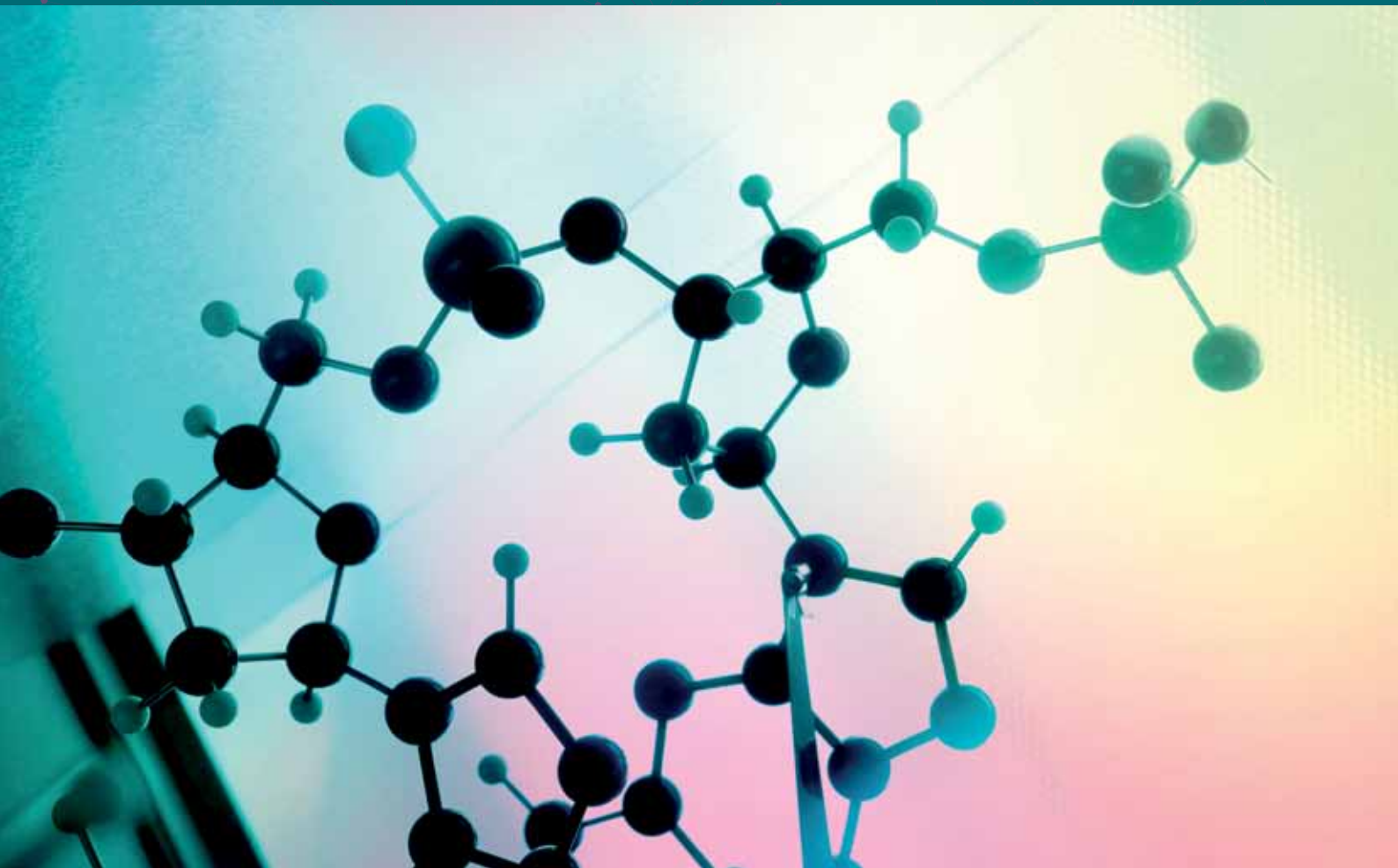


Основные положения

Создание связей, конкуренция и переменны для инклюзивного роста



© Международный торговый центр, 2015 г.

Международный торговый центр (ИТЦ) — совместное агентство
Организации Объединенных Наций и Всемирной торговой организации.

Адрес: ITC
54-56, rue de Montbrillant
1202 Geneva, Switzerland

Почтовый адрес : ITC
Palais des Nations
1211 Geneva 10, Switzerland

Телефон : +41-22 730 0111

Факс: +41-22 733 4439

Эл. почта: itcreg@intracen.org

Веб-сайт: <http://www.intracen.org>

Основные положения

Создание связей, конкуренция и
перемены для инклюзивного роста

Содержание

Часть I. МСП и мировые рынки: отсутствующее звено для инклюзивного роста.....	1
1. Понимание МСП.....	1
2. Почему так важен «средний» сегмент.....	2
3. МСП — отсутствующее звено для инклюзивного роста.....	3
4. Участие в международных производственно-сбытовых цепочках.....	4
5. Элегантный выход на международный уровень: критически важное значение конкурентоспособности.....	6
6. Решение проблем интернационализации.....	9
7. Небольшие, но многочисленные: использование ресурсов, создание связей.....	12
8. МСП и международные инициативы по политикам.....	13
Часть II. Конкурентоспособность МСП: начальная оценка.....	15
Прогноз конкурентоспособности малого и среднего бизнеса 2015: специальные статьи.....	19
Профили стран.....	19
Лидеры общественного мнения.....	20
Примеры из практики.....	20

Основные положения

МСП — отсутствующее звено для инклюзивного роста. На долю МСП приходится приблизительно 60–70 % от общего числа занятых. Зарплата, выплачиваемая МСП, значительно ниже по сравнению с окладами в крупных компаниях. Это в основном связано с тем, что производительность таких предприятий ниже, чем у крупных компаний. Решение проблемы «разрыва в производительности» очень важно для достижения инклюзивного роста. В этом отчете утверждается, что для повышения производительности компании должны устанавливать связи друг с другом, конкурировать и меняться.

Часть I. МСП и мировые рынки: отсутствующее звено для инклюзивного роста

1. Понимание МСП

МСП создают значительное количество рабочих мест, и на них приходится значительная доля ВВП и экспорта

МСП составляют подавляющее большинство среди коммерческих компаний. В целом в мире на долю МСП приходится более чем 95 % от общего числа компаний, приблизительно 50 % ВВП и 60–70 % рабочих мест, если учитывать официальные и неофициальные МСП. Общее количество МСП составляет 420–510 млн, причем 310 млн приходится на развивающиеся рынки.

Множество форматов и размеров

Термин «МСП» охватывает широкий ряд понятий, которые различаются в зависимости от таких факторов, как страна, географический регион, уровень развития и бизнес-культура. Даже в пределах одной страны в это понятие может вкладываться разный смысл, а иногда такое явление может просто отсутствовать. Кроме того, само понятие часто связано с национальными программами по поддержке и другими регуляторными требованиями, что затрудняет выработку единого определения.

Размер компании и структура экономик

Значение сектора МСП менялось со временем, отражая влияние технологического развития, меняющихся рыночных условий и растущего уровня жизни.

До начала промышленной революции производством в основном занимались предприятия, которые сегодня мы бы отнесли к категории МСП. Небольшие мастерские и самозанятые фермеры нанимали несколько человек и производили индивидуальную продукцию. По мере развития промышленной революции размеры компаний стали постоянно увеличиваться. Например, среднее количество рабочих в хлопковых компаниях в Манчестере (Англия) более чем утроилось за период 1815–1841 гг. Этот рост был связан с интеграцией и появлением национальных рынков, которые служили важными источниками спроса, поощряя производство крупных объемов товаров. Технологические инновации и механизация способствовали радикальным изменениям в способах производства. Появление фабрик часто требовало высокого уровня капитальных инвестиций, что заставляло компании расширяться, добиваясь экономии благодаря объему производства. Эти тенденции — реорганизация производства, а также увеличение размера компаний — сохранились и в XX столетии.

Начиная с 1970-х годов ситуация начала меняться. Тенденция к увеличению количества рабочих мест и доли добавленной стоимости в крупных компаниях сменилась на обратную в ряде стран ОЭСР. Кроме того, МСП стали рассматриваться как источники оперативных инноваций и рабочих мест. Эта тенденция частично подкреплялась желанием передать на сторону неключевые направления деятельности, что позволяло компаниям, в свою очередь, сосредоточиться на ключевых направлениях: это дало возможность создавать горизонтальные (кластеры) и вертикальные (производственно-сбытовые цепочки) производственные системы.

Хотя этот исторический опыт интересен, он также может быть полезен при анализе тенденций в ближайшем будущем. В то время как за последние десятилетия усилились интеграция и расширение рынков, могут снова сложиться условия, благоприятные для крупных компаний. С другой стороны, факторы, такие как информационные и коммуникационные технологии (ИКТ), создают условия, которые могут способствовать вторичному появлению МСП. Распространение ИКТ привело к возникновению такого явления, как «рожденные глобальными» МСП, которые с самого начала коммерческой деятельности продают или планируют продавать свои товары клиентам по всему миру, используя электронные платформы, размывая традиционные границы процесса интернационализации.

2. Почему так важен «средний» сегмент

Сложности роста

Подавляющее большинство МСП в развивающемся мире — это микропредприятия, в штате которых числится меньше десяти сотрудников. Во многих экономиках частный сектор делится на два сегмента: малый — часто очень маленький — бизнес, с одной стороны, и несколько очень больших предприятий, с другой стороны. Это явление называют «отсутствующее среднее звено». В основном это объясняют тем, что малые предприятия имеют мало стимулов для роста, так как налоговое законодательство для них неблагоприятно и им сложно найти финансовые ресурсы, после того как они выходят на средний уровень.

Сбалансированное распределение компаний по размерам стимулирует конкуренцию

Наличие нескольких крупных игроков со значительной долей рынка обычно делает экономику менее динамичной, особенно если малые предприятия слишком маленькие, чтобы бросить вызов крупным игрокам на рынке и лоббировать политические реформы. В свою очередь, сбалансированное распределение компаний по размерам стимулирует конкуренцию в экономике и позволяет большему количеству компаний конкурировать также и на международных рынках.

3. МСП — отсутствующее звено для инклюзивного роста

МСП обычно менее производительны, чем крупные компании...

Из специализированной литературы хорошо известно, что — как в теории, так и на практике — более крупные компании более производительны, имеют больше возможностей для экспорта и предлагают более высокие оклады. Однако мало кто знает о том, что разрыв в производительности между малыми и крупными компаниями обычно более выражен в развивающихся странах, чем в странах с развитой промышленностью. В Германии производительность малых компаний составляет приблизительно 70 % от производительности крупных компаний. В свою очередь, в Аргентине производительность малых компаний составляет менее чем 40 % от производительности крупных предприятий; в Бразилии этот

показатель составляет менее чем 30 % (ОЭСР-ЭКЛАК, 2013). В некоторых странах разрыв в производительности между малыми и крупными предприятиями даже больше: например, было установлено, что в Индии компании со штатом более 200 сотрудников работают в десять раз производительнее компаний со штатом 5–49 сотрудников.

...и, как результат, платят меньшие оклады

На долю МСП приходится значительная часть от общего числа занятых. Они трудоустраивают даже большую долю среди наиболее уязвимых групп рабочей силы, т. е. менее опытных и менее образованных работников из бедных семей. В связи с более низкой производительностью МСП обычно также предлагают меньшие оклады. Это частично связано со сферами, где обычно работают МСП: это сферы с низкой добавленной стоимостью, значительными трудозатратами и низкой производительностью.

Возможности для значительного инклюзивного роста появятся, если будет преодолен разрыв в производительности...

Преодоление разрыва в производительности между МСП и более крупными компаниями в развивающихся странах, вероятно, даст два прямых эффекта: это будет способствовать росту ВВП из-за возросшей производительности МСП, а также позволит увеличить размер окладов в низкооплачиваемом сегменте экономики, что, в свою очередь, позволит более эффективно и справедливо распределять доходы среди населения.

Последний эффект указывает на инклюзивный характер потенциала роста, который возникает в результате роста производительности МСП. Вероятно, последствия выйдут за рамки непосредственного повышения доходов бедных слоев населения. Более высокие оклады для работающих женщин, вероятно, окажут благоприятный эффект на экономику в целом, так как известно, что женщины в развивающихся странах более склонны, чем мужчины, инвестировать в свои семьи и общины, где они живут, что положительно влияет на общее состояние страны.

...например, путем интернационализации, так как международные компании более производительны

Издавна понятно, что компании, работающие на международных рынках, обычно платят более высокие оклады, нанимают больше людей и демонстрируют более высокие уровни производительности. Только наиболее производительные и крупные компании могут выйти на международный уровень, так как они могут позволить себе связанные с этим затраты, например капитальные расходы, которые требуются для соблюдения регуляторных норм или для поиска доходных рынков и надежных партнеров. В то же время интернационализация может повысить конкурентоспособность, так как компания приобретает необходимый опыт и сталкивается с более строгими требованиями к качеству, более совершенными технологиями и более жесткой конкуренцией. Интернационализация позволяет добиться значительных преимуществ, при условии что компания имеет для этого необходимые ресурсы.

4. Участие в международных производственно-сбытовых цепочках

Ступеньки к интернационализации

Список потенциальных преимуществ для МСП в результате участия в международных производственно-сбытовых цепочках (МПСЦ) включает множество пунктов. На макроуровне появляются возможности для создания новых рабочих мест, повышения доходов, улучшения условий работы и диверсификации производственного и экспортного портфеля. На микроуровне МПСЦ могут помочь расширить доступ к финансированию, сократить время на

освоение новой продукции, сократить производственные простои, уменьшить складские запасы, улучшить качество продукции и клиентской поддержки, ускорить внедрение инноваций и уменьшить риски.

Шансы МСП на начало экспортных поставок увеличиваются, когда они участвуют в местных и международных производственных цепочках. В исследовании итальянских компаний было установлено, что вероятность экспорта для компаний со штатом 1–9, 10–49 и 50–249 сотрудников возрастала соответственно на 98 %, 34 % и 34 %, если они участвовали в цепочке поставок. Это показывает, что особенно малые компании могут извлечь пользу от снижения начальных затрат и экономии на повышении объемов благодаря участию в МПСЦ.

Импорт промежуточных продуктов также способствует повышению производительности

Кроме того, компании, которые уже экспортируют, могут извлечь пользу из участия в МПСЦ, так как доступ к более технологичному импортированному промежуточному сырью позволяет улучшить качество конечной продукции и повысить эффективность экспорта. Например, было продемонстрировано, что влияние экспорта на производительность и доходность тунисских компаний усиливалось, если компании также импортировали промежуточные продукты. Этот вывод соответствует результатам практической деятельности на уровне компаний: импорт промежуточных продуктов повышает качество и количество экспорта, что, в свою очередь, еще больше увеличивает производительность. Действительно, такой импорт сырья может стать эффективным каналом для распространения технологий, в частности, это может стимулировать инновации, связанные с продуктами и процессами. Международные ведущие компании в составе цепочки получают мотив улучшать продукты и процессы своих поставщиков.

Участие в МПСЦ не гарантирует более высоких экономических показателей

Участие в МПСЦ никоим образом не гарантирует более высоких экономических показателей. Степень, насколько компаниям может удастся получить эти преимущества, в основном зависит от их положения в производственно-сбытовой цепочке и их потенциала продвижения вверх по этой цепочке. Понятно, что компания может застрять в сегменте производственной цепочки с низкой добавленной стоимостью, например базовой сборки или добычи ресурсов. Таким образом, компания сможет получать только ограниченную долю ренты и доходов в рамках цепочки. МСП в развивающихся странах обычно включаются в МПСЦ, участвуя именно в таких видах деятельности. Хотя это может сначала улучшить статические показатели в таких сферах, как трудоустройство и производительность, в то же время это может затормозить динамическое развитие, если компании не удастся перейти на уровень с более высокой добавленной стоимостью. Это может быть связано с неравноценным положением между международными покупателями и местными поставщиками в составе цепочки, так как первые склонны сохранять статус-кво. Другими словами, международные ведущие компании могут мешать поставщикам переходить на более высокие уровни, если это будет мешать основным направлениям деятельности ведущей компании, например маркетингу, исследованиям и разработкам или продажам.

Способ участия МСП в МПСЦ зависит от их конкурентоспособности

Так как неспособность продвинуться вверх в производственно-сбытовой цепочке в основном зависит из-за неравноценного положения разных участников, структура управления цепочкой играет ключевую роль в том, насколько местные компании смогут продвигаться вверх в цепочке. В литературе различают четыре типа структур управления, где каждый следующий характеризуется более неравномерным распределением возможностей между участниками: отношения на расстоянии вытянутой руки, сети, квазиерархия и полная иерархия, или вертикальная интеграция.

В рамках структур первого типа отношения между компаниями недостаточно устойчивые, чтобы обеспечить обмен технологиями. В полностью иерархических структурах ведущие компании будут пытаться ограничить рост поставщиков. Было установлено, что реляционные сети и квазиерархические структуры наиболее активно способствуют профессиональному росту, хотя для поставщиков из развивающихся стран сложно включиться в реляционные сети, так как для этого зачастую требуются значительные начальные инвестиции и большое количество ресурсов со стороны поставщиков.

5. Элегантный выход на международный уровень: критически важное значение конкурентоспособности

Что определяет, будут ли МСП экспортировать напрямую или через посредников? Что определяет структуру управления внутри производственно-сбытовой цепочки? Что определяет, смогут ли они продвигаться вверх по производственно-сбытовой цепочке или занять выгодное и интересное положение внутри этой цепочки, возможно, с потенциалом для роста?

Многое зависит от того, являются ли они глобально конкурентоспособными в выбранной сфере деловой деятельности. Следовательно, рецепт успешной интернационализации МСП сводится к понятию конкурентоспособности МСП.

Конкурентоспособность часто определяется с точки зрения «направлений деятельности»

Сложно однозначно определить понятие конкурентоспособности. При этом необходимо учитывать такие факторы, как время (пунктуальность и устойчивость), масштаб (оптимальный размер компании), пространство (например, национальная или международная компания) и объем (сосредоточенность только на ресурсах уровня компании или также на возможностях).

В этом отчете описывается конкурентоспособность с точки зрения «направлений деятельности». При этом применяется динамичный подход и используется определение, которое подходит для компаний, работающих на международных рынках:

Конкурентоспособность — это продемонстрированная способность проектировать, производить и продавать продукцию, которая полностью, уникальным образом и непрерывно удовлетворяет потребности целевых сегментов рынка, используя и привлекая ресурсы из делового окружения и добываясь устойчивой прибыли для задействованных работников.

Более мелкие компании обычно активны в небольшом количестве направлений деятельности

Фактор «масштаб» не выражен явно в этом определении, так как оно должно подходить для компаний любых размеров. Компании, которые работают с большим количеством направлений, обычно имеют большие размеры, а компании, которые переходят из сегмента малого бизнеса в средний сегмент, должны оставаться конкурентоспособными в течение всего процесса, если они хотят оставаться на рынке. Особенность МСП заключается в том, что часто они работают только в одной сфере, особенно если это небольшие компании в категории МСП.

Для быстро меняющихся глобальных рынков динамический аспект конкурентоспособности имеет критическое значение

Термин «непрерывно» в этом определении отражает использование динамической концепции конкурентоспособности (фактор времени). Того, чего достаточно сегодня, чтобы

добиваться приемлемых доходов для сотрудников, завтра уже может быть недостаточно, если изменятся условия для конкуренции. Компании, которые работают на международных рынках, постоянно сталкиваются с изменениями, и приемлемого постоянного уровня прибыли можно добиться, только если компания может приспосабливаться к текущей ситуации или вносить изменения в свои методы работы.

Связи — это ключ к конкурентоспособности

Внешние факторы меняются очень быстро. Конкурентоспособность подразумевает адаптацию и устойчивость. Отраслевые циклы, технологические прорывы или революционные инновации, усилившаяся конкуренция, колебания обменных курсов и многие другие события требуют выработки стратегий адаптации. Компании, которые успешно адаптируются, предугадывают изменения до того, как наступят внешние события, или быстро внедряют изменения уже по факту событий, чтобы успевать идти в ногу со временем.

Успешные компании управляются эффективными руководителями...

Качество бизнес-стратегии компании — это основной фактор успеха. Руководство компании определяет бизнес-стратегию и отвечает за ее реализацию. Эффективная стратегия позволяет производить продукцию, которая помогает компании успешно позиционировать свои товары или услуги в конкретном сегменте рынка. Успешная продукция обычно включает соответствующее сочетание ряда аспектов: качество и характеристики продуктов, количество, затраты и своевременность поставок.

...которые опираются в своей бизнес-стратегии на текущую рыночную аналитику

Компании не разрабатывают свои бизнес-стратегии в вакууме. При разработке они учитывают конкурентное окружение, в котором они работают. Следовательно, обязательное условие для разработки успешной бизнес-стратегии, — это осведомленность и знакомство с конкурентными силами, которые формируют условия для деятельности компании. Сведения о потребительских тенденциях, нормативных требованиях, демографических тенденциях, объемах и потоках торговли, торговых соглашениях, льготных статусах, торговых барьерах или интенсивности конкуренции, помимо прочего, очень важны при разработке успешной бизнес-стратегии.

Соблюдение стандартов в области качества и экологии становится обязательным конкурентным преимуществом

Появление МПСЦ сопровождалось распространением обязательных/регуляторных, добровольных и корпоративных стандартов. Инвестиции в направления, которые соответствуют этим стандартам (многие из которых являются частными стандартами), — это больше не прихоть, а основной фактор конкурентоспособности компаний. Успешная сертификация товаров и услуг может облегчить доступ компаний к финансированию и выход на новые рынки, а также способствовать появлению более качественных и экологичных товаров и услуг.

Доступ к финансированию определяет повседневную производственную эффективность и способность делать инвестиции с учетом будущего

Финансирование — это неотъемлемый элемент реализации бизнес-стратегий и повседневной деятельности любой коммерческой компании. На различных этапах жизненного цикла компании потребность в денежных средствах меняется, однако особенно важные этапы — это начало деятельности, этап роста и переходные этапы. Способность компании повышать и укреплять свою конкурентоспособность сильно зависит от того, насколько она может инвестировать в новые предприятия, инновации, усовершенствования и диверсификацию с течением времени. Для всех этих инвестиций требуется краткосрочный и долгосрочный капитал, следовательно, доступ к финансированию для компаний, включая женщин-предпринимателей, — это ключевая

проблема. Реализация прозрачного финансового планирования и документирования бюджета, закупок, продаж, активов и обязательств в сочетании с комплексным бизнес-планом не только помогает компаниям получать доступ к финансированию, но также повышает их потенциал в плане интеграции в экспортные рынки и укрепления своей конкурентоспособности.

Квалифицированная рабочая сила требуется на всех уровнях производства

Квалифицированные сотрудники не только могут качественно выполнять порученные производственные задачи, но также, скорее всего, могут достаточно гибко приспосабливаться к изменениям на рынках. Было доказано, что наличие квалифицированной рабочей силы позволяет повысить техническую эффективность МСП, способность внедрять зарубежные технологии и работать в сферах, где требуются большие знания. Профессиональные навыки, включая навыки межличностного общения, позволяют более эффективно общаться с зарубежными клиентами и соблюдать международные стандарты. МСП, которые остаются ниже определенного порогового уровня в плане навыков своих сотрудников, скорее всего, так и останутся в сегменте с низкой добавленной стоимостью в рамках МПСЦ.

Доступ к сырью и зарубежным клиентам влияет на конкурентоспособность...

В то время как компании могут сделать многое в плане повышения своей конкурентоспособности, на некоторые факторы они повлиять не могут. Один важный фактор, который влияет на способность компаний получать доступ к зарубежным клиентам, — это доступ к рынку, который, в свою очередь, зависит от торговых политик, применяемых в их собственной стране или в стране назначения. Компании, участвующие в МПСЦ, особенно чувствительны к затратам, связанным с торговыми политиками, так как они могут подвергаться двойному налогообложению, если они импортируют промежуточные товары, а затем снова их экспортируют после переработки. В то время как за последние три десятилетия тарифы снизились, сейчас широко распространено мнение о том, что нетарифные меры (НТМ) тормозят торговлю не меньше или даже больше, чем сами тарифы. Исследование ОЭСР показывает, что затраты на НТМ составляют в среднем 15 % от общих производственных затрат.

...и в значительной степени определяется торговыми политиками и логистикой

Обслуживание клиентов может быть дорогостоящим предприятием и зависит от доступности и качества транспортной инфраструктуры, а также от наличия соответствующих поставщиков логистических услуг. Логистические аспекты критически важны для конкурентоспособности, особенно если это касается товаров, чувствительных ко времени, например скоропортящихся продуктов. Все чаще МСП копируют пример крупных компаний и применяют сложные методы управления поставками и стратегические подходы к логистике. Тем не менее, хотя МСП и хотят делать это, на них всегда будет влиять непосредственное окружение и макрофакторы, включая природу и качество процедур, необходимых для прохождения границы.

Инновационные компании более производительные и имеют больше шансов на экспорт

Инновационные компании обычно демонстрируют более высокий уровень производительности и экономического роста и имеют больше шансов выйти на экспортные рынки, причем успешно. На уровне компаний инновация подразумевает ряд конкретных действий, которые могут улучшить их инновационный потенциал, например исследования и разработки, оформление патентов, побочные продукты, постепенные инновации, сегментация нишевых рынков, стандартизация, повышение качества, дифференциация, экономичное производство (устранение отходов), корпоративная реструктуризация (уменьшение размеров компании, оптимизация размера, передача части производства на сторону и перевод производства за границу). В этом контексте маркетинговые исследования и исследования и разработки продуктов играют критически важную роль.

6. Решение проблем интернационализации

МСП сталкиваются с проблемами, непосредственно связанными с их размером. Многие из этих проблем усиливаются в рамках глобального контекста, что, как результат, приводит к низкому проценту выживания МСП. Хотя эти показатели широко колеблются в зависимости от страны и отрасли, исследования показывают, что приблизительно 20 % новых компаний прекращают работу после первого года, а через пять лет этот показатель слегка превышает 50 %. Большое количество неудач — это не проблема сама по себе. Причина для беспокойства — это то, насколько сбои рыночного механизма влияют на то, что МСП приходится прекращать работу, когда в противном случае они могли бы развиваться и успешно работать на экспортных рынках.

МСП трудно получить доступ к информации об экспортных возможностях...

В недавнем мониторинговом опросе, который был проведен ИТЦ в рамках Пятого глобального пересмотра программы «Содействие торговле», «доступ к информации об экспортных возможностях» занял первое место среди девяти областей, где МСП хотели бы видеть улучшения. 64 % из опрошенных МСП упоминали этот фактор как один из трех основных приоритетов, в то время как для крупных компаний эта доля составила 44 %. Ненадлежащее предоставление коммерческой информации государственными или частными ассоциациями — это хорошо известный сбой рыночного механизма, который увеличивает затраты и барьеры для МСП с точки зрения выхода на рынок.

...что усложняет соблюдение обязательных и добровольных стандартов...

Необходимость соблюдать добровольные или обязательные стандарты и прочие регуляторные требования влияет на деятельность на МСП на всех этапах производства и поставок:

- Информация: МСП нужно получать подробную информацию о требованиях.
- Реализация: МСП может понадобиться адаптировать товары и процессы с учетом этих требований.
- Сертификация: МСП должны демонстрировать соблюдение требований, что обычно подразумевает сертификацию товаров или процессов со стороны компетентных органов.
- Признание: последний шаг, необходимый для экспортирующих МСП, — это признание сертификата таможенными органами в своей стране и за границей.

Недавние опросы компаний по поводу НТМ, проведенные ИТЦ, показали, что соблюдение технических регуляторных требований и стандартов, будь то на этапе реализации или демонстрации, считается ведущей проблемой, особенно для небольших компаний. В среднем 49 % экспортирующих МСП в 23 странах, где проводился опрос, сообщают, что их бизнес страдает по крайней мере из-за одной НТМ. Для крупных компаний этот показатель составляет 42,5 %.

...призывая заинтересованные стороны облегчить реализацию и проверку стандартов для МСП

Различные заинтересованные стороны играют важную роль в плане распространения информации о стандартах и НТМ, например путем создания международных или национальных информационных платформ с участием международных организаций или национальных учреждений содействия торговле и инвестициям; в плане наращивания потенциала по соблюдению требований (например, учебных учреждений); и в плане

облегчения проверки стандартов (например, таможенных органов). На национальном уровне правительственные усилия были направлены на построение качественной технической инфраструктуры в развивающихся странах, включая аккредитованные лаборатории и сертификационные органы.

МСП все еще страдают из-за недостаточного финансирования рабочего капитала и инвестиционных потребностей...

МСП постоянно заявляют о недостаточном доступе к финансированию как о жестком ограничении. Часто банки считают, что затраты и риски на обслуживание МСП слишком высоки. Из-за неравномерного распределения информации и высоких затрат на сбор необходимой информации для оценки кредитоспособности типичных заемщиков из категории МСП, банки обычно не хотят выделять им необеспеченные кредиты, даже под высокий процент. Следовательно, многие МСП с экономически обоснованными проектами, но без активов под обеспечение не могут получить крайне необходимое финансирование от традиционных кредиторов. Женщины-предприниматели особенно часто сталкиваются с этой проблемой, так как недостаточное обеспечение, несоответствующая финансовая инфраструктура и прочие препятствия, включая гендерные, социальные и культурные барьеры, ограничивают потенциал МСП, принадлежащих женщинам.

Международная финансовая корпорация (МФК) сообщает, что ведущие банки, обслуживающие МСП в странах, не входящих в ОЭСР, охватывают только 20 % из официальных микропредприятий и МСП, а для стран Африки к югу от Сахары этот показатель составляет всего лишь 5 %. Подчеркивая масштаб проблем доступа к финансированию, Азиатский банк развития (АБР) оценивает, что только для финансирования торговли разрыв между спросом и предложением по всему миру составляет 1,9 трлн долларов США. Этот разрыв увеличивается особенно в «нижнем сегменте рынка», где, по оценкам, почти половина заявок МСП на торговое финансирование отклоняются, в то время как для многонациональных корпораций отклоняется только 7 % заявок.

... но частные и государственные инициативы могут помочь МСП покрывать разрыв в финансировании

Бюро кредитных историй, а также структуры и реестры движимых материальных ценностей могут быть особенно эффективными с точки зрения облегчения доступа к финансированию для МСП. Другие многообещающие решения включают прямую поддержку МСП в плане соблюдения требований к официальному финансированию. Сюда включается обучение МСП по подготовке эффективных заявок на финансирование и обеспечение того, чтобы у них была вся необходимая информация по сложным процедурам оформления кредита. Так как коммерческие банки все чаще признают нераскрытые и выгодные возможности, которые открываются в сегменте МСП, может быть полезно поддержать внедрение международных передовых методов работы, чтобы успешно обслуживать этот стратегический сектор. Имеются возможности для поощрения сотрудничества между банками и поставщиками услуг по коммерческому развитию. Наконец, разработчики политик уделяют все больше внимания тому, чтобы МСП могли диверсифицировать свои источники финансирования и выходить за рамки традиционных банковских кредитов, привлекая нефинансовый частный сектор, включая торговое кредитование между компаниями, коллективное финансирование («краудфандинг») и инвестиционные платформы.

МСП сложно привлекать высококвалифицированную рабочую силу из-за неблагоприятной ситуации на рынке...

Национальные политики профессионального обучения — это ключевой фактор, определяющий доступность квалифицированной рабочей силы для МСП. Способность МСП привлекать квалифицированных сотрудников, которые уже получили образование,

прошли обучение и получили опыт, будет зависеть от того, насколько соответствующие образовательные структуры, учреждения профессионального обучения и обучающие организации могут обучать молодых людей, так чтобы на выходе получались работники с полноценным набором полезных и необходимых для работы навыков.

...а также из-за своих ограниченных возможностей по обучению собственных сотрудников

Отсутствие необходимых навыков часто наблюдается на рынке рабочей силы в развитых и развивающихся странах. Этот фактор может влиять на МСП непропорционально, так как у них нет средств (финансовых и человеческих ресурсов), чтобы инвестировать в обучение собственных сотрудников. Варианты политик по упрощению для МСП доступа к квалифицированной рабочей силе включают субсидии на обучение и поддержку организаций работодателей, которые способствуют участию МСП в учебных инициативах. Такие организации могут формироваться по горизонтальному принципу — когда МСП совместно проходят учебные курсы — и по вертикальному принципу — когда используются связи между покупателями и поставщиками.

Ограниченная доступность квалифицированных сотрудников касается и уровня руководства и коммерческой деятельности...

Кроме того, недостаточное качество руководства может быть исходной причиной неудач в работе (малой) компании. Исследование показывает, что компании на развивающихся рынках обычно демонстрируют худшее качество руководства по сравнению с развитыми странами. Это хорошо объясняет, почему такие компании демонстрируют низкую производительность. Недостаток управленческих навыков, в свою очередь, отрицательно влияет на предпринимательский потенциал, на который дополнительно влияют социально-культурные факторы, например страх будущего, что особенно выражено у молодых предпринимателей и женщин-предпринимателей.

...и ее можно преодолеть, стимулируя эффективную предпринимательскую культуру

Формирование эффективной предпринимательской культуры и стимулирование предпринимательских навыков зависит от качества и количества учебных курсов в сфере предпринимательской деятельности. В этом контексте кажется важным начинать образование по предпринимательской деятельности в молодом возрасте, так чтобы молодые люди получали стимул становиться предпринимателями, опираясь на возможности, а не на необходимость. Существуют доказательства того, что разработчики политик действительно посвящают больше ресурсов, чтобы расширить сотрудничество с деловым сообществом, например, разрабатывая материалы по предпринимательскому обучению, проводя обучение и оказывая поддержку преподавателям, которые участвуют в предпринимательских проектах.

Внедрение технологий и инноваций часто слабо распространено среди МСП

Недостаток квалифицированной рабочей силы влечет за собой и другие последствия: он может помешать инвестициям в технологии. Преимущества технологий неоспоримы, однако многие МСП не реализуют весь их потенциал. Низкий уровень внедрения технологий считается серьезным барьером для повышения конкурентоспособности, и они страдают от таких последствий, как недостаточная эффективность и возросшие расходы. Помимо недостатка квалифицированной рабочей силы (например, технических навыков), были выявлены четыре других ключевых «узких места», которые могут объяснить нежелание МСП инвестировать в технологии и внедрять их: высокие затраты на технологии, низкая осведомленность о преимуществах технологий, проблемы безопасности данных и конфиденциальности, и ненадлежащая базовая инфраструктура.

Наконец, логистические расходы по отношению к продажам значительно выше для МСП, чем для крупных компаний...

Исследования логистических расходов компаний по отношению к продажам показывают, что они обычно значительно выше для МСП, чем для крупных компаний. Например, логистические расходы в Латинской Америке и Карибском регионе (ЛАК) составляют 18–35 % от окончательной стоимости товаров по сравнению с 8 % в странах ОЭСР. Факты говорят о том, что для МСП этот показатель может превышать 40 %, в основном из-за высоких расходов на поддержание запасов и складское хранение.

...и, чтобы сократить их, необходимо учитывать материальные и нематериальные аспекты логистики

Чтобы в стране можно было надлежащим образом осуществлять логистические операции, требуется современная и эффективная транспортная инфраструктура. По данным недавнего исследования McKinsey & Company, до 2030 года требуется 57,3 трлн долларов США инвестиций в развитие инфраструктуры. Помимо этих инвестиций в материальную инфраструктуру, важную роль играют нематериальные аспекты логистики, которые помогут наилучшим образом использовать существующую инфраструктуру. Например, меры содействия торговле могут помочь создать необходимые условия для МСП для выхода на международный уровень, так как они позволяют устранить бюрократию в области торговли, например расходы на оформление грузов, расходы на документацию и задержки при прохождении границы.

7. Небольшие, но многочисленные: использование ресурсов, создание связей

В связи с небольшим размером у МСП ограниченный потенциал для политического лоббирования...

Небольшие компании находятся в невыгодном положении, так как они могут лишь ограниченно влиять на процессы принятия решений и рыночные факторы и отстаивать собственные интересы. Небольшие компании часто имеют меньше возможностей для рыночного влияния по сравнению с крупными компаниями, следовательно, они могут получать лишь ограниченную долю прибыли в составе цепочки. Сложности в донесении собственной точки зрения из-за размера также распространяются на политические процессы, в результате чего политики прислушиваются к тем, кто может громче выражать свои интересы. Результат — регуляторная среда, которая неблагоприятна для МСП на системном уровне.

Один из способов преодолеть ограничения небольшого размера и изоляцию — объединять усилия. Часто используется два механизма: первый включает институты, которые представляют интересы МСП и оказывают соответствующие услуги; второй механизм стимулирует связи между МСП с помощью кластеров.

...который можно компенсировать, сотрудничая с учреждениями содействия торговле и инвестициям...

Независимо от вида деятельности (общая направленность, отраслевые или специализированные организации), учреждения содействия торговле и инвестициям (УСТИ) охватывают все аспекты международной торговли: экспорт, импорт и инвестиции. Последние экономические публикации показывают, что влияние на торговлю со стороны УСТИ, особенно организаций содействия торговле (ОСТ), может быть значительным. По данным одного исследования, увеличение бюджета ОСТ на 1 доллар США может увеличить объем экспорта до 200 долларов США. Еще одно исследование показало, что целенаправленная

поддержка отдельных компаний наиболее эффективна с точки зрения стимулирования экспорта, если работа ведется с компаниями среднего размера.

...или формируя кластеры...

Кластеры могут помочь МСП повысить свою производительность, инновационность и конкурентоспособность в целом. Что делает кластеры потенциально выгодными для конкурентоспособности, так это возможности для «коллективной эффективности», которые возникают благодаря положительной внешней экономии и совместным действиям. Разработчикам политик кластеры дают возможность оптимизировать стратегическое вмешательство, так как разработчики политик получают необходимую площадку, для того чтобы проектировать и внедрять политики по повышению конкурентоспособности МСП и расширению их перспектив и помогать им преодолевать некоторые барьеры на пути к выходу на международный уровень.

...которые могут облегчить обмен инновациями

Чтобы преодолеть недостаток координации и поддержать коллективные действия, политики развития кластеров могут помочь развивать местные факторы конкурентоспособности и укреплять связи. В литературе высказывается мнение, что политики кластеров могут помочь решить, помимо прочего, проблему недостатка квалифицированной рабочей силы, облегчить обмен инновациями (динамическая эффективность), способствовать обмену опытом среди первопроходцев (обучение путем экспорта) и упрощать доступ к высококачественным бизнес-услугам.

В то же время, хотя существует множество успешных кластеров, это, вероятно, тот случай, когда провалов в области создания устойчивых кластеров гораздо больше. Политики кластеров могут способствовать созданию и устойчивости кластеров, однако их нужно качественно разрабатывать, и они ни в коем случае не являются панацеей для всех проблем экономического развития.

8. МСП и международные инициативы по политикам

Создание условий, в которых МСП могут лучше работать на мировых рынках и способствовать инклюзивному росту, зависит от деятельности внутри стран, а также от международных политик и мер.

Роль МСП все больше признается в ходе мировых политических дебатов, особенно в контексте Глобальных целей ООН, а также во время встреч «Большой двадцатки» (G20) и представителей делового сообщества из стран G20 (т. н. B20). Соглашение о содействии торговле (ССТ) Всемирной торговой организации также имеет большое значение для МСП.

Глобальные цели ООН требуют более активного участия МСП

Глобальные цели ООН, определенные в этом году странами-членами ООН, отличаются своей амбициозностью и комплексным подходом. В отличие от Целей развития Декларации тысячелетия (ЦРДТ), в Глобальных целях ООН на период после 2015 года отдельно упоминаются микропредприятия и малые и средние предприятия (ММСП).

В частности, Цель 8 требует

«содействовать разработке ориентированных на развитие стратегий, способствующих производительной деятельности, созданию достойных рабочих мест, предпринимательству, творчеству и новаторству, и поощрять официальное закрепление и развитие микро-, малых и средних предприятий, в том числе путем обеспечения доступа к финансовым услугам».

Цель 8 также признает необходимость сокращать торговые расходы и бюрократию для экспортеров, призывая к более активной поддержке развивающихся стран в рамках программы «Содействие торговле».

Глобальная цель 9 ООН, тем временем, охватывает два других направления, которые являются ключом к повышению конкурентоспособности МСП: доставка товаров потребителю благодаря улучшенной логистике и перспективное планирование с учетом инноваций. Цель 9 включает задачу «расширить доступ небольших промышленных и прочих предприятий, в частности в развивающихся странах, к финансовым услугам, включая доступные кредиты, и повысить их интеграцию в производственно-сбытовые цепочки и рынки».

Соглашение, подписанное в ходе Третьей международной конференции по финансированию и развитию (Аддис-Абеба, июль 2015 года), является элементом Глобальных целей ООН. В нем излагаются принципы и политики, необходимые для реализации Глобальных целей ООН, причем основное внимание уделяется мобилизации ресурсов и глубокому анализу ММСП.

В преамбуле к соглашению под заголовком «Глобальная архитектура финансирования развития после 2015 года» отмечается, что ММСП, «которые создают подавляющее большинство рабочих мест во многих странах, часто не имеют доступа к финансированию». В нем содержится призыв к странам сотрудничать с «частными игроками и банками развития», чтобы обеспечивать «соответствующий, приемлемый по ценам и устойчивый доступ к кредитам для ММСП, а также надлежащее профессиональное обучение для всех, включая молодежь и предпринимателей». Чтобы преодолеть ограничения в плане получения финансирования, особенно для женщин-предпринимателей, в соглашении описаны конкретные предложения в отношении разработки финансовых регуляторных норм.

МСП и В20/G20: внимание к МСП и инклюзивному росту

Используя свой статус председателя G20 в 2015 году, Турция обозначила три общие темы: инклюзивность, реализация и инвестиции для роста. В соответствии с этими темами, Турция рассматривает МСП как комплексную проблему, в частности, подчеркивая связь между МСП и обеспечением того, чтобы «выгоды роста и благополучия равномерно охватывали все слои общества» (Приоритеты Турции в рамках G20, 2015). Считая МСП комплексной проблемой, Турция постоянно привлекала внимание к проблеме МСП в ходе дискуссий между участниками G20. Кроме того, в мае 2015 года Турция запустила Всемирный форум МСП, цель деятельности которого — способствовать участию МСП в мировом экономическом росте, торговле и трудоустройстве.

Совместно с Турцией-председателем группа В20 (бизнес-лидеры стран G20) старалась осветить роль МСП в плане роста и создания рабочих мест, конечным результатом чего стало создание рабочей группы «МСП и предприниматели В20». В докладе рабочей группы были описаны пять барьеров для роста, с которыми сталкиваются МСП и предприниматели, а также даны пять рекомендаций: доступ к международным рынкам; доступ к финансированию; доступ к квалифицированной рабочей силе; доступ к инновационным экосистемам и цифровой экономике; и способность соблюдать регуляторные требования для бизнеса.

Соглашение о содействии торговле ВТО помогает МСП

ССТ ВТО устанавливает обязательства по оптимизации таможенных процедур, прозрачности, прогнозируемости, эффективности и сотрудничеству между органами пограничного

контроля и частным сектором. ССТ может помочь интеграции МСП в мировые рынки. МСП непропорционально страдают от фиксированных торговых расходов, так как они не могут так легко компенсировать эти расходы, как крупные компании. Им также часто не хватает ресурсов, чтобы соблюдать сложные правила и процедуры таможенного и пограничного контроля. Содействие торговле позволяет снизить расходы, а также упростить и оптимизировать процессы экспорта и импорта.

Соглашение о содействии торговле ВТО может усилить участие МСП в частно-государственном диалоге

Частно-государственный диалог позволяет эффективно определять политические приоритеты в области снижения торговых расходов и выработать консенсус по реформам. Проекты ССТ по привлечению представителей частного сектора к процессу разработки торговых политик дают возможность организациям, представляющим МСП, активно участвовать в разработке и реализации реформ по содействию торговле. Необходимо поощрять национальные программы, которые позволяют привлекать МСП к механизмам частно-государственного диалога.

Содействие торговле может уменьшить дискриминацию в отношении МСП

ССТ позволяет уменьшить дискриминацию в отношении МСП в торговых процедурах, например при таможенном оформлении грузов. В Соглашении отдельно запрещается использование критериев, которые могут иметь дискриминационный характер в отношении МСП, например размер компании или количество поставляемых товаров. Анализируя сферы, где МСП сейчас сталкиваются с дискриминацией, можно использовать процесс реализации ССТ для улучшения торговых условий для МСП.

Часть II. Конкурентоспособность МСП: начальная оценка

Конкурентоспособность МСП влияет на успех МСП на экспортных рынках, на конкурентоспособность их страны, на рост ВВП и инклюзивный характер этого роста.

Понимание, как конкурентоспособность МСП меняется в зависимости от страны, интересно по нескольким причинам:

- МСП могут оценить свое стратегическое положение в тех сферах деятельности, где они конкурируют.
- Зарубежные инвесторы могут выявить МСП, которые могут стать полезными партнерами в составе МПСЦ.
- Правительства и УСТИ могут определять, где требуется их вмешательство, чтобы повысить конкурентоспособность МСП.

В этом отчете представлена «Таблица конкурентоспособности МСП», которая позволяет выполнить начальную статическую оценку конкурентоспособности МСП.

Таблица конкурентоспособности МСП

Разработанная на базе трех основных критериев конкурентоспособности (связи, конкуренция и перемены) «Таблица конкурентоспособности МСП» позволяет легче выявлять сильные и слабые стороны предприятий. Она определяет, связаны ли эти факторы с самой компанией, с непосредственным деловым окружением или национальным окружением на макроуровне. Это помогает странам понять свой торговый потенциал и устранить барьеры, которые его ограничивают.

РИСУНОК Таблица конкурентоспособности МСП

		Критерии		
		Потенциал конкуренции	Потенциал связей	Потенциал перемен
Уровни	Возможности на уровне компании			
	Непосредственное деловое окружение			
	Национальное окружение			

Источник: ИТЦ.

Создание связей, конкуренция и перемены

Три ключевых критерия в Таблице конкурентоспособности МСП отражают чувствительную ко времени природу конкурентоспособности: связи, конкуренция, перемены. Быстрый темп инноваций, развитие МПСЦ и динамическая природа многих рынков требуют высокого уровня адаптации и гибкости от компаний, особенно от МСП. Компании, которые конкурентоспособны сегодня, должны эффективно включаться в информационные каналы и мировые рынки, чтобы сохранить свою конкурентоспособность и при этом сохранить ресурсы для адаптации к новым рыночным условиям уже завтра.

«Потенциал конкуренции» касается статического измерения конкурентоспособности. Он учитывает текущую деятельность компаний и их эффективность с точки зрения расходов, времени, качества и количества.

«Потенциал перемен» касается потенциала компаний с точки зрения внедрения изменений, реагируя на динамичные рыночные события, которые уже наступили или наступят в будущем. «Потенциал связей» касается потенциала в области сбора и использования коммерческой информации, включая сведения о потребительских тенденциях, требованиях нормативных актов, демографических тенденциях, торговых объемах и потоках, торговых соглашениях, льготных статусах, торговых барьерах и интенсивности конкуренции.

В среднем экономики с высоким доходом демонстрируют лучшие показатели по всем критериям и уровням конкурентоспособности МСП

В целом 38 индикаторов из хорошо известных источников используются для измерения различных факторов конкурентоспособности в рамках каждой комбинации критерия и уровня, включая 17 индикаторов с данными, разбитыми по размеру компаний. Эти индикаторы нормализованы и пересчитаны в баллы, которые затем позволяют сравнивать индикаторы и страны.

Данные показывают, что, как и ожидалось, оценки конкурентоспособности коррелируют с группой доходов. Чем выше ВВП на душу населения в долларах США, тем выше оценка. Подробный анализ различных факторов конкурентоспособности представлен в профилях 25 стран (Часть III). Группирование по географическому принципу и стадии развития основано на данных, собранных для 111 стран. Эти данные позволяют видеть, что имеются значительные различия между странами в плане состава Таблицы конкурентоспособности МСП.

Наименее развитые страны и развивающиеся страны, не имеющие выхода к морю, демонстрируют особенно низкие показатели по критерию связей

Наименее развитые страны (НРС) демонстрируют особенно низкие показатели по критерию «Потенциал связей», что отражает низкие оценки по развитию ИКТ и кластеров. Таблица конкурентоспособности МСП показывает, что развивающиеся страны, не имеющие выхода к морю (РСНВ), сталкиваются не только с физическими препятствиями в плане дорог и портов. В этих странах наблюдаются проблемы и в виртуальном плане: показатели электронных связей одни из самых низких в мире.

Небольшие компании систематично демонстрируют худшие показатели по сравнению с крупными компаниями...

Крупные компании систематично превосходят по показателям средние компании, а средние компании систематично превосходят по показателям небольшие компании. Это справедливо для всех групп доходов и для всех региональных групп, которые анализируются в данном отчете.

...при этом степень разрыва значительно больше в более бедных странах

Разрыв между производительностью крупной компании и малой компании ниже в странах с высокими доходами, чем в странах с низкими доходами. Если считать уровень крупных компаний базовым, то в странах с низкими доходами малые компании демонстрируют 42 % от базового уровня по сравнению с 67 % в странах с высокими доходами, если исходить из данных в Таблице конкурентоспособности МСП. Это позволяет предположить, что факторы, используемые в начальной оценке, хорошо коррелируют с различиями в производительности, которые уже обсуждались в Части I.

Наибольший разрыв между малыми и крупными компаниями наблюдается в количестве связей

Разрыв между МСП и крупными компаниями наиболее выражен в категории «Потенциал связей». Малые и средние компании в развитых странах демонстрируют 64 % и 86 % от базового уровня крупных компаний в категории «Потенциал связей». В той же категории малые и средние компании в НРС достигают только 22 % и 54 % соответственно. В трех регионах мира — Восточной Азии и Тихоокеанском регионе, странах Африки к югу от Сахары и Южной Азии — разрыв между малыми и крупными компаниями самый большой в категории количества связей.

В НРС доступ к финансированию ограничивает потенциал малых компаний в плане конкуренции и перемен

В категории «Потенциал конкуренции» малые компании в НРС демонстрируют 57 % от аналогичного показателя для крупных компаний, в то время как в развитых странах этот показатель составляет 74 %. Низкие оценки НРС связаны с малым количеством компаний с банковскими счетами (25 % для малых компаний и 40 % для средних компаний). Низкая доля инвестиций, финансируемых банками, также снижает потенциал перемен для малых компаний в НРС.

В Южной Азии потенциал конкуренции малых компаний страдает из-за сложностей в сертификации качества

Потенциал конкуренции крупных компаний в Южной Азии примерно совпадает с аналогичным показателем для крупных компаний в регионе ЛАК, а также в Европе и Центральной Азии. В то же время малые компании в Южной Азии отстают по критерию

«Потенциал конкуренции» от малых компаний в двух других регионах, в основном из-за низких оценок в области сертификации качества.

В ЛАК и в Европе и Центральной Азии средние компании превышают показатели медианной глобальной компании

Если взять «медианную глобальную компанию» в качестве эталона конкурентоспособности, было установлено, что средние компании превышают показатели «медианной глобальной компании» в ЛАК и в Европе и Центральной Азии. В этих регионах также наблюдаются относительно высокие показатели для малых компаний.

Потенциал малых компаний высокий в Европе и Центральной Азии, и в ЛАК, однако низкий в Южной Азии и странах Африки к югу от Сахары

Если сравнивать показатели на уровне компаний по регионам, то данные показывают, что показатели малых компаний относительно высокие в ЛАК и в Европе и Центральной Азии. В свою очередь, в странах Африки к югу от Сахары и Южной Азии потенциал малых компаний очень низкий. В Южной Азии особенно поражает то, что малые компании мало используют корпоративные адреса электронной почты и веб-сайты.

МСП в ЛАК: модель предпринимательства?

МСП в ЛАК демонстрируют высокие показатели предпринимательства. Если смотреть на показатели на уровне компаний, то они превышают средние показатели в других регионах, включая Восточную Азию и Тихоокеанский регион, а также Ближний Восток и Северную Африку (MENA). Что касается потенциала изменений, то они превосходят по показателям МСП в Европе и Центральной Азии.

В то же время, если учитываются все факторы, то конкурентоспособность МСП в ЛАК ниже конкурентоспособности МСП в Европе и Центральной Азии по всем трем критериям конкурентоспособности. Она примерно соответствует конкурентоспособности в регионе MENA, что отражает тот факт, что компаниям в ЛАК приходится работать в условиях значительно более неблагоприятного национального окружения.

Незадействованный потенциал МСП огромен

Анализ позволяет предположить огромный незадействованный потенциал МСП. Если МСП в развивающихся странах смогут повысить свою производительность и, следовательно, конкурентоспособность относительно уровня, который наблюдается в развитых странах, выгоды от роста, особенно для уязвимых групп, которые работают в МСП, будут значительными. Профили стран в этом обзоре МСП содержат начальные рекомендации по поводу того, как этого можно добиться.



Прогноз конкурентоспособности малого и среднего бизнеса 2015: специальные статьи

Профили стран

1. Бангладеш
2. Буркина-Фасо
3. Гвинея
4. Египет
5. Индонезия
6. Казахстан
7. Камбоджа
8. Кения
9. Колумбия
10. Кот-д'Ивуар
11. Маврикий
12. Мадагаскар
13. Малави
14. Марокко
15. Парагвай
16. Перу
17. Руанда
18. Сенегал
19. Таиланд
20. Танзания, Объединенная Республика
21. Тринидад и Тобаго
22. Тунис
23. Уругвай
24. Шри-Ланка
25. Ямайка

Лидеры общественного мнения



Эксель М. Эдди

Почему МСП — это основа для либерийской повестки дня преобразований



Кармен Кастильо

В бизнесе Давид и Голиаф должны иногда сотрудничать



Виктор К. Фанг

Управление рисками и готовность к изменениям в международных производственно-сбытовых цепочках



Анабель Гонсалес

Учимся расти: обновление повестки дня для МСП



Рифат Хисарчклиоглу

Всемирный форум МСП и повестка дня В20

Примеры из практики



Первая женщина-экспортер кофе в Папуа — Новой Гвинее продает товар по высокой цене крупному международному покупателю



Мягкий на ощупь: камбоджийские производители шелка находят новых покупателей и увеличивают доходы



Сертификат безопасности США может увеличить в пять раз экспорт местной пищевой продукции из Перу



Сертификация халяль помогла египетской группе производителей молочных продуктов в четыре раза увеличить продажи в Малайзию и находить новые рынки



Получение рыночной информации с помощью инструментов ИТЦ



Оценка результатов: помощь УСТИ в расширении деятельности



Кот-д'Ивуар борется с НТМ, используя систему оповещения торговых барьеров



Экспорт ИТ-услуг из Бангладеш



Международный
Торговый
Центр

