

ПЕТР ФРАДКОВ: ПОРА ВЫХОДИТЬ ИЗ ЗОН КОМФОРТА СТРАН СНГ

В ноябре во Вьетнаме прошел саммит АТЭС, где обсуждались стратегии развития торговли в регионе. Легко ли российскому бизнесу осваивать рынки Азиатско-Тихоокеанского региона, «Деньги» поинтересовались у Петра Фрадкова, главы группы компаний Российского экспортного центра.



Встреча Путина с Трампом в Дананге практически затмила экономическую повестку саммита. По новостям сложилось ощущение, что об экономике там не говорили вовсе. На ваш взгляд, улучшаются ли условия торгово-экономического взаимодействия России со странами этого азиатско-тихоокеанского клуба?

— Саммит действительно во многом носил политический характер. Но это тот самый случай, где экономика и политика неразрывны. Как раз экономический фон для отношений со странами региона у нас весьма позитивный. Мы видим, что в целом АТР занимает все большую долю в торговле, причем не только с точки зрения импорта, но и экспорта наших товаров.

— Другими словами, «разворот на Восток», на ваш взгляд, себя оправдывает?

— Рынок АТР действительно является одним из приоритетных направлений развития российского экспорта. Важно, что это не только поставка сырья, но и продукция машиностроения, оборудование, металлы, удобрения и т. д. Китай выступает главным внешнеторговым партнером России с 2010 года, и его доля стабильно растет, приближаясь к 15%. КНР прочно занимает позицию первого партнера по импорту с долей более 20%, а среди партнеров по экспорту немного уступает Нидерландам (свыше 10%).

По статистике, которую мы ведем, за девять месяцев 2017 года быстрее всего рос наш экспорт в КНР по таким товарам, как пиломатериалы (\$1,5 млрд, рост почти 40%), турбореактивные двигатели и газовые турбины (\$768 млн, рост более 40%), более чем в два раза вырос экспорт полиэтилена (\$124 млн). В число основных групп поставляемой в Китай продукции входят мороженная рыба, целлюлоза, калийные удобрения, синтетический каучук и многое другое.

В период с января по сентябрь 2017 года товарооборот России с Китаем вырос на 32,2%, до \$61,6 млрд. Из этого объема на экспорт в Китай пришлось \$26,9 млрд. Мы уверенно продолжаем идти к рубежу по товарообороту с Поднебесной в 100 млрд. Думаю, если не в 2018 году, то в 2019-м эта планка может быть преодолена.

— Чем конкретно Россия торгует с Китаем помимо сырья?

— На сегодня у нас есть множество проектов. Например, по развитию электронной торговли — в частности, мы сотрудничаем с Alibaba Group. Также занимаемся продвижением на китайский рынок российского продовольствия — регулярно проводим дегустационные сессии Russian Gastro Week в разных городах КНР, а недавно открыли постоянно действующий павильон с российской пищевой продукцией в Шанхае. Помимо этого есть проекты по развитию новых логистических решений для российских экспортеров. В апреле открыли новый железнодорожный маршрут в Китай. Первый полноценный экспортный контей-

ДИНАМИКА НЕСЫРЬЕВОГО НЕЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО ЭКСПОРТА РОССИИ

Источник: расчеты РЭЦ по данным ФТС России.



ТЕКСТ **Михаил Малыхин**
ФОТО **АО «Российский экспортный центр»**

нерный поезд ушел туда из Калужской области в начале июня. Товары доходят за 14 дней. До этого это были отдельные контейнеры, которые мы отправляли по маршруту транзитными поездами или морскими путями — разумеется, это было гораздо дольше.

— Насколько понимаю, помимо Китая Россия развивает торговлю и с другими странами АТР?

— Нам сегодня важно выходить из зоны комфорта стран СНГ на рынки, которые сегодня недостаточно охвачены с точки зрения российского экспорта. Так, например, мы все активнее работаем с Индонезией — в этом году планируем открыть там зарубежное представительство Российского экспортного центра (РЭЦ). Другой важный рынок для России — Япония. Прорабатываем выход на японскую электронную площадку Rakuten, работаем с организацией содействия развитию внешней торговли по поиску потенциальных покупателей российской продукции.

Последние годы мы действительно наблюдаем позитивную динамику выхода наших компаний на восточные рынки, причем компаний не только крупных — представителей малого и среднего бизнеса. И для нас это очень важно. Это продукты питания, легкая промышленность и т. д. Да, база сравнительно небольшая была, но мы поставляем не только зерно, но и муку, не только сою, но и продукты питания...

— Помнится, Владимир Путин с Си Цзиньпином очень хвалили русское мороженое.

— Кстати, хороший пример. Правда, малому бизнесу с тем же мороженым довольно тяжело выходить на эти рынки. Мы пытались проанализировать и просчитать проблемы и выяснили, что часто нашим предпринимателям буквально не хватает компетенций. С 90-х годов малый бизнес в силу структуры экономики был ориентирован практически исключительно на импорт. Чтобы изменить ситуацию, сотрудничая с научными центрами, мы открыли в сорока с лишним регионах России нашу Школу экспорта. За полтора года работы мы выдали по этой программе более 2 тыс. сертификатов предпринимателям. Школа имеет два формата — очный и заочный. Очный проходит в Москве. Мы делим тему экспорта на модули, приглашаем специалистов, которые читают лекции и проводят семинарские занятия. Съезжаются представители региональной инфраструкту-