



А. А. Мальцев

Институт экономики УрО РАН, г. Екатеринбург, Российская Федерация
<http://orcid.org/0000-0002-3774-6311>; e-mail: maltsevaa@list.ru

Экспортная альтернатива для среднего промышленного бизнеса Урала¹

Развитие несырьевого экспорта неразрывно связано с динамикой среднего бизнеса. Эта связь объединяет две важнейшие задачи, стоящие перед экономикой Российской Федерации и зафиксированные в национальных проектах. В статье предпринимается попытка на материале субъектов Уральского региона исследовать экспортный потенциал промышленных предприятий — представителей среднего бизнеса, в частности, определить структуру прослойки компаний-экспортеров и прояснить точку зрения экспортеров на действующую систему государственной поддержки экспорта. В исследовании задействован методический аппарат создания и работы с первичной эмпирической информацией. На первом этапе формировалась информационная база средних промышленных предприятий семи субъектов Уральского региона (Свердловской, Челябинской, Оренбургской, Курганской областей, Пермского края, Республики Башкортостан и Удмуртской Республики). Информационной базой выступили данные СПАРК-Интерфакс, материалы открытой печати, годовая отчетность предприятий, а также результаты специальных запросов на предприятия. На втором этапе проведено сплошное анкетирование средних предприятий промышленности семи субъектов Урала. Выявлено, что 15 % средних промышленных предприятий Урала являются экспортерами. При этом вклад среднего промышленного бизнеса в экспорт регионов оказался сопоставим со среднероссийским показателем, а в двух регионах оказался даже выше. Установлено несоответствие позиций средних предприятий-экспортеров и не-экспортеров по наиболее важным инструментам поддержки — от необходимости облегчения общего налогового бремени для действующих экспортеров до обеспечения информационной поддержки для не имеющих опыта экспорта. Наиболее востребованные меры поддержки заключаются в создании общих условий реализации экспортных возможностей — обеспечение стабильности законодательства и администрирования, реализация проактивной государственной политики по отношению к среднему бизнесу. Результаты исследования могут быть использованы при разработке и/или корректировке региональных программ поддержки несырьевого экспорта средних предприятий. Дальнейшее изучение сегмента несырьевых экспортеров из числа средних предприятий потребует усилий по разворачиванию мониторингового исследования и регулярного репрезентативного опроса.

Ключевые слова: экспорт, Уральский регион, средний бизнес, промышленность, государственная поддержка экспорта, опрос экспортеров, инструменты поддержки экспорта, средние промышленные предприятия, промышленный экспорт, малый бизнес, средний бизнес

Для цитирования: Мальцев А. А. Экспортная альтернатива для среднего промышленного бизнеса Урала // Экономика региона. 2020. Т. 16., вып. 3. С. 975-988. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2020-3-23>

¹ © Мальцев А. А. Текст. 2020.

Andrey A. Maltsev

Institute of Economics of the Ural Branch of RAS, Ekaterinburg, Russian Federation
<http://orcid.org/0000-0002-3774-6311>, e-mail: maltsevaa@list.ru

Export Performance of the Medium-Sized Industrial Business in the Urals

The development of non-resource exports is closely linked to the dynamics of medium-sized enterprises. This relationship comprises two strategic goals of Russian economic development stated in the national projects. Based on the data of the entities of the Ural region, the paper analyses the export potential of medium-sized industrial enterprises. In particular, the study examines the structure of the exporting business and clarify how the exporters estimate the state policy supporting non-resource exports. To collect and study data, I used various empirical tools. First, I compiled database of medium-sized industrial enterprises from seven Ural regions (Sverdlovsk, Chelyabinsk, Orenburg, and Kurgan Oblasts; Perm Krai; the Republic of Bashkortostan, and the Udmurt Republic). The sources for this database were SPARK-Interfax, open press, annual reports, and results of special queries. Second, the conducted survey of the Ural medium-sized industrial enterprises revealed that 15 % of them are exporters. Simultaneously, the contribution of medium-sized industrial enterprises to regional exports is consistent with the average Russian values; in two regions, this indicator is even higher than the average. The study revealed the difference in the estimations of the important state support measures between medium-sized exporters and non-exporters. While the established exporters choose the reduction of the tax burden as the most important measures, non-exporters prefer information support. However, the most demanded is to create general conditions for exports, ensure the stability of legal and administrative regulations, and implement proactive state policies supporting medium-sized enterprises. The research results can be used for creating and/or updating available regional support programmes for non-resource export of medium-sized enterprises. Further research in this field of non-resource exporters requires monitoring study and regular representative surveys.

Keywords: exports, the Ural region, medium-sized enterprises, industry, state support for exports, survey of exporters, measures of state support for exports, medium-sized manufacturing enterprises, industrial exports, small enterprises, medium-sized enterprises

For citation: Maltsev, A. A. (2020). Export Alternative for Medium-sized Manufacturing Enterprises of the Ural. *Ekonomika regiona [Economy of region]*, 16(3), 975-988, <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2020-3-23>

Введение

Экспорт, как известно, является одним из важных двигателей хозяйственной активности. Так, по итогам 2018 г. экспорт внес наибольший абсолютный вклад в рост ВВП Российской Федерации (после роста потребительских расходов домашних хозяйств)¹. К сожалению, с кризиса 2014–2015 гг. объем российского экспорта стабильно падал, правда, чуть поднялся в 2018 г., но сумел показать только 85,3 % уровня лучшего для себя 2013 г.²

Очевидно, что ситуация в регионах страны будет во многом схожей. Например, в последние десятилетия в экспортном секторе уральской экономики негативные тенденции стали просто наслаиваться одна на другую. Во-первых, еще в 2000 г. на долю Урала приходилось 11,8 % суммарного экспорта РФ, а динамика зарубежных поставок превышала среднероссийскую. В 2010 г. доля Урала в общероссийском экспорте снизилась до 7,8 %, а к 2018 г. сократилась до 6,0 %. Такое представительство региона в сводном российском

итоге в 2000 г. «на двоих» обеспечивали экспортеры Свердловской области и Республики Башкортостан³.

Во-вторых, нисходящий тренд экспортного производства (в 2018 г. все уральские субъекты Федерации без исключения в качестве экспортеров показали снижение поставок относительно 2012 г. — лучшего для Урала года в этом плане) усугубило не просто обозначившееся, а реально состоявшееся «уплотнение» рядов экспортеров. Так, за 2015–2018 гг. удельный вес предприятий Группы УГМК в итоговом экспорте Свердловской области вырос с 13,3 % до 19,7 %, Группы ММК в Челябинской области — с 30,0 % до 36,5 %; «Уралкалия» в Пермском крае — с 45,8 % до 47,1 % в 2017 г. с незначительным «отступом» в 2018 г. до 42,4 %; «Уральской стали» в Оренбургской области — с 22,4 % до 31,1 %⁴. Такая моноэкспортная специализация, очевидно, не благоприятствует устойчивости экспортного сегмента экономики.

В-третьих, анализ товарной структуры экспорта Урала также говорит о необходимости

¹ Динамика и структура ВВП // Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики. 2019. № 48. С. 3.

² Рассчитано автором по данным сборника «Таможенная статистика внешней торговли Российской Федерации» за соответствующие годы.

³ Рассчитано автором по данным сборника «Регионы России. Социально-экономические показатели» за соответствующие годы.

⁴ Рассчитано автором по данным рейтингов экспортеров Урала и Сибири за соответствующие годы.

сти принятия комплекса мер по выправлению складывающейся ситуации. Речь, понятно, идет не об отказе от профильных позиций экспортной специализации региона — металлов и топливно-энергетической продукции. Хотя нельзя не обратить внимание на то, что за 2010–2017 гг. ТЭК и металлургия суммарно уменьшили экспортные отгрузки с 20,2 млрд долл. до 14,4 млрд долл. США, предопределив итоговое сворачивание экспорта региона с 30,9 до 24,0 млрд долл. США.¹ Доля машин и оборудования в уральском экспорте за 2010–2017 гг. увеличилась с 7,9 % до 10,4 %, но в абсолютных показателях машиностроительный экспорт региона за 2010-е гг. потерял 221,2 млн долл. США, при этом флагман отрасли — Средний Урал — ровно 0,5 млрд долл. США. Сокращение экспорта химической и нефтехимической продукции Урала за 2010–2017 гг. на 1 млрд долл. США² только утяжелило ситуацию в этом плане.

Предлагаем взглянуть на рассматриваемую проблему с другой стороны и попробовать оценить перспективы ее решения вовлечением в экспортную деятельность новых предприятий, прежде всего, несырьевой специализации. Общая характеристика сложившейся здесь ситуации выглядит следующим образом. На 6 млн юридических лиц, зарегистрированных в РФ, приходится 80 тыс. участников внешнеэкономической деятельности (чуть более 0,01 % общего числа хозяйствующих субъектов)³. Экспортеров в их составе втрое меньше — 27 тыс. [1]. Обращаться к крупному бизнесу здесь, наверное, не имеет смысла: все, кто мог (и хотел), уже освоились в экспортном поле. Малый и микробизнес периодически (учитывая высокую затратность экспортной деятельности и высоту порогов на входе) отмечают успешными выходами на внешние рынки. Однако речь при этом почти всегда идет о каких-то «нишевых» продуктах, интересных зарубежным потребителям, то есть прецедентности явления.

Остается обратить внимание на средний бизнес, который (в сравнении с малым) располагает большими возможностями в части реализации экспортных проектов. Понятно,

что и здесь не все однозначно, особенно в плане общего состояния материально-технической базы российской промышленности на современном этапе, обеспеченности кадровым составом. Кроме того, часть средних предприятий (СП) замыкается на крупные (КП) как поставщик сырья и полуфабрикатов (те же «второметы»), не помышляя об экспорте. Какие-то предприятия далеки от экспортных намерений, т. к. изначально создавались в целях удовлетворения внутреннего спроса, локально ограниченного радиусом перевозки готовой продукции (например, хлебозаводы, молкомбинаты, др.). Для предприятий ОПК (как КП, так и СП) действует свой строгий алгоритм выполнения возможных экспортных заказов.

Кроме того, приходится учитывать, что единственный доступный источник публичной информации о зарубежных поставках средних предприятий — ежегодные рейтинги крупнейших экспортеров Урала и Западной Сибири, с 2001 г. составляемые Аналитическим центром (АЦ) журнала «Эксперт». Вот только оценить масштабы вовлечения СП в экспортную деятельность по одному этому источнику невозможно. Рейтинги ограничены верхней сотней предприятий (плюс 40–50 подразделений федеральных холдингов в регионе). По данным за 2014–2018 гг. в них ежегодно попадали от 11 (2015 г.) до 19 (2017 г.) средних предприятий только уральской промышленности (без учета представителей Тюменской области). В нашем же впервые составленном рейтинге СП уральской промышленности (по итогам 2016 г.) [2] значилось 378 предприятий, в том числе 119 — машиностроения, 51 — черной и цветной металлургии, 35 — промышленности строительных материалов, 33 — химии и нефтехимии и пр. При совпадении ряда условий — как минимум, намерений и возможностей — внести вклад в активизацию экспортной деятельности в регионе могли более чем один-два десятка средних предприятий.

Однако справедливость нашей гипотезы о сочетаемости понятий «средний бизнес» и «экспорт» в конкретно российских условиях требовала экспериментальной проверки. Параллельно с прояснением намерений и возможностей СП в части организации или развития экспортного производства планировалось выявить узловые проблемы, им препятствующие, и наметить возможные пути их решения. Этим предопределялись цель, метод и задачи выполнявшегося нами исследования, основные результаты которого будут представлены в следующих разделах.

¹ Рассчитано автором по данным «Российского статистического ежегодника» за соответствующие годы.

² Рассчитано автором по данным сборника «Регионы России. Социально-экономические показатели» за соответствующие годы.

³ Кузнецова Е. ФТС. Мы планируем вести все процедуры в режиме онлайн. URL: <https://tass.ru/interviews/6164157> (дата обращения: 01.09.2019).

Средний бизнес и экспорт: проблемы концептуализации и теоретического осмысления

Прежде чем приступить к изложению основных полученных результатов, кратко обозначим канву сформировавшихся теоретических наработок по рассматриваемому вопросу в современной экономической литературе. Одновременно с этим проверим, работает ли наша гипотеза в практике ведущих развитых и развивающихся стран. Из-за ограниченности формата остановимся на концептуальной сути теоретических подходов к изучению различных типов средних предприятий в увязке с экспортной деятельностью.

За точку отсчета возьмем работу американского исследователя Д. Берча (1981 г.), в которой появился термин «газели» (*gazelle*) для обозначения быстро растущих компаний малого и среднего бизнеса, главным образом, инновационно ориентированных, обеспечивающих в развитых странах более 50 % регулярно создаваемых новых рабочих мест, но с незначительной долей в общем числе функционирующих в национальных экономиках фирм [3] (в зависимости от методик классификации — от 2–3 % до 15 %) [4]. В ходе дальнейших исследований Д. Берч с коллегами (1995 г.) из числа быстро растущих компаний выделили особую категорию «суперзвезд» (*superstars*), в которых на начало наблюдения насчитывалось 100 сотрудников или более [5]. В середине 2000-х гг. в ряде работ произошло обособление отдельной группы быстро растущих компаний, которые делают основной акцент на экспорт своей продукции, с присвоением им термина «глобальные газели» (*global gazelles*): основной объем выручки у них приходится на продажи за пределами внутренних рынков, темпы прироста выручки составляют 100 % и более на конец 4-го года наблюдения, при условии, что в первый год объем продаж составлял не менее 100 тыс. долл. США [6]. Практически одновременно ОЭСР (2008 г.) формализовал термин «газели» в определение «быстро растущие фирмы» (*high growing firms/ HGFs*): «компании со средним ежегодным приростом числа сотрудников или оборота более чем на 20 % в течение 3-летнего периода и более чем с 10 сотрудниками» [7]. Более того, опираясь на данные проводимых раз в 4 года исследований микроуровня бизнеса 17 стран ЕС, специалистам удалось доказать, что экспорт является важнейшим фактором (*a major factor*) динамичного развития *HGFs* [8], а драйвером их экспортной активности выступают инновации [9].

Впрочем, эксперты признают, что прямая зависимость между инновационностью, основанной на большей производительности, и принятием решения о выходе МСП на зарубежные рынки пока не установлена [10–12]. Можно считать доказанным, что инновационность продукта существенно увеличивает шансы на экспортные успехи малого и среднего бизнеса [9, 13, 14]. Однако аналогичной корреляции между инновационностью производства и склонностью к экспорту МСП до сих пор не выявлено, но высказывается предположение, что при этом упускается из виду то, что экспортная деятельность помогает МСБ стать более инновационным в долгосрочной перспективе в результате восприятия новых знаний и компетенций, накопленных в ходе исполнения экспортных контрактов [15, 12, 16].

Немецкий экономист Г. Симон в цикле работ, опубликованных в 1990–2010-х гг., выдвинул концепцию «скрытых чемпионов» (*hidden champions/ HCs*, в исходной немецкой версии — *mittlestand*, или «средний класс»), занимающих лидерские позиции на мировом рынке в узкоспециализированных нишах (не более 10–12 конкурентов), но практически не известных рядовым гражданам (не должны быть зарегистрированы на фондовых биржах). Кстати, *HCs* обеспечивают 25 % объема экспортной выручки Германии, но распространены не только в германоязычных странах [17].

Среднему бизнесу (*mid-market business/ MMB*) — компаниям с годовым оборотом от 30 млн ф. ст. до 500 млн ф. ст. — отводится ключевая роль (*lifeblood of modern economy*) в развитии британской экономики на современном этапе. За 2015–2020 гг. его вклад в ВВП страны, по оценкам, увеличится на 18 % (с 285 млрд ф. ст. до 335 млрд ф. ст.) против 8-процентного прироста (с 861 млрд ф. ст. до 928 млрд ф. ст.) крупных предприятий (*large business*) и 26-процентного сокращения (с 582 млрд ф. ст. до 428 млрд ф. ст.) доли малого бизнеса. В составе *MMB* отдельно выделяется сегмент *Brittelstand* — преимущественно семейные фирмы с годовым оборотом до 100 млн ф. ст., составляющие 1,8 % от общего числа компаний, но формирующие 16 % общей занятости. С наметившимся уменьшением зависимости СП от КП и по мере улучшения дел в мировой экономике главный тренд будущего развития СП Великобритании видится специалистам в освоении новых экспортных рынков с последо-

вательным наращиванием предложения им новых товаров и услуг¹.

Правда, в среде среднего предпринимательства ведущих западных стран в последние годы обозначился целый ряд проблем. Именно этим, например, объясняют одну из главных причин торможения немецкой экономики, т. к. экономические успехи Германии во многом предопределялись динамикой роста *Mittlestand*. В Канаде за 2006–2010 гг. общее количество средних предприятий (от 100 до 499 занятых) сократилось с 9370 до 7814, или на 17 %, в том числе обрабатывающий сектор (18 % всех СП) потерял (за 2001–2010 гг.) 1/2 состава (уменьшение численности сектора с 2807 до 1381 компании). При этом внимание государства — в силу многочисленности «класса» (55 % канадских фирм насчитывают менее 5 занятых, а 98 % — менее 100 чел.) — концентрируется на малых предприятиях. При том, что проблемы КП хорошо известны, СП, по оценке канадских специалистов, просто часто «пропадают с радаров» (*fall under the radar*) государственной политики². По этой же причине СП Великобритании, по образному сравнению ряда британских экспертов, стали в последнее время напоминать «забытую армию» (*forgotten army*), «обескровленную нехваткой боеприпасов, денежного довольствия и провианта»³. Видимо, неслучайно, все большую популярность набирает концепция «архимедовой точки опоры» (*Archimedian point*) — периода от 5 до 25 лет, в течение которого государство должно особенно активно помогать СП в развитии, «предоставляя различную финансовую поддержку..., а также оказывая персонализированное информационно-консультативное содействие» [18].

В отечественной практике⁴ категория «малые и средние предприятия» на субкатегории разбивается крайне редко. Впрочем, именно так агрегированно Минторг США, Eurostat,

Министерство промышленности Канады и др. оценивают, например, вклад МСП в национальный экспорт. Оценки, кстати, варьируют от 33 % в США, 34 % в среднем по ЕС, 40 % в Канаде до 60 % в Китае [19]. В Японии, где в 1999 г. в процессе переработки базового закона о МСП утверждена его новая роль (*Image of SMEs of Japan*) на XXI в. как «питомника (nursery) рыночной конкуренции, инноватора, сектора созидания привлекательных возможностей трудоустройства и развития локальных сообществ», за 1997–2016 гг. количество МСП, осуществляющих прямые экспортные отгрузки, увеличилось с 16,4 % до 21,4 % от их общего числа, а КП снизилось с 28,8 % до 26,4 %⁵. В России, для сравнения, на 3 тыс. предприятий МСП, выполняющих поставки товаров за рубеж, в 2014 г., по результатам исследования МСП-Банка, приходилось всего 0,3 % экспорта страны [19]. В 2017 г., по оценкам специалистов НИУ ВШЭ, субъекты малого и среднего предпринимательства нарастили свой вклад в суммарный российский экспорт до 6,5 %, при этом доля средних предприятий достигла 2,9 % [20, с. 17].

Вместе с тем принципиально важно, что в публикациях отечественных специалистов все активнее утверждается мысль, что среднее предпринимательство — «это достаточно серьезный бизнес, твердо стоящий на ногах, имеющий за спиной серьезные активы, многолетний опыт, наработанные бизнес-связи... Выясняется, что для них требуются принципиально иная госполитика, направления и системы поддержки — и для выработки такой политики следует предметно изучать эти разновидности бизнеса и разбираться в том, что и почему им нужно»⁶. Практическими наработками этот дискурс пока слабо подкреплен. Именно этими соображениями мы и руководствовались, инициировав наш проект.

Методика полевого исследования среднего бизнеса

В силу отсутствия открытой сводной информации об экспортной деятельности средних предприятий предстояло отработать методический аппарат для сбора и последующей об-

¹ Collection «Mid-Sized Businesses» from Department for Business, Energy and Industrial Strategy UK. URL: <https://www.gov.uk/government/collections/mid-sized-businesses> (дата обращения: 25.08.2019).

² Business Development Bank of Canada Study «What's Happened to Canada's Mid-Sized Firms» // BDC, 2013. URL: https://www.bdc.ca/en/documents/other/bdc_study_mid-sized_firms.pdf (дата обращения: 15.08.2019).

³ Groom B. British Mittlestand // The Financial Times. 2015. Oct., 1.

⁴ См., например, статистический сборник «Российский статистический ежегодник», где приводятся данные только по группе малых предприятий с выделением из их числа микропредприятий.

⁵ Small and Medium Enterprise Agency. (2019). White Paper on Small and Medium Enterprises in Japan (Summary). Retrieved from: https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2019/PDF/2019hakusyosummary_eng.pdf (date of access: 15.11.2019).

⁶ Розмирович С. МСП под микроскопом ученых. URL: stimul.online/articles/analytics/msp-pod-mikroskopom-uchenykh/ (дата обращения: 01.09.2019).

работки первичной эмпирической информации. Можно выделить следующие главные отправные точки в этом плане.

Первым шагом стала идентификация средних промышленных предприятий Урала в составе 7 субъектов: Свердловской, Челябинской, Оренбургской, Курганской областей, Пермского края, Республики Башкортостан и Удмуртской Республики. Информационной базой выступили данные системы профессионального анализа рынков и компаний «СПАРК-Интерфакс», материалы открытой печати и годовая отчетность предприятий. Первоначальный список рассылки составлялся по данным 2016 г., ввиду того, что отчетность за 2017 г. в «СПАРК-Интерфакс» еще на декабрь 2018 г. значилась не по всем предприятиям. По мере уточнения и появления отчетности предприятий за 2017–2018 гг. список корректировался. В итоговую версию рассылки вошли 383 СПП Урала. К средним предприятиям отнесены компании с годовой реализацией от 800 млн руб. до 2000 млн руб. без НДС (согласно постановлению Правительства РФ от 13 июля 2015 г. № 702). Выборка промышленных предприятий осуществлялась по действующему классификатору ОКВЭД по двум разделам: раздел В «Добыча полезных ископаемых» и раздел С «Обрабатывающие производства», всего 12 отраслей.

Параллельно разрабатывался макет анкеты для рассылки предприятиям, вошедшим в выборку. Ее структура и наполнение (состав вопросов) корректировались с учетом замечаний специалистов-практиков, которым макет высылался для предварительного ознакомления¹.

В январе — августе 2019 г. в несколько приемов осуществлялась рассылка запросов. В письме (с приложением анкеты) запрашивались данные о наличии и объемах экспортных отгрузок предприятия в 2012–2018 гг. Данные об экспортных поставках (как в случае наличия экспорта, так и при его отсутствии) представили 114 компаний. В сентябре 2019 г., после опубликования отчетности за 2018 г. в базе «СПАРК-Интерфакс», исходный список средних промышленных предприятий был перепроверен на предмет подтверждения статуса «среднего предприятия». В итоге в список средних промышленных предприятий Урала на 2018 г. вошли 334 СП, из них 51 подтвердили свой статус экспортера.

¹ С окончательной версией анкеты можно ознакомиться по ссылке: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdRFQ9ZlarwTOy4TKRSEo1cBlAJxMB8T3s4qVnnd1fGdbnKA/viewform?usp=sf_link.

В сентябре — декабре 2019 г. производилась обработка полученных табличного материала и анкет. Принципиально важно, что целевая аудитория анкетирования включала действующих и потенциальных экспортеров из числа средних предприятий промышленного комплекса. Анкетирование проводилось в электронном виде в ресурсе Google Forms. Цель анкетирования — выявить ключевые проблемы, сдерживающие экспортную активность действующих экспортеров, перспективы выхода на экспортные рынки еще не осуществлявших экспорт предприятий; получить оценку СПП изменений условий для экспортной деятельности, опыта поддержки экспортной деятельности в течение последних 5 лет и ранжированную оценку наиболее важных направлений господдержки экспорта. Уровень отклика составил 30 % — всего получено 114 ответов. При этом получены ответы из всех 7 регионов и 12 отраслей промышленности. На 114 полученных ответов пришлось 87 заполненных анкет (76,3 % ответивших на наш запрос). Для обработки собранной эмпирической базы о средних несырьевых предприятиях Урала и результатов их анкетирования применялись статистические методы анализа данных.

Можно выделить три группы главных полученных результатов. Во-первых, впервые по критерию годовой экспортной выручки составлены конкретизированные по форме собственности, отраслевой принадлежности и производственной специализации рейтинги средних предприятий уральской промышленности. В общей сложности подготовлено 5 отдельных рейтингов в разверстке 2014–2018 гг.², основанных на полученной информации от предприятий и дополненных данными рейтингов журнала «Эксперт-Урал». Во-вторых, в результате обработки собранных 87 анкет удалось выявить главные болевые точки развития экспорта в оценке среднего бизнеса на современном этапе. При их обработке применялся метод послойного наложения систематизированных данных, когда сначала обсчитывались все представленные анкеты, далее — средних предприятий — экспортеров (СП-экспортеров), затем — также отдельно СП, только задумывающихся (планирующих заняться) об экспортной деятельности, после чего производилось аналитическое сравнение каждой страты. В-третьих, на этой основе конкретизировались предло-

² С составленными рейтингами можно ознакомиться по ссылке: <https://drive.google.com/drive/folders/1V81CIHldLDjnOZ-600y-snOjekKjefH?usp=sharing>.

жения по корректировке мер государственной поддержки экспорта как на федеральном, так и на региональном уровне. При этом уточнена специфика наиболее востребованных мер государственной поддержки в отраслевом разрезе. Главные полученные результаты изложены ниже.

Средние промышленные предприятия — экспортеры Урала в динамике развития 2014–2018 гг.

На этапе 2014–2016 гг. количество СП-экспортеров уральской промышленности стабильно росло, увеличившись с 44 до 72 (табл. 1). Другими словами, практически каждое пятое среднее предприятие добывающего и обрабатывающего секторов индустрии Урала в середине 2010-х гг. занималось экспортным производством. Вместе с тем, за 2017–2018 гг. численный состав СП-экспортеров региона сократился практически на 1/3 (с 72 до 51). Сужение рядов СП-экспортеров, прежде всего, объясняется общим ухудшением положения дел в среде российского среднего предпринимательства (так, в реестре МСП, который ведет ФНС, в 2018 г. значилось 6,04 млн субъектов хозяйствования, а по итогам 8 месяцев 2019 г. — уже 5,84 млн [21]), затронувшим и Урал. За 2017–2018 гг. состав СП промышленности региона сократился с 378 в 2016 г. до 358 в 2017 г. и 334 в 2018 г., или на 11,6 %. Некоторым утешением может выступать то, что, например, за 2018 г. 19 СП-экспортеров из рейтинга-2017

перешли в разряд КП (возможно, не без участия фактора экспортных продаж), что позволило бы, как минимум, оставить количество СП-экспортеров уральской промышленности на уровне лучшего в анализируемом периоде 2016 г. Однако это не должно ослаблять настоятельную необходимости отдельного детального рассмотрения современной проблематики развития среднего предпринимательства в России.

В плане размещения СП-экспортеров по регионам Урала никаких принципиальных изменений за 2014–2018 гг. не произошло. Половина от их общего числа стабильно концентрируется в двух регионах — Свердловской и Челябинской областях. Характерно, что количество экспортеров среди СП прямо коррелирует с численностью средних предприятий. Так, в 2014 г. на Свердловскую, Челябинскую области, Республику Башкортостан и Пермский край приходилось 82 % состава СП на Урале и 88,6 % всех СП-экспортеров промышленности региона, а в 2018 г. — 81,2 % и 84,2 % соответственно. Анализ стоимостных итогов экспорта СП уральских регионов подтверждает сложившееся статус-кво. За 2014–2018 гг. четверка регионов-лидеров лишь немного ослабила свои позиции: с 93,2 % до 85,8 % суммарного итога.

Отраслевой разрез СП-экспортеров Урала за рассматриваемое пятилетие не изменился (табл. 2). Тройка лидеров — машиностроение

Таблица 1

Распределение средних предприятий по регионам Урала в 2014–2018 гг., ед.*

Table 1

Regional distribution of medium-sized enterprises in the Ural, units

Регион	2014		2015		2016		2017		2018	
	Всего	в т. ч. экспортеры								
Урал, всего	300	44	345	51	378	72	358	59	334	51
в том числе										
Свердловская область	86	12	94	18	106	24	90	19	94	17
Челябинская область	58	12	70	11	71	14	74	10	66	9
Республика Башкортостан	46	5	55	4	69	10	69	11	63	9
Пермский край	56	10	64	11	61	12	54	10	49	8
Оренбургская область	20	1	31	2	32	5	28	3	25	3
Удмуртская республика	23	4	24	5	29	6	30	6	26	5
Курганская область	11	-	7	-	10	1	13	-	11	-

* Составлено автором по материалам СПАРК и результатам анкетирования средних предприятий промышленности Урала в 2019 г.

Изменение отраслевой структуры среднего бизнеса уральской промышленности в 2014–2018 гг., ед.*

Changes in the sectoral structure of the Ural medium-sized manufacturing enterprises in 2014–2018, units

Отрасль	Значения показателей изменения отраслевой структуры среднего бизнеса по годам									
	2014		2015		2016		2017		2018	
	Всего	в т. ч. экспортеры	Всего	в т. ч. экспортеры	Всего	в т. ч. экспортеры	Всего	в т. ч. экспортеры	Всего	в т. ч. экспортеры
Всего,	300	44	345	51	378	72	358	59	334	51
в том числе										
нефтедобывающая	21	1	25	2	26	3	21	3	20	1
нефтеперерабатывающая	1	—	1	—	2	1	1	—	4	1
газоперерабатывающая	—	—	—	—	2	1	3	2	—	—
угольная	1	—	1	—	1	—	1	—	—	—
черная металлургия	22	2	25	1	31	3	27	1	19	1
цветная металлургия	15	1	17	2	20	3	16	2	11	1
химическая и нефтехимическая	23	6	38	9	33	10	31	11	26	11
машиностроение и металлообработка	92	15	98	17	119	24	111	20	100	15
ремонт машин и оборудования	13	—	12	—	16	—	17	—	17	—
промышленность металлоконструкций	11	3	10	4	13	4	21	3	18	3
лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная	11	6	13	7	13	7	16	8	16	7
промышленность строительных материалов	33	4	33	2	35	5	35	3	34	4
стеклянная и фарфоро-фаянсовая промышленность	2	1	1	1	1	1	—	—	1	—
легкая	2	—	6	—	4	—	3	—	3	—
пищевая	49	4	60	4	58	7	50	4	58	6
комбикормовая	2	—	2	—	1	—	1	—	1	—
медицинская	2	1	3	2	3	3	4	2	6	1

* Составлено автором по результатам анкетирования средних предприятий промышленности Урала в 2019 г.

и металлообработка, химия и нефтехимия, лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность — стабильно, даже несмотря на ротацию рядов, удерживает за собой 2/3 (61,3 % в 2014 г. и 64,7 % в 2018 г.) мест в списке экспортеров среднего промышленного бизнеса региона. Две отрасли — химия и пищевая промышленность — смогли почти вдвое нарастить количество предприятий, отгружающих свою продукцию за рубеж. И это при том, что ряд хозяйствующих субъектов указанных отраслей, практикующих (по данным открытых источников) экспортные поставки, соответствующей отчетностью поделить не посчитал возможным. В целом, за 2014–2018 гг. средний объем экспортных поставок

в расчете на 1 СП промышленности Урала подрос на скромные 5,9 %. Правда, в долларовом эквиваленте произошло едва ли не двукратное снижение с 5,8 млн до 3,8 млн долл. США.

Негативный общеэкономический фон отрицательно сказался на показателе среднегодовой экспортной отгрузки. В расчете на 1 СП из топ-50 рейтинга пик (одновременно, напомним, и количества СП-экспортеров) пройден в 2016 г. (304,3 млн руб.) За 2017–2018 гг. его высота снизилась на 1/4 до уровня 236,5 млн руб., установившись фактически на отметке 2014 г. Зато укрепились позиции лидеров. С 802,2 млн руб. в 2014 г. средний для топ-5 годового рейтинга объем экспорта возрос до 917,6 млн руб. в 2016 г. и 922,3

млн руб. в 2018 г. Данная тенденция фактически повторяет положение дел в общероссийском экспорте. Если в 2016 г. на пятерку лидеров в РФ по объему экспортных поставок («Роснефть», «Газпром», «ЛУКОЙЛ», «Сургутнефтегаз» и «Русал») приходилось 38,9 % от сводного по стране итога, то в 2018 г. — уже 48,4 % (только место «Русала» заняла «Татнефть») [22, 23].

СП — лидеры уральского экспорта подтвердили аксиоматичность еще одной закономерности, присущей флагманскому отряду российских экспортеров и заключающейся в первостепенной значимости данного вида деятельности для их экономики. Первая десятка СП региона с наибольшей долей экспортной выручки в общем объеме реализации за 2018 г. повторяет топ-10 уральского экспорта СП с небольшой корректировкой по занимаемым местам. При этом из этих десяти предприятий у девяти доля поступлений от экспорта в годовой выручке за 2014–2018 гг. вы-

росла. Впрочем, у единственного исключения в этом ряду — «Оренбургского радиатора» — 1-процентное отступление (с 32,7 % в 2014 г. до 31,8 % в 2018 г.) можно признать едва уловимым. Двухзначную долю экспорта в годовой выручке за 2018 г. смогли набрать в общей сложности 25 СП уральской промышленности.

В целом же по всем 51 СП из рейтинга за 2018 г. экспортная емкость производства за анализируемый период (или в сравнении с первой в этом 5-летнем цикле экспортной реализацией) возросла у 28 СП, но снизилась в 23 других случаях. При общеизвестных сложностях, испытываемых экспортным сектором российской экономики в последние годы, доля СП в уральском экспорте (даже с поправкой на известную неполноту собранных нами сведений) остается стабильной, варьируясь от 2,2 % в Свердловской области до 4,2 % в Оренбургской области (по итогам 2018 г.). Исключение составила Курганская область, где в 2018 г. (по собранным нами материалам

Таблица 3

Средние предприятия Урала — лидеры по доле экспортной выручки в годовой реализации, 2018 г.*

Table 3

Medium-sized enterprises of the Ural that are leaders in terms of the share of export revenues in annual sales, 2018

Предприятие	Регион	Отрасль	Доля экспортной выручки, %	Экспорт, млн руб.	Место в рейтинге СП-экспортеров
«ЭКО-Групп» (г. Екатеринбург)	Свердловская область	лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная	73,1	942,5	3
«КО-Тимбер» (г. Пермь)	Пермский край	лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная	72,2	1076,7	2
«Новохром» (г. Новотроицк)	Оренбургская область	химическая и нефтехимическая	58,3	623,2	6
«Сигма» (г. Копейск)	Челябинская область	пищевая	55,8	864,4	4
Кушвинский завод прокатных валков (г. Кушва)	Свердловская область	машиностроение и металлообработка	54,4	1086,2	1
«Туймазытехуглерод» (г. Туймазы)	Республика Башкортостан	химическая и нефтехимическая	49,7	530,5	7
«Лестех» (Алапаевский район, пос. Верхняя Синячиха)	Свердловская область	лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная	46,0	637,8	5
Производственная фирма «Сокол» (г. Краснокамск)	Пермский край	машиностроение и металлообработка	33,8	304,1	10
«Оренбургский радиатор» (г. Оренбург)	Оренбургская область	машиностроение и металлообработка	31,8	526,6	8
Лысьвенский завод эмалированной посуды (г. Лысьва)	Пермский край	промышленность металлоконструкций	23,7	350,4	9

* Составлено автором по результатам анкетирования средних предприятий промышленности Урала в 2019 г.

и данным рейтинга журнала «Эксперт-Урал») не оказалось ни одного СПП-экспортера.

Проблемы развития экспорта в оценке среднего бизнеса уральской промышленности

В центре внимания предлагаемой анкеты — выявление проблемных зон и препятствий для развития или начала экспортной деятельности средних предприятий. Дизайн анкеты подразумевал ранжирование по степени значимости выбранного варианта для предприятия. В ряде случаев один и тот же ранг можно было присвоить нескольким вариантам ответа, также была доступна опция «другое».

Половину заполненных анкет (46 из 87) представили предприятия Свердловской (27) и Челябинской области (19), что полностью согласуется с их доминированием в общем массиве средних предприятий промышленности Урала (160 из 334 в 2018 г.). По количеству ответов за ними следуют Пермский край — 17, Республика Башкортостан — 12, Удмуртская Республика — 7, Оренбургская область — 3 и Курганская область — 2. Отраслевой разрез полученных анкет практически дублирует отраслевую структуру СП уральской промышленности. На 4 отрасли — машиностроение, пищевую, промышленность строительных материалов и химию с нефтехимией — приходится 2/3 всех СП (при доминанте машиностроения — 100 из 334 СП в 2018 г.). Предприятия этих же отраслей составили почти 3/4 (63 из 87, или 72,4 %) от общего количества ответов.

Анкетирование показало, что 2/3 (56 из 87) ответивших средних предприятий регулярно — ежегодно на протяжении 2012–2018 гг. — осуществляли экспортные поставки. В общей сложности набралось 68 анкет, в которых предприятия отметили, что хотя бы раз за 2012–2018 гг. отгружали продукцию за рубеж. Правда, не все из них смогли представить экспортную статистику (где-то сказались запреты управляющей компании, где-то — чисто технические трудности с уточнением архивных данных и пр.).

Показательно, что больше половины всех респондентов (55,3 %, а среди имеющих опыт экспортных поставок — 67,2 %) позитивно оценили наличие у себя возможностей и ресурсов для ведения экспортной деятельности. Еще почти в 1/4 (23,5 %) ответов подтверждается наличие перспектив для выхода на зарубежные рынки, но фиксируется нехватка ресурсов. В принципе, из ранее осуществлявших экспортные отгрузки предприятий только одно

посчитало их экономически неоправданными. Всего набралось 9 предприятий, присоединившихся к этой точке зрения (10,6 % от числа ответивших на данный вопрос). Даже среди предприятий, ранее не занимавшихся экспортом, где 42,1 % считают его экономически нецелесообразным, каждое шестое пусть не видит пока возможностей для самореализации на этом поле, но активно их ищет. Кстати, первый мониторинг инвестиционного климата Свердловской области («Инвестбарометр»), проведенный АЦ «Эксперт» в 2019 г., в выборку которого попали 600 субъектов МСП, подтвердил наши выводы, зафиксировав общую позитивную оценку перспектив собственного бизнеса малыми и средними предприятиями Среднего Урала [24].

В оценке изменений условий для экспортной деятельности, произошедших за последние 5 лет, имеет смысл, прежде всего, в плане возможных перспектив ее активизации, прислушаться к мнению обладающих практическим опытом в этой сфере хозяйствования СП-экспортеров, а не оперировать усредненными данными. Выяснилось, что ни одна из предложенных вариаций ответа (оценка изменений в сфере таможенного, валютного, налогового, нетарифного регулирования) у СП-экспортеров в итоге не смогла набрать положительных откликов больше, чем нейтральных или негативных. Изменения таможенного администрирования получили максимальные 41,2 % позитивных оценок, валютного — 36,8 %, налогового и нетарифного — минимальные 22,1 % и 20,6 % соответственно.

Главным препятствием выходу на экспорт своего предприятия 34,5 % опрошенных (36,8 % СП-экспортеров) назвали высокую конкуренцию на зарубежных рынках. Если к этому итогу приплюсовать 12,6 % (среди СП-экспортеров — 14,7 %) голосов, дополнительно выделивших нерыночное противодействие отечественной продукции на этих же рынках, то получится, что основные ограничения экспортной активности среднего бизнеса практически поровну разделились между эндо- и экзогенными факторами. При этом внутренние барьеры к выходу на мировой рынок, в свою очередь, сгруппировались в два блока: менее обременительные в оценке бизнеса, по большей части, внутривыпускного характера, и наиболее остро отражающиеся на экспортных намерениях особенности взаимодействия с государством на современном этапе. В первый их них вошли, в частности, нехватка квалифицированных кадров ра-

бочих специальностей (только 2,3 % заполнивших анкету отнесли данное обстоятельство к категории наиболее значимых для себя препятствий), нехватка собственных производственных мощностей» (4,6 %), отсутствие / нехватка специалистов в области внешнеэкономической деятельности (8,0 %). Наполнение второго (возьмем в расчет ответы только СП-экспортеров) составили декларативность государственной поддержки экспортеров из среднего бизнеса, недоступность / сложность в получении финансовой поддержки экспортных операций, отсутствие информации о возможном спросе на выпускаемую продукцию и технические сложности с выведением продукции на внешние рынки (все — по 13,2 %).

Говоря о взаимодействии государства и бизнеса в сфере экспорта, обратим внимание на следующее обстоятельство. Как выяснилось, 2/3 предприятий за весь анализируемый период ни разу не обращались за господдержкой. Правда, в то же время, по крайней мере 1/3 что-то знает о предоставляемых государством возможностях, так как 21,8 % от общего числа ответивших в 2012–2018 гг. помощь запрашивали несколько раз, 9 (10,3 %) — по разу, а 1 предприятие из 87 каждый год обращалось с этим вопросом в соответствующие госструктуры.

Понятно, что гораздо важнее не сами обращения, а их результативность. К сожалению, однозначно позитивно их оценили только 2 СП-экспортера и 2 предприятия, в будущем планирующих выйти со своей продукцией на внешние рынки. Совершенно очевидно, что данный вопрос требует отдельного глубокого анализа, причем с обеих сторон: проработанности заявок-обращений за господдержкой и адекватности реакции на них соответствующих госструктур.

Пока же ограничимся констатацией зафиксированного выше статус-кво и единственной ремаркой. Наверное, трудно рассчитывать на эффективность господдержки (не только экспортеров), работая преимущественно в режиме ожидания (выжидания), другими словами, «на прием» (заявок, конкурсной документации, пр.), и слабо, зачастую просто разовыми акциями, продвигая инициативы государства в бизнес-среду. Своего рода реперной точкой здесь может выступать тот факт, что у 85,5 % опрошенных предприятий в 2012–2018 гг. контактов с региональным министерством международных и внешнеэкономических связей вообще не было. Это, можно сказать, косвенное подтверждение со-

хранящейся актуальности слов академика А.И. Татаркина, утверждавшего, что «залогом успешности ... пространственного обустройства и развития Российской Федерации должно стать серьезное и системное повышение качества государственного управления на всех уровнях властной вертикали» [25].

На первое место по своей проблемности СП-экспортеры поставили необходимость облегчения общего налогового бремени среднего бизнеса (51,5 % ответивших), тогда как СП-неэкспортеры — льготы для инвестирования в производство (47,4 %)¹. В свою очередь, СП-экспортеры инвестльготе отвели второе место (48,5 %), а вот третьим оказалось стимулирование НИОКР (38,2 %). Среди СП-неэкспортеров вторую по остроте позицию (36,8 %) заняло субсидирование транспортно-логистических расходов при экспорте, тогда как прочие проблемные точки, за исключением компенсации расходов на выставочно-ярмарочную деятельность, что вполне объяснимо отсутствием практики выхода на внешние рынки, по своей актуальности для данной группы СП оказались практически равнозначны.

Эти данные отражают поведенческую специфику экспортеров-новичков, по крайней мере, их представление о наиболее проблемных зонах «на входе». Наименее же чувствительной из всего списка наибольших рискованных угроз внешнеэкономической деятельности СП-экспортеры находят проблему настройки механизмов взаимодействия СП и КП (16,2 %), а неэкспортеры — компенсацию расходов на выставочно-ярмарочную деятельность (15,8 %), что, в целом, достаточно адекватно характеризует их пребывание в разных весовых категориях. Экспортеры, можно предположить, смогли найти компенсацию контактам с крупным бизнесом в экспортных проектах, а неэкспортерам еще только предстоит оценить значимость выставок и ярмарок.

Заключение

Результаты проведенного исследования слоя экспортеров из числа средних промышленных предприятий, и особенно результаты впервые проведенного опроса этого сегмента компаний относительно эффективности программ поддержки экспорта позволяют сформулировать несколько направлений возможной

¹ Со сводными итогами анкетирования можно ознакомиться по ссылке: <https://drive.google.com/open?id=1fA1vmHlaMfSjzOsDht-cW7OKbPijUpX>.

корректировки и / или переосмысления политики поддержки экспортеров–представителей среднего бизнеса.

Во-первых, важно отталкиваться от того, что собственно экспортные инициативы должны исходить от непосредственно самого предприятия. Это потребует мобилизации усилий по всей цепочке шагов от наполнения сайта до наработки экспортных контактов и готовности поделиться с другими как опытом успешной экспортной экспансии, так и причинами ее сдерживания.

Во-вторых, в силу большей близости средних предприятий к региональным властям первая группа предложений связана именно с этим уровнем управления. Сфер приложения сил здесь просматривается множество — от отстраивания комплексной работы по разъяснению важности для региональной экономики экспортной деятельности среднего бизнеса, подготовки промышленных зон с инфраструктурными коммуникациями, изыскания в региональных бюджетах возможностей стимулирования наращивания несырьевого экспорта до налаживания информационной поддержки. При этом центр тяжести в работе соответствующих региональных структур, на наш взгляд, должен приходиться на аналитическое изучение имеющихся у региона в плане развития экспорта возможностей или, другими словами, отыскание новых экспортнопригодных ниш, а также обеспечение скоординированности

действий всех подразделений федерального и регионального подчинения, связанных с экспортной деятельностью предприятий, в целях отлаживания действенной системы сопровождения экспорта.

В-третьих, по известным причинам экспорт регламентируется нормами федерального законодательства. Как показывают данные полученных анкет и результаты личного общения с практиками уральской промышленности, от федерального центра бизнес ждет, в первую очередь, выверенных и стабильных правил игры на экспортном поле. В приложениях многих анкет, личных интервью автора с представителями средних предприятий практически рефреном звучала мысль: «Государство нас просто не замечает». Этот посыл подкрепляют приведенные данные анкетирования о востребованности здорового протекционизма, необходимости скорейшего смягчения кредитно-финансовой и перехода от жестко рестриктивной к инвестиции стимулирующей налоговой политике. Безусловно, можно посоветовать на то, что слой среднего промышленного предпринимательства в современной России пока слишком тонок, и на этом основании отодвинуть решение проблем его развития подальше. Однако это своеобразный мышечный корсет экономики, обеспечивающий ее общую устойчивость. Поэтому его общие успехи, в том числе в сфере экспорта, будут во многом предопределять рост экономики страны.

Список источников

1. Жога Г., Заякин С. Опись первого эшелона // Эксперт. 2017. № 43. С. 73.
2. Мальцев А. А., Мальцева В. А. Средние промышленные предприятия регионов Урала. Специфика развития и проблемы роста // Journal of New Economy. 2019. Т. 20, № 3. С. 65–82. DOI: 10.29141/2658–5081–2019–20–3–5.
3. Birch D. Who creates jobs? // Public Interest. 1981. Vol. 65, No. 3. P. 3–14.
4. Henrekson M., Johansson D. Gazelles as Job Creators: A Survey and Interpretation of the Evidence // Small Business Economics. 2010. Vol. 35, No. 2. P. 227–244.
5. Birch D., Haggerty A., Parsons W. Who's Creating Jobs? Cambridge, Mass. : Cognetics, 1997. 52 p.
6. Penny M. N. Financing Global Gazelles // Small Business Policy Branch, Industry Canada. Ottawa, 2006. 26 p.
7. OECD (2008) Measuring Entrepreneurship: A Digest of Indicators. OECD-Eurostat Entrepreneurship Indicators Program // OECD Statistics Directorate. Paris, 2008. 28 p.
8. Hölzl W., Friesenbichler K. Are Gazelles More Innovative Than Other Firms? // Austrian Institute of Economic Research. 2007. 26 p.
9. Cassiman B., Martinez-Rose E. Product Innovation and Exports: Evidence from Spanish Manufacturing. IESE mimeo. 2007. 36 p.
10. Constantini J. A., Melitz M. J. The Dynamics of Firm-Level Adjustment to Trade Liberalization // The Organization of Firms in a Global Economy. Harvard University Press. 2008. P. 107–141. doi: 10.4159/9780674038547.
11. Wagner J. Exports and Productivity — Comparable Evidence for 14 Countries // Working Paper Series in Economics University of Lüneburg, Institute of Economics. 2007. No. 65. 81 p.
12. Damijan J. P., Kostevc C., Polanec S. From innovation to exporting or vice versa? Causal link between innovation activity and exporting in Slovenian microdata // LICOS Discussion Paper Series Discussion Paper Katholieke Universiteit Leuven. 2008. No. 204. 30 p.
13. Becker S., Egger P. Endogenous Product Versus Process Innovation and a Firm's Propensity to Export // CESIFO Working Paper. 2007. No. 1906. 28 p.

14. Cassiman B., Golovko E. Innovation and the export-productivity link // Working Paper IESE Business School. 2007. No. 688. 25 p.
15. Aw B. Y., Roberts M. J., Winston T. The Complementary Role of Exports and R&D Investments as Sources of Productivity Growth. NBER Working Paper. No. W11774. 24 p. doi: 10.3386/w11774.
16. Hall B., Lotti F., Mairesse J. Employment, Innovation, and Productivity: Evidence from Italian Microdata. NBER Working Paper. 2007. 13296. 38 p. doi: 10.3386/w13296.
17. Simon H. Hidden Champions of the 21st Century: The Success Strategies of Unknown World Market Leaders. New York : Springer, 2009. 402 p. doi: 10.1007/978-0-387-98147-5.
18. Gruenwald R. K. Shaping Policy Supporting High-Growth Entrepreneurship // Reflections on EU SME Policy. Horyzonty Polityki. 2014. Vol. 5, No 10. P. 105–126.
19. Шурыгин Ю. А. Проблемы и перспективы российских экспортеров — малых и средних предприятий // Торговая политика. 2015. № 2/2. С. 185–186.
20. Россия в меняющихся условиях мировой торговли: структурный взгляд на новое позиционирование / Симачев Ю. В., Данильцев А. В., Федюнина А. А., Глазатова М. К., Кузык М. Г., Зудин Н. Н. // Вопросы экономики. 2019. № 8. С. 5–29. doi: 10.32609/0042-8736-2019-8-5-29.
21. Маврина Л. Отбирают налог // Эксперт. 2019. № 38. С. 56.
22. Жога Г., Кузнецов П., Могильников А. Последний год экспортного спада // Эксперт. 2017. № 39. С. 82.
23. Заякин С., Перечнева И. Лидеры конъюнктурные и не очень // Эксперт. 2019. № 39. С. 68.
24. Толмачев Д., Лопатина Т., Перечнева И. Учтите показания барометра // Эксперт-Урал. 2019. № 49–50. С. 17.
25. Татаркин А. И. Региональная направленность экономической политики Российской Федерации как института пространственного обустройства территорий // Экономика региона. 2016. Т. 12, вып. 1. С. 9–27. doi 0.17059/2016-1-1.

References

1. Zhoga, G. & Zayakin, S. (2017). Inventory of the first echelon]. *Ekspert [Expert]*, 43, 73. (In Russ.)
2. Maltsev, A. A. & Maltseva, V. A. (2019). Medium-sized industrial enterprises in the regions of the Urals: development specifics and growth issues. *Journal of New Economy*, 3, 65–82. (In Russ.)
3. Birch, D. (1981). Who creates jobs? *Public Interest*, 65(3), 3–14.
4. Henrekson, M. & Johansson, D. (2010). Gazelles as Job Creators: A Survey and Interpretation of the Evidence. *Small Business Economics*, 35(2), 227–244.
5. Birch, D., Haggerty, A. & Parsons, W. (1997). *Who's Creating Jobs?* Cambridge, Mass.: Cognetics, 52.
6. Penny, M. N. (2006). *Financing Global Gazelles*. Small Business Policy Branch, Industry Canada, 26.
7. OECD. (2008). *Measuring Entrepreneurship: A Digest of Indicators*. OECD-Eurostat Entrepreneurship Indicators Program. OECD Statistics Directorate, Paris, 28.
8. Hölzl, W. & Friesenbichler, K. (2007). Are Gazelles More Innovative than Other Firms? *Austrian Institute of Economic Research*, 26.
9. Cassiman, B. & Martinez-Rose, E. (2007). *Product Innovation and Exports: Evidence from Spanish Manufacturing*. IESE mimeo, 36.
10. Constantini, J. A. & Melitz, M. J. (2008). The Dynamics of Firm-Level Adjustment to Trade Liberalization. In: *The Organization of Firms in a Global Economy* (pp. 107–141). Harvard University Press. DOI: 10.4159/9780674038547
11. Wagner, J. (2007). Exports and Productivity — Comparable Evidence for 14 Countries. *Working Paper Series in Economics* 65. University of Lüneburg, Institute of Economics, 81.
12. Damijan, J. P., Kostevc, C. & Polanec, S. (2008). *From innovation to exporting or vice versa? Causal link between innovation activity and exporting in Slovenian microdata*. LICOS Discussion Paper Series Discussion Paper 204/2008. Katholieke Universiteit Leuven, 30.
13. Becker, S. & Egger, P. (2007). *Endogenous Product Versus Process Innovation and a Firm's Propensity to Export*. CESIFO Working Paper No. 1906, 28.
14. Cassiman, B. & Golovko, E. (2007). *Innovation and the export-productivity link*. Working Paper No. 688. IESE Business School, 25.
15. Aw, B. Y., Roberts, M. J. & Winston, T. (2005). *The Complementary Role of Exports and R&D Investments as Sources of Productivity Growth*. NBER Working Paper No. W11774, 24. DOI: 10.3386/w11774
16. Hall, B., Lotti, F. & Mairesse, J. (2007). *Employment, Innovation, and Productivity: Evidence from Italian Microdata*. NBER Working Paper 13296, 38. DOI: 10.3386/w13296
17. Simon, H. (2009). *Hidden Champions of the 21st Century: The Success Strategies of Unknown World Market Leaders*. N.Y. Springer, 402. DOI: 10.1007/978-0-387-98147-5
18. Gruenwald, R. K. (2014). Shaping Policy Supporting High-Growth Entrepreneurship: Reflections on EU SME Policy. *Horyzonty Polityki*, 5(10), 105–126.
19. Shurygin, Y. A. (2015). Problems and prospects of SMEs exporters in Russia. *Torgovaya politika [Trade policy]*, 2(2), 85–186. (In Russ.)
20. Simachev, Yu. V., Daniltsev, A. V., Fedyunina, A. A., Glazatova, M. K., Kuzyk, M. G. & Zudin, N. N. (2019). Russia in the changing conditions of world trade: A structural view at the new positioning. *Voprosy ekonomiki*, 8, 5–29. (In Russ.)

21. Mavrina, L. (2019). Take away the tax. *Ekspert [Expert]*, 38, 56. (In Russ.)
22. Zhoga, G., Kuznetsov, P. & Mogilnikov, A. (2017). Last year of export decline. *Ekspert [Expert]*, 39, 82. (In Russ.)
23. Zayakin, S. & Perechneva, I. (2019). Opportunistic and not very opportunistic leaders. *Ekspert [Expert]*, 39, 68. (In Russ.)
24. Tolmachev, D., Lopatina, T. & Perechneva, I. (2019). Note the barometer height. *Ekspert-Ural [Expert-Ural]*, 49–50, 17. (In Russ.)
25. Tatarkin, A. I. (2016). Regional targeting of the economic policy of the Russian Federation as an institution of regional spatial development. *Ekonomika regiona [Economy of region]*, 12(1), 9–27. (In Russ.)

Информация об авторе

Мальцев Андрей Александрович — доктор экономических наук, профессор, Институт экономики УрО РАН; Scopus Author ID: 57200223427; <http://orcid.org/0000-0002-3774-6311> (Российская Федерация, 620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 29, e-mail: maltsevaa@list.ru).

About the author

Andrey A. Maltsev — Dr. Sci. (Econ.), Professor, Institute of Economics of the Ural Branch of RAS, Scopus Author ID: 57200223427; <http://orcid.org/0000-0002-3774-6311> (29, Moskovskaya St., Ekaterinburg, 620014, Russian Federation; e-mail: maltsevaa@list.ru).

Дата поступления рукописи: 26.12.2019.

Прошла рецензирование: 20.02.2020.

Принято решение о публикации: 10.06.2020.