

Киреев Андрей Петрович
Московский инновационный университет
Роганян Светлана Анатольевна
Московский инновационный университет

Роль государственной поддержки в выводе компаний на зарубежные рынки (на примере стартапов)

Аннотация. Поддержка компаний в различных областях их деятельности, включая выход на внешние рынки, является важной функцией государства, особенно в нынешних сложных геополитических условиях. Настоящая статья нацелена на определение того, какую роль государственная поддержка играет в содействии выводу стартапов на зарубежные рынки. Предполагается, что стартапам особенно требуются меры внешней поддержки из-за их достаточно хрупкого положения на рынке, связанного с повышенными рисками реализации инновационных проектов. По итогам проведенного исследования выявлено, что выгода от помощи стартапам в выходе на иностранный рынок может быть неочевидной для государства, однако она приносит ряд преимуществ, повышающих уровень благосостояния направляющего государства. При этом интересы государства и стартапов, являющиеся по своей природе разновекторными, должны быть согласованными, чтобы обеспечить наиболее эффективное воздействие государства на интернационализацию деятельности стартапов.

Ключевые слова: государственная поддержка, стартапы, интересы государства и бизнеса, зарубежные рынки

Kireev Andrey Petrovich
Moscow Innovative University
Roganyan Svetlana Anatolyevna
Moscow Innovative University

The role of government support in companies' expansion into foreign markets (on the example of startups)

Abstract. Supporting companies in various areas of their activities, including entering foreign markets, is an important function of the state, especially in the current complex geopolitical environment. This article aims to determine the role of state support in facilitating the entry of startups into foreign markets. It is assumed that startups are particularly in need of external support due to their relatively fragile market position, which is associated with the increased risks of implementing innovative projects. The study revealed that the benefits of assisting startups in entering foreign markets may not be obvious for the state; however, it brings a number of advantages that improve the welfare of the sending country. At the same time, the interests of the state and startups, which are inherently multifaceted, must be aligned to ensure the most effective governmental influence on the internationalization of startups.

Keywords: state support, startups, state and business interests, foreign markets

В современном мире повсеместно наблюдается рост государственной поддержки предпринимательства. В спектр объектов господдержки попадают и стартапы. Россия не отстает от мировых трендов и тоже уже разработала ряд программ и проектов, направленных на поддержку российских компаний, в том числе в сфере вывода их на внешние рынки [1; 4; 12].

Особенность стартапов заключается в том, что они характеризуются особенно высоким уровнем риска, связанным с реализацией инновационной деятельности, что предопределяет особо острую потребность таких организаций в получении внешней поддержки (финансовой и консультационной (менторской, экспертной и т.д.) Еще сильнее значимость внешней поддержки стартапов усиливается на фоне деградации международной геополитической ситуации. Поддержка со стороны государства среди всех форм внешней поддержки является важнейшей, причем она требуется во всех направлениях деятельности стартапов, включая выход на внешние рынки. При этом следует учитывать, что цели стартапа как хозяйствующего субъекта и государства как политического конструкта часто различаются, в связи с чем эффективная поддержка со стороны государства может быть достигнута только при согласовании публичных и частных целей.

Основная причина поддержки государством стартапов заключается в том, что за счет них создается возможность инновационного развития национальной экономики, что, в свою очередь, позволяет обеспечивать рост, превышающий средние значения по отрасли и нарастить национальную конкурентоспособность. К другим причинам поддержки стартапов относятся создание новых рабочих мест, развитие передовых технологий и т.д. [11] В результате, можно рассматривать взаимодействие между бизнесом и государством в данном контексте как взаимовыгодную форму отношений, где стартап получает внешнюю помощь, а государство – развитие экономики. Как правило, заниматься поддержкой инновационного предпринимательства должны органы, имеющие соответствующую компетенцию.

Как говорилось выше, стартапам особенно требуется господдержка, что обуславливается высокой степенью рисков, с которыми сталкиваются стартапы. Любая компания на начальных стадиях своей деятельности обладает высокой волатильностью своих финансовых потоков, из-за которой ее выживаемость на рынке снижается, в то время как у стартапов, как и у проектов с особенно высокой степенью риска, выживаемость является еще более неустойчивой в начале их создания, что связано с тем, что требуется время для того, чтобы инновация, созданная и используемая стартапом, была признана на рынке и получила на нем свое распространение [11]. Также для бизнес-модели стартапа требуется достаточно продолжительный период времени, чтобы устояться, в то время как высокие риски препятствуют повышению ее устойчивости [3]. Часто возникают и иные проблемы: кардинальное изменение стратегии стартапа (англ. *pivot*), если выясняется, что инновация не востребована на рынке; недостаток экспертности и квалификации у руководства стартапом; и т.д.

В этой связи роль господдержки для стартапа заключается в обеспечении его выживаемости. Здесь государство развивает программы поддержки как стартапов в отдельности, так и всей венчурной индустрии в целом, поскольку стартапы являются ее составной частью. Подобная политика уже неоднократно показывала свою эффективность: например, развитие венчурной индустрии в штате Калифорнии за счет поддержки технологических (инновационных) проектов позволяет ей иметь ВРП, превышающий значения ВВП России и многих других стран мира [8].

Специфика российских условий заключается в том, что для отечественных стартапов деятельность сильно усложняется и на фоне воздействия геополитического фактора. В настоящее время стартапы продолжают сталкиваться с ограничением доступа к источникам внешнего финансирования, недопуском на рынки «недружественных» стран, потерей возможности получать консультационную и экспертную поддержку от зарубежных институтов, заморозкой активов за рубежом и т.д. Особенно остро геополитический кризис отражается именно на молодых компаниях с еще не устоявшимися бизнес-процессами, к которым, как правило, относятся стартапы. В этой связи актуальность господдержки стартапов во всех направлениях их деятельности возрастает еще больше.

Господдержка предпринимательства подразделяется на прямые и косвенные методы. К первым относятся методы, в которых государства напрямую выделяет средства

или активы предприятиям: субсидии, дотации, гранты, прямые инвестиции (включая участие в капитале организации), передача имущества, государственные контракты и госзакупки. Вторые включают в себя средства непрямого воздействия, обеспечивающие снижение издержек предприятия: налоговые льготы, льготное кредитование за счет финансирования снижения процентной ставки банков, меры таможенно-тарифного регулирования (например, установление более благоприятных пошлин), предоставление государственных гарантий поручительства перед банками. Также в арсенале государственной поддержки содержатся важные нефинансовые методы, такие как обучение, консультации и т.д. [2] В период выхода на внешний рынок стартапу все эти виды поддержки становятся особенно необходимыми [6].

Если поддержка государством стартапов, действующих на его территории, является обоснованной, то вопрос о том, зачем государству поддерживать стартапы, выходящие на внешние рынки, не всегда имеет очевидный ответ.

С одной стороны, можно предположить, что государству выгоднее иметь как можно больше стартапов на своей территории, поскольку это будет позволять развивать национальную экономику, сохранять всю добавленную стоимость внутри страны, получать весь объем налоговых поступлений от их деятельности, обеспечивать мультипликативный рост ВВП, укреплять занятость за счет создания новых рабочих мест и создавать множество иных положительных экономических и социально-экономических эффектов для государства. При выводе же стартапа на внешний рынок все эти эффекты будут «распыляться» по широкой географии присутствия инновационной компании.

Подобное замечание является справедливым, если учитывать, что многие государства действуют в противоположной области – в сфере привлечения стартапов на свою территорию за счет создания для них наиболее благоприятных условий (возможность получения материальной помощи и иные привлекательные условия). Привлечение зарубежных стартапов приносит не только описанные выше экономические и социально-экономические выгоды (рост налоговых поступлений и ВВП, увеличение числа рабочих мест и т.д.), но и позволяет обеспечивать импорт иностранных технологий и заключение выгодных партнерских соглашений с зарубежными хозяйствующими субъектами для еще более сильного укрепления экономики государства [5].

С другой стороны, стартапы, действующие исключительно на национальном рынке, могут сталкиваться с недостаточной его емкостью для дальнейшего расширения и эффективного функционирования. Выживаемость таких стартапов будет существенно снижаться, если генерируемая только на «домашнем» рынке прибыль будет недостаточной не только для того, чтобы дальше развиваться, но и вообще для того, чтобы преодолеть порог безубыточности. В такой ситуации стартапы будут, наоборот, уходить с рынка. Государство же, заинтересованное в развитии инновационной активности, должно помогать стартапам преодолевать ограничения внутреннего рынка посредством содействия в их выходе на зарубежные рынки [9].

Более того, за счет интернационализации своей деятельности компания оказывается в более жесткой конкурентной среде, толкающей ее на повышение эффективности своих бизнес-процессов и улучшение своей продукции или услуг, чтобы они были более качественными, конкурентоспособными и привлекательными [10].

Наконец, выход на внешние рынки может обеспечить стартапу возможность перенять лучшие зарубежные практики производства и управления, которые затем она сможет использовать в национальной экономике, повышая ее развитость [7].

Таким образом, в определенных ситуациях логичность государственной поддержки стартапов при их выходе на внешние рынки оказывается неоспоримой. В свою очередь, необходимо всегда помнить, что цели государства (экономическое и общественное развитие) и цели стартапа (максимизация прибыли и минимизация издержек) могут не совпадать, а потому наибольшую эффективность господдержка инновационного

предпринимательства достигает тогда, когда цели двух данных участников экономической жизни оказываются согласованными.

Список источников

1. Акселерационные программы // Московский экспортный центр. URL: <https://moscow-export.com/online-accelerators/> (дата обращения: 23.12.2025).
2. Девяткова О.И. Организационно-институциональный аспект государственного регулирования экономики // Вестник Нижегородского университета им. И.Н. Лобачевского. 2005. № 1. С. 196-201.
3. Кулачкова Е. Что такое пивот и как он спасает бизнес: разбираем на примерах от YouTube до GetCourse // Skillbox. 07.03.2023. URL: <https://skillbox.ru/media/business/chto-takoe-pivot-i-kak-on-spasaet-biznes-razbiraem-na-primerakh-ot-youtube-do-getcourse/> (дата обращения: 23.12.2025).
4. Московский инновационный кластер. URL: <https://i.moscow> (дата обращения: 23.12.2025).
5. Шубина Д. Зачем государства помогают иностранным стартапам (и почему в России это не работает) // Inc. 28.08.2017. URL: www.incrussia.ru/understand/zachem-gosudarstva-pomogayut-inostrannym-startapam-i-pochemu-v-rossii-eto-ne-rabotaet/ (дата обращения: 23.12.2025).
6. Autio E., Kronlund M., Kovalainen A. High-Growth SME Support Initiatives in Nine Countries: Analysis, Categorization, and Recommendations: Report Prepared for the Finnish Ministry of Trade and Industry. – MTI Publications, 1/2007. – 94 p.
7. Buffart M., Croidieu G., Kim P.H., Bowman R. Even winners need to learn: How government entrepreneurship programs can support innovative ventures // Research Policy. 2020. Vol. 49. № 10. P. 1-19.
8. California is now the 4th largest economy in the world // Governor Gavin Newsom. 23.04.2025. URL: <https://www.gov.ca.gov/2025/04/23/california-is-now-the-4th-largest-economy-in-the-world/> (дата обращения: 23.12.2025).
9. Clarysse B., Tartari V., Salter A.J. The Impact of Entrepreneurial Capacity, Experience and Organizational Support on Academic Entrepreneurship // Research Policy. 2011. № 40 (8). P. 1084-1093.
10. Coad A., Rao-Nicholson R. Innovation and Firm Growth in High-Tech Sectors: A Quantile Regression Approach // Research Policy. 2008. Vol. 37. № 4. P. 633-648.
11. Colombelli A., Krafft J., Vivarelli M. To Be Born is not Enough: The Key Role of Innovative Start-Ups // Small Business Economics. 2016. Vol. 47. № 2. P. 277-291.
12. Open BRICS. URL: https://www.space.redhub.moscow/gobrics_program (дата обращения: 23.12.2025).

Сведения об авторах

Киреев Андрей Петрович, аспирант, Московский инновационный университет, Москва, Россия.

Роганян Светлана Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент, Московский инновационный университет, Москва, Россия.

Information about the authors

Kireev Andrey Petrovich, Postgraduate Student, Moscow Innovative University, Moscow, Russia.

Roganyan Svetlana Anatolyevna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Moscow Innovative University, Moscow, Russia.