

СТИМУЛИРОВАНИЕ НЕСЫРЬЕВОГО ЭКСПОРТА: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА

© 2018 г. Г. Кузнецова, Л. Цедилин

*КУЗНЕЦОВА Галина Владимировна, кандидат экономических наук, доцент,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, РФ, 117997 Москва, Стремянный пер., 36;
Российская Академия народного хозяйства и госслужбы при Президенте РФ, РФ, 119571 Москва, пр-т
Вернадского, 82, стр.1 (gkuznet3@gmail.com).*

*ЦЕДИЛИН Леонид Иванович, кандидат экономических наук,
Институт экономики РАН РФ, 117218 Москва, Нахимовский пр-т, 32с (lcedilin@yandex.ru).*

Статья поступила в редакцию 30.06.2017.

В условиях резкого падения мировых цен на основные товары российского экспорта особую актуальность приобретает вопрос структурной перестройки отечественного экспорта в сторону увеличения в нем доли готовых изделий. В статье рассматриваются механизмы стимулирования экспорта, применяемые в зарубежной и отечественной практике. Выявлены препятствия на пути внедрения испробованных за рубежом механизмов в российских реалиях, предложены пути решения проблем.

Ключевые слова: государственная политика, стимулирование экспорта, институты, Россия, экспорт готовых изделий, товарная структура, несырьевой экспорт.

DOI: 10.20542/0131-2227-2018-62-5-72-79

Очередной обвал мировых цен на минеральное сырье обнажил основную проблему российской экономики – проблему структурного барьера во внешней торговле. Превалирование в экспорте сырья, стоимость которого определяется конъюнктурой мирового рынка, в конечном итоге привело к сокращению бюджетов всех уровней. В 2016 г. поступления нефтегазовых доходов сократилась на 17.4%, и их доля в федеральном бюджете составила 35% (в 2015 г. – 43%, в 2014 г. – 51%). Это повлекло снижение ВВП на 0.7 п.п. На 9.4% сократились поступления от НДПИ (еще 0.5 п.п. спада ВВП). Доходы от внешнеэкономической деятельности уменьшились на 20.9% (–0.9 п.п. ВВП). По оценкам, потери России от изменения мировых цен составили в 2014 г. 25.2 млрд долл., в 2015 г. – 156.1, в 2016 г. – 70.1 млрд долл. [1]. Дефицит федерального бюджета в 2016 г. составил 3.5% ВВП (2.97 трлн руб.) [2]. На его покрытие из Резервного фонда за два последних года было потрачено 4.7 трлн руб. В 2016 г. средства фонда сократились в 3.7 раза, а в 2015 г. – на 58.2%. В 2017–2018 гг., по сообщениям Минфина, он будет полностью израсходован и пополнять его не планируется. Иссякает и Фонд национального благосостояния (ФНБ): в 2016 г. он сократился на 17% до 4.36 трлн руб. [3].

Вопрос о механизмах стимулирования несырьевого экспорта¹ не первый год стоит на повестке дня российского правительства. К числу важнейших национальных институтов стимулирования экспортной деятельности относятся профильные министерства. Помимо этого поддержку экспортерам оказывают банки – в основном государственные или со значительной долей участия государства, торговые представительства за рубежом, а также такие общественные организации, как торговые и промышленные палаты, ассоциации производителей и экспортеров. В ряде стран функционируют специально создаваемые институты (агентства, ведомства, компании с государственным участием) для страхового обеспечения экспортного кредитования. Наличие государственных гарантий благоприятствует увеличению кредитной базы предприятия и повышает конкурентоспособность его продукции за рубежом.

Важную роль в деле повышения конкурентоспособности стран на мировых рынках играют агентства по продвижению экспорта (далее АПЭ).

¹ Содержание понятия несырьевого экспорта пока не утвердилось в научном обороте и является предметом экспертной полемики (см. подробнее [4]). Авторы статьи придерживаются принципов ТН ВЭД.

Они оказывают поддержку экспортерам через информационное обеспечение и обучение, предоставляют услуги маркетинга, включая организацию выставок и бизнес-миссий, проведение рыночных исследований для экспортеров.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

Первое АПЭ появилось в Финляндии в 1919 г., затем они получили широкое распространение. За последние 25 лет их число в мире утроилось. Сравнительно недавно АПЭ появились в странах СНГ (в Армении, Казахстане, в 2013 г. в Узбекистане). Большинство Агентств создаются по решениям правительства, но в ряде случаев по инициативе предпринимательских кругов. Агентства не являются органами госуправления, как правило, располагают хозяйственной автономией, могут принимать “суверенные” устав, процедуры, в том числе при назначении руководителей. АПЭ используют разнообразные источники финансирования, управляются советами директоров или исполнительными комитетами, в которых представлены государственные организации и частный бизнес.

В числе обследованных Всемирным банком 88 АПЭ доля малого и среднего бизнеса составила в среднем 53% общего состава учредителей. И это вполне объяснимо. Ведущую роль в развитии международной торговли играют не государственные, а частные компании, как большие, так и малые. Обладая большей гибкостью, чем госпредприятия, лучшей способностью прогнозировать тенденции развития производства товаров, услуг и рынков как в своих странах, так и за рубежом, частные компании знают, как лучше стимулировать экспорт их продукции. Поэтому политика стимулирования экспорта вырабатывается при активном участии и, что важно, с решающим голосом частных предпринимателей, а не только государственных организаций.

Это же обследование показало, что каждый 1 доллар бюджета АПЭ в среднем обеспечивал увеличение экспорта в странах Восточной Европы и Азии на 100 долл., в странах Латинской Америки – на 70 долл., в странах Африки на 38 долл., в странах ОЭСР – на 5 долл. В среднем, увеличение бюджета АПЭ на 10% приводило к росту экспорта страны на 0.6–1% [5].

Клиентами АПЭ являются в основном малые и средние предприятия (МСП), на поддержку крупных экспортеров направляется относительно небольшая доля бюджетов АПЭ. В большинстве стран во всех регионах в фокусе деятельности были МСП, которые уже были устоявшимися,

“традиционными” экспортерами. Исследование за 2005–2010 гг. 300 тыс. МСП Бразилии (как экспортеров, так и ориентированных на внутренний рынок) показало, что программы АПЭ оказали позитивное влияние как на первую, так и на вторую группу (кроме крупных фирм), то есть продвижение экспорта не только увеличивало объемы вывоза товаров и услуг, но и способствовало появлению новых экспортеров [6].

41% всех АПЭ имели представительства за рубежом, в том числе: 22% агентств из Тропической Африки; 33 – АПЭ Ближнего Востока и Северной Африки; 35 – АПЭ Латинской Америки; 47 – АПЭ Восточной Европы и Азии; 67% – всех АПЭ стран ОЭСР. При этом расходы на представительства за рубежом составляли небольшую долю бюджетов АПЭ в развивающихся странах, тогда как у базирующихся в странах ОЭСР расходы на заграничные представительства достигали в среднем 39% всех бюджетов агентств. Одно из наиболее известных в мире АПЭ – *KOTRA* (Южная Корея). Оно имеет 97 представительств, а каждое 10%-ое увеличение бюджета его заграничной сети приводило к приросту экспорта на 2.45–6.34%. Наличие посольства или консульства, которое непосредственно занимается продвижением экспорта в стране пребывания, способствует увеличению экспорта в эту страну на 6–10% [7].

Отмечено, что результаты деятельности АПЭ более заметно проявлялись при экспорте в те страны-импортеры, в которых были высокие торговые барьеры, а также при выходе на новые для экспортера товарные рынки. Показатели освоения внешних рынков коррелировали с пропорцией мест у представителей частного сектора в комитетах агентств по продвижению экспорта. Отмечалась также корреляция (хотя и статистически менее значимая) между объемами государственного финансирования АПЭ и приростом экспорта.

Наиболее успешными были те АПЭ, которые управлялись практиками из частного сектора, но получали значительную господдержку. Финансирование исключительно на частной основе обеспечить трудно, так как продвижение экспорта относится к категории “общественных благ” (*public goods*) с большим числом трудно учитываемых внешних эффектов (*externalities*). Поэтому полностью частные АПЭ оказались менее эффективны в деле продвижения экспорта, чем смешанные по источникам финансирования.

Государственные организации поддержки экспорта (агентства), как правило, оказывают широкий набор услуг национальным экспортерам безвозмездно, вне зависимости от того, успешно

ли заключил экспортер контракт на поставку за рубеж или нет. Агентство может содействовать организации ежегодных встреч с продавцами и покупателями, предоставлять исследования спроса на конкретную продукцию, осуществлять подбор покупателей и продавцов. Возможно также и оказание финансовой поддержки экспортерам путем возмещения части затрат, понесенных при выводе отечественной продукции на внешние рынки. К категории таких затрат обычно относят следующие: регистрация товарных знаков и сертификация продукции, содержание представительства (офиса, склада, торговой точки, демонстрационного зала) за рубежом, участие в зарубежных выставках, реклама отечественной продукции, обучение сотрудников предприятий, создание и запуск веб-сайта, маркетинговые исследования зарубежных рынков и другие.

Организация презентаций отечественной продукции как внутри страны, так и за рубежом в рамках международных выставок и ярмарок, симпозиумов, конференций является действенным механизмом, способствующим установлению деловых контактов, продвижению отечественной продукции, улучшению условий для экспортной деятельности. Этим собственно и занимаются АПЭ. Все большую практическую значимость приобретает информационно-консультационное обеспечение экспортеров через их порталы, а также министерств и ведомств и уполномоченных организаций.

Использование разнообразных инструментов и методов поддержки экспортной деятельности само по себе не может служить гарантией успеха структурной перестройки экспорта. Наиболее эффективны они тогда, когда становятся органичной частью экономической политики в целом и вписываются в общий институциональный контекст. Структура экспорта модернизируется вместе со структурой национального/регионального производства.

РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА

Все трансформационные годы внешняя торговля служила своего рода локомотивом роста, а поступления от экспорта компенсировали потери в других секторах. Если в 2015 г. ВВП России сократился на 3.7%, то без учета внешней торговли спад составил бы 9.9%. Аналогичная картина была в кризисном 2009 г., когда ВВП сократился почти на 8%, а без учета внешней торговли — на 13% [8]. Начиная с 2014 г. вклад внешнеторгового сектора в экономический рост страны становится

отрицательным. Внешняя торговля испытала небывалый по своим масштабам за всю современную историю спад: по сравнению с 2013 г. в 2016 г. экспорт упал на 46%, импорт — на 44%. О причинах написано много, но очевидно, что уроки прошлых кризисов (1998–1999 гг. и 2009 г.) не были усвоены [9]. По оценкам, 90% суммарного снижения российского экспорта пришлось в 2014–2016 гг. на нефтегазовый сектор [10].

На фоне снижения стоимости сырьевой составляющей экспорта 2015–2016 гг. и первая половина 2017 г. продемонстрировали небольшие сдвиги в сторону увеличения доли его несырьевой части. Доля несырьевого неэнергетического экспорта в 2016 г. составила 38.2%. В его структуре основная часть пришлась на металлопродукцию — 25.7% (28 млрд долл.), продукцию машиностроения — 25.5 (27.8 млрд долл.), химические товары — 19 (20.8 млрд долл.), продовольственные товары — 14 (15.2 млрд долл.), лесобумажные товары — 7.3% (7.94 млрд долл.)². Индекс физического объема экспорта по несырьевым товарам вырос на 5.6%. Однако по стоимости несырьевой неэнергетический экспорт снизился по сравнению с 2015 г. с 117.7 млрд долл. до 109.1 млрд долл., в том числе экспорт машин и оборудования — на 1.09 млрд долл. до 24.3 млрд долл.

По данным за первое полугодие 2017 г. сырьевой экспорт увеличился на 31% до 78.1 млрд долл. по сравнению с аналогичным показателем 2016 г., несырьевой неэнергетический экспорт вырос на 18.8% до 27.3 млрд долл., экспорт высокотехнологичной продукции увеличился на 13.5% до 4.5 млрд долл., инновационных товаров — на 16% до 12.1 млрд долл. Таким образом сырьевой характер российского экспорта сохраняется, как сохраняется и зависимость развития страны от внешних факторов и риски консервации отсталой по современным международным меркам структуры экономики.

Отмечая положительные сдвиги в структуре экспорта, следует иметь в виду, что в список несырьевых товаров включены лесоматериалы, минеральные удобрения и металлопродукция, то есть товары, которые трудно отнести к изделиям с высокой степенью добавленной стоимости.

Важность поддержки производства и экспорта готовых изделий, главным образом инновационно-технологичной продукции с высокой долей добавленной стоимости, ни у кого не вызывает

² Available at: <https://www.exportcenter.ru/news-letter/dolya-nesyrevevogo-neeenergeticheskogo-eksporta-rossii-vyroslo-38-2>

сомнений. На всех уровнях правительство и деловые круги не один год заявляют о необходимости принятия срочных мер по формированию благоприятной предпринимательской среды, поощрению конкуренции, кооперации и взаимодействия, встраивания национального бизнеса в глобальные производственные цепочки.

Основополагающие цели в области стимулирования экспорта готовых изделий сформулированы в Основных направлениях развития экспорта на период до 2020 г.: формирование ресурсно-инновационной модели международной специализации России с последовательным увеличением доли продукции завершающих стадий технологического цикла. В 2015 г. в условиях ухудшения геополитической и экономической обстановки был разработан новый документ с ориентирами до 2030 г. В нем, как и в предыдущей концепции, отмечалась необходимость создания позитивных внутригосударственных условий: умеренные темпы роста ВВП, форсированный рост энергосырьевого комплекса на базе внедрения новых технологий, увеличение экспортного потенциала в сфере услуг, расширение инвестиционного и потребительского спроса, повышение конкурентоспособности промышленности, формирование комплексной национальной системы поддержки экспорта.

По базовому сценарию Минэкономразвития экспорт должен увеличиться к 2030 г. в 2.2–2.4 раза, в том числе несырьевых товаров – в 1.4–1.45 раза. В 3 раза должно было вырасти число организаций-экспортеров. При оптимистическом сценарии экспорт товаров и услуг может вырасти в 2.7–2.9 раза (несырьевых товаров – в 1.55–1.6 раза, услуг – в 1.7–1.75 раза), а число компаний-экспортеров – в 4 раза [11]. Как видно, даже в части достижения количественных показателей правительство не планирует прорыва, отмеченного у ряда стран догоняющего развития.

Основные усилия в деле выполнения поставленных задач сконцентрированы на создании институциональной и нормативной среды. Надо отметить, что сформированная в последние годы нормативно-правовая база достаточно широка и включает практически все элементы, используемые в зарубежной практике. К концептуальным документам можно отнести, помимо уже упомянутых Направлений, государственную программу “Развитие внешнеэкономической деятельности”, Концепцию развития государственной финансовой (гарантийной) поддержки экспорта промышленной продукции в РФ, План мероприятий (“дорожная карта”) “Поддержка доступа на рынки зарубежных стран и поддержка экспорта”,

госпрограмму “Экономическое развитие и инновационная экономика”.

Создана достаточно мощная институциональная система. Она включает основные министерства: Минэкономразвития, Минпромторг, Минфин, МИД, а также другие организации и институты, в том числе прямо ориентированные на стимулирование экспортной деятельности. В их числе Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк) и Группа Российского экспортного центра (РЭЦ), в состав которой интегрированы АО “Российский экспортный центр”, Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций (ЭКСПАР) и АО Росэксимбанк. На эту группу возложены функции предоставления комплексной адресной поддержки экспортно ориентированным компаниям.

Имеются институты экспортно ориентированной инновационной деятельности: Фонд инфраструктурных и образовательных программ (входит в группу РОСНАНО), ОАО “Российская венчурная компания”, Фонд “Сколково” (Центр интеллектуальной собственности “Сколково”). Общественными институтами, объединяющими предпринимателей, выступают Торгово-промышленная палата РФ, РСПП, ОПORA России, Деловая Россия, а также многочисленные деловые советы сотрудничества с отдельными странами и регионами.

Создана также достаточно разветвленная национальная региональная инфраструктура поддержки экспорта и повышения конкурентоспособности. К региональным инструментам поддержки относятся, в частности:

- совместная с Минэкономразвития и субъектами РФ программа компенсации части расходов МСП на осуществление экспортной деятельности;
- центры координации поддержки экспортно ориентированных субъектов МСП (36 в 35 субъектах РФ);
- региональные интегрированные центры ЕИКЦ (48 в 47 субъектах РФ);
- центры кластерного развития (29);
- центры инжиниринга (28), центры сертификации, стандартизации и испытаний (по одному в двух субъектах РФ.)

Таким образом, налицо достаточно разветвленная сеть государственных и общественных институтов поддержки развития экспорта, наделенных полномочиями в этой области. Вместе с тем очевидно, что они не работают или работают с низкой результативностью.

Остановимся на итогах деятельности некоторых из перечисленных институтов. Важнейшим институтом финансовой поддержки экспортеров является Внешэкономбанк, в задачи которого входит предоставление предэкспортного и экспортного кредитования, а также банковских гарантий. Условия предоставления его кредитов зависят от специфики конкретного экспортного контракта. При этом сумма кредита должна быть не менее 1.7 млрд долл. или эквивалента данной суммы в российских рублях или евро. Срок предоставления кредита или кредитной линии составляет не менее двух лет. Важным условием предоставления кредита является наличие софинансирования в размере не менее 15% от стоимости контракта. Авансовый платеж российскому экспортеру от иностранного покупателя должен составлять не менее 15% от стоимости контракта, а срок погашения кредита покупателю не может превышать 8.5–10 лет в зависимости от категории страны, в которой зарегистрирован заемщик. Такие условия по силам выполнить только крупному бизнесу. Малый бизнес, который в наибольшей степени заинтересован в льготном финансировании, от Внешэкономбанка вряд ли получит кредиты.

В соответствии с общепринятой практикой в РФ имеются институты, которые могут предоставлять гарантии на участие в тендере/конкурсе, на возврат авансовых платежей, должного выполнения контрактных обязательств, возврат гарантийных удержаний, а также государственные гарантии по обязательствам принципала перед банком. Они призваны способствовать повышению конкурентоспособности продукции на зарубежных рынках, расширению кредитной базы предприятия, улучшению условий доступа компаний к различного рода финансовым инструментам.

В России гарантированием может воспользоваться предприятие, экспортирующее продукцию с высокой степенью переработки. Гарантии выдаются в иностранной валюте бесплатно, бесплатно осуществляются и все процедуры по оформлению соответствующей документации. Гарантии могут покрывать от 85 до 95% суммы сделки (зависит от категории риска страны) и предоставляются на срок до 20 лет (зависит от типа поставляемой продукции). Механизм ориентирован не только на диверсификацию структуры, но и на поддержку экспорта товаров с высокой добавленной стоимостью. Чем сложнее продукция, тем на больший срок могут быть выданы кредит и гарантия. Так, если при экспорте потребительских товаров срок составляет 5 лет, то для промышленного оборудования — до 11 лет, летательных и космических аппаратов, морских и речных судов — до 14 лет, оборудования атомных электростанций — до 20 лет. Для получения госгарантии продукция должна соответствовать утвержденному правительством перечню.

Относительно новый в российской практике инструмент поддержки экспорта — льготное кредитование иностранных покупателей с использованием страхового покрытия со стороны Российского агентства по страхованию экспортных кредитов и инвестиций (ЭКСПАР). На его базе сформирован Центр кредитно-страховой поддержки экспорта, в 2015 г. утверждена его долгосрочная стратегия развития, создана сеть региональных отделений. Получателями услуг ЭКСПАР может быть как российский экспортер, так и иностранный покупатель российской продукции или его банк. Сумма экспортного контракта должна составлять не менее 2 млн долл. или эквивалента данной суммы в российских рублях или евро. В рамках страхования по линии ЭКСПАР экспортные поставки российской продукции осуществлялись в страны Европы (Испания), Латинской Америки (Куба, Колумбия), Азии (Вьетнам, Индия, Китай) и бывшего СССР (Абхазия, Украина, Беларусь). По данным на конец 2016 г., ЭКСПАР заключил 233 договора о страховании и перестраховании на 6.67 млрд долл.³

После объединения ЭКСПАР, РЭЦ и Росэксимбанка в единую Группу РЭЦ возможности новой структуры по оказанию поддержки экспортерам расширились. Она стала позиционировать себя как “единое окно” для работы с экспортерами в области финансовых и нефинансовых мер поддержки, включая взаимодействие с профильными министерствами и ведомствами на территории России и за рубежом. В 2016 г. поддержка РЭЦ экспортеров составила 8.9 млрд долл. по проектам в 88 странах. В шести странах (в СНГ и Аргентине) Центр открыл свои постоянные представительства, намечено создать еще 45. Вместе с тем, как и другие институты, РЭЦ оказывает поддержку предприятиям крупного бизнеса. В 2016 г. ключевыми объектами софинансирования были Объединенная вагоностроительная компания (ОВК) — поставка железнодорожного подвижного состава в Иран, Ростсельмаш — экспорт сельскохозяйственных машин в страны Балтии, компания “Синара” и КАМАЗ — поставки грузовиков на Кубу, ОАО “Ямал” — экспорт сжиженного природного газа (СПГ) [12].

Расширить масштабы кредитования отечественного экспорта, улучшить его условия призван еще один инструмент государственной поддержки — возмещение части процентных ставок по экспортным кредитам российских кредитных организаций. Оператором по этим операциям назначен РЭЦ, который получает из федерального бюджета средства на цели субсидирования процентных ставок по экспортным кредитам, предоставляемым коммерческими банками. На возмещение могут претендовать

³ Available at: <https://www.exportcenter.ru>

организации-экспортеры при соблюдении ряда условий. Главное — устойчивая деятельность предприятия по экспорту промышленной продукции в течение не менее 3 лет. При привлечении кредита в российских рублях возмещение осуществляется из расчета 2/3 произведенных затрат на уплату процентов по кредиту при условии, что процентная ставка по кредиту меньше или равна ставке рефинансирования ЦБ РФ, действующей на дату последней уплаты процентов. Этот пункт безусловно важен в условиях сохраняющейся дороговизны кредитов на российском рынке.

Как показывает практика, наличие институтов поддержки экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью пока не обеспечивает заметных сдвигов в структуре российских экспортных поставок и роста экспорта готовой продукции. Размеры поддержки невелики, а ее эффективное применение упирается в большое количество ограничений и трудностей ее получения для малых и средних предприятий. Максимальная сумма 3 млрд долл. на цели поддержки экспортеров была направлена в 2009 г., однако дальше рост ассигнований практически прекратился, а в 2015–2016 гг. снизился почти на треть. Страховые обязательства Агентства обеспечены государственной гарантией РФ на сумму 10 млрд долл. на срок до 31 декабря 2032 г. Это слишком мало по сравнению с масштабами отечественной экономики и не покрывает потребностей потенциальных экспортеров готовой продукции. По объему предоставленных гарантий и страховок Россия уступала Китаю в 460 раз, Бразилии — в 185 раз, Индии — в 97 раз [12].

Большая роль в деле содействия развитию экспорта отводится торговым представительствам РФ за рубежом, сохранившимся со времен СССР, и новым образованиям — зарубежным представительствам РЭЦ. В отличие от аналогичных структур других стран отечественные не только не имеют финансовой самостоятельности, но и находятся под полным государственным контролем, крайне ограничены в средствах и несамостоятельны. Они не имеют реальной возможности оказывать поддержку конкретному экспортеру, особенно из числа МСП, не обладающего ни знаниями, ни ресурсами для работы на внешнем рынке. Характерные функции зарубежных представительств других стран — оказание помощи в регистрации патентов, товарных знаков, участие в выставке, сертификации продукции, предоставление склада или офиса и т.д. в нашем случае невозможны.

Представляется, что основной вектор развития системы поддержки несырьевого экспорта правительство видит в укреплении имеющихся и создании дополнительных институтов, а также

индикаторов. Например, предлагается ввести такие показатели, как экспортная несырьевая квота (ЭНК) и индекс предпринимательской уверенности экспортеров (ИПУЭ). Однако введение еще одного показателя отчетности для бизнеса, и так перегруженного различного рода бюрократическими требованиями, наряду с предлагаемой достройкой действующей системы институтов поддержки экспорта вряд ли исправит положение.

В начале 2017 г. запущен еще один механизм содействия экспортерам из регионов. Распоряжением от 31 января 2017 г. № 147-р утверждены 12 целевых моделей упрощения процедур ведения бизнеса и повышения инвестиционной привлекательности субъектов Федерации (упрощение процедур получения разрешения на строительство и территориальное планирование, регистрации права собственности на земельные участки и объекты недвижимого имущества, постановки на кадастровый учет земельных участков и объектов недвижимого имущества, технологического присоединения к электро- и газораспределительным сетям. Однако документ носит слишком декларативный характер, исполнителями назначены до сих пор слабо проявившие себя Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства (Корпорация МСП), Фонд развития промышленности (ФГАУ РФТР), Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов, Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, ЭКСАР и РЭЦ⁴. В настоящее время в недрах Минэкономразвития начата работа над проектом комплексного плана действий российского правительства на 2017–2025 гг. Ответственных много, однако механизмы реализации программ не проработаны и не в силах противостоять произволу и коррупции на местах, с которыми нередко сталкиваются предприниматели.

В целом приходится констатировать, что отечественная система поддержки экспорта создана главным образом на основе указаний “сверху”, а не стимулирования инициативы снизу. Соответственно, ей свойственны многие пороки централизованной иерархии.

* * *

После начавшегося в 2014 г. падения мировых цен на энергоносители и другие сырьевые товары в структуре российского экспорта отмечаются небольшие сдвиги в сторону увеличения доли несырьевых нетопливных товаров (до 38.2% в 2016 г.). Однако это вызвано не столько ростом

⁴ Available at: <http://tpprf.ru/ru/business/gp>

несырьевого неэнергетического экспорта, сколько сокращением стоимости поставок топливных товаров. Рост доли несырьевого экспорта пока недостаточен для того, чтобы восполнить потери бюджета РФ от падения мировых цен на сырье.

Курс на создание новых и укрепление уже имеющих институтов поддержки ВЭД пока не дает позитивных результатов. Объемы финансового стимулирования потенциальных экспортеров невелики. О подлинной структурно-отраслевой переориентации экспорта при таком отношении не может быть и речи. Система поддержки экспорта нуждается в серьезном совершенствовании, но еще более насущно концептуальное изменение макроэкономической стратегии. Нельзя не согласиться с позицией А.Н. Спартака, который считает, что наиболее продуктивная экспортная идеология для России в современных условиях – это стратегии диверсификации, позволяющие эффективно сбалансировать множественные риски в мировой экономике и обеспечивающие оптимальное встраивание в разноплановые и в целом трудно прогнозируемые тенденции глобального развития [13, с. 12].

Как показывает мировой опыт, экспортное стимулирование эффективно, если является фактически завершающей стадией комплексной промышленной политики, нацеленной не столько на поддержку перспективных отраслей, сколько на создание комфортных условий для бизнеса

в целом (“горизонтальная промышленная политика”). Главным адресатом оказываемой господдержки по продвижению экспорта должны быть не столько крупные компании, особенно с госучастием, сколько малые и средние предприятия.

Российские регионы не принимают активного участия в разработке и проведении стратегии выхода на внешние рынки. В целях развития экспортного стимулирования на уровне отдельных регионов можно предложить такую меру, как сохранение всей выручки от дополнительного несырьевого экспорта в распоряжении местных компаний и региональных бюджетов. Политика стимулирования должна проводиться с ориентацией на требования рынка и экспортные возможности реального сектора. “Приземленным” проектам должно отдаваться предпочтение перед амбициозными (“престижными”) и уже в силу этого затратными.

У страны есть все необходимое, чтобы увеличить несырьевой экспорт. Даже при сохранении системных проблем российский экспортный комплекс имеет значительный мобилизационный и инновационный потенциал, позволяющий осуществлять экспансию в новые продуктовые ниши и зарубежные рынки. Для этого требуется, в том числе, критическое отношение к собственной практике и умелое использование зарубежного опыта в области стимулирования экспорта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

1. Спартак А.Н. Перестройка в российском экспорте. *Российский внешнеэкономический вестник*, 2017, № 4, сс. 3-13. [Spartak A.N. Perestroika v rossiiskom eksporte [Perestroika in the Russian export]. *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik*, 2017, no. 4, pp. 3-13.]
2. *Мониторинг экономической ситуации в России за 2016 г.* 2017, № 4. [Monitoring of the economic situation in Russia for 2016. 2017. no. 4 (In. Russ.)] Available at <http://www.ranepa.ru/uceniyy-issledov/strategii-i-doklady-2/monitoring-ekonomicheskoy-situatsii> (accessed 06.06.2017).
3. *Резервный фонд России в 2016 году сократился в 3.7 раза.* [Reserve Fund of Russia in 2016 decreased by 3.7 times (In Russ.)] Available at: <https://lenta.ru/news/2017/01/10/reservefund> (accessed 04.04.2017).
4. Спартак А.Н., Хохлов А.В. Совершенствование методологических подходов к анализу российского экспорта. *Российский внешнеэкономический вестник*, 2016, № 5, сс. 3-13. [Spartak A.N., Khokhlov A.V. Sovershenstvovanie metodologicheskikh podkhodov k analizu rossiiskogo eksporta [Improving methodological approaches to the analysis of Russian exports]. *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik*, 2016, no. 5, pp. 3-13.]
5. Cruz M. Do Export Promotion Agencies Promote New Exporters? *World Bank Group Policy Research Working Paper 7004*, August 2014. Available at: <http://documents.worldbank.org/curated/en/285261468016258810/pdf/WPS7004.pdf> (accessed 23.02.2017).
6. Lederman D., Olarreaga M., Payton L. Export Promotion Agencies – Do They Work? *Journal of Development Economics*, 2010, vol. 91, pp. 257-265. Available at: <http://www.parisschoolofeconomics.eu/docs/ydepot/semin/texte0809/OLA2008EXP.pdf> (accessed 02.02.2017).
7. Kang K. Overseas Network of Export Promotion Agency and Export Performance: The Korean Case. *Contemporary Economic Policy*, 2011 April, vol. 29, no. 2, pp. 274-283.
8. *Бюллетень социально-экономического кризиса России. Внешняя торговля: изменение структуры и динамики. Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации.* № 12, апрель 2016. [Bulletin of the socio-economic crisis in

- Russia. Foreign trade changes in structure and dynamics. Analytical Center under the Government of the Russian Federation. No. 12, April 2016 (In Russ.)] Available at: <http://www.ac.gov.ru/files/publication/a/8884.pdf> (accessed 23.03.2017).
9. Оболенский В. Внешнеэкономическая повестка: продолжение спада. *Российский внешнеэкономический вестник*, 2017, № 5, сс. 19-26. [Obolenskiy V. Vneshneekonomicheskaya povestka: prodolzhenie spada [Foreign economic agenda: continuation of decline]. *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik*, 2017, no. 5, pp. 19-26.]
 10. Кнобель А., Фиранчук А. Внешняя торговля в 2016 г.: стабилизация экспорта и импорта. *Мониторинг экономической ситуации в России: тенденции и вызовы социально-экономического развития*. 2017, № 4. [Knobel' A., Firanchuk A. Vneshnyaya trgovlya v 2016 g.: stabilizatsiya eksporta i importa. [Foreign trade in 2016: stabilization of exports and imports]. *Monitoring ekonomicheskoi situatsii v Rossii: tendentsii i vyzovy social'no-ekonomicheskogo razvitiya* [Monitoring of the economic situation in Russia: trends and challenges of socio-economic development]. 2017, no. 4] Available at: http://www.ranepa.ru/images/docs/monitoring/2017_4-42_March.pdf (accessed 06.06.2017).
 11. *Российский несырьевой экспорт: перспективы до 2030 г.* [Russian non-commodity exports: prospects to 2030 (In Russ.)] Available at: <http://ved55.ru/file/news/file/MicrosoftWord4.pdf> (accessed 02.04.2017).
 12. Шуйский В.П. Совершенствование системы поддержки экспорта в России. *Российский внешнеэкономический вестник*, 2012, № 9, сс. 35-48. [Shuiskii V.P. Sovershenstvovanie sistemy podderzhki eksporta v Rossii [Perfection of the system of export support in Russia]. *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik*, 2012, no. 9, pp. 35-48.]
 13. Спартак А.Н. Возможности российской экспортной экспансии и ее государственной поддержки. *Российский внешнеэкономический вестник*, 2017, № 5, сс. 3-18. [Spartak A.N. Vozmozhnosti rossiiskoi eksportnoi ekspansii i ee gosudarstvennoi podderzhki [Opportunities of Russian foreign trade and its state support]. *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik*, 2017, no. 5, pp. 3-18.]

**NON-PRIMERY EXPORT PROMOTION:
INTERNATIONAL EXPERIENCE AND RUSSIAN PRACTICE**

(*World Economy and International Relations*, 2018, vol. 62, no. 5, pp. 72-79)

Received 30.06.2017.

*Galina V. KUZNETSOVA (gkuznet3@gmail.com),
Plekhanov Economic University, 36, Stremyanny Per. Moscow, 117997, Russian Federation;
Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, 82, Str.1, Prosp. Vernadskogo,
119571, Moscow, Russian Federation.*

*Leonid I. TSEDILIN (lcedilin@yandex.ru),
Institute of Economics of the Russian Academy of Science, 32c, Nakhimovskii Prosp., 117218, Moscow,
Russian Federation.*

One of the central tasks of the government policy in Russia is the search for the ways of limiting the dependency of the economy on the international commodity prices. Recently a number of steps were taken in the directions comparable to the international practices, at least at a first glance. A number of governmental documents concerning the support of exports from Russia were recently adopted or are currently under development. They stress the imperative to achieve a qualitative shift in the composition of national exports in mid-term through an increase of the share of value-added products. The article analyses the measures of stimulating the non-raw-material export which are actively used internationally and looks at the Russian experience in this field. A special focus is made on the functioning of the Russian institutions created for the purpose. It is agreed that their effectiveness is demonstrably lower than in comparable Western cases. The main reasons include the insufficient volume of financing of the export of finished products and the narrow range of Russian exporters of such products. Currently, the organizational measures are focused on the support of large businesses which have enough resources to enter the international markets on its own. At the same time, there is an obvious lack of stimulus provided to the small and medium enterprises. The authors point at the weaknesses of the Russian trade representative offices abroad. The insufficiency of the existing export promotion measures results in slow structural changes in the Russian export. The authors stress that the competitive of Russian export strategy should be founded on the best international practices adapted to local peculiarities. Principally, the country has everything that is needed to boost the non-raw-materials exports. The Russian exporting industries have significant potential for mobilization and innovations and can expand into new niches on the international market. This requires, among other things, a critical reconsideration of the existing practices and a skilled application of international experience. Besides an increase of the financial support, especially for small and medium businesses, it is needed to create effective instruments of coordination, monitoring and control of the trade representative offices functioning abroad.

Keywords: state policy, export promotion institutions, end-products exports, trade structure, non-commodity exports, Russia.

About authors:

Galina V. KUZNETSOVA, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor.

Leonid I. TSEDILIN, Cand. Sci. (Econ.), Senior Researcher.

DOI: 10.20542/0131-2227-2018-62-5-72-79