

**Институт экономической политики имени Е.Т. Гайдара**

**Роль национальных институтов развития в диверсификации российского экспорта**

(Препринт научно-исследовательской работы)

**Москва  
Институт Гайдара  
2022**

**Авторы:** *Кнобель А.Ю.*, к.э.н., заведующий лабораторией международной торговли Института Гайдара; *Кузнецов Д.Е.*, н.с. лаборатории международной торговли Института Гайдара; *Лощенкова А.Н.*, к.э.н., н.с. лаборатории международной торговли Института Гайдара

Развитие несырьевого неэнергетического экспорта является одной из национальных целей, отраженных в указах Президента РФ 2018 и 2020 г. г. Предполагается, что ключевую роль в проведении последовательной политики продвижения экспорта должны сыграть национальные институты развития, в том числе АО «Российский экспортный центр», в настоящее время находящийся под управлением ВЭБ.РФ. В России повышение роли институтов развития в содействии экспортной деятельности фирм обусловлено беспрецедентными санкциями в отношении российских компаний и секторов, необходимостью поиска новых направлений экспорта в дружественных странах и продвижения российских товаров на этих рынках. В значительной степени меры поддержки экспорта направлены на возрастающее вовлечение малых и средних предприятий в экспортную деятельность: из поддержанных в 2019 г. 11,3 тысяч экспортеров 80% являются представителями МСП. Совокупный объем поддержанного экспорта группой компаний РЭЦ составил в 2019 г. около 19,5 млрд долл. Проведенный эконометрический анализ показывает, что меры поддержки экспорта в целом являются эффективным инструментом развития российского несырьевого экспорта: компании, которые получали поддержку АО «РЭЦ», экспортируют больше и имеют более диверсифицированную товарно-страновую структуру экспорта. Наиболее эффективными оказываются меры, связанные с кредитно-гарантийной поддержкой и страхованием, при этом практически все виды поддержки стимулируют компании осваивать новые рынки.

### **The role of national development institutions in Russian export diversification**

The development of non-commodity non-energy exports is one of the national goals reflected in the President's Decrees in 2018 and 2020. It is assumed that national development institutions should play a key role in pursuing a consistent export promotion policy, including Russian Export Center JSC currently managed by VEB.RF. In Russia the increasing role of development institutions in facilitating the export activities of firms is due to unprecedented sanctions against Russian companies and sectors and the need to find new export directions in friendly countries and promote Russian goods in these markets. To a large extent, export support measures are aimed at increasing the involvement of small and medium-sized enterprises in export activities: out of 11,3 thousand exporters supported in 2019, 80% are SMEs. In 2019 the total volume of supported exports by the REC amounted to about 19,5 billion US dollars. The econometric analysis shows that export support measures are generally an effective tool for the development of Russian non-resource exports: companies which have received support from REC JSC export more and have a more diversified commodity and country export structure. The most effective measures are those related to credit and guarantee support and insurance, and virtually all types of support encourage companies to explore new markets.

**Классификация JEL:** F13, F14, F15.

## Содержание

### Введение

- 1 Обзор мировой практики поддержки экспорта
- 2 Обзор политики поддержки экспорта в российских регионах
- 3 Эмпирическая оценка вклада деятельности институтов развития в динамику экспорта российских компаний
  - 3.1 *Обзор эмпирических работ по оценке мер государственной поддержки экспорта*
  - 3.2 *Эмпирическая оценка влияния институтов развития на показатели экспорта российских компаний*

### Заключение

Список использованных источников

## **Введение**

Развитие несырьевого неэнергетического экспорта является одной из национальных целей, отраженных в указах Президента РФ 2018 и 2020 гг. Предполагается, что ключевую роль в проведении последовательной политики продвижения экспорта должны сыграть национальные институты развития, в том числе АО «Российский экспортный центр», в настоящее время находящийся под управлением ВЭБ.РФ. В значительной степени меры поддержки экспорта направлены на возрастающее вовлечение малых и средних предприятий в экспортную деятельность: из поддержанных в 2019 г. 11,3 тыс. экспортеров 80% являются представителями МСП. Совокупный объем поддержанного экспорта группой компаний РЭЦ составил в 2019 г. около 19,5 млрд долл. Чтобы оценить потенциал увеличения эффективности поддержки экспорта в России и разработать предложения по повышению эффективности политики стимулирования экспорта, необходимо комплексно оценить достигнутые результаты в этой сфере, сопоставить с опытом других стран мира, выявить наиболее успешные практики поддержки экспорта в российских регионах.

Объектом исследования является российский несырьевой неэнергетический экспорт и предприятия-экспортеры. Основная цель работы – комплексно охарактеризовать и оценить последствия деятельности институтов развития для развития российского несырьевого неэнергетического экспорта и предложить меры по повышению эффективности поддержки экспорта. В основе методологии будут использованы сравнительный анализ, статистический и эконометрический анализ.

Среди основных ожидаемых результатов работы стоит отметить: обзор мировой практики поддержки экспорта и исследований, направленных на оценку эффективности мер поддержки экспорта, обзор наиболее успешных практик поддержки экспорта в российских регионах, сбор статистической информации и построение вспомогательных индикаторов, оценку вклада деятельности институтов развития в динамику экспорта российских компаний, эволюции его географической и товарной структуры, выработку предложений по повышению эффективности деятельности институтов развития в сфере поддержки экспорта, в том числе с учетом особенностей рассмотренных российских регионов.

## 1 Обзор мировой практики поддержки экспорта

Все инструменты поддержки экспорта можно разделить на финансовые и организационные. Финансовые меры включают прямую поддержку экспорта и стимулирование экспортного производства. Прямая поддержка экспорта включает экспортное кредитование, субсидирование процентных ставок, экспортное страхование, предоставление гарантий, прямое субсидирование экспортеров (запрет ВТО), возмещение расходов на транспортировку экспортных товаров, финансовую помощь в участии в выставках/ярмарках, официальную помощь в развитии. Стимулирование производства товаров, идущих на экспорт, предполагает налоговые льготы, финансирование строительства и развития экспортной инфраструктуры, стимулирование ПИИ, предоставление финансовых льгот (кредиты, гранты и др.) на развитие, субсидирование НИОКР, освобождение от уплаты пошлин и сборов при ввозе сырья для производства экспортной продукции (Индия) [1].

К организационным относятся меры содействия экспорту и различные торгово-политические меры, включающие деятельность представителей в международных организациях, которые активно продвигают интересы национальных экспортеров, а также экономическую дипломатию. Меры содействия экспорту включают предоставление информационных, аналитических, консультационных услуг, создание положительного имиджа страны-экспортера, в том числе, благодаря развитию и продвижению национального бренда, поддержку экспортеров на зарубежных рынках, как правило, за счет работы филиалов институтов развития или торговых представительств, развитие каналов электронной торговли, внедрение различных мер поощрения экспортеров. Ярким примером последней меры является система рейтингов экспортеров в Индии, в зависимости от количества набранных баллов за экспорт экспортер может получать различные льготы (налоговые, предоставление кредитов по более низкой ставке, бесплатное участие в выставках и т.д.) [1]. Во всей структуре инструментов поддержки нельзя не упомянуть о том, что меры поддержки МСП, реализуемые институтами развития МСП или другими организациями, а также создание особых экономических зон косвенно способствуют экспорту.

Косвенной функцией различных институтов по поддержке экспорта является привлечение прямых иностранных инвестиций и размещение на территории собственных стран производств иностранных компаний.

Что касается организационной структуры систем поддержки экспорта в разных странах, то, как правило, на федеральном уровне в рамках одного министерства осуществляется выработка основных мер политики поддержки экспорта. Следующий

уровень предполагает наличие одного или нескольких экспортно-кредитных агентств, хотя их функции по экспортному кредитованию часто выполняют коммерческие банки (например, в Израиле). Подразделения ответственного за реализацию политики по поддержке экспорта министерства осуществляют консультативные функции. Организации, несущие аналитико-информационные функции, могут как быть в ведомстве ответственного министерства, так и быть независимыми. Сеть торговых представительств, как правило, подчинена ответственному министерству, хотя и другие институты поддержки экспорта зачастую имеют зарубежные филиалы для продвижения интересов своих экспортеров, а также для разрешения конфликтных ситуаций (Китай). Центры поддержки экспорта действуют на уровне регионов или укрупненных макрорегионов (Германия).

По сути, институты развития, функционал которых напрямую не связан с поддержкой экспорта, в своем арсенале имеют комплекс мер, направленных на поддержку отдельных групп экспортеров. Например, институты развития малого и среднего бизнеса осуществляют экспортное кредитование и другие меры поддержки экспортирующим МСП. При этом данные институты развития есть практически в каждой стране. Деловые общественные организации и аналитические центры предоставляют консультационные, аналитическо-информационные услуги как самим экспортерам, так и органам власти, ответственным за разработку политики в сфере поддержки экспорта. Также косвенным образом содействие экспорту происходит благодаря деятельности институтов по поддержке ПИИ.

Некоторые меры поддержки экспорта подпадают под регулирование ВТО и ОЭСР. ВТО выделяет три базовые формы поддержки экспорта:

- 1) экспортные субсидии (статья XVI ГАТТ-1994, Соглашение о субсидиях и компенсационных мерах) [2];
- 2) деятельность государственных торговых предприятий (статья XVII ГАТТ-1994) [3];
- 3) экспортное кредитование, гарантирование по экспортным кредитам, программы страхования.

Обязательства, которые страны взяли на себя в ВТО, предусматривают существенное ограничение экспортных субсидий по определенному перечню товаров.

ОЭСР к мерам финансовой поддержки экспорта относит прямое экспортное кредитование, предоставление гарантий и страхование, субсидирование процентных ставок по экспортным кредитам, прямое финансирование экспортера. Обязательства стран в рамках ОЭСР основаны на Генеральном соглашении об официально поддерживаемых экспортных кредитах. В *табл. 1* приведены инструменты финансовой поддержки экспорта,

реализуемые в отдельных странах ОЭСР и в России. Из основных инструментов в России, как и в Германии, применяются все.

Таблица 1

Инструменты финансовой поддержки экспорта в некоторых странах ОЭСР и России

Меры	США	Франция	Германия	Италия	Нидерланды	Великобритания	Россия
Страхование экспортных кредитов	+	+	+	+	+	+	+
Предоставление гарантий по экспортным кредитам	+	+	+	+	+	+	+
Страхование инвестиций за рубежом	-	+	+	+	+	+	+
Прямые экспортные кредиты	+	-	+	-	-	-	+
Субсидирование процентных ставок по экспортным кредитам	-	-	+	+	+	+	+

Источник: Составлено на основе [4].

Важным является то, что наказание за нарушение указанного Соглашения ОЭСР («Договоренности») [5] применяется через ВТО к странам, формально не входящим в ОЭСР. Ярким примером является экспортное кредитование в Бразилии. В ВТО рассматривался спор, инициированный Канадой в отношении Бразилии, по поводу мер поддержки гражданского самолетостроения в рамках бразильской программы ProEX. Несмотря на то что Бразилия не является членом ОЭСР, суд ВТО рассматривал Соглашение ОЭСР в качестве рыночного ориентира (market benchmark) и признал Бразилию виновной в нарушении рыночных условий. Бразилия была вынуждена присоединиться к Секторальной договоренности ОЭСР по гражданской авиации, являющейся приложением к указанному выше Соглашению ОЭСР [6].

Собственно, поэтому большинство стран отказывается от прямого экспортного кредитования в пользу иных мер поддержки экспорта, не регулируемых Соглашением ОЭСР или правилами ВТО.

В результате распространения COVID-19 в 2019 г. объемы стандартных экспортных кредитов снизились на 9%, а в 2020 г. – на 30%. В 2021 г. объемы стандартного экспортного кредитования сократились на 53% по сравнению с 2011 г. Китай и Италия лидируют в предоставлении своим экспортерам экспортного кредитования (рис. 1).

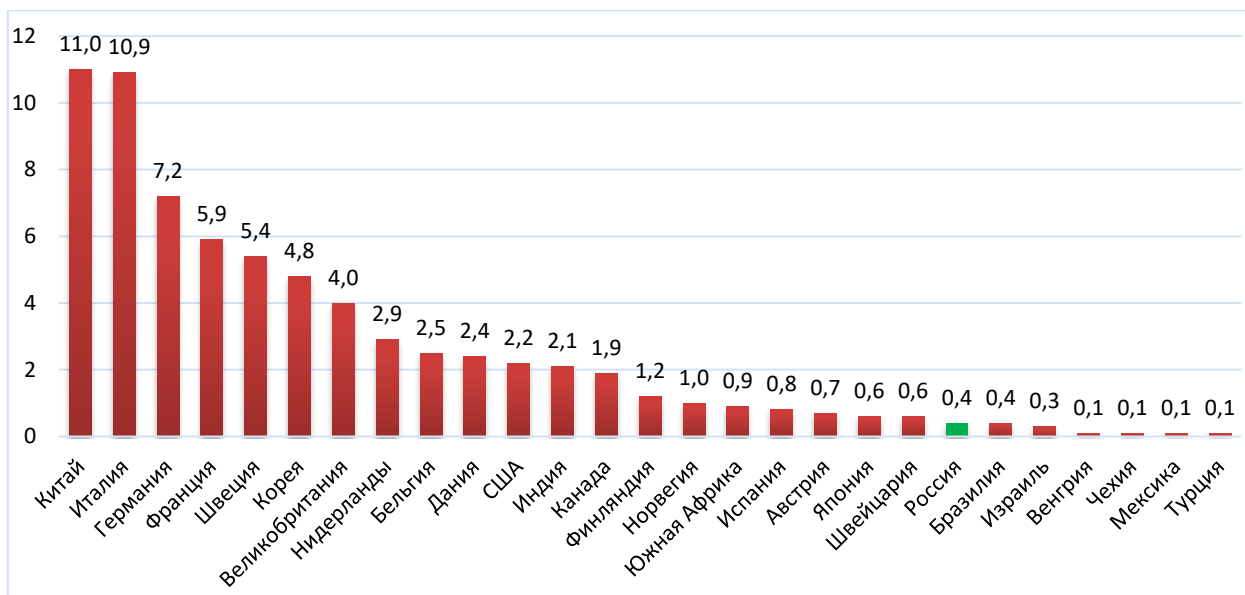


Рис. 1. Объемы экспортного кредитования в 2021 г.

Источник: Построено на основе [7].

В то время как поддержка экспорта, связанная с торговлей, в большинстве стран оставалась на неизменном уровне, в Японии она увеличилась в 2020 г. на 90%, а в Китае значительно сократилась.

В последние два года в большинстве стран ОЭСР экспортное кредитование сократилось (Германия, США, Корея, Великобритания), относительно устойчиво оно было в Канаде, Дании, Нидерландах, Швеции. Исключением в 2020 г. стала Франция, которая удвоила экспортное кредитование с 6 млрд до 12 млрд долл. (рис. 2). Основной рост поддержки экспорта Франции был связан с контрактом по поддержке большой ветряной электростанции в Соединенном Королевстве и с большим контрактом на судостроение и поддержку производства самолетов.

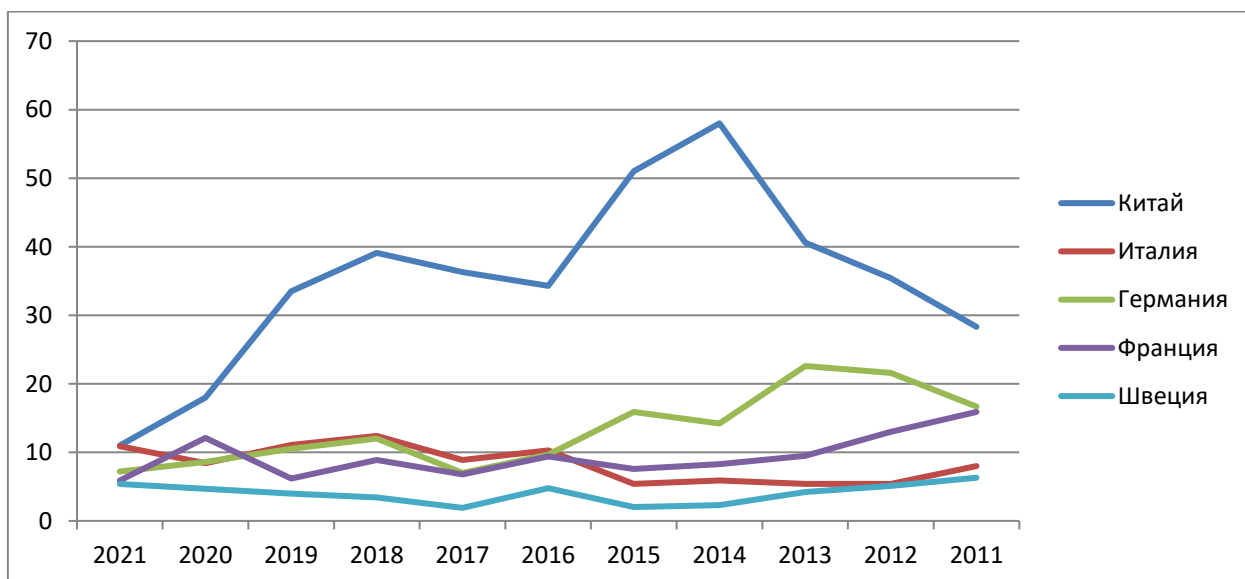




Рис. 2. Динамика объемов экспортного кредитования в отдельных странах, млрд долл.

Источник: Построено на основе [7].

Официальное финансирование, связанное с торговлей, – это поддерживаемое государством финансирование торговли между странами, но обычно при этом не требуется минимальный объем экспорта. Официальное финансирование, связанное с торговлей (в форме, например, рыночного окна, инвестиционной поддержки, несвязанной поддержки и финансирования развития), не входит в сферу договоренностей в рамках ОЭСР.

Объемы экспортных кредитов упали на 35 млрд долл. в 2020 г. и на 14,6% в 2021 г., в то время как финансирование, связанное с торговлей, выросло на 12 млрд долл. в 2020 г., однако сократилось на 8% в 2021 г., в результате чего общие объемы поддержки снизились на 23 млрд долл. (на 10%) до 200 млрд долл. в 2020 г. и еще на 21 млрд долл. в 2021 г. (рис. 3).



Рис 3. Динамика объемов поддержки экспорта в странах ОЭСР и БРИКС, млрд долл.

Источник: Построено на основе [7].

Очевидными тенденциями с 2018 г. были снижение объемов стандартных и нерегулируемых экспортных кредитов в рассматриваемых странах и увеличение объемов несвязанной поддержки, инвестиционной поддержки и поддержки развития (за исключением 2020 г.) (рис. 4).

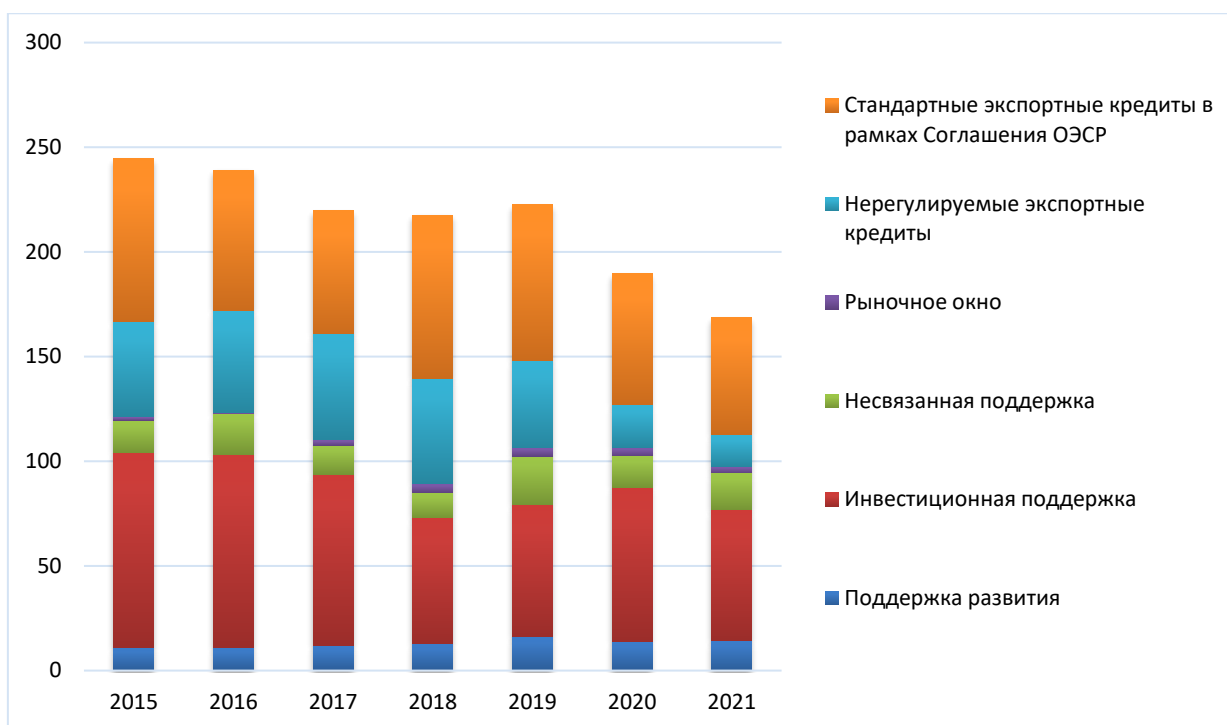


Рис. 4. Динамика объемов отдельных видов поддержки экспорта в странах ОЭСР и БРИКС, млрд долл.

Источник: Построено на основе [7].

Тенденции к использованию других способов поддержки экспорта, кроме стандартного экспортного финансирования, свидетельствуют о желании агентств (и соответствующих стран) выйти за рамки ограничений ОЭСР.

В 2020 г. во всем мире происходило дальнейшее снижение спроса на средне- и долгосрочное финансирование, в частности, суверенные заемщики добивались реструктуризации долга и реорганизовали свои приоритетные проекты для решения насущных проблем здравоохранения и технологических проблем, вызванных пандемией. Кроме того, одновременные ценовые шоки и ухудшение кредитного риска вызвали мрачные перспективы мировой торговли и ослабление спроса.

В результате экспортно-кредитные агентства предоставили краткосрочную поддержку и меры по оказанию помощи, которые помогли стабилизировать компании на рынке экспортного финансирования благодаря новым и расширенным программам, повышенному аппетиту к риску, увеличенному финансированию и улучшенному управлению портфелем. Некоторые агентства даже впервые представили свои программы с гибкими возможностями, например, гарантию оборотного капитала для крупных корпораций (EKN, Швеция). Агентства оказывали поддержку краткосрочных сделок на высокодоходных рынках.

Самая важная черта конкурентоспособных агентств – гибкость (от управления проблемными кредитами до пандемии к внедрению новых программ, которые выходили за рамки Соглашения ОЭСР и поэтому предоставили клиентам больше возможностей). Агентства продемонстрировали гибкость, отказавшись от стандартных требований для получения поддержки и продлив сроки, за счет работы с компаниями, которые никогда раньше не экспортировали, за счет повышения объемов кредитования и аппетита к риску.

В 2021 г. все указанные тенденции сохранились, в том числе сокращение Китаем объемов поддержки экспорта в связи с экономическим кризисом.

Что касается национальных систем поддержки экспорта и участия в этой поддержке институтов развития, то здесь важно отметить, что все национальные системы поддержки экспорта создавались в течение продолжительного времени, поэтому являются, вероятно всего, наилучшими для конкретной страны, отвечающими нуждам национальных экспортеров.

## 2 Обзор политики поддержки экспорта в российских регионах

В Российской Федерации построена сложная система финансовой и нефинансовой поддержки экспорта, включающая государственные институты федерального и регионального уровней, негосударственные организации и научные институты, отраслевые ассоциации и союзы предпринимателей. Ключевыми институтами по поддержке экспорта выступают Государственная корпорация развития «ВЭБ.РФ» и Группа Российского экспортного центра (РЭЦ), в которую входят сам РЭЦ, Российский экспортно-импортный банк (Росэксимбанк), Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций «ЭКСАР» и АНО «Школа экспорта». Финансовая поддержка осуществляется в форме выдачи кредитов, гарантий и страхования экспортной деятельности Министерством финансов России, ВЭБ.РФ, Министерством промышленности и торговли, Министерством экономического развития, коммерческими банками и другими финансовыми организациями. Нефинансовая поддержка осуществляется в основном РЭЦ и его региональными представительствами с помощью проведения консультаций, образовательных программ, семинаров и клубов наставничества, организации форумов, деловых миссий и международных выставок. В инфраструктурную поддержку экспорта входят участие в формировании государственной политики в области экспорта, регуляторная деятельность по устранению ограничений в выходе на зарубежные рынки с учетом предложений экспортеров, аналитика и экспертиза, обучающие программы, продвижение бренда России на зарубежных рынках.

Минэкономразвития России определяет общую стратегию развития экспорта, формирует нормативно-правовую базу. Минпромторг РФ разработало отраслевые программы поддержки экспорта (в машиностроении, химической и деревообрабатывающей промышленности, микроэлектронике, АПК, ИТ, ТНП, ТЭК и строительстве), поддержки высокотехнологических компаний, «Корпоративные программы повышения конкурентоспособности» (КППК)<sup>1</sup>, «Специальный инвестиционный контракт» (СПИК).

КППК предоставляют льготное кредитование для экспортеров. На 2020 г. было одобрено 711 заявок от компаний из 69 регионов и заключено более 360 соглашений с объемом финансирования около 1,7 трлн руб. В регионы – лидеры по количеству одобренных заявок входят Самарская область (40), Московская область (39), Свердловская область (32), Москва и Нижегородская область (по 31) [8]. Больше всего средств будет выделено компаниям химической промышленности (145 заявок от предприятий и 715 млрд

---

<sup>1</sup> Регламентируется постановлением Правительства РФ от 23 февраля 2019 г. № 191.

руб.), металлургической промышленности (70 заявок и 367,6 млрд руб.), лесопромышленного комплекса (127 заявок и 576,8 млрд руб.) [9].

Для стимулирования инвестиций в промышленное производство в России в 2016 г. был разработан СПИК, в рамках которого инвестор заключает соглашение с государством о реализации инвестиционного проекта, при этом государство обязуется обеспечить стабильность условий ведения бизнеса и предоставить меры господдержки. Механизм СПИК 1.0 применяется для инвестиционных проектов по созданию либо модернизации и (или) освоению производства промышленной продукции, СПИК 2.0 – проектов по внедрению или разработке и внедрению современной технологии [10]. Основные стимулы для компаний в рамках СПИК включают налоговые льготы, особые условия аренды земельных участков, участие в программе «Сделано в России», статус единственного поставщика по госзакупкам, возможность создания субъектами РФ объектов инфраструктуры. С 2016 по 2019 г. по 45 проектам СПИК 1.0 было привлечено более 350 млрд руб. и выпущено продукции более чем на 3 трлн руб. [11]. В рамках СПИК 2.0 реализуются 11 проектов.

В 2016 г. в рамках механизма «Инвестиционный лифт»<sup>2</sup> субъекты МСП комплексно получают доступ ко всем имеющимся финансовым и нефинансовым мерам поддержки как федеральных институтов поддержки, так и региональных. Агентство стратегических инициатив (АСИ) осуществляет устранение нормативных барьеров, взаимодействие с органами власти, информационную поддержку; ВЭБ.РФ обеспечивает инвестиционное и проектное финансирование и лизинг оборудования; Российский фонд прямых инвестиций (РФПИ) – софинансирование инвестиционных проектов; РЭЦ – консультационно-информационную поддержку, взаимодействие с торговыми представительствами; ВЭБ.РФ совместно с РЭЦ – кредиты иностранным покупателям и страхование контрактов; Корпорация МСП – кредиты и гарантии.

За 2016–2020 гг. одобрено 50 проектов в области информационных технологий, медицины и фармацевтики, машиностроения, трубной, химической, лесной промышленности, научных исследований и разработок общим бюджетом 33 млрд руб., из них поддержка оказана 41 проекту на сумму 15,8 млрд руб. [12].

---

<sup>2</sup> Реализуется в соответствии с заключенным соглашением между Корпорацией МСП, ФРП, РЭЦ и РФПИ о взаимодействии федеральных организаций поддержки и региональных институтов развития от 5 декабря 2019 г № С-141.

С 1994 г. Росэксимбанк<sup>3</sup> через региональную инфраструктуру РЭЦ обеспечивает российским экспортерам финансовую поддержку, включая кредитование и предоставление банковских гарантий. В 2019 г. было поддержано 293 экспортера, что на 40% больше по сравнению с 2018 г., на сумму 73,6 млрд руб. [13]. Доля МСП в общем количестве поддержанных экспортеров выросла на 11% и составила 48%. Основными поддержанными отраслями выступают машиностроение, металлургия и химическая промышленность.

С 2011 г. АО «ЭКСаР»<sup>4</sup> оказывает страховые услуги экспортерам через сеть региональных центров поддержки экспорта. На рис. 5 представлена динамика объема оказанной страховой поддержки и количества поддержанных экспортеров. Число поддерживаемых компаний в 2019 г. по сравнению с 2015 г. выросло в 2,4 раза и составило 410 компаний (38% из которых МСП), а объем поддержки вырос в 2,8 раза и составил 18,4 млрд долл. Около 60% обязательств приходилось на продукцию машиностроения, около 20% – на химические товары и металлопродукцию.



Рис. 5. Динамика объема оказанной страховой поддержки и количества поддержанных экспортеров АО «ЭКСаР» в 2015–2019 гг.

Источник: Построено на основе [14].

Созданный в 2015 г. РЭЦ (с 2020 г. входит в группу ВЭБ.РФ) осуществляет функции «единого окна» для экспортеров, желающих получить финансовую и нефинансовую поддержку, включая взаимодействие с федеральными и региональными органами власти,

<sup>3</sup> Создан на основании Постановления Совета Министров – Правительства Российской Федерации от 7 июля 1993 г. № 633 «Об образовании Российского экспортно-импортного банка» и Постановления Правительства РФ от 11 января 1994 г. № 16 «О Российском экспортно-импортном банке».

<sup>4</sup> Постановление Правительства Российской Федерации от 22 ноября 2011 г. № 964 г. «О порядке осуществления деятельности по страхованию экспортных кредитов и инвестиций от предпринимательских и политических рисков».

ключевыми отраслевыми и деловыми организациями в России и за рубежом. На фоне снижения международной торговли РЭЦ в 2020 г. оказал поддержку экспорта на общую сумму 19,3 млрд долл., что сравнимо с показателем 2019 г. 19,5 млрд долл. (рис. 6). Финансовую и нефинансовую поддержку получили 10 950 экспортеров, что на 3% меньше, чем в 2019 г. [15]. Причем доля получателей нефинансовой поддержки составила 96% от общего числа поддержанных экспортеров в 2020 г.



Рис. 6. Динамика объема оказанной поддержки и количества поддержанных экспортеров РЭЦ, включая ЭКСАР и Росэксимбанк

Источник: Построено на основе [15].

Среди нефинансовых услуг наиболее востребованными в 2020 г. у экспортеров-МСП являлись информационные и образовательные услуги (40% и 38% соответственно) (рис. 7). Вместе с тем, согласно опросу Российского союза промышленников и предпринимателей, в пятерку наиболее популярных мер поддержки предпринимателей вошли: субсидии на компенсацию части затрат на проведение НИОКР по современным технологиям, подтверждение производства в РФ, субсидии на компенсацию части затрат на создание научно-технического задела по разработке базовых технологий производства приоритетных компонентов и радиоэлектронной аппаратуры, СПИК 2.0 и КППК [16].

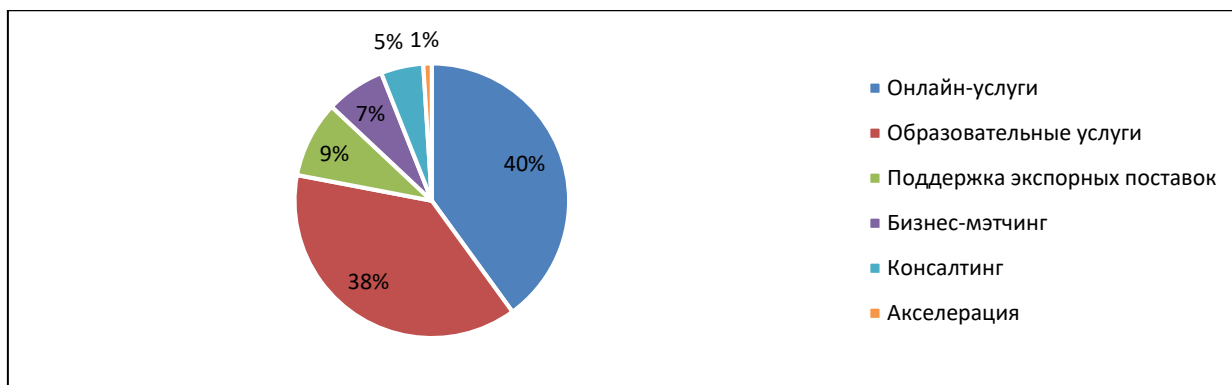


Рис. 7. Структура оказанных РЭЦ нефинансовых услуг в 2020 г., %

Источник: Построено на основе [15].

ВЭБ.РФ, под управление которого переданы<sup>5</sup> РЭЦ, Росэксимбанк и «ЭКСАР», предоставляет финансирование экспортных проектов (кредит покупателю), межбанковское финансирование (кредит с участием иностранных финансовых институтов), гарантии исполнения обязательств, лизинговые продукты. Общий объем предоставленной экспортерам финансовой поддержки в 2020 г. составил 127,5 млрд руб., в том числе в виде кредитов – 27,4 млрд руб. [17]. Кроме того, ВЭБ.РФ выдал экспортные гарантии и аккредитивы на сумму 100,2 млрд руб. В число основных поддержанных отраслей входят энергетика, авиационная промышленность и машиностроение.

В регионах России поддержку экспорта осуществляют центры поддержки экспорта (ЦПЭ). РЭЦ и Минэкономразвития России на основе отчетов региональных ЦПЭ ежегодно составляют рейтинги регионов РФ. На расчет занимаемой в рейтинге позиции влияют доля поддержанных компаний в регионе, количество новых экспортеров, объемы экспорта и другие факторы. Последние 3 года первое место занимает ЦПЭ Московской области. Кроме того, в топ-10 традиционно входят ЦПЭ Удмуртской Республики, Республики Башкортостан (кроме 2018 г.), Алтайского края (2019–2021 гг.).

В число основных услуг, предоставляемых региональными ЦПЭ, входят содействие в поиске и подборе иностранного покупателя; поиск российского поставщика по запросу иностранного покупателя; сопровождение экспортного контракта (консультирование по нетарифным мерам регулирования, по мерам валютного контроля, таможенными процедурами и др.); организация и проведение международных и межрегиональных бизнес-миссий, реверсных бизнес-миссий; организация участия в международных выставках; размещение на международных электронных торговых площадках; сертификация, стандартизация, необходимые разрешения; обучение экспортеров.

<sup>5</sup> Согласно Распоряжению Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2020 г. № 3710-р.



Для формирования эффективной инфраструктуры поддержки экспорта с учетом региональной специфики в соответствии с национальным проектом «Международная кооперация и экспорт» был разработан Региональный экспортный стандарт 2.0 (РЭС 2.0), который закрепляет за региональными властями комплекс мер по поддержке экспорта. В 2019 г. пилотными регионами по принятию РЭС 2.0 стали 11 субъектов РФ: Смоленская, Ленинградской, Нижегородская области, Пермский край, Республика Башкортостан, Республика Татарстан, Новосибирская область, Приморский край, Ростовская, Свердловская области и Ставропольский край [18]. Предполагается, что в 2022 г. РЭС 2.0 будет введен в 40 регионах РФ, а до 2024 г. – во всех регионах РФ [19].

По данным опроса Российского союза промышленников и предпринимателей, проведенного по итогам 2020 г., Фонд развития промышленности является наиболее узнаваемым из институтов развития, оказывающих поддержку промышленным предприятиям в стране. О его деятельности осведомлены 81,8% респондентов (рис. 8). На втором месте по узнаваемости находится ВЭБ.РФ, о котором знают 80,7% опрошенных. Третье место занимают региональные фонды поддержки предпринимательства и экспорта, о них слышали 76,6% опрошенных. При этом что РЭЦ выступает «единым окном» в поддержке экспорта, почти треть (27,6%) опрошенных предпринимателей о нем не слышали. Про Росэксимбанк и «ЭКСАР» не знают около половины опрошенных предпринимателей.

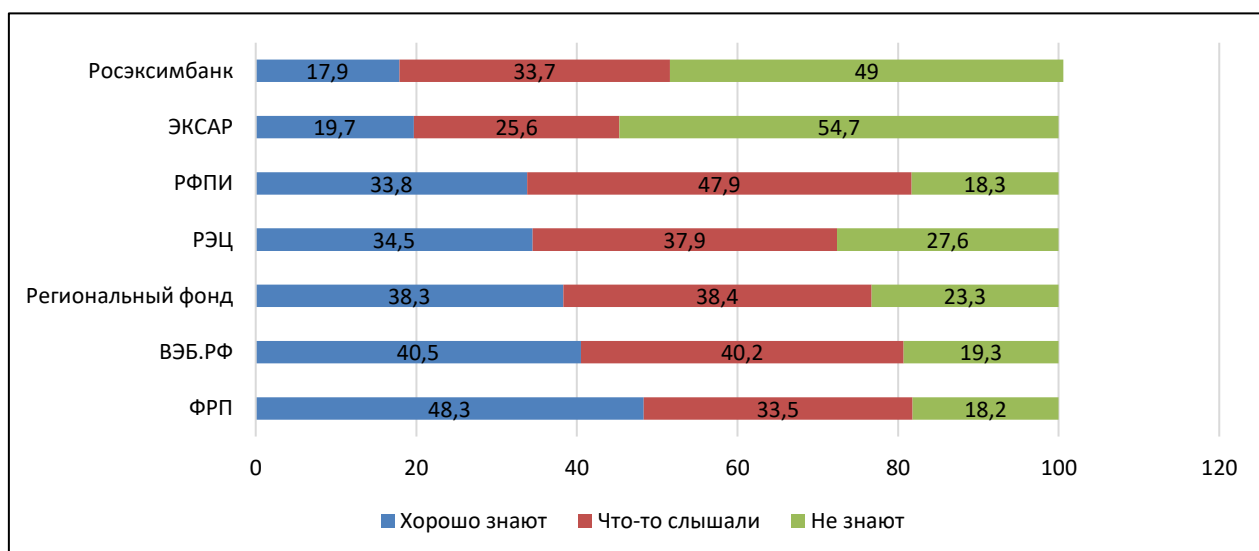


Рис. 8. Уровень осведомленности представителей бизнеса о различных механизмах поддержки, 2020 г., %

Источник: Построено на основе [16].

При этом по уровню востребованности институтов развития РЭЦ находился в 2019–2020 гг. на 2-м месте после ФРП: 27% опрошенных обращались в РЭЦ (рис. 9).

Региональные фонды поддержки МСП в 2020 г. обогнали по уровню востребованности РЦПЭ – на 6 п.п. сократилась доля предпринимателей с обращениями в РЦПЭ и выросла доля предпринимателей с обращениями в региональные фонды МСП. Суммарно в региональные фонды МСП и поддержки экспорта обращалось около 35% респондентов.

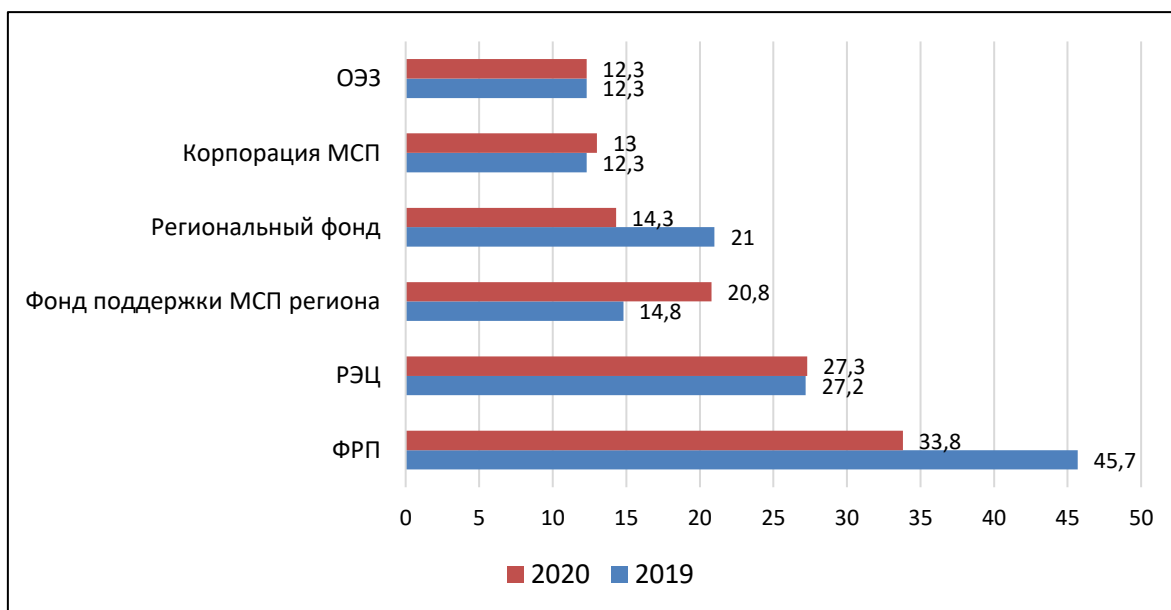


Рис. 9. Топ-7 институтов развития, к которым обращались компании за поддержкой, %

Источник: Построено на основе [16].

Из 85 регионов РФ в открытом доступе находятся реестры с получателями поддержки экспорта только по 23 регионам (табл. 2). Согласно этим данным, среди этих регионов РФ лидером по числу компаний, получивших поддержку экспорта, выступает Ивановская область – в 2021 г. поддержку получили 4177 компаний.

Таблица 2

Число поддержанных региональными ЦПЭ предприятий в 2017–2021 гг., ед.

Регион РФ	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Ивановская область		462	121	3501	4177
Республика Северная Осетия – Алания		5504			
Волгоградская область	521	598	980	1339	
Смоленская область	798	837	430	826	
Оренбургская область		215	1260	1377	
Владимирская область		730	635	673	766
Нижегородская область				735	1226
Чукотский автономный округ		500	723	592	
Пензенская область		398	662	593	
Республика Тыва		17	652	258	
Красноярский край					920

Мурманская область			472	410	
Ярославская область	230	265	368		
Брянская область	539	14	213	53	
Амурская область			420	288	109
Кабардино-Балкарская Республика		185	239	259	
Хабаровский край				599	
Еврейская автономная область			174	108	
Чувашская Республика				252	
Рязанская область	232				
Пермский край	124				
Астраханская область				71	
Республика Дагестан	34	3			
Итого	2478	9728	7349	11934	7198

Источник: Составлено на основе данных региональных ЦПЭ

В последние годы РЭЦ и региональные ЦПЭ активно занимаются продвижением компаний на международных электронных площадках. В 2017 г. РЭЦ была запущена интеграция электронной платформы ВТБ24 с международными площадками Amazon и eBay, значительно упрощающая процедуру выхода клиентов ВТБ24 на международные рынки. В 2018 г. был запущен проект по экспорту российской продукции на рынок Китая через платформу Alibaba Group, а также через платформу Ariba. Такая схема позволяет доставлять российские товары местным покупателям в течение одного дня.

Продвижение национального бренда осуществляется РЭЦ с 2017 г. в рамках программы «Сделано в России» («Made in Russia»), экспортеры участвуют в программе бесплатно. Основной целью инициативы является повышение лояльности к российской продукции. Производители ИТ, техники, мебели, ювелирных изделий, текстильных, детских, косметических, спортивных и продовольственных товаров получают преимущество при вступлении в данную программу. В настоящее время в реестр добросовестных экспортеров по программе «Made in Russia» включено 252 экспортера, а в реестре продукции – 1126 наименований продукции. По сравнению с 2019 г., число наименований продукции в реестре продукции выросло в 3,7 раза. Как видно на *рис. 10*, в реестре добросовестных экспортеров преобладают компании из Республики Башкортостан (25), Самарской области (22) и Краснодарского края (17).

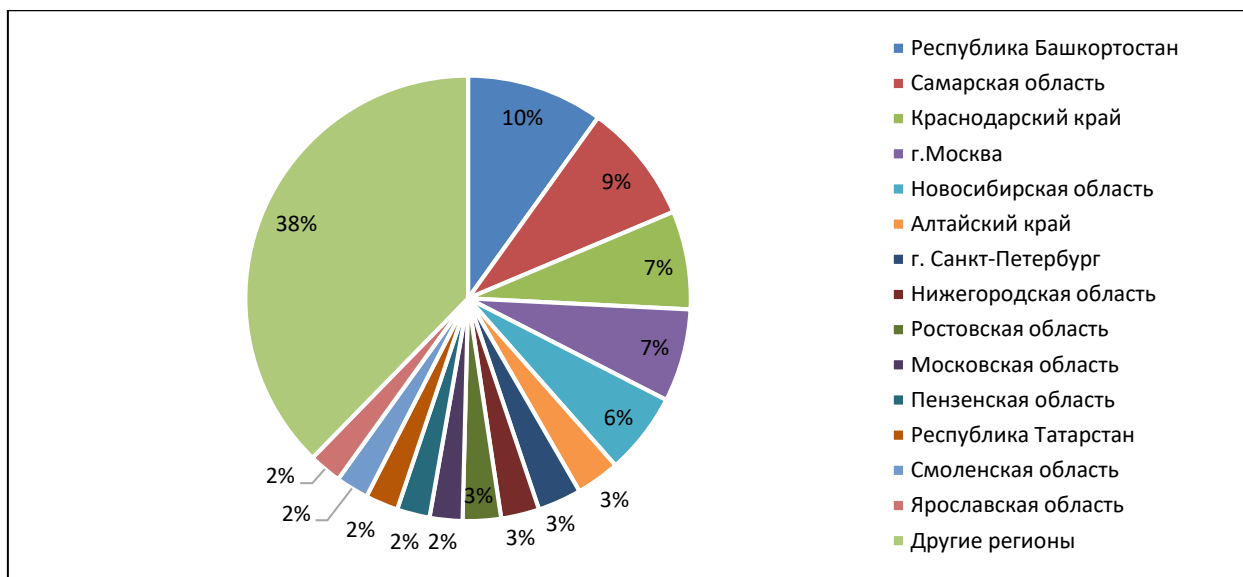


Рис. 10. Распределение экспортеров, вошедших в программу «Made in Russia» по регионам РФ в 2020 г., %

Источник: Построено на основе [20].

Больше всего в реестре продукции «Made in Russia» товаров из групп 84 («Реакторы ядерные, котлы, оборудование и механические устройства; их части»), 11 («Производство мукомольно-крупяной промышленности; солод; крахмалы; инулин; пшеничная клейковина»), 85 («Электрические машины и оборудование, их части; звукозаписывающая и звуковоспроизводящая аппаратура, аппаратура для записи и воспроизведения телевизионного изображения и звука, их части и принадлежности») и 19 («Готовые продукты из зерна злаков, муки, крахмала или молока; мучные кондитерские изделия»).

В соответствии с Планом реализации «Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г.»<sup>6</sup> вместе с реализацией проекта «Сделано в России» также планируется развитие региональных брендов (региональные знаки качества, программы «Сделано в регионе N») [21]. В настоящее время под общим зонтичным брендом «Made in Russia» также используются суббренды (например, «Продукт Башкортостана», «Сделано на Кубани», «Сделано в Удмуртии» и т.д.). С 2013 г. действует система маркировки «Продукт Башкортостана», объединяющая более 500 производителей региона [22].

Однако реализации программ продвижения национальных и региональных брендов мешают недостаточно надежная репутация России как производителя высококачественных товаров и ограниченная узнаваемость национальных и региональных брендов за рубежом. Согласно результатам проведенного РЭЦ опроса экспортеров, 19% опрошенных отмечают высокую степень актуальности такого барьера, как плохая репутация российской

<sup>6</sup> Согласно Распоряжению Правительства Российской Федерации от 2 июня 2016 г. № 1083-р.

продукции и бренда «Сделано в России» [23]. Региональные Клубы экспортеров становятся наставниками для начинающих экспортеров в ряде регионов РФ.

Для снижения стоимости логистических расходов экспортоориентированных предприятий реализуется программа компенсации части затрат (до 80%) на транспортировку продукции промышленности гражданского назначения. Для сокращения сроков доставки товаров РЭЦ развивает проекты скоростных экспортных коридоров. В 2018 г. запущен новый железнодорожный маршрут в Китай из Краснодарского края, что позволило сократить время доставки российских товаров в Китай до 14–16 дней.

В 2011 г. образована Ассоциация кластеров, технопарков и ОЭЗ (АКИТ) России, в которую входят более 3000 организаций из более 100 промышленных кластеров, технопарков, ОЭЗ и других организаций из 50 субъектов РФ. В число основных направлений деятельности Ассоциации входит помощь российским компаниям в выходе на зарубежные рынки путем взаимодействия на уровне межправительственных комиссий, правительств стран, профильных ассоциаций и организаций инфраструктуры. Кроме того, Ассоциация ежегодно проводит для региональных компаний деловые миссии в зарубежные страны (Германия, Франция, Австрия, Италия, КНР, Гонконг и др.) [24].

Институты поддержки экспорта призваны путем применения различных мер поддержки снижать воздействие барьеров в международной торговле на российские предприятия. Ограничения в международной торговле обычно делят на внешние и внутренние. Внутренние барьеры связаны с деятельностью предприятий на территории РФ, и их условно можно разделить на 5 групп:

- 1) финансовые барьеры: отсутствие или нехватка собственных финансовых средств и трудности в получении коммерческих кредитов для финансирования экспортных контрактов;
- 2) информационные барьеры: недостаток информации о зарубежных рынках, состоянии конкуренции; недостаточная информированность иностранных покупателей о продукции предприятий региона;
- 3) административные барьеры: сложность таможенных процедур; валютный контроль; длительность и сложность процедуры возврата экспортного НДС;
- 4) транспортно-логистические барьеры: недостаточный уровень развития транспортной инфраструктуры, увеличенные стоимость транспортировки и сроки доставки;
- 5) компетентностные барьеры: низкая квалификация персонала или отсутствие кадров, недостаток компетенций в области ВЭД.

Внешние барьеры создаются зарубежными государствами для ограничения доступа иностранных предприятий к рынкам этих стран, и к ним относят:

- 1) тарифное регулирование;
- 2) меры количественного контроля, неавтоматическое лицензирование;
- 3) меры контроля над ценами;
- 4) технические, санитарные и фитосанитарные барьеры, сертификацию;
- 5) меры торговой защиты.

Для выработки приоритетов политики в области поддержки экспорта РЭЦ и другие институты развития регулярно проводят опросы компаний относительно барьеров в продвижении товаров на зарубежные рынки. Согласно докладу ЦБ РФ 2021 г., в декабре 2019 г. был проведен опрос экспортирующих и готовых к экспорту фирм на предмет основных ограничений и барьеров для начала или ведения экспортной деятельности. Результаты опроса показали, что для экспортеров существенными препятствиями, ограничивающими экспорт, выступают транспортно-логистические проблемы (33%), высокая себестоимость продукции (29%), высокие затраты на маркетинговую деятельность (24%), особые требования страны-импортера (21%), несоответствие качества экспортной продукции требованиям и спросу со стороны страны-импортера (19%) (рис. 11). Вместе с тем, как упоминалось выше, согласно результатам проведенного в 2016 г. РЭЦ опроса экспортеров, 19% респондентов отмечают высокую степень актуальности такого барьера, как плохая репутация российской продукции и бренда «Сделано в России» [44].



Рис. 11. Основные ограничения для экспортеров, % от всех респондентов

Источник: Построено на основе [25].

Для неэкспортеров основными ограничениями для начала экспортной деятельности являются несоответствие качества экспортной продукции требованиям и спросу со стороны страны-импортера (36%), транспортно-логистические проблемы (29%), высокие затраты на маркетинг (17%), высокая себестоимость продукции, которая могла бы быть экспортирована (16%), особые требования страны-импортера (13%) (рис. 12).



Рис. 12. Основные ограничения для неэкспортеров, % от всех респондентов

Источник: Построено на основе [25].

Согласно построенному Всероссийской академией внешней торговли (ВАВТ) клиентскому пути экспортера, наибольшую сложность имеют этап производства и поиска клиента (4,6 из 10 пунктов), подготовка к отправке (4,0) и перевозка до пункта пропуска (4,0). А основными проблемами «горизонтального» характера названы валютный контроль, экспортный контроль, отсутствие единого канала связи, отсутствие полного перехода на электронный документооборот.

Вызывает сомнения в сложившихся после начала спецоперации и введения санкций условиях достижение поставленных целей по росту несырьевого неэнергетического экспорта (ННЭ) не менее чем на 70% объемов ННЭ к 2030 г. [26]. В России стоимостный объем экспорта в 2020 г. по сравнению с 2019 г. сократился на 20,6%, а в мире – на 7,5%. В 2021 г. российский стоимостный объем экспорта вырос на 46%, мировой объем – на 25%. Однако для российского стоимостного объема экспорта крайне характерна зависимость от мировых цен на энергоносители. Степень диверсификации экспорта относительно

предшествующего года повысилась за счет снижения доли сырьевых товаров до 38,1% и за счет увеличения доли ННЭ до 41,7%. Доля товаров высоких переделов в ННЭ снизилась до 28,5% при увеличении доли продукции нижних переделов до 51% [27]. В целом санкции оказали значительное влияние на возможности ведения внешнеторговой деятельности российскими компаниями из-за отказа зарубежных поставщиков предоставлять оборудование и запасные части, материалы, помимо прямых ограничений импорта из России и экспорта в Россию странами, которые ввели санкции в отношении России. При этом поставщики из дружественных стран зачастую также отказываются от сотрудничества с российскими фирмами из-за боязни вторичных санкций. Российским государством введены ряд мер поддержки производителей, которые частично реализует и РЭЦ, и другие институты развития и которые также распространяются на производителей, ведущих экспортную деятельность. К примеру, продлены обязательства по государственной поддержке на 2 года, введен мораторий на проверки, изменены тарифы на перевозку, произведена перезагрузка программы «ФОТ 3.0» и др.



### **3 Эмпирическая оценка вклада деятельности институтов развития в динамику экспорта российских компаний**

#### ***3.1 Обзор эмпирических работ по оценке мер государственной поддержки экспорта***

Часто именно продвижение и наращивание экспорта способно вывести страну из кризиса и обеспечить устойчивый экономический рост, поэтому в 1985 г. возникло выражение «экспортировать или умереть» применительно к Боливии. На самом деле первое агентство по содействию экспорту было открыто еще в 1919 г. в Финляндии. В середине 1960-х годов они обрели популярность в качестве инструмента для поддержки экспорта и сокращения дефицита торгового баланса, во главе стоял Центр международной торговли (ИТС). Однако в начале 1990-х годов их эффективность была поставлена под сомнение [28; 29]. Агентства в развивающихся странах были подвергнуты критике за отсутствие сильного управления, неадекватное финансирование, бюрократизированность и слабую клиентоориентированность. Отчасти провал действий агентств объясняется торговым режимом в странах, направленным на импортозамещение. Тем не менее спустя десятилетие торговые режимы в развивающихся странах изменились, и на агентства по поддержке экспорта снова стали возлагать надежды. В то время экономисты рекомендовали создание адекватно финансируемых агентств в Африке для преодоления издержек и рисков входа на незнакомые международные рынки [30].

Экономическое обоснование участия государства в стимулировании экспорта базируется на теории о провалах рынка (в частности, об асимметричной информации). У частных фирм нет возможности без поддержки преодолеть такие факторы, как высокие затраты на исследования зарубежных рынков, предпочтений зарубежных потребителей, технических требований к товарам и т.д. [31]. Неопределенность, вызванная различиями в нормативном регулировании зарубежных рынков, также служит причиной создания национальных систем поддержки экспорта [32].

В последние два десятилетия во всех странах увеличивалось количество программ стимулирования экспорта, а также их финансирование из государственных бюджетов. Основная мотивация для проведения исследований действия этих программ заключается в необходимости их адаптации под нужды компаний-экспортеров, а также в повышении авторитета агентств и организаций по содействию экспорту в глазах общества и государства. Freixanet проводит анализ большого количества исследований, посвященных тематике программ содействия экспорту с точки зрения как содержания этих исследований, так и методологии анализа [33]. В этой связи автором выделяются, с одной стороны, исследования теоретических и методологических аспектов действия программ

стимулирования экспорта [34; 35], а с другой – эмпирические исследования, оценивающие влияние программ стимулирования экспорта на совокупные макроэкономические показатели [36; 37; 38]. Указанные эмпирические исследования в основном касались стимулирования экспорта конкретной отрасли – пищевой промышленности (например, экспорта апельсинового сока). Некоторые исследования были сосредоточены только на действии конкретных программ стимулирования экспорта [39; 40; 41]. Наиболее часто оценивается влияние совокупного финансирования программ поддержки экспорта, но в некоторых случаях оценивается влияние открытия торговых представительств, внешнеторговых офисов и проведения информационных программ.

Несмотря на то что в некоторых исследованиях не обнаруживалось существенных положительных эффектов программ институтов государственной поддержки экспорта [42; 43; 44], в большинстве случаев выявлено положительное влияние мер государственной поддержки экспорта на различные аспекты внешнеэкономической деятельности фирм. Исследования на основе опросов фирм-экспортеров, проведенных многими авторами, указывают на то, что государственная поддержка экспорта в разных странах в разное время оказалась эффективной в части преодоления информационных барьеров [45], информирования о рынках в странах назначения экспорта [46], помощи сбора требуемой для экспорта документации [47], обучения экспортеров [48]. Поскольку в основном реализацией государственной поддержки экспорта занимаются в разных странах агентства по поддержке экспорта, в большинстве работ исследуется именно эффективность их деятельности, в частности, отмечается рост числа стран назначения экспортируемых товаров и количества наименований экспортируемых товаров [49]. Помощь агентств в участии экспортеров в выставках также является довольно эффективным инструментом экспортной поддержки [50].

Отдельное место в исследованиях занимают торговые представительства, поскольку оценка их влияния затруднена из-за проблемы эндогенности, ведь торговое представительство может открываться в тех странах назначения, где высокие экспортные потоки. Тем не менее, согласно результатам некоторых исследований, открытие нового торгового представительства способствует увеличению объемов экспорта на 6–10% [47], а также выходу на экспортные рынки [50].

Более поздние исследования были направлены на выявление того, на какие именно фирмы меры государственной поддержки экспорта оказывают наибольшее положительное влияние. К примеру, исследование, основанное на опросе 1210 фирм-экспортеров, показало, что наиболее эффективные меры поддержки начинающих экспортеров были связаны с помощью в сбыте товаров, а максимальный положительный эффект выявлен для

компаний, имеющих дочерние фирмы в странах назначения [33]. Работа по данным 11 730 фирм в Ирландии показала, что меры государственной поддержки экспорта не оказывают значимого эффекта на начало экспортной деятельности, однако имеют положительный эффект на объемы экспорта уже экспортирующих фирм, а также делают экспорт более диверсифицированным [51]. Кроме того, другие исследования выявляли положительное влияние господдержки экспорта на получение экстенсивной маржи [52; 53] (полученная эластичность составила 17%, рост числа стран назначения экспорта – 7,79%, рост количества наименований экспортируемых товаров – 9,86%), а для экспортеров со значительным опытом экспортной деятельности – и интенсивной маржи [54] (рост интенсивной маржи составил 3,1% [55]). Также наибольшее положительное влияние выявлено в исследованиях для малых экспортирующих фирм [56] по управлению экспортной деятельностью; для средних фирм по их выходу на экспортные рынки [57; 58; 59]. Примечательно, что иногда выявлен лишь краткосрочный эффект реализации программ поддержки экспорта, например, в работе [60] указано, что тунисская программа поддержки экспорта FAMEX имела положительный эффект на объемы экспорта и его диверсификацию только три года, однако даже по прошествии этого периода она приносит два тунисских динара чистой прибыли на каждый динар расходов на программу, а дополнительные доходы от налога на прибыль корпораций покрывают государственные расходы на программу.

Исследования по оценке эффективности институтов развития экспорта и мер поддержки экспорта до 2010 г., как правило, были основаны на результатах опросов бенефициаров, в 2010 г. распространение стали получать эконометрические методы, основанные на оценке бюджетов соответствующих страновых институтов поддержки экспорта (как правило, агентств по поддержке экспорта). Эти данные косвенно оценивают не только прямые расходы агентств на реализацию мер поддержки экспорта, но и производят учет нефинансовых мер, в частности, консультирование, организация выставок, предоставление информации о зарубежных рынках и т.д. Наиболее масштабным исследованием, основанным на таких статистических данных, была работа Всемирного банка, проводившаяся в три раунда. В оценках первого раунда использовался двухшаговый метод наименьших квадратов, результаты показали наибольшую эффективность при крайне высоких торговых барьерах и при торговле неоднородными товарами. Оцененная эластичность объемов экспорта по бюджету агентства для разных стран составила 4,3–9,5%, а эластичность по душевому ВВП – 12%. Кроме того, был выявлен эффект убывающей отдачи от масштаба. В оценках второго раунда использовались полупараметрические методы для преодоления проблемы эндогенности. Полученная

эластичность объемов экспорта составила 0,08%, при этом была выявлена U-образная зависимость эффективности работы институтов развития экспорта от платы за их услуги [61]. Третий раунд на более продолжительном временном периоде скорректировал полученную эластичность до 0,074%, рост подушевого ВВП в результате увеличения бюджета агентства на 1% составил 0,065% [62]. Важный канал влияния деятельности институтов развития экспорта состоит в том, что и неэкспортирующие фирмы повышают свою эффективность путем инвестирования в капитал, что служит стимулом для них начать экспортную деятельность [63].

Помимо довольно распространенного метода разности разностей, который используется для оценки эффекта мер поддержки экспорта на экспортные объемы фирм или стран, в последнее время с ростом наборов данных стали также применяться такие методы, как асимптотически свободный метод оценки [64] и моделирование структурных уравнений [65].

Однако в некоторых странах институты развития экспорта работают неэффективно. В первую очередь это связано с невозможностью отдельных стран производить качественные товары, что главным образом выражается в незначительных масштабах производства и экспорта [66]. Другим объяснением неэффективности деятельности институтов поддержки экспорта являются наличие экспортных барьеров, в частности, мотивационные, операционные/ресурсные, информационные барьеры, и отсутствие знаний [50]. Наконец, преградой может стать феномен «скрытой жесткости» в принятии решения о начале экспортной деятельности ответственным лицом фирмы [67].

В исследовании [68] оценивается деятельность институтов развития экспорта, при этом делается различие между фирмами, самостоятельно выбравшими услуги по продвижению экспорта, и фирмами, к которым представители соответствующей организации обратились по своей инициативе. Поскольку решение фирмы обратиться в институт содействия экспорту, скорее всего, зависит от ее размера, использовался метод оценивания разности разностей.

### ***3.2 Эмпирическая оценка влияния институтов развития на показатели экспорта российских компаний***

Основу для проведения настоящего исследования составляют детализированные данные таможенной статистики РФ. В отличие от официальной статистики ФТС, эти данные не находятся в открытом доступе, поскольку позволяют идентифицировать конкретную фирму экспортера (или импортера). Отметим, что исследователям во многих других странах аналогичные данные также недоступны, в результате в последние годы появилось множество работ, в которых внешнеторговая деятельность компаний изучается

на основе данных об их внешнеторговых транзакциях. Указанная база данных содержит множество полей, однако для проведения настоящего исследования необходимы лишь некоторые из них: статистическая стоимость экспорта, идентификатор фирмы (ИНН), страна назначения экспорта, код ТН ВЭД экспортируемого товара, год, импортный статус фирмы. Эти данные позволят рассчитать значения экспорта каждой фирмы, а также число товарно-страновых<sup>7</sup> рынков, которые обслуживает данная компания.

Для учета в качестве контрольных переменных характеристик фирм, их отраслевой принадлежности и региона расположения используется база данных СПАРК-Интерфакс<sup>8</sup>. Этот источник содержит сведения о бухгалтерской отчетности предприятий и их регистрационные данные, в том числе ИНН и регион регистрации, а также отраслевую принадлежность. По полю ИНН эти данные могут быть совмещены с данными об экспорте российских предприятий. Рассматриваются только предприятия, относящиеся к обрабатывающей промышленности.

Третий источник данных представляет собой сведения, полученные в рамках рабочего взаимодействия с АО «РЭЦ». Данные доступны на квартальной основе и включают в совокупности 17407 компаний, получавших в 2016–2018 гг. экспортную поддержку от РЭЦ. База содержит не только сведения о факте получения поддержки, но и о ее виде, а также о количестве эпизодов поддержки данного вида в течение конкретного периода. Меры поддержки в базе разделены на 8 направлений:

- кредитно-гарантийная поддержка (110 компаний) – предоставление кредитов, выдача гарантий, субсидирование процентной ставки;
- международная адаптация экспортных товаров (2894 компаний) – требования маркировки и упаковки, соответствие качества, сертификация, стандартизация, необходимые разрешения;
- международные проекты (8321 компании) – участие в госзакупках стран-партнеров, международных тендерах, поддержка инвестиций;
- нефинансовые (3383 компании) – бизнес-мэтчинг, сопровождение переговорного процесса, содействие участию в международных выставках, логистическое и таможенное сопровождение;
- обучение (10111 компаний) – обучение ведению экспортной деятельности;
- региональная поддержка (1395 компаний) – поддержка, оказываемая региональными центрами поддержки экспорта;

---

<sup>7</sup> Под товарно-страновым рынком в настоящем исследовании подразумевается рынок данного товара данной страны.

<sup>8</sup> URL: <https://spark-interfax.ru/> (доступ по подписке).

- страхование (168 компаний) – страховое покрытие ущерба в случае отказа контрагента от выполнения своих обязательств;
- экспортная политика и анализ (28519 компания) – маркетинговые исследования экспортных рынков, сведения о тарифных и нетарифных мерах на экспортных рынках.

Для оценки эффекта поддержки экспортеров предлагается провести эконометрическое оценивание моделей следующего вида:

$$\ln(\text{export}_{ft}) = \beta_0 + \beta_1 I[S]_{ft} + \beta_2 I[S]_{ft-1} + \gamma X_{ft-1} + \epsilon_{ft} \quad (1)$$

$$\ln(\#pc_{ft}) = \beta_0 + \beta_1 I[S]_{ft} + \beta_2 I[S]_{ft-1} + \gamma X_{ft-1} + \epsilon_{ft} \quad (2)$$

где  $\text{export}_{ft}$  – стоимостный объем экспорта фирмы  $f$  в году  $t$ ;

$I[S]_{ft}$  – переменная-индикатор получения фирмой  $f$  экспортной поддержки в году  $t$ ;

$X_{ft-1}$  – вектор контрольных переменных;

$\epsilon_{ft}$  – ошибка моделирования;

$\#pc_{ft}$  – количество товарно-страновых рынков, которые обслуживает фирма  $f$  в году  $t$ .

Обсудим подробнее содержательный смысл спецификаций (1) и (2). Центральным элементом этих спецификаций являются переменные-индикаторы факта получения поддержки данной фирмой в рассматриваемом году. Поскольку предложенные модели являются моделями в уровнях, коэффициенты при переменных-индикаторах получения экспортной поддержки будут отражать величину отличий объемов экспорта между фирмами, которые получали поддержку экспорта, и фирмами, которые ее не получали. Очевидно, что не все компании являются сопоставимыми между собой, поэтому для выявления эффекта экспортной поддержки важно сравнивать между собой по возможности наиболее однородные компании. Эта сопоставимость достигается включением в модель дополнительных контрольных переменных. Помимо прочего, такой подход позволяет учесть эффект отбора в выборку компаний, получающих экспортную поддержку. В частности, если верно, что за поддержкой обращаются обычно менее крупные компании отрасли, то в модели без учета контролей на размер компании может наблюдаться смещение оценок, поскольку экспорт менее крупных компаний, как правило, при прочих равных меньше экспорта крупных компаний. Помимо характеристик фирм, необходимо

также учитывать регион и отраслевую принадлежность компаний. Кроме того, поскольку используемый для оценивания массив представляет собой панель данных, важно учитывать различного рода факторы, которые от года к году изменяются, но способны оказывать значимое влияние на объемы экспорта российских фирм. Это можно сделать посредством включения в модель фиксированных эффектов на год (временных эффектов). Поскольку в распоряжении имеются данные о разных видах поддержки экспорта, оценивание моделей (1) и (2) возможно проводить для каждого из видов поддержки. Это позволит определить, какой из видов поддержки оказывает наибольшее влияние на объемы экспорта российских компаний и его диверсификацию.

Результаты оценивания модели (1) и (2) представлены в табл. 3. В первых двух столбцах этой таблицы приведены оценки модели, в которой в число контрольных переменных включаются только регион, отрасль и год, тогда как контроль на характеристики фирм не осуществляется. В таком варианте эконометрических спецификаций (1) и (2) оценки коэффициентов при индикативных переменных получения экспортной поддержки показывают, что экспорт фирм, которые получали экспортную поддержку, в среднем значительно больше экспорта фирм, которые такую поддержку не получали. В частности, расчеты показывают, что если некоторая компания получала экспортную поддержку в году  $t$ , то уже в этом году ее экспорт в среднем более чем в 2 раза больше экспорта фирмы, не получавшей поддержку, с учетом контроля на регион, отрасль и рассматриваемый год. Коэффициент при лаговой индикативной переменной поддержки показывает, что эффект сохраняется и на следующий год после получения поддержки, причем если компания получает поддержку два года подряд, то эффекты суммируются, и отличия в объемах экспорта более значительные. Схожие выводы позволяют сделать оценки модели для показателя  $\#pc_{ft}$ , отражающего уровень товарно-страновой диверсификации экспорта фирмы. В среднем количество товарно-страновых рынков, обслуживаемых фирмой, которая получала поддержку, более чем на 80% больше по сравнению с фирмой, не получавшей поддержку. Сопоставимый эффект наблюдается и на второй год после получения поддержки.

Таблица 3

Результаты оценивания модели (1) и (2) (без разделения на виды поддержки)

	Модель			
	(1)	(2)	(1)	(2)
Переменная	$\ln(\text{export}_{ft})$	$\ln(\#pc_{ft})$	$\ln(\text{export}_{ft})$	$\ln(\#pc_{ft})$
$I[S]_{ft}$	0,752*** (0,0837)	0,578*** (0,0460)	0,337*** (0,0713)	0,367*** (0,0405)
$I[S]_{ft-1}$	0,544***	0,493***	0,168***	0,297***

	(0,0649)	(0,0356)	(0,0553)	(0,0314)
Контрольные переменные (характеристик и фирмы)	Нет	Нет	Да	Да
Контрольные переменные (регион, отрасль, год)	Да	Да	Да	Да
Количество наблюдений	14,308	14,308	14,308	14,308
R2	0,316	0,215	0,508	0,395

*Источник:* Расчеты авторов.

Оценки в третьем и четвертом столбцах *табл. 3* показывают, что эффект отбора действительно вносит искажения в формирование оценок эффекта поддержки экспорта. Можно увидеть, что при включении в модель контролей на характеристики фирм коэффициенты при переменной поддержки значительно (практически в 2 раза) сокращаются. Это означает, что в модели без учета контролей на характеристики компаний те объективные различия в объемах экспорта и уровне товарно-страновой диверсификации экспорта, которые могут быть объяснены характеристиками фирм, объяснялись наличием поддержки экспорта. Это указывает на наличие эффекта отбора: за экспортной поддержкой обращаются фирмы, которые по своим характеристикам склонны к относительно большим объемам экспорта по сравнению с компаниями, которые за такой поддержкой не обращались. Сопоставление оценок дает основание полагать, что примерно половина различий в объемах экспорта и уровне диверсификации экспорта объясняются эффектом отбора, тогда как примерно другая половина – непосредственно эффектом экспортной поддержки. Расчеты показывают, что количество товарно-страновых рынков, обслуживаемых компаниями, получившими экспортную поддержку, примерно на 44% выше уже в текущем году и на 35% в следующем. Объемы экспорта таких компаний в текущем году больше на 40%, а в следующем году после получения поддержки – на 18%.

Обратимся к оценкам моделей (1) и (2) отдельно для каждого из выделяемых в данных РЭЦ видов поддержки. Эти результаты представлены в *табл. 4 и 5* соответственно. Оценки коэффициентов для модели экспортных потоков позволяют говорить о том, что не все виды поддержки оказывают статистически и экономически значимое влияние на объемы экспорта компаний. Расчеты показывают, что наиболее эффективными мерами поддержки являются кредитно-гарантийная, страхование и нефинансовые меры поддержки. Для остальных мер поддержки результаты либо статистически, либо экономически незначимы. Исключение составляют меры вида «международные проекты»,



которые, как показывают расчеты, оказывают эффект на экспорт только на второй год после получения поддержки. Напротив, консультационная поддержка оказывает заметное влияние на экспорт только в первый год, а уже на второй год статистически значимый эффект не прослеживается.

Таблица 4

Результаты оценивания модели (1) (с разделением на виды поддержки)

	Номер вида поддержки							
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Переменная	$\ln(\text{export}_{t,t})$	$\ln(\text{export}_{t,t})$	$\ln(\text{export}_{t,t})$	$\ln(\text{export}_{t,t})$	$\ln(\text{export}_{t,t})$	$\ln(\text{export}_{t,t})$	$\ln(\text{export}_{t,t})$	$\ln(\text{export}_{t,t})$
$I[S]_{ft}$	1,635*** (0,373)	0,271* (0,150)	0,168 (0,119)	0,644*** (0,127)	0,139 (0,123)	0,588 (0,895)	1,620*** (0,293)	0,257** (0,112)
$I[S]_{ft-1}$	1,093*** (0,283)	0,300** (0,117)	0,213** (0,0891)	0,326*** (0,111)	-0,0570 (0,0883)	-0,0878 (0,692)	0,946*** (0,202)	0,0623 (0,0832)
Контрольные переменные	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Количество наблюдений	14,308	14,308	14,308	14,308	14,308	14,308	14,308	14,308
R2	0,508	0,507	0,507	0,508	0,507	0,507	0,509	0,507

**Примечание.** Виды поддержки: (1) кредитно-гарантийная; (2) международная адаптация экспортных товаров; (3) международные проекты; (4) нефинансовые; (5) обучение; (6) региональная поддержка; (7) страхование; (8) экспортная политика и анализ.

*Источник:* Расчеты авторов.

Результаты оценивания модели (2) в разрезе видов поддержки показывают, что практически все виды мер так или иначе позитивно сказываются на диверсификации товарно-страновой структуры экспорта российских компаний. Исключение в данном случае составляет региональная экспортная поддержка – инструмент, для которого в уже проведенных исследованиях не обнаруживается существенного влияния на экспортную деятельность компаний. Среди наиболее полезных для диверсификации экспорта компаний также оказываются кредитно-гарантийные меры и страхование. В целом полученные результаты свидетельствуют о том, что практически все виды поддержки с разной степенью эффективности позволяют компаниям выходить на новые для них рынки, но при этом лишь кредитно-гарантийная и страховая поддержка одновременно приводят к заметному росту экспорта российских предприятий обрабатывающей промышленности.

Таблица 5

Результаты оценивания модели (2) (с разделением на виды поддержки)

	Номер вида поддержки							
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)

Переменная	$\ln(\#pc_{ft})$	$\ln(\#pc_{ft})$	$\ln(\#pc_{ft})$	$\ln(\#pc_{ft})$	$\ln(\#pc_{ft})$	$\ln(\#pc_{ft})$	$\ln(\#pc_{ft})$	$\ln(\#pc_{ft})$
$I[S]_{ft}$	1,066*** (0,213)	0,411*** (0,0854)	0,315*** (0,0681)	0,572*** (0,0722)	0,344*** (0,0704)	0,304 (0,512)	1,049*** (0,167)	0,372*** (0,0636)
$I[S]_{ft-1}$	0,459*** (0,162)	0,504*** (0,0667)	0,345*** (0,0508)	0,380*** (0,0631)	0,263*** (0,0504)	0,235 (0,396)	0,543*** (0,115)	0,280*** (0,0474)
Контрольные переменные	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Количество наблюдений	14,308	14,308	14,308	14,308	14,308	14,308	14,308	14,308
R2	0,388	0,390	0,390	0,391	0,389	0,386	0,389	0,390

**Примечание.** Виды поддержки: (1) кредитно-гарантийная; (2) международная адаптация экспортных товаров; (3) международные проекты; (4) нефинансовые; (5) обучение; (6) региональная поддержка; (7) страхование; (8) экспортная политика и анализ.

*Источник:* Расчеты авторов;

#### **4 Содержательные выводы и рекомендации по повышению эффективности деятельности институтов развития в сфере поддержки экспорта**

Для повышения прозрачности функционирования институтов развития экспорта в части поддержки экспорта необходимы формирование и предоставление сведений об объеме и количестве мер поддержки экспортеров со стороны всех региональных центров поддержки экспорта, РЭЦ и других институтов развития для возможности научного анализа эффективности проводимой политики на федеральном и региональном уровнях по содействию экспорту российских фирм. Кроме того, содействие экспорту будет более эффективно при упрощении процедур контроля экспортных поставок, сокращении документооборота и полном внедрении электронного документооборота.

Результаты эконометрического оценивания на данных по российским промышленным предприятиям показывают, что практически все виды поддержки оказываются эффективными для выхода на новые товарно-страновые рынки, но не все помогают нарастить конкурентоспособность и, как следствие, объемы экспорта. Наиболее эффективными мерами поддержки оказались кредитно-гарантийная и страхование. Эти меры не только помогают российским экспортерам в освоении новых рынков, но и значительно увеличивают их конкурентоспособность на этих рынках, что в итоге транслируется в повышенные объемы экспорта. Расширение программ кредитования и страхования экспортеров будет способствовать развитию российского экспорта и повышению конкурентоспособности российских предприятий на внешних рынках. Также рекомендуется провести детальное исследование барьеров, преодолению которых способствуют указанные два вида поддержки. Согласно проведенному анализу, эти барьеры являются одними из наиболее существенных для российских экспортеров.

Развитию экспорта могут способствовать не только меры, помогающие преодолеть эти барьеры, но и устранение или снижение этих барьеров, если они имеют административную природу и могут быть снижены решениями российских властей.

Важно также учитывать, что за экспортной поддержкой обращаются, как правило, более крупные и конкурентоспособные компании, которые уже имеют повышенные шансы на осуществление успешной экспортной деятельности. Поэтому при проведении целевых инициатив, направленных на привлечение компаний к получению экспортной поддержки, АО «РЭЦ» может для каждой отрасли отбирать наиболее конкурентоспособные предприятия, которые еще не вовлечены в экспортную деятельность, но имеют повышенные шансы на успешное закрепление на внешних рынках. Сегмент относительно менее крупных предприятий также заслуживает повышенного внимания, поскольку проведенный анализ показывает, что такие компании, как правило, реже обращаются за экспортной поддержкой, вместе с тем, согласно полученным в работе результатам, экспортная поддержка таких предприятий является менее эффективной. Напротив, свидетельства эффекта отбора показывают, что обращающиеся за экспортной поддержкой фирмы с большой вероятностью будут вовлечены в экспортную деятельность, поэтому в ряде случаев поддержка экспорта для таких предприятий может рассматриваться как избыточная. Наиболее эффективно экспортная поддержка поможет нарастить экспорт для компаний, имеющих конкурентоспособность, недостаточную для самостоятельного освоения экспортных рынков, но достаточную для того, чтобы сделать это с учетом получаемой поддержки.

Наконец, подчеркнем, что слабая эффективность отдельных мер поддержки в наращивании стоимостных объемов экспорта не должна рассматриваться как веское основание для сворачивания этих мер. Расчеты показывают, что эти меры оказываются эффективными с точки зрения выхода российских компаний на новые рынки, что следует признать особенно актуальным в свете той трансформации российского экспорта, с которой он вынужденно столкнулся в 2022 г. из-за санкционного давления. Исследования показывают, что производительность российских компаний растет после выхода на экспортные рынки, поэтому успешное освоение новых рынков может рассматриваться как позитивный исход даже в случае, если на момент наблюдения в ближайшие годы после получения поддержки не наблюдается значительное увеличение экспорта по сравнению с компаниями, которые не получили экспортную поддержку. Закрепление на новых рынках во многом связано с конкурентоспособностью компаний, которую необходимо наращивать за счет не только сокращения торговых барьеров, но и модернизации производств, инвестиций в основной и человеческий капитал. В этой связи полезны будут любые меры,

так или иначе позитивно сказывающиеся на производительности российских компаний. В результате будет заложена основа для развития взаимодействия между институтами развития, ориентированными на экспортную поддержку, и институтами, главной целью которых является устойчивое развитие производства внутри российской экономики.

## Заключение

Институты развития играют все большую роль в продвижении экспорта как в России, так и в других зарубежных странах. Тем не менее в последние годы из-за ограничений в период пандемии и вызванного этим экономического спада страны и национальные системы поддержки экспорта были вынуждены приспосабливаться к новым условиям. В частности, распространение получают меры поддержки, связанные с торговлей, которые не регулируются Соглашением ОЭСР по финансовой поддержке экспорта, в то время как традиционное экспортное кредитование в значительной степени сокращается. Среди новых тенденций, появившихся в период пандемии можно отметить расширение инвестиционной поддержки, программы рыночного окна, несвязанную поддержку, поддержку экспорта через финансирование развития. Агентства по поддержке экспорта в разных странах внедряли новые и расширяли действие существующих программ содействия экспорту, увеличивали покрытие для кредитных организаций, наращивали объемы финансирования программ, использовали мораторий или пролонгацию сроков погашения экспортных кредитов. В целом эти институты развития довольно успешно справлялись с новыми задачами, стабилизируя ситуацию на рынке экспортного финансирования. Некоторые экспортно-кредитные агентства были уполномочены для управления государственными займами или оказывали поддержку всем компаниям независимо от принадлежности последних к числу экспортеров. Еще одной важной тенденцией в деятельности институтов развития по развитию экспорта является акцент на поддержке проектов в сфере экологической устойчивости.

Национальные системы поддержки экспорта с действующими в них различными институтами развития в значительной степени могут различаться между странами, однако, являются наилучшими и выверенными годами и практикой для национальных экспортеров. Если система поддержки экспорта Японии достаточно жесткая с сильным контролем, то в Китае и особенно в США наблюдается конкуренция между институтами развития в оказании финансовой помощи экспортерам, а в Германии отличительной особенностью является высокая роль посреднических организаций.

Созданный в России инструментарий поддержки экспортеров обширен и включает финансовые и нефинансовые меры, в том числе комплексные программы развития экспортной деятельности (КППК, Инвестиционный лифт, акселерационные программы с использованием электронных площадок, логистические маршруты с комплексом услуг, субсидии и льготы в рамках ОЭЗ и др.). Наиболее популярными нефинансовыми услугами среди экспортеров являются информационные и образовательные. Созданные в некоторых регионах (в частности, в Ленинградской, Калининградской, Брянской областях) Клубы

экспортеров становятся наставниками для начинающих экспортеров. В отдельных регионах РФ, в частности в Республике Башкортостан и Тюменской области, благодаря поддержке в выходе компаний на международные маркетплейсы успешно развивается электронная торговля. Опыт создания торгово-логистического хаба для продукции экспортеров Ульяновской области в ЕС следует перенять для создания хаба в странах Ближнего Востока и Юго-Восточной Азии в связи с санкционной политикой. Помимо продвижения на зарубежных рынках национального бренда «Сделано в России», осуществляется поддержка региональных суббрендов («Продукт Башкортостана», «Сделано на Кубани» и др.). Однако из-за недостаточно прочной репутации России как производителя высококачественных товаров экспортеры не видят выгод в использовании национальных и региональных брендов.

Несмотря на наблюдаемый с 2017 г. значительный рост числа поддержанных РЭЦ экспортеров и активно расширяющиеся меры поддержки, сохраняются достаточно значимые ограничения для экспорта, основными из которых являются транспортно-логистические проблемы, высокая себестоимость продукции, высокие затраты на маркетинговую деятельность, особые требования страны-импортера, несоответствие качества экспортной продукции требованиям и спросу со стороны страны-импортера. Таким образом, поддержка экспорта невозможна без комплексной поддержки промышленных предприятий и создания конкурентоспособных товаров, удобных логистических маршрутов. Что касается трудностей, с которыми сталкиваются действующие экспортеры, то, согласно опросам, основными проблемами являются валютный контроль, экспортный контроль, отсутствие единого канала связи и отсутствие полного перехода на электронный документооборот. А самые сложные этапы в экспортной деятельности: производство и поиск клиента, подготовка к отправке товара и перевозка до пункта пропуска.

Меры поддержки, осуществляемые специализированными институтами развития экспорта, имеют разную эффективность. Наибольшую эффективность демонстрируют кредитно-гарантийная и страховая поддержка. Именно эти виды поддержки не только помогают российским экспортерам осваивать новые товарно-страновые рынки, но и значимо влияют на конкурентоспособность российских предприятий на этих рынках, что транслируется в повышенные объемы экспорта. Тем не менее в условиях, в которых российская внешняя торговля оказалась в 2022 г., меры, помогающие российским компаниям осваивать новые рынки, могут быть особенно востребованы. Полученные результаты показывают, что большинство мер, применяемых для поддержки российских

экспортеров, оказываются эффективными с точки зрения диверсификации товарно-страновой структуры экспорта.

### Список использованных источников

1. Export Promotion Schemes // India Trade Portal. URL: <http://www.indiantradeportal.in/vs.jsp?lang=0&id=0,25,857,3901>
2. Соглашение по субсидиям и компенсационным мерам ВТО. URL: <https://docs.cntd.ru/document/902340088>
3. Генеральное соглашение по тарифам и торговле 1994 г. ВТО. URL: <https://www.alta.ru/tamdoc/94bn0004/>
4. ЕЭК. Департамент агропромышленной политики. Сводный обзор о мерах и механизмах поддержки экспорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия. URL: [http://www.eurasiancommission.org/ru/act/prom\\_i\\_agroprom/dep\\_agroprom/export/Documents/Сводный%20обзор%20о%20мерах%20и%20механизмах%20поддержки%20экспорта%20019.pdf](http://www.eurasiancommission.org/ru/act/prom_i_agroprom/dep_agroprom/export/Documents/Сводный%20обзор%20о%20мерах%20и%20механизмах%20поддержки%20экспорта%20019.pdf)
5. OECD. Arrangement on officially supported export credits. URL: [https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=tad/pg\(2015](https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=tad/pg(2015)
6. *Коваль А.* Экспорт: как поддержать своих и чужих не обидеть? URL: <https://oecd-russia.org/analytics/eksport-kak-podderzhat-svoih-i-chuzhih-ne-obidet.html>
7. Exim Bank. Report to the U.S. Congress on global export credit competition . URL: [https://img.exim.gov/s3fs-public/reports/competitiveness\\_reports/2020/EXIM\\_2020\\_CompetitivenessReport\\_Web-Ready\\_Single%20pages.pdf](https://img.exim.gov/s3fs-public/reports/competitiveness_reports/2020/EXIM_2020_CompetitivenessReport_Web-Ready_Single%20pages.pdf)
8. Минпромторг России. Утвержден единый перечень производителей, реализующих КППК. URL: <https://minpromtorg.gov.ru/common/tool/createpdf.php?module=NEWS&id=1340315347&lang=1&version=0>
9. Минпромторг отобрал 700 заявок компаний на господдержку экспорта. URL: <https://rg.ru/2019/10/21/minpromtorg-otobral-700-zaiavok-kompanij-na-gospodderzhku-eksporta.html>
10. СПИК // ФПИ: [сайт]. URL: [https://frprf.ru/navigator-gospodderzhky/spik\\_main/](https://frprf.ru/navigator-gospodderzhky/spik_main/)
11. Срок действия специнвестконтрактов в промышленности хотят продлить из-за санкций. URL: <https://www.pnp.ru/economics/srok-deystviya-specinvestkontraktov-v-promyshlennosti-khotyat-prodlit-iz-za-sankciy.html>



12. Программа «Инвестиционный лифт» // Корпорация МСП [сайт]. URL: <https://corpmsp.ru/finansovaya-podderzhka/programma-inv-list/>
13. Рэксимбанк. Годовой отчет АО «Рэксимбанк» за 2019 г. URL: <https://www.eximbank.ru/upload/iblock/2e7/2e746df16786cde1c950cdb05f9466a1.pdf>
14. Приоритетные направления деятельности АО «Эксар». URL: <https://2019.exportcenter.ru/exiar/exiar-areas-of-priority/>
15. РЭЦ. Годовой отчет РЭЦ 2020 г. URL: [https://www.exportcenter.ru/upload/РЭЦ\\_25-08.pdf](https://www.exportcenter.ru/upload/РЭЦ_25-08.pdf)
16. Годовой отчет ФРП за 2020 г. URL: <https://frprf.ru/download/godovoy-otchet-fonda-za-2020-god.pdf>
17. Годовой отчет ВЭБ.РФ 2020 г. URL: <https://вэб.рф/files/?file=660a98f4f9bd8511e6a517f043154449.pdf>
18. Региональный экспортный стандарт. URL: [https://www.exportcenter.ru/company/region\\_standard/](https://www.exportcenter.ru/company/region_standard/)
19. Внедрение Регионального экспортного стандарта 2.0 создает единую экосистему поддержки экспорта. URL: <https://www.exiar.ru/press/news/vnedrenie-regionalnogo-eksportnogo-standarta-2-0-sozdaet-edinuyu-ekosistemu-podderzhki-eksporta/>
20. Программа поддержки российских брендов и товаров за рубежом «Made in Russia». URL: [https://www.exportcenter.ru/made\\_in\\_russia/certifications/](https://www.exportcenter.ru/made_in_russia/certifications/)
21. Региональный экспортный стандарт. URL: [https://www.exportcenter.ru/company/region\\_standard/](https://www.exportcenter.ru/company/region_standard/)
22. Продукт Башкортостана. URL: <https://productrb.ru/>
23. Исследование барьеров, возникающих в ходе экспортной деятельности. URL: [https://www.exportcenter.ru/road\\_map/export\\_voting/](https://www.exportcenter.ru/road_map/export_voting/)
24. Ассоциация кластеров, технопарков и ОЭЗ России. URL: [https://akitrf.ru/about\\_association/description/](https://akitrf.ru/about_association/description/)
25. Банк России. Что мешает российскому экспорту: результаты опроса предприятий [2021]. URL: [https://cbr.ru/StaticHtml/File/120062/analytic\\_note\\_apr21\\_dip.pdf](https://cbr.ru/StaticHtml/File/120062/analytic_note_apr21_dip.pdf)
26. Указ Президента РФ от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 г.». URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/63728>
27. Итоги внешнеэкономической деятельности Российской Федерации в 2020 г. и 1-м полугодии 2021 г. URL: [https://www.economy.gov.ru/material/file/ab03f167412ee7cbc60d8caf776bab70/itogi\\_ved\\_v\\_2020g\\_i\\_1\\_polugodie\\_2021.pdf](https://www.economy.gov.ru/material/file/ab03f167412ee7cbc60d8caf776bab70/itogi_ved_v_2020g_i_1_polugodie_2021.pdf)

28. *Keesing D., Singer A.* Development assistance gone wrong: failures in services to promote and support manufactured exports // *The Role of Support Services in Expanding Manufactured Exports* / Ed. by Hogan P. K.D..S.A. Economic Development Institute, World Bank, 1991.
29. *Keesing D., Singer A.* Assisting manufactured exports through services: new methods and improve policies // *The Role of Support Services in Expanding Manufactured Exports in Developing Countries* / Ed. by Hogan P. K.D..S.A. Economic Development Institute, World Bank, 1991.
30. *Helleiner G.* Non-traditional Export Promotion in Africa: Experience and Issues. Palgrave MacMillan, 2002.
31. *Hausmann R., Rodrik D.* Economic development as self discovery // *Journal of Development Economics*. 2003. Vol. 72. No. 2. P. 603–633.
32. *Greenaway D., Kneller R.* Firm heterogeneity, exporting and foreign direct investment: a survey // *Research Paper Series Globalization, Productivity and Technology*. Nottingham University. 2005.
33. *Freixanet J.* Export promotion programs: Their impact on companies' internationalization performance and competitiveness // *International Business Review*. 2012. Vol. 21. P. 1065–1086.
34. *Gillespie K., Riddle L.* Export promotion organization emergence and development: Call to research // *International Marketing Review*. 2004. Vol. 21. No. 4/5. P. 465–473.
35. *Diamantopoulos A., Schlegelmilch B., Tse K.* Understanding the role of export marketing assistance: Empirical evidence and research needs // *European Journal of Marketing*. 1993. Vol. 27. No. 4. P. 5–18.
36. *Armah B., Epperson J.* Export demand for U.S. orange juice. Impacts of U.S. export promotion programs // *Agribusiness*. 1997. Vol. 13. P. 1–10.
37. *Knowles L., Mathur I.* The effectiveness of the foreign trade zone as an export promotion program. Policy issues and alternatives // *Journal of Macromarketing*, Fall. 1997. P. 20-31.
38. *Onunkwo I., Epperson J.* Export demand for U.S. Pecans: Impact of US export promotion programs // *Agribusiness*. 2000. Vol. 16. No. 2. P. 253–265.
39. *Spence M.* Evaluating export promotion programmes: U.K. Overseas trade missions and export performance // *Small Business Economics*. 2003. Vol. 20. P. 83–103.
40. *Brouthers L., Wilkinson T.* Trade promotion and SME export performance // *International Business Review*. 2006. Vol. 15. P. 233–252.

41. *Davar S., Wheeler C.* Measuring the impact of government export promotion programmes on business performance at the firm level. 1992. P. 1525–1534.
42. *Seringhaus F., Botschen G.* Cross-national comparison of export promotion services: The views of Canadian and Austrian companies // *Journal of International Business Studies*. 1991. Vol. 22. No. 1. P. 115–134.
43. *Chokar J., Kedia B.* An empirical investigation of export promotion programs // *Columbia Journal of World Business*. 1986. P. 13-20.
44. *Crick D., Czinkota M.* Export assistance. Another look at whether we are supporting the best programmes // *International Marketing Review*. 1995. Vol. 12. No. 3. P. 61-72.
45. *Seringhaus F., Mayer C.* Different approaches to foreign market entry between users and non-users of trade missions // *European Journal of Marketing*. 1988. Vol. 22. No. 10. P. 9–13.
46. *Breilich H., Donaldson D., Nolen P., Wright G.*, Information and Attitudes towards Exporting Evidence from a Randomized Controlled Trial. Ningbo, 2015.
47. *Rose A.* The foreign service and foreign trade: embassies as export promotion // *World Economy*. 2007. Vol. 30. No. 1. P. 22–38.
48. *Brooks M., Rosson P.* A study of export behavior of small- and medium-sized manufacturing firms in three Canadian provinces // In: *Export management* / Ed. by Czinkota M. T.G. New York: Praeger, 1982. P. 39–52.
49. *Álvarez R., Crespi G.* Exporter performance and promotion instruments: Chilean empirical evidence // *Estudios de Economía*. 2000. Vol. 27. No. 2.
50. *Seringhaus F., Rosson P.* Government export promotion: A global perspective. London: Routledge, 1990.
51. *Görg H., Henry M., Strobl E.* Grant support and exporting activity // *Review of Economics and Statistics*. 2008. Vol. 90. No. 1.
52. *Volpe C., Carballo J.* Is export promotion effective in developing countries? Firm-level evidence on the intensive and the extensive margins of exports // *Journal of International Economics*. 2008. Vol. 76. P. 89-106.
53. *Martincus C., Carballo J.* Is export promotion effective in developing countries? Firm-level evidence on the intensive and the extensive margins of exports // *Journal of International Economics*. 2008. Vol. 76. P. 89–106.
54. *Schminke A., Van Biesebroeck J.* The Impact of Export Promotion on Export Market Entry. University of Leuven, 2015.

55. *Martincus C., Carballo J.* Beyond the average effects: The distributional impacts of export promotion programs in developing countries // *Journal of Development Economics*. 2010. Vol. 92. P. 201–214.
56. *Volpe C., Carballo J.* Beyond the average effects: The distributional impacts of export promotion programs in developing countries // *Journal of Development Economics*. 2010. Vol. 92. P. 201–214.
57. *Vargas da Cruz M.* Essays in trade and development economics. Graduate Institute of International and Development Studies, Geneva, Phd dissertation, 2014.
58. *Lederman D., Olarreaga M., Zavala L.* Export promotion and firm entry into and survival in export markets // *Canadian Journal of Development Economics*, forthcoming. 2015.
59. *Broocks A., Biesebroeck J.* The impact of export promotion on export market entry // *Journal of International Economics*. 2017. No. 107. P. 19–33.
60. *Cadot et al.* Are the benefits of export support durable? Evidence from Tunisia // *Journal of International Economics*. 2015. No. 97 (2). P. 310–324.
61. *Olarreaga M., Sperlich S., Trachsel V.* Export Promotion: what works? 2015. URL: <http://www.unige.ch/degit/files/3714/4102/9892/Trachsel.pdf>.
62. International Trade Centre, "Investing in trade promotion generates revenue," International Trade Centre, Geneva. TS-2016-4.E, 2016.
63. *Baldwin R., Robert-Nicoud F.* A simply model of the juggernaut effect of trade liberalization // *International Economics*. 2015. Vol. 143. P. 70–79.
64. *Lages L.F., Montgomery D.B.* Export assistance, price adaptation to the foreign market, and annual export performance improvement: A structural model examination // *The Economist*. 2001. Vol. 16. P. 88–108.
65. *Dhanaraj C., Beamish P.W.* A resource-based approach to the study of export performance // *Journal of Small Business Management*. 2003. Vol. 41. No. 3P. 242–261.
66. *Spence M.* Job market signaling // *Quarterly Journal of Economics*. 1973. Vol. 87. P. 355–379.
67. *Cannone G., Ughetto E.* Born globals: A cross-country survey on high-tech start-ups // *International Business Review*. 2014. Vol. 23. No. 1. P. 272–283.
68. *Munch J., Schaur G.* The Effect of Export Promotion on Firm-Level Performance // *American Economic Journal: Economic Policy*. 2018. Vol. 10. No. 1. P. 357–387.

