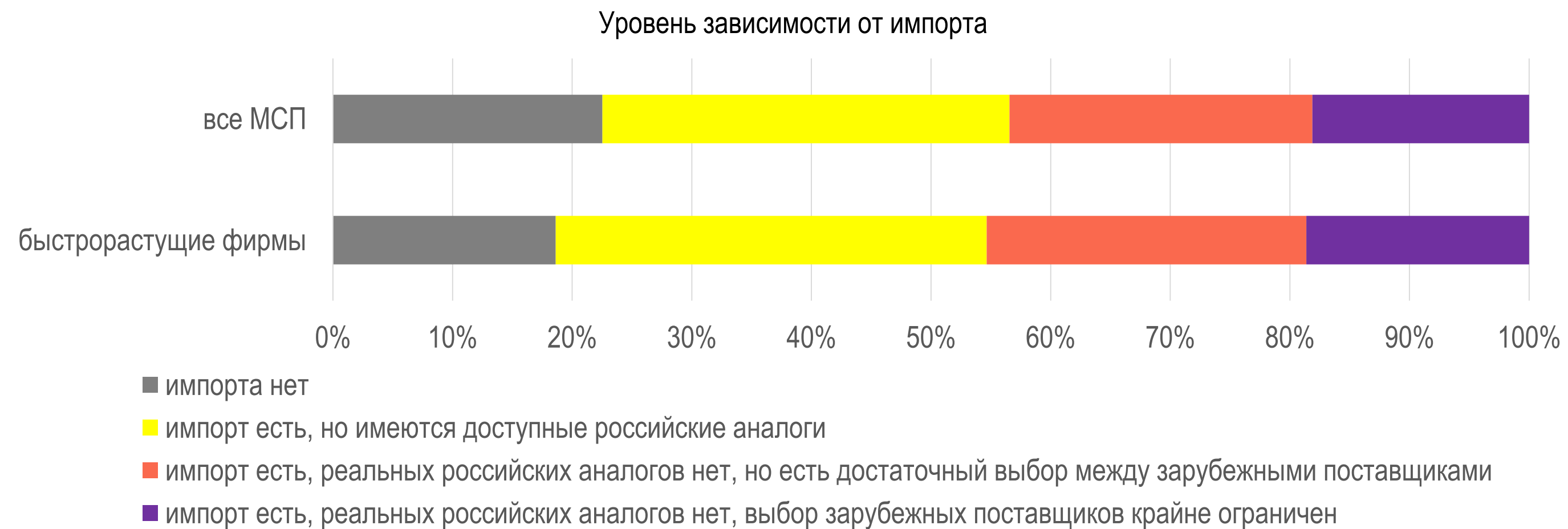
	наличие экспорта	постоянная экспортная деятельность	участие в ГЦС
цифровые технологии любого типа	0,126**	0,090**	0,106**
облачные технологии и сервисы	0,093**	0,031	0,104**
анализ больших объемов данных, предсказательная аналитика	-0,053	0,006	0,04
технологии использования мобильных терминалов и сервисов	0,005	0,034	0,017
интернет вещей и промышленный интернет	0,022	0,033	0,066*
технологии виртуальной и/или дополненной реальности	-0,057	-0,026	-0,035
искусственный интеллект, машинное обучение	-0,036	-0,016	-0,022
робототехника	0,003	0,039	0,026
аддитивные технологии, включая 3d печать	0,041	0,06	0,113**
автоматизированные системы САПР, CRM, ERP и др.	0,127**	0,078*	0,127**

Быстрорастущие фирмы выделяются на общем фоне более высоким уровнем цифровизации – прежде всего, в части применения облачных технологий, анализа больших данных, использования мобильных устройств, интернета вещей и автоматизированных систем организации бизнеса и взаимоотношений с клиентами.

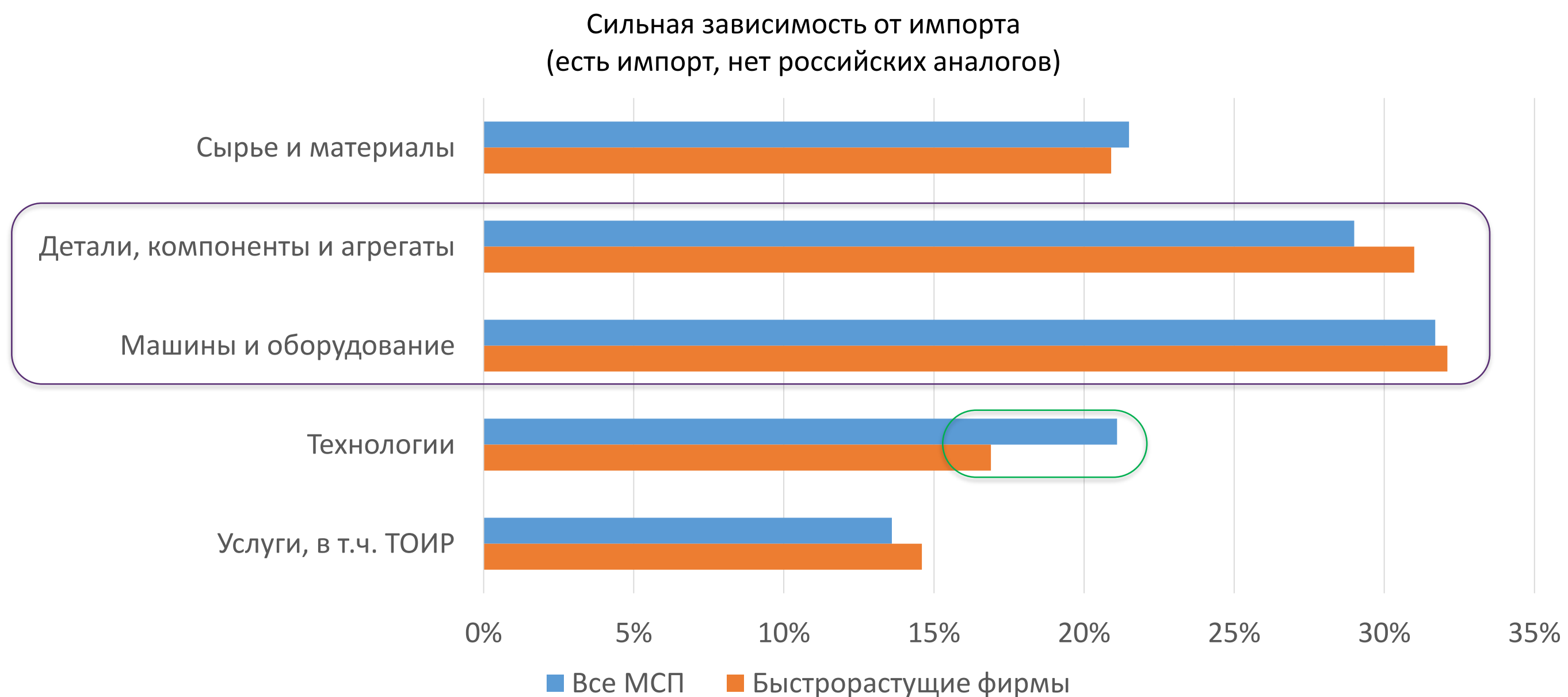
Цифровизация МСП положительно связана с их экспортной активностью и интеграцией в глобальные цепочки. В наибольшей мере это связано с использованием автоматизированных систем CRM, ERP и др.



ЗАВИСИМОСТЬ МСП ОТ ИМПОРТА



Свыше $\frac{3}{4}$ МСП используют в процессе производства зарубежные продукты, технологии или услуги, причем более чем в половине случаев используемый импорт не имеет российских аналогов.

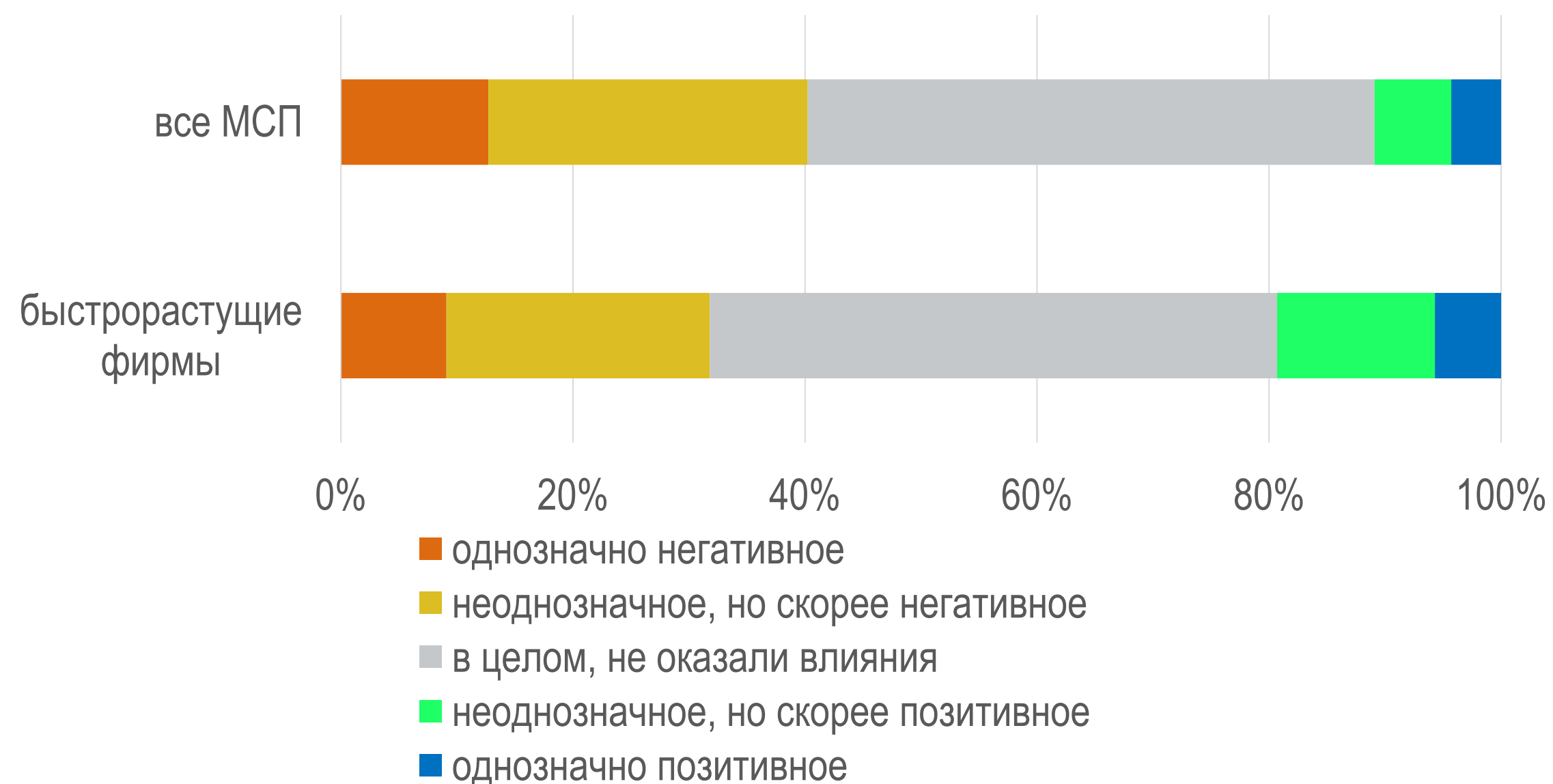


Российские компании чаще всего испытывают зависимость от импорта машин и оборудования, а также деталей, узлов и агрегатов.

Быстрорастущие фирмы на общем фоне менее зависимы от зарубежных технологий.



ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ И КОНТРСАНКЦИЙ



Около половины МСП не ощутили какого-либо влияния режима санкций и контрсанкций. Для остальных влияние внешнеторговых ограничений, как правило, было негативным.

Руководители быстрорастущих фирм на общем фоне менее негативно оценивают влияние санкций и контрсанкций.

Взаимосвязи влияния режима санкций и контрсанкций и присутствия МСП на экспортных рынках – коэффициенты ранговой корреляции (Спирмена)

	Влияние режима санкций и контрсанкций на компанию
Наличие экспорта	0,065*
Экспорт в страны бывшего СССР	0,06
Экспорт в страны Европы	0,008
Экспорт в страны Азии	0,098**
Экспорт в США и/или Канаду	0,031
Экспорт в другие страны	0,038

Менее других МСП от режима санкций и контрсанкций пострадали фирмы, ведущие экспортную деятельность, в особенности – экспортеры в страны Азии.



НЕГАТИВНЫЕ И ПОЗИТИВНЫЕ ЭФФЕКТЫ РЕЖИМА САНКЦИЙ И КОНТРСАНКЦИЙ

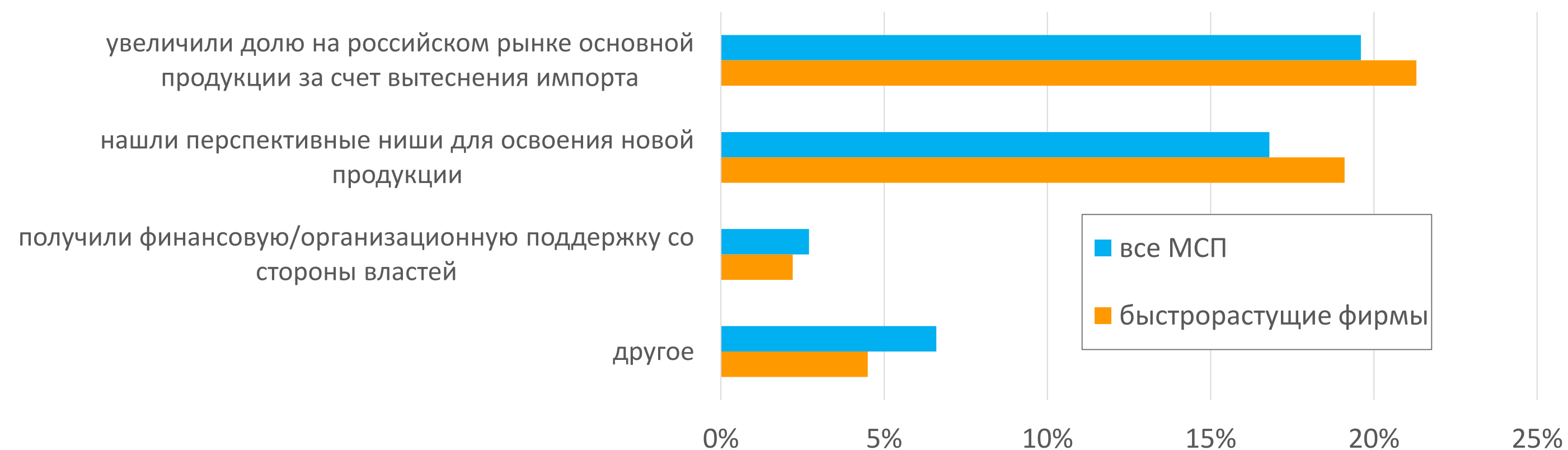
Негативные последствия санкций и контрсанкций



Главным негативным эффектом санкций и контрсанкций для компаний стал рост рисков, связанных с колебаниями валютных курсов.

Быстрорастущие фирмы более остальных подвержены валютным рискам, однако в меньшей степени пострадали от технологических ограничений и срыва сделок с зарубежными партнерами.

Позитивные эффекты санкций и контрсанкций



Благодаря внешнеторговым ограничениям примерно каждая пятая фирма смогла увеличить долю на внутреннем рынке, каждая шестая – найти перспективную нишу для новой продукции. Чаще это удавалось сделать быстрорастущим МСП.



РЕАКЦИЯ КОМПАНИЙ НА РЕЖИМ САНКЦИЙ И КОНТРСАНКЦИЙ

Реакция на санкции и контрсанкции МСП обрабатывающей промышленности



Источник: опрос НИУ ВШЭ, 2018.

Наиболее распространенными формами реакции фирм на санкции и контрсанкции стали сокращение издержек и поиск новых российских поставщиков.

Быстрорастущие фирмы чаще других практиковали собственную разработку новых продуктов и технологий и диверсификацию продукции.

Реакция на санкции и контрсанкции технологических МСП



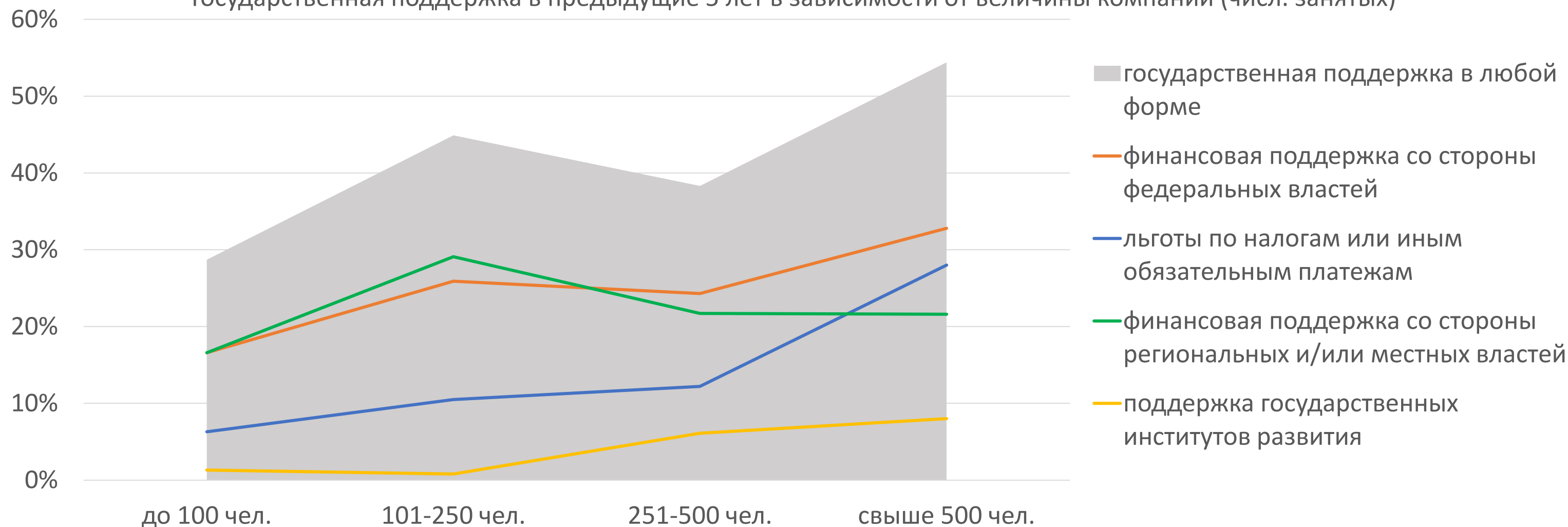
Источник: опрос НИУ ВШЭ, 2019 (1).

Технологические фирмы реже других реагировали на введение внешнеторговых ограничений, при этом наиболее распространенным вариантом их реакции стала собственная разработка новых технологий или продуктов.



ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА КОМПАНИЙ РАЗНОЙ ВЕЛИЧИНЫ

Государственная поддержка в предыдущие 5 лет в зависимости от величины компаний (числ. занятых)



Государственная поддержка в целом и все ее основные формы за исключением регионального финансирования в большей степени сфокусированы на крупном бизнесе, чем на малых фирмах. Особенностью же финансовой поддержки регионов является акцент на компаниях с государственным участием.

Взаимосвязи государственной поддержки с характеристиками компаний – результаты оценивания параметров моделей логистической регрессии

	государственная поддержка в любой форме	финансовая поддержка федеральных властей	финансовая поддержка региональных и/или местных властей	поддержка государственных институтов развития	льготы по налогам или иным обязательным платежам
Размер предприятия	+***	+***		+***	+***
Продолжительность функционирования				- *	
Отрасль - сельское хозяйство	+***	+***	+***		
Отрасль - обрабатывающая промышленность					
Отрасль - строительство	- *	- **			
Участие государства	+**		+		
Наличие иностранных собственников					
Инновационная активность	+**	+**	+		
Наличие экспорта	+**	+**			

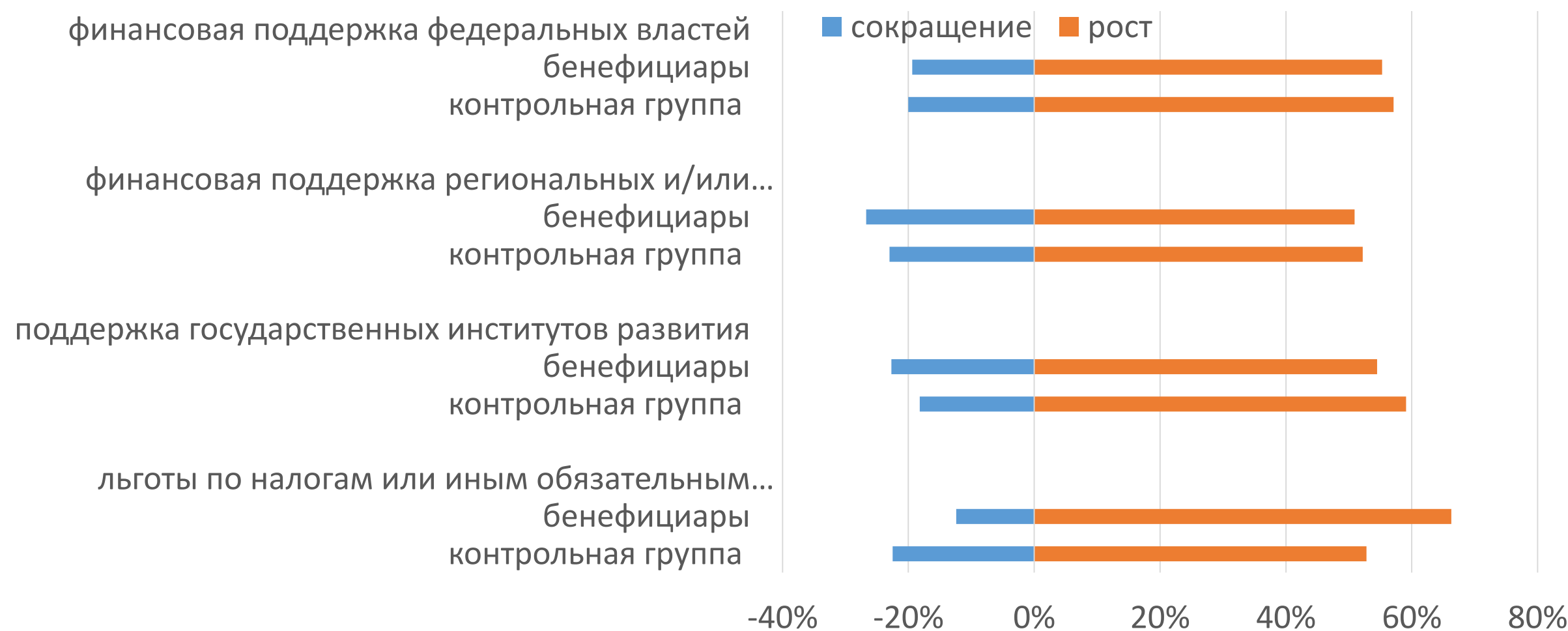
Финансовая поддержка со стороны федеральных властей положительно связана с наличием экспорта.



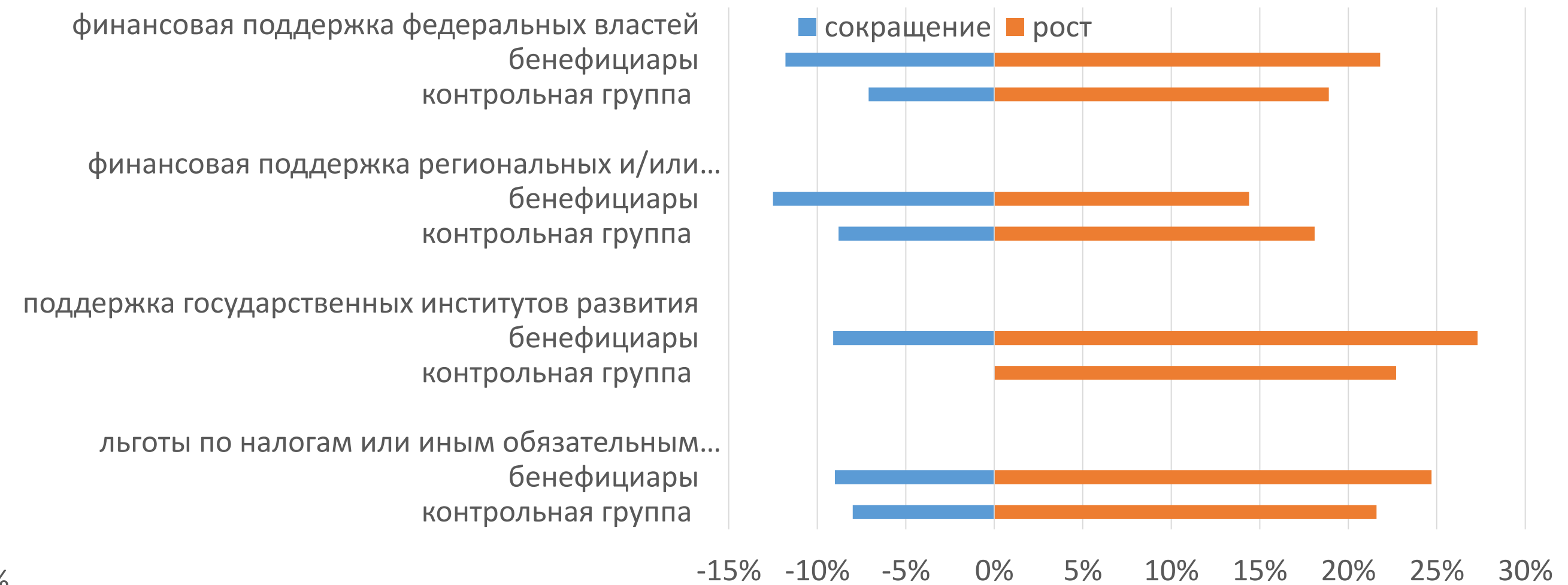
ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ НА РАЗВИТИЕ КОМПАНИЙ

Применяемый подход к оценке вклада господдержки в развитие компаний основан на концепции дополнительности (Buisseret et al., 1995; Georghiou, 2002): выявляются изменения в деятельности фирм, которые обусловлены именно государственной поддержкой и произошли бы в ее отсутствие.

Влияние государственной поддержки на динамику выручки
(за 5 лет в сопоставимых ценах)



Влияние государственной поддержки на динамику экспорта
(за 5 лет в сопоставимых ценах)



Источник: опрос НИУ ВШЭ, 2019 (2).

Примечание: для формирования контрольных групп компаний, не получавших поддержку используется процедура PSM. Контролируемые параметры: численность работников, продолжительность функционирования, отраслевая принадлежность, участие государства, наличие иностранных собственников.

Заметное положительное влияние на рост выручки оказывают только меры налогового стимулирования.

Ни одно из направлений государственной поддержки не оказывает значимого влияния на динамику экспорта.



ЗАПРОС МСП НА ФУНКЦИИ ГОСУДАРСТВА



Источник: опрос НИУ ВШЭ, 2018.

И МСП в целом, и быстрорастущие фирмы предъявляют «диверсифицированный» запрос на функции государства. С одной стороны, небольшие компании нуждаются в поддержке свободной рыночной конкуренции и обеспечении общих правил игры (эффективная судебная система, защита прав собственности и т.п.), причем последнее особенно актуально для быстрорастущих и экспортно ориентированных фирм. С другой стороны, малый и средний бизнес проявляет заинтересованность и в защите интересов отечественных производителей на внутреннем и внешнем рынке. Кроме того, для быстрорастущих фирм характерен повышенный спрос на развитие инфраструктуры.



ВЫВОДЫ И СЛЕДСТВИЯ ДЛЯ ПОЛИТИКИ (1)

Российские быстрорастущие МСП на общем фоне демонстрируют более высокую экспортную активность, однако есть основания полагать, что более приоритетным с позиций развития для них является внутренний рынок. Между тем, экспортная деятельность фирм важна с точки зрения диверсификации, обучения, обеспечения конкурентоспособности и стабильного роста. В данном контексте особенно важно содействовать встраиванию российских компаний в глобальные цепочки стоимости.

Большое значение для развития экспорта небольших фирм имеет снижение соответствующих барьеров. Ключевыми из них являются сложность сертификации продукции за рубежом, недостаточная известность российских брендов и дефицит информации о зарубежных рынках и потенциальных партнерах на них. При этом важно учитывать, что работа на разных рынках имеет специфическую проблематику: так, проблема недостаточной известности российских брендов наиболее характерна для азиатских рынков, дефицит доступной информации – для рынков стран бывшего СССР, тогда как экспортеры в страны ЕС, США и Канаду, чаще сталкиваются с дискриминацией по страновому признаку и испытывают затруднения из-за быстрого морального устаревания продукции.

Для быстрорастущих фирм характерен относительно более высокий уровень цифровизации. При этом использование цифровых технологий положительно связано с экспортной активностью МСП. Стимулирование распространения цифровых технологий и, прежде всего, систем взаимоотношения с клиентами и иных автоматизированных систем способно обеспечить значимый вклад в развитие экспорта и интеграцию российских фирм в ГЦС.



ВЫВОДЫ И СЛЕДСТВИЯ ДЛЯ ПОЛИТИКИ (2)

Быстрорастущие фирмы чаще остальных внедряют новые технологии и при этом относительно менее зависимы от их импорта. Такие фирмы относительно слабо затронули технологические ограничения, введенные рядом зарубежных стран; кроме того, для динамичных МСП более характерна собственная разработка новых технологий и продуктов в ответ на санкционные ограничения. Можно предположить, что быстрорастущие фирмы в своем развитии более остальных МСП полагаются на отечественные технологии и решения, включая собственные разработки. Поэтому для успешного развития динамичных компаний большое значение имеют меры государственной поддержки НИОКР, связанных с созданием новых производственных технологий, в т.ч. осуществляемых компаниями для своих нужд.

Государственная поддержка ориентирована преимущественно на «статичные» крупные компании и де-факто слабо способствует росту бизнеса. Для стимулирования же массового динамичного роста небольших компаний требуется применение специфических инструментов, таких как приростные налоговые льготы, базой для применения которых является прирост отдельных категорий расходов (на НИОКР, новое оборудование и т.п.), или поддержка проектов с акцентом на увеличение оборота и стоимости компаний.

Принципиальным ограничением роста российских МСП как на внешнем, так и на внутреннем рынке является сложившийся в стране бизнес-климат и недостаточная защищенность прав собственности. Многие успешные фирмы, потенциально способные к устойчивому росту и развитию, попросту не заинтересованы в расширении своей деятельности, поскольку это сделает их более заметными для властей и участников рынка и повлечет за собой риски дополнительных проверок, рейдерства, промышленного шпионажа и др.