

16 К продвижению российского экспорта готовы и национальные проекты электронной торговли, и глобальные маркетплейсы

14 Иностранные сертификаты будет возможно получать на основании заключений российских лабораторий

В 2018 году систему поддержки несырьевого экспорта из России ждет важный этап: создание базовой инфраструктуры системы завершается, группа Российского экспортного центра (РЭЦ) будет в большей степени концентрироваться на проблемах, возникающих с развитием экспорта. Международный экспортный форум «Сделано в России» в 2017 году продолжал первую стадию проекта: с 2015 по 2018 год число экспортеров, поддержанных РЭЦ, вырастет в 40 раз, в текущем году поддержка уже выросла в объемах в два раза, в следующем — увеличится на четверть. 2018 год идеален для принятия решения наиболее активными внутри РФ средними компаниями о том, нужны ли им внешние рынки для развития собственного бизнеса — создание национальных правил этой игры и первичная настройка системы под нужды российских экспортеров происходят прямо сейчас.

Эпоха экспортных стартов



— тренды —

Состоявшийся в Москве 24 ноября очередной международный экспортный форум «Сделано в России», организованный Российским экспортным центром, уже в силу своей повестки не мог не стать центральным событием в отрасли в 2017 году. Обстоятельств для этого было сразу несколько. В первую очередь, именно в нынешнем году государственная система поддержки экспорта закончила период разворачивания и первый этап организации — если даже в 2016 году потенциальным экспортерам, возможно, и имело смысл только наблюдать над тем, как формируется схема работы группы РЭЦ, то в 2018–2019 годах следует принимать решение, пользоваться ее потенциалом или развиваться самостоятельно. Второе обстоятельство — структурная перестройка экспорта из России и достаточно существенный рост несырьевого экспорта: если ранее успехи на внешних рынках, по сути, не были для большинства средних предприятий фактором конкурентоспособности, то до 2020 года почти в каждой отрасли будет обнаруживаться конкурент, уже имеющий внешние доходы. Добавьте к этому развивающуюся инфраструктуру глобальной электронной торговли (см. стр. 16), создание зонтичного экспортного бренда Made in Russia (см. стр. 16), сложное положение среднего бизнеса в 2016–2017 годах при снижающихся кредитных

ставках и рентабельности — по крайней мере в 2017 году форум «Сделано в России» был обречен на довольно широкий интерес: главным дефицитом в экспортной сфере остается, как это обычно и бывает на старте крупных кампаний национальных институтов развития, дефицит информационных. Исходя из заявления на форуме Петра Фрадкова, главы группы компаний РЭЦ, в 2018 году система поддержки экспорта в России будет сформирована в полностью рабочем режиме. «По сравнению с 2015 годом в текущем году объем прямой поддержки вырастет в два раза, а в 2018 году увеличится еще на 25% к результатам этого года. При этом количество поддерживаемых РЭЦ экспортеров в 2018 году увеличится практически в 40 раз к уровню 2015 года. Рост страхового портфеля РЭЦ достигнет 640 млрд руб., что сравнимо с объемами кредитных портфелей крупнейших институтов развития РФ, а объем кредитно-гарантийной поддержки покажет четырехкратный рост к уровню 2015 года», — заявил он. Пока развитие инфраструктуры РЭЦ идет даже несколько опережающими темпами — это подтверждает, например, то, что стартовая программа системы специальных программ поддержки экспорта (см. интервью с Петром Фрадковым), рассчитанная на работу в тестовом режиме правительства до 2019 года, может быть досрочно скорректирована уже в январе—марте 2018 года. Устойчивость

созданной системы (также, видимо, досрочно) позволила правительству уже в октябре текущего года начать неофициальное обсуждение возможных изменений в структуре группы, например объединения собственно РЭЦ, страховой группы ЭКСАР и Росэксимбанка в единое юридическое лицо. Пока никаких конечных решений на этот счет не принято, но судя по всему, речь может идти о формировании на базе группы специализированного института развития с отдельным отраслевым регулированием, возможно, с аналогом банковской лицензии по схеме работы материнского Внешэкономбанка и т. п. Впрочем, каким бы ни был финальный рабочий дизайн группы, 2018 год так или иначе будет весьма важным для системы — именно в следующие два года должно произойти создание того, что в управленческой терминологии именуют «экосистемой», вокруг РЭЦ и системы поддержки экспорта: стартовые контакты в ней заменятся среднесрочными, и более значимым будет горизонтальное взаимодействие всех ее частей. К этому времени РЭЦ должен завершить создание собственной региональной сети и разворачивание международного инфраструктуры. По словам Анны Беляевой, управляющего директора по международному развитию группы РЭЦ, «в ближайшее время мы откроем несколько новых точек: в Азербайджане, Узбекистане, Китае, Индии и Индонезии. Также, безусловно, будем прорабатывать и другие направ-

На форуме «Сделано в России» уже чаще обсуждали развитие, а не начало экспортных программ

ления. Рассматриваем Африку, серьезные планы есть на Латинскую Америку и Ближний Восток». Впрочем, пока достаточно сложно сказать, какой будет в промежуточном итоге, в 2018–2019 годах, и географическая, и отраслевая структура работы группы РЭЦ — как показывает отчет группы за третий квартал 2017 года, тенденции на рынке несырьевого экспорта из России меняются достаточно существенно, и принцип создания «экосистемы», саморегулирующейся сети, здесь является, видимо, единственно применимым. Это во многом будет и принципом работы региональной сети РЭЦ в РФ. По словам Игоря Шленского, управляющего директора по координации приоритетного проекта группы РЭЦ, разработан «региональный экспортный стандарт, представляющий собой набор инструментов по созданию экосистемы поддержки экспорта в регионе, и с июля начали его внедрять более чем в 20 пилотных регионах». РЭЦ полагает, что в регионах огромный потенциал по развитию несырьевого неэнергетического экспорта. «Ведь среди большого количества малых и средних региональных предприятий только где-то полпроцента занимаются экспортом, а это в разы меньше, чем в других экспортноориентированных странах.

«Создавая экспортно-ориентированную среду»

— интервью —

Глава Российского экспортного центра (РЭЦ) ПЕТР ФРАДКОВ в интервью Review рассказал о грядущей реформе экспортных субсидий, планах по объединению АО «Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций» (ЭКСАР) и Росэксимбанка, а также перспективах роста несырьевого экспорта на фоне повышения цен на нефть.

— Вы говорили о необходимости реформировать систему экспортных субсидий. Как именно это может быть осуществлено? Будет ли сокращено число субсидий? — Наша задача заключается не в том, чтобы просто придумать меры для поддержки экспортеров — нужно, чтобы этими мерами можно было пользоваться. Мы должны быть единым окном с точки зрения доступа к мерам поддержки, соблюдая, с одной стороны, вменяемые сроки для экспортеров, с другой — все требования к бюджетной дисциплине. Мы оперируем субсидиями, которые выделяются из средств федерального бюджета, и здесь нам совсем не хочется попадать в какие-то истории, которые могли бы порождать вопросы.

Субсидии — это очень эффективный механизм поддержки экспорта, это все признают, и нет ни одной меры поддержки, которая экспортера была бы признана как ненужная, более того, по отдельным направлениям мы заканчиваем год с очень большим дефицитом. Первые полгода мы пытались внедрить практику использования субсидий, экспортеры еще учились, смотрели, как это работает, а когда вошли во вкус под конец года, то начался ажиотаж, появились очереди. Но с точки зрения соблюдения бюджетной дисциплины процедура получения субсидий очень сложная — это действительно занимает достаточно большое время, требует огромного количества бумаг, решения могут откладываться, что не всегда позволяет получить ее вовремя. Сейчас все субсидии носят компенсационный характер, то есть сначала экспортер несет издержки, а затем приходит за субсидией. Но мы прекрасно понимаем, что хотелось бы, чтобы этот разрыв во времени был не такой длительный, потому что экспортерам, особенно небольшим компаниям, критично изъятие средств из оборота. Если этот разрыв не сократить, то экспортер к этому процессу, так или иначе, будет относиться с некоторой долей скепсиса, думая: «Ну что-то я выигрываю, но в итоге все равно теряю, потому что разрыв большой». По многим субсидиям это большая проблема, и сроки компенсации могут доходить до нескольких месяцев, что ни нас, ни экспортеров совершенно не устраивает.

Вторая часть проблемы — это большое количество субсидий. Один и тот же экспортер может обратиться за разными видами субсидий, но субсидии администрируются совершенно по-разному различными ведомствами и их уже около 16 штук. Это вызвано разными причинами. Так, когда разрабатывали механизм субсидий, мы учитывали узкие запросы экспортеров и пытались каждый случай об-

работать в виде конкретного механизма. Но многим нужна не одна субсидия, а несколько, и здесь уже нам достаточно тяжело их администрировать в рамках «единого окна», так как государственными распределителями бюджетных средств являются ведомства — это и Минпромторг, и Минэкономразвития, и Минсельхоз. Они в рамках своих процедур распределяют нам эти субсидии либо распределяют их напрямую экспортерам, но через нашу агентскую функцию. Такой процесс порождает достаточно сложную комбинацию и самих субсидий, и форм их получения, поэтому родилась идея оптимизации этой системы, объединения субсидий по какому-то из принципов.

Сейчас обсуждается несколько вариантов оптимизации. Первый формат — их объединение в рамках одного ведомства, грубо говоря, для того, чтобы у нас в целом была некая экспортная субсидия. Тем самым они будут укрупнены хотя бы с точки зрения коммуникации с одним из органов власти. Второй формат — чтобы все субсидии предоставлялись именно через РЭЦ. Не РЭЦ как агентства правительства, а так, чтобы можно было избежать трехсторонних отношений, чтобы средства выделялись Российскому экспортному центру, а он бы уже эти субсидии распределял экспортерам, отчитываясь перед проверяющими органами о потраченных средствах. Безусловно, важно и изменение самих правил для того, чтобы субсидии были более эффективными с точки зрения сроков их предоставления. Я думаю, что мы какое-то решение обязательно должны принять.

— Будут ли смягчены критерии получения субсидий экспортерами? — Они уже достаточно гибкие. Потребители субсидий, конечно, хотели бы, чтобы они покрывали максимальный объем издержек, чтобы их было легко получать с точки зрения минимального комплекта документов и так далее. Но я думаю, что должен быть компромисс между нами и экспортерами. По некоторым видам субсидий в течение года мы увеличивали долю компенсируемых расходов, вводили новую номенклатуру по товарам, которые субсидируются, расширяя ее и по промышленным товарам, и по продукции сельхозпереработки. К тому же мы разрабатываем намного более гибкую систему по субсидированию процентных ставок для коммерческих банков, в которой все технические и финансовые вопросы банков закрываются с точки зрения применимости к субсидиям. Программа в полном объеме не заработала в этом году, потому что объективно были вопросы со стороны коммерческих банков о ее низкой эффективности.

— На какие субсидии спрос оказался самым высоким? — Как и предполагалось, это субсидии по компенсации затрат на сертификацию: здесь есть дефицит, они пользуются большой популярностью. Также субсидия по компенсации затрат на получение и подтверждение прав интеллектуальной собственности за рубежом — она небольшая по объему, но ей пользуется много компаний. Есть большой интерес и к субсидии на получение прав на торговую марку.

Пробные сделки без головной боли

— барьеры —

Российский экспортный центр готовит новые меры по поддержке экспортеров высокотехнологичной продукции в поиске зарубежных партнеров и заключении сделок, рассказал управляющий директор РЭЦ Михаил Мамонов на форуме «Сделано в России». Сам же экспортеры просят облегчить внутреннее регулирование, в частности снизить высокие таможенные издержки при поставках первых партий продукции и упростить процедуры вывоза продукции двойного назначения.

Проблемы экспорта ИТ-решений и их «хардверной» оболочки (в частности, электроники) представители бизнеса и власти обсуждали на сессии по поддержке высокотехнологического экспорта, прошедшей в рам-

ках форума «Сделано в России». В качестве основной мотивации выхода на зарубежные рынки представители компаний-экспортеров назвали недостаточную емкость российского рынка и возможность быстрее вернуть инвестиции, направленные на разработку. Самой универсальной проблемой оказалось позиционирование продукции за рубежом: у российских компаний сохраняется большой пробел по продвижению своих продуктов, сетовали предприниматели, отметив, что, как правило, под зарубежных потребителей приходится существенно изменять и продукт, и предлагаемые с ним сервисы. Зачастую наши компании продают только технологию, не доведенную до стадии продукта, или набор продуктов, не доведенных до полноценного интегрированного решения. По словам управляющего директора РЭЦ Михаила Мамонова, экспорт ИТ и око-

лософтверных решений уже равен половине оружейного, поэтому в центре это направление считают одним из приоритетных. Для его поддержки в РЭЦ предлагают компенсацию затрат на регистрацию объектов интеллектуальной собственности, включая подачу заявок в зарубежное национальное или региональное патентное ведомство и на международную регистрацию товарного знака в соответствии с Мадридским соглашением. Расходы на оплату пошлин могут быть компенсированы полностью, остальные издержки — на 70% (в частности, при подаче документов в Европейское патентное ведомство лимит составляет 525 тыс. руб.). Еще один вид компенсационных выплат — на сертификацию за рубежом, в ее рамках компаниям могут быть компенсированы 90% издержек на подготовку технической документации, тран-

спортировку, хранение, испытания и утилизацию испытательных образцов. Помимо этого в центре планируют открывать зарубежные хабы-коворкинги, где компании смогут представлять свою продукцию, договариваться о сделках и работать на постоянной основе, рассказал Михаил Мамонов. Задача хабов — способствовать постоянному присутствию на внешних рынках большого количества компаний. В дополнение к хабу РЭЦ помогает российским компаниям объединяться в экспортные консорциумы для создания комплексных экспортных решений и более высококомаржинальных целостных продуктов. Центр готов помогать и поиском возможных партнеров, используя свою агентскую сеть — она уже развита на рынках Вьетнама, стран Ближнего Востока, Африки южнее Сахары, добавил он. В РЭЦ также мо-

гут компенсировать большую часть издержек на участие в выставках и организацию бизнес-миссий (для малых и средних компаний максимум 80% издержек, для остальных — 50%). «Если компания выражает желание выйти на отдельные сегменты рынка и высока вероятность заключения контракта, то РЭЦ может отправить и своих сотрудников в бизнес-миссию», — пообещал управляющий директор РЭЦ.

Впрочем, пока проблемы с экспортом такой продукции связаны не только с поиском зарубежных покупателей, но и регулированием внутри РФ. «Для вывоза электроники из России нужно получать многочисленные разрешения, бюрократическая сложность для работы за рубежом очень высока», — сказал глава «Омникорм технологий» Борис Паньков (компания поставляет системы мониторинга расхода топлива).

с 15

Review Международный экспортный форум

Испытания без границ

Одной из проблем экспорта из России, обсуждавшихся на форуме «Сделано в России», стало положение дел с признанием за пределами России результатов испытаний, проведенных в российских лабораториях. Накануне форума Росаккредитация завершила шестилетний процесс присоединения к Международной организации по аккредитации лабораторий (International Laboratory Accreditation Cooperation — ILAC). На самом форуме объявлено о продвижении в деятельности по присоединению к Системе взаимного признания результатов исследования химических веществ (Mutual Acceptance of Data — MAD) в рамках ОЭСР, а также по расширению участия в Международной электротехнической комиссии (The International Electrotechnical Commission — IEC). Первый вице-премьер Игорь Шувалов на форуме отметил, что «безбарьерность» — стратегический приоритет РФ во внешней торговле и во многом ответ на рост политических барьеров во внешнеэкономической деятельности.

— стратегия —

Тема признания результатов испытаний стала одной из главных в повестке форума «Сделано в России». Необходимость получения иностранных сертификатов с использованием результатов испытаний российских лабораторий является одним из главных барьеров для старта экспорта, и это усугубляется тем, что для начинающих экспортеров это становится действительно затратной статьей расходов. Сертификация до выхода на внешний рынок всегда является риском непроизводительных расходов в случае, если экспортируемый товар не будет востребован на внешнем рынке. Эта проблема существует во всем мире, а не только в РФ, и в последние десятилетия появляется множество инициатив по снижению уровня этих барьеров. Часть из них работает под эгидой ОЭСР (MAD, схемы по семенам, по сельхозтехнике), часть — в рамках систем оценки соответствия в рамках IEC (IECEE для сертификации электрооборудования, IECEx для товаров и услуг во взрывоопасных средах), часть — в рамках Европейской экономической комиссии ООН (по транспортным средствам — WP.29).

Хорошие новости для экспортеров появились накануне форума: в конце октября после шести лет работы Росаккредитация присоединилась к соглашению о взаимном признании ILAC — об этом было объявлено на заседании Генассамблеи Международного форума по аккредитации (International Astronautical Federation) и ILAC в Ванкувере. Де-факто участие российского государства в подобных соглашениях является одним из ключевых пунктов его мандата, где описывается как «создание условий для взаимного признания государствами» — торговыми партнерами РФ результатов оценки соответст-



Результаты испытаний российских лабораторий начинают признаваться в других юрисдикциях

вия». ILAC — это международная НКО, цель которой формулируется как «развитие международной торговли за счет взаимного признания результатов аккредитаций» странами мира и установление связей между органами по аккредитации различных государств, официальная задача ILAC с 1996 года. В рамках организации существует договоренность о признании результатов аккредитации лабораторий, если она проведена в соответствии с международными требованиями и есть доверие к национальному органу по аккредитации. ILAC осуществляет оценку именно национальных органов аккредитации, причем силами региональных объединений, таких как Европейская организация по аккредитации или Ассоциация национальных органов по аккредитации стран АТР.

При этом РФ добились именно международного признания национальной системы аккредитации. Дело в том, что это является основой для признания результатов испытаний, что позволяет облегчить выпуск продукции на внешние рынки. На основании результатов лабораторных испытаний иностранные органы по сертификации выдают сертификаты, необходимые для выпуска продукции в обращение. При этом большинство стран, как и РФ, не признают сертификаты, выданные иностранными органами по сертификации, но результаты испытаний иностранной лаборатории могут быть признаны и на основании ее протоколов уже может быть получен сертификат, необходимый на внешнем рынке. Таким образом, российский производитель может провести испытания товара в РФ, что дешевле, одновременно сертифицировав его для российского рынка, а потом на основании этих ис-

пытаний получить сертификат в стране назначения товара.

Сейчас ведется большая работа по присоединению к MAD и расширению участия в IEC. На форуме практически все представители профильных ведомств были совершенно бескомпромиссны: несмотря на то что официально переговоры России с ОЭСР о присоединении не ведутся, проекты ОЭСР, в том числе по участию в системе MAD, должны продолжаться в приоритетном порядке. Первый вице-премьер Игорь Шувалов, комментируя эту позицию, вообще заявил, что во многом взаимное снятие торговых ограничений и стратегию «безбарьерности» стоит рассматривать как стратегический ответ РФ на усложнение условий внешней торговли по политическим мотивам. Это необходимая, но для экспортеров крайне выгодная стратегия.

Василий Иванов,
Олег Сапожков

Эпоха экспортных стартов

— тренды —

Если нам удастся увеличить эту долю до 1–2% и увеличить эффективность экспортной деятельности МСП-экспортеров, это будет большим шагом вперед», — говорит господин Шленский.

Сам по себе рост несырьевого неэнергетического экспорта из РФ — явление, которому ровно год: он начался с ноября 2016 года, а до этого был неустойчивым. Темпы роста такого экспорта пока уже впечатляют — это 19,2% за три квартала год к году в стоимостном выражении. 27,7% экспорта этой группы — металлопродукция, 21,5% — продукция машиностроения, 14,2% — продовольствие, 7,7% — продукция лесопереработки, 5,2% — драгметаллы и камни. В сумме несырьевой неэнергетический экспорт — довольно большая часть экспорта: \$90,2 млрд за три квартала, третья часть общего экспорта за этот период. География такого экспорта очень разнообразна и во многом неинтуитивна: 8,1% из него приходится на Казахстан, 7,9% — на Китай, 6,6% — на Белоруссию. Но США на четвертом месте с долей в 5,6%, Турция — на пятом с 5,1%, всего же эту группу товаров Россия экспортирует в 196 стран мира. Причем положительная динамика экспорта зафиксирована по 140 странам, из которых интересно отметить в общем ряду значительный (более \$1 млрд) прирост поставок в 2017 году в Финляндию, а также в таком же масштабе в Турцию, Египет и США, равно как и прирост экспорта на уровне \$500 млн за три квартала в Алжир, Великобританию и Южную Корею. Сейчас четыре столпа российского несырьевого экспорта за пределы СНГ — Восточная Азия, Западная Европа, Восточная Европа и Ближний Восток, причем, структура довольно сбалансированная: в основном, для каждого крупного региона доля в российском несырьевом экспорте порядка 10%.

В нынешней динамично изменяющейся структуре экспорта, видимо, достаточно долго не будет точно предсказуемых отраслевых трендов. Например, рост импорта в Южную Корею из РФ морепродуктов, в Финляндию — удобрений, в США — алюминия — это реалии 2017 года, как и растущая популярность российской одежды в электрон-

ных торговых системах, ориентированных на Северную и Западную Европу, и спрос на продукцию российской агропереработки в Китае, и развитие торговли российскими электронными компонентами во всем мире.

Некоторые изменения в структуру экспорта в будущем будет вносить и экспорт гражданской продукции российского оборонно-промышленного комплекса — ОПК и его экспорт стали де-факто отдельной темой форума «Сделано в России». По словам Никиты Гусакова, управляющего по клиентской работе группы РЭЦ, «оборонно-промышленный комплекс нередко называют локомотивом промышленности. Технологии ОПК могут быть применены в различных сферах промышленности, телекоммуникации и связи и даже в быту. В этой работе мы сейчас в первую очередь сосредоточены на медицине (включая медтехнику и фармакологию), микроэлектронике, станко- и приборостроении».

Наконец, довольно неожиданно, по крайней мере для внутреннего рынка, выглядит формирующий спрос на российский медиaproдукцию (см. стр. 16) вклад за IT-продукцией, уже имеющей сильные позиции в ряде сегментов крупнейших мировых IT-рынков (см. стр. 15). Отметим, правительственная российская стратегия развития экспорта продукции высоких технологий пока реализуется и, очевидно, будет вносить свой вклад в изменение экспортной структуры, под которую, в свою очередь, будет изменяться и которую будет изменять дальнейшее развитие РЭЦ.

Как и в других программах развития экспорта, реализованных в мире за последние 20 лет, не меньшую важность, чем поддержка экспортными гарантиями, страховками и субсидиями, для успеха имеет общая внешне-торговая стратегия юрисдикции — нередко национальные программы развития экспорта были неэффективными, конфликтуя с другими элементами правительственных политик. Для России эти риски сейчас особенно велики: опыт контрсанкций в стране, по крайней мере на политическом уровне, поддерживается, а это так или иначе фокусирует предпринимателей на работу на внутреннем рынке. Здесь важнейшим событием на форуме стало заявление первого вице-премьера Игоря Шувалова о том, что официальной позици-

ей России в этом вопросе является снятие барьеров во внешней торговле, несмотря на напряженность, связанную с санкциями. «Анти-изоляционизм» в этом виде — крайне выгодный для потенциальных и реальных экспортеров шаг: при всей «бесплатности» этого статуса соответствие собственных программ общегосударственному курсу — это хотя и сложно оцениваемый, но явно значимый ресурс.

При этом основная часть сессийной программы форума «Сделано в России» в 2017 году была посвящена совершенно практическим вопросам. Так, пленарное заседание вообще было почти полностью посвящено одной из главных проблем дебютов на мировом рынке российских предприятий — проблеме неторговых барьеров, связанных с сертификацией продукции и подтверждением соответствия (см. стр. 14). Поддержка в преодолении этих барьеров, особенно для средних и малых предприятий, — постоянная рутинная работа РЭЦ. Она постепенно систематизируется — так, на форуме «Сделано в России» объявлено об открытии для экспортеров электронного «Навигатора по барьерам и требованиям рынков», который в ближайшем будущем будет дополнен описанием национальных систем тегулирования. Это на нынешнем этапе не менее важная задача РЭЦ даже в сравнении с образовательной программой, на которую тратятся существенные, в том числе человеческие, ресурсы группы на этом этапе (см. стр. 15).

В 2018 году, отметим, форум «Сделано в России» будет иметь уже несколько иную повестку — так или иначе, а кратное увеличение числа компаний, вовлеченных в орбиту активности РЭЦ, изменит адресуемые к ней вопросы. В последующих годах форум будет в большей степени ориентирован на проблемы развития, а не старта экспорта, специализированных инструментов группы для этих целей и маркетинга российских товаров на внешних рынках после их стартового освоения. Впрочем, уже по активности текущего года на площадке форума очевидно, что госпрограмма поддержки экспорта на этом этапе запущена — далее все больше ресурсов будет востребовано для решения проблем роста, а не старта.

Дмитрий Бутрин

«Создавая экспорто-ориентированную среду»

— интервью —

— А какие у вас ожидания по объему субсидий на следующий год?

— Пока мы с коллегами в проектно-офисе договорились, что он точно будет не меньше. Важно говорить и о системности такого планирования. В этом смысле мы ничем не отличаемся от других структур в мире: экспортеры или коммерческие банки, финансирующие экспорт, должны понимать свою бизнес-модель на несколько лет вперед. Экспортер должен рассчитывать на преемственность обязательств, которые государство берет на себя, хотя бы в среднесрочной перспективе. Поэтому вопрос о долгосрочности бюджетного планирования для нас встает достаточно остро.

— В обновленной стратегии РЭЦ написано, что объем поддерживаемого в текущем году экспорта должен составить \$20,3 млрд, из них \$8,3 млрд за счет распределения субсидий. Удалось ли достичь этих показателей?

— \$20,3 млрд — показатель достаточно амбициозный, он на 50% выше, чем показатель прошлого года. Он будет превышен в этом году, а на следующий год мы предполагаем достижение показателя в размере не менее чем \$27 млрд. Общий показатель разделен на две части: одна часть — \$12 млрд — это то, что должно сделать сам РЭЦ как институт поддержки, это кредиты, страховая поддержка, весь финансовый инструментарий. То, что мы принимаем на свой баланс. Это и поиск партнеров, консультации, решение вопросов по снятию барьеров. А остальная часть — поддержка экспорта как наша агентская функция. Здесь мы говорим в том числе о распределении субсидий, нашей международной экспансии, продвижении бренда, проведении мероприятий, связанных с маркетинговыми инструментами — там большой перечень.

— Как меняется объем страховой и кредитной поддержки ЭКСПАР и Росэксимбанка?

— Наша задача, если начать с самого главного, — не концентрироваться с коммерческим банковским сектором. При этом мы, конечно, должны создавать условия для того, чтобы банки участвовали в финансировании экспорта. И для этого у нас есть два основных инструмента — собственный механизм страхования через ЭКСПАР и механизм прямого кредитования через Росэксимбанк. Сейчас мы видим, что коммерческие банки по достаточно невысоким ставкам сами могут финансировать экспорт — этому способствует и наш механизм по субсидированию процентной ставки. Поэтому на первый план выходит именно механизм снятия рисков. То есть сама видимость есть, но мы должны снять риск контрагента той страны, в которую поставляется товар — это инструментарий ЭКСПАР. При этом мы прекрасно понимаем, что на этом фоне ниша именно прямого кредитования со стороны Росэксимбанка становится меньше. Однако нельзя исключать, что вновь может наступить такой момент, когда даже при покрытии риска со стороны ЭКСПАР коммерческие банки будут не готовы финансировать экспорт. Тогда придется говорить о прямом кредитовании тех ниш, в которые коммерческий сектор не готов идти.

Имея в виду вот эти два момента и волатильность ситуации, мы стали говорить об объединении кредитно-страхового механизма, чтобы он стал более гибким. То есть ресурсы направляются преимущественно либо на покрытие рисков, либо на кредитование. Так государство поддерживает один институт, который, в свою очередь, перераспределяет ресурсы в зависимости от ситуации. Правительству ведь также важно оценивать эффективность своих вложений — даже при



понимании перспективности одного и другого направления все равно невозможно поддерживать оба института, а делать это приходится, потому что мы должны быть на плаву. Я думаю, что в ближайшее время мы будем выступать за то, чтобы это решение было окончательным. Поддержка именно с нашего баланса должна быть эффективной для экспортеров, но и менее обременительной для бюджета.

— То есть идея о создании единого юрлица предполагает главным образом слияние ЭКСПАР и Росэксимбанка?

— Сейчас группа состоит из трех компаний, но для экспортера нет трех точек входа — она одна, и в целом внутренний процесс принятия решений практически полностью интегрирован. Однако в случае объединения трех компаний в одну большую корпорацию появится возможность работать в формате «единого окна» гораздо более эффективно.

— Как может быть решен вопрос надзора со стороны регуляторов за объединенной структурой?

— Мы ведем переговоры с регуляторами как с точки зрения банковского надзора, так и с точки зрения регуляторики, которая есть на уровне ЭКСПАР, хотя агентство и не подпадает под действие закона о страховой деятельности, но и над ним осуществляется мониторинг. Задача — сделать так, чтобы можно было мониторить риски объединенной структуры.

— Какие меры нефинансовой поддержки считаете самыми эффективными?

— Как мне кажется — все. Просто какие-то меры имеют синиуминутный эффект, а какие-то — отложенный. Субсидии по компенсации затрат на защиту интеллектуальной собственности, по сертификации имеют быстрый эффект, а поддержка выставочной деятельности — отложенный, так как надо сначала организовать, компенсировать расходы. Такая же ситуация с омолодацией (улучшение технических характеристик) — когда мы компенсируем расходы компании, которые она несет с тем, чтобы выйти на внешний рынок в будущем. Так что какие-то меры дают эффект в том же году, какие-то заложены на два-три года вперед.

— Можно ли выделить отраслевую специфику клиентов РЭЦ? Компании из каких отраслей активнее всего пользуются услугами РЭЦ?

— Наверное, можно. Это в первую очередь наши приоритетные отрасли по проекту — автотранспорт, причем и легковой, и грузовой, хотя раньше мы говорили только о грузовом, это сельскохозяйственное, железнодорожное машиностроение. В последнем отмечаем попросту бум с точки зрения наших возможностей, которые мы видим на внешнем рынке, в том числе ввиду текущей стоимости рубля. Это очень большое направление, которое дальше будет расти семимильными шагами. Также это легкая промышленность, хотя мы привыкли говорить, что машиностроение впереди, но это направление уже догоняет. Речь не только о поставках одежды — это и специальные технические ткани. Ну и, конечно, весь комплекс пищевой промышленности. В общих объемах несырьевого экспорта учитываются и зерно, и подобно рода продукция, но мы в первую очередь поддержи-

ваем продукцию с добавленной стоимостью: мы видим огромный рост этого сегмента — продукции среднего и верхнего переделов, масла, сахара, муки. Это уже брендированные вещи, по ним есть меры субсидирования, то есть на зерно их нет, а на муку — есть. В этом как раз заключается стимулирование экспорта товаров более высоких переделов.

— Как, по вашей оценке, будет меняться доля несырьевых поставок, если цены на нефть продолжат повышаться?

— Непростой вопрос. С одной стороны, итоги этого года более чем положительные: огромный прирост несырьевого неэнергетического экспорта — на 21% по итогам десяти месяцев. Однако мы понимаем, что это связано и с низкой базой прошлого года и ослаблением рубля. К тому же рост обеспечили такие товары, как металлы, зерно. Конечно, в последующие годы такого роста не будет. По приоритетному проекту обозначен стабильный рост несырьевых поставок на 7% ежегодно, но каждый год эту задачу будет сложнее и сложнее выполнять. Поэтому нам важно искать новые точки роста, в том числе по направлениям, которые пока не так ярко выражены — это, к примеру, услуги, в частности образование, медицина, туризм, ИТ. Другой источник возможного роста — повышение доли переработанной продукции. Сейчас около 43% — это продукция первичных переделов, 23% — средняя переработка, 34,2% — верхняя. Чем выше степень переработки, тем дальше мы уходим и от конъюнктурных сложностей, колебаний курса.

Требуется и решение инфраструктурных вопросов. Зерна произвели много, но надо суметь его вывезти, нужны пункты перехода, чтобы было удобно и комфортно экспортировать продукцию, логистические терминалы, электронные площадки. Это такие вещи, которые должны стимулировать не просто рост несырьевого экспорта, а несырьевого экспорта с максимальной добавленной стоимостью. Важно и решение многих вопросов по барьерам, постоянно что-то происходит, но опять-таки всегда остается ощущение неудовлетворенности — что мы что-то недоделали. Это касается и возмещения НДС, и валютного контроля.

Сейчас настал тот момент, когда мы вроде бы сдвинулись с мертвой точки, но теперь нужно создать новую экспортоориентированную среду, чтобы это было не на словах, а в понимании бизнеса и представителей органов власти. Раньше мы говорили, что помимо всего прочего компания должна уметь поставлять на экспорт, но это та ловушка, которая, к сожалению, не дает нам работать. Нельзя компании со своим продуктом жить-жить, а помимо всего прочего еще что-то экспортировать. Она изначально должна создать такой продукт, который будет максимально ориентирован на экспорт, тогда ресурсы, которые направляются на поддержку этой компании будут потрачены более оптимальным образом. Нет самозели увеличить экспорт, но мы понимаем, что новое экспортоориентированное производство — это конкурентоспособное производство.

Интервью
подготовила
Татьяна Едовина

Review **Международный экспортный форум**

«Мы формируем комплексное предложение экспортерам»

В мировой практике взаимодействие созданных в разное время независимых элементов инфраструктуры поддержки экспорта отлаживается десятилетиями. В группе Российского экспортного центра (РЭЦ) эти структуры работают вместе. О том, какие преимущества это создает, Review рассказывает **Алексей Тюпанов**, исполнительный директор группы.

— интервью —

— Как в целом РЭЦ определяется стратегический баланс между страховой поддержкой экспорта и субсидированием кредитных продуктов? В мире исторически работала именно страховая поддержка, в России сейчас более востребована кредитная, как будет развиваться ситуация в ближайшие годы?

— Нельзя сказать, что в мире есть однозначный перевес в пользу экспортно-кредитных агентств, эксимбанки также являются серьезным инструментом поддержки экспорта — например, эксимбанки Китая или Соединенных Штатов — это мощнейший рычаг господдержки. Если говорить о РЭЦ, который как раз объединяет кредитно-страховые опции, то мы считаем, что подход к финансовой поддержке экспортеров со стороны государства должен быть гибким и адаптивным и зависеть от этапа экономического цикла. Когда ситуация на банковском рынке характеризуется доступностью финансирования и высокой ликвидностью, то более эффективным, учитывая ограниченность ресурсов государства, является инструментарий страховой поддержки. В период экономического спада и дефицита финансирования на коммерческом рынке также актуально участие государства в части предоставления заемного финансирования.

При этом наша ключевая функция заключается в формировании конкурентоспособных на международных рынках условий финансирования контрактов с участием предпринимателей из России. Стратегический баланс соблюдается благодаря развитию не отдельных финансовых продуктов, а формированию именно комплексного предложения: разработка и внедрению новых инструментов, форматов, продуктов и услуг, а также развитию каналов предоставления поддержки. Мы говорим о формировании инфраструктуры поддержки экспорта. — **Какие механизмы финансовой поддержки сейчас наиболее востребованы у клиентов РЭЦ? Изменилась ли модель страхования экспорта, ранее применяемая в ЭКСАР?**

— Наша миссия — поддержка и развитие несырьевого экспорта через участие в государственной

политике и создание единого эффективного института развития. В рамках интеграции группы РЭЦ создана единая команда клиентской работы, риск-менеджмента. В этом смысле экспортер обращается за решением в группу РЭЦ, а распределение между юрисдикциями внутри группы — это уже наш технический вопрос, не видимый для экспортера.

Одним из итогов интеграции группы компаний РЭЦ стало формирование единого блока финансирования экспорта, куда вошли ЭКСАР и Росэксимбанк. Такая синергия позволила усовершенствовать бизнес-процессы, сделать кредитно-страховые продукты более доступными и значительно увеличить скорость принятия решения по финансированию сделок. При этом финансовый блок группы РЭЦ не конкурирует с другими игроками финансового рынка (например, коммерческими банками), а сотрудничает в части поддержки отечественных компаний, выходящих на внешние рынки.

Например, Росэксимбанк, часть группы РЭЦ, реализует совместно с Минпромторгом специализированную программу по поддержке экспорта высокотехнологичной продукции. Суть программы заключается в снижении ставки по кредиту как для экспортера, так и для иностранного покупателя за счет механизма субсидирования. При этом уже есть ряд сделок, когда Росэксимбанк предоставляет кредит совместно с коммерческим банком, то есть речь идет о синдицированном займе. Благодаря механизму субсидирования мы снижаем среднюю стоимость финансирования для клиента (либо экспортера, либо покупателя российской продукции), а коммерческий банк сохраняет свою маржу, оставаясь на комфортном для себя уровне процентной ставки по кредиту.

Страховое покрытие ЭКСАР доступно как крупнейшим банкам страны, так и небольшим региональным. Одним из наиболее востребованных продуктов финансового блока по-прежнему остается страхование краткосрочной дебиторской задолженности. Эта услуга предназначена для защиты российских компаний (а также банков, предоставляющих им финансирование) от риска неплатежей по коммерческим и поли-



тическим причинам со стороны иностранных покупателей. Покрытие распространяется на регулярные поставки товаров, осуждаемые на условиях отсрочки платежа постоянным покупателем за рубежом.

Еще один механизм, который хочу выделить, — это новая специализированная программа, призванная мотивировать банки финансировать экспортные поставки. Мера финансовой поддержки экспортерам реализуется через группу РЭЦ. В рамках новой программы российские экспортеры и иностранные покупатели смогут получать финансирование по низким ставкам за счет компенсации части процентной ставки коммерческим банкам со стороны государства. В программе участвуют только надежные банки, прошедшие специальный отбор: поддержку экспортерам могут оказать российские финансовые организации, работающие на рынке не менее пяти лет, имеющие капитал не менее 25 млрд руб., у которых нет просроченных задолженностей по налогам, сборам и иным обязательным платежам, а также ограничений на осуществление банковской деятельности. На текущий момент РЭЦ одобрил по программе 26 заявок с лимитом кредитов более 28 млрд руб. Мы видим большой спрос на программу со стороны банков и самих экспортеров. Максимальная ставка по программе не установлена, но рынок самостоятельно регулирует этот вопрос. Банки существенно снижают ставки по сделкам, удовлетворяющим требованиям программы.

— **Существует ли потенциал кооперации РЭЦ с госпрограммами развития других стран? Как это вообще может быть устроено, что в этой сфере происходит?**

— На сегодняшний день российские товары и услуги являются весьма конкурентоспособными на внешних рынках. Однако важно работать не только поддерживая наших производителей, выходящих на экспорт, но и налаживая тесные взаимовыгодные связи с

иностранными партнерами. Речь идет о продвижении российской продукции, о разработке мер, позволяющих быстрее получать международные сертификаты и патенты, важно работать в правовом поле, четко следуя правилам ОЭСР, и своевременно консультировать участников экспортной сделки на любом из его этапов.

Еще при создании ЭКСАР мы понимали, что развитие партнерских отношений с иностранными институтами поддержки экспорта является обязательным условием для встраивания в мировой рынок. По мере увеличения объемов поддержки и диверсификации портфеля ЭКСАР мы все больше усиливаем это направление. Сейчас можно выделить три основных вектора, по которым мы выстраиваем эту работу. Первый — совместная поддержка экспортных проектов в третьи страны. Второй — совместная поддержка локализированных в России интернациональных проектов. Это эффективные меры, позволяющие диверсифицировать риски между несколькими ЭКА или коммерческими страховщиками. Третий вектор — это финансирование экспортноориентированных производств. Это своего рода «инвестиции в будущее» — формирование бизнес-аппетита к экспортной деятельности.

В общей сложности группа РЭЦ заключила более 20 соглашений о сотрудничестве с зарубежными ЭКА и коммерческими страховщиками. Среди них — соглашения ЭКА стран БРИКС, соглашение ЭКА стран ЕАЭС, Договор факультативного перестрахования с Asuransi Asei (Индонезия), соглашение с Oesterreichische Kontrollbank Aktiengesellschaft (Австрия), соглашение по поддержке дочерних предприятий японских компаний в России с японским ЭКА NEXI и т. д. Также с NEXI мы заключили соглашение о перестраховании с целью реализации совместного проекта по поддержке экспортных поставок дочернего предприятия Nissan, осуществляющего производство автомобилей на территории Рос-

сии. Речь идет о страховой поддержке поставок автомобилей в Белоруссию и Казахстан.

— **Каких институтов, на ваш взгляд, сейчас не хватает в группе РЭЦ по каким-либо причинам?**

— Я бы не стал говорить конкретно об институтах, скорее речь идет о совершенствовании тех или иных механизмов и разработке новых. Например, сейчас мы прорабатываем идею создания специализированного экспортноориентированного фонда прямых инвестиций на российском и зарубежных рынках. Инициатива рассматривается в рамках реализации приоритетного проекта «Системные меры международной кооперации и экспорта». Фонд будет входить в капитал проектов и компаний с высокой долей экспорта в выручке, но проблемами в привлечении займов на долговых рынках. Также фонд будет финансировать адаптацию производств компаний, прежде всего промышленного сектора, под экспортные поставки и инвестировать в экспортноориентированные производства на территории РФ (вообще развитие экспортноориентированных производств — это такой отдельный фокус следующего года для нас). На зарубежных рынках целевой сегмент инвестирования — это инфраструктурные проекты с потенциалом привлечения российских экспортеров — подрядчиков проекта, а также инвестиции в локализацию части производственного процесса российских экспортеров для доступа на международные рынки. Еще одним перспективным направлением является осуществление инвестиций в техническое обслуживание и ремонт (сервисные центры) и дилерское обслуживание. В международной практике стимулирование и поддержка экономики через специализированные государственные фонды (фонды, управляющие золотовалютными резервами, и фонды развития) доказала свою состоятельность. Фонды развития, инвестирующие за рубежом, оказывают существенную поддержку национальным экспортерам — такие фонды нередко функционируют в контуре экспортно-кредитных агентств.

Например, такие структуры есть в Канаде — это EDC — и Германии — KfW. Мы только недавно анонсировали создание такого фонда, но уже сейчас видим интерес не только со стороны потенциальных клиентов, но и ряда компаний, готовых войти в состав учредителей фонда.

Пока речь идет о государственных институтах, но в среднесрочной перспективе мы планируем, что частный бизнес также может участвовать в акционерном финансировании экспортных проектов через этот фонд.

Интервью подготовил Дмитрий Бутрин

правила игры



Дмитрий Бутрин,
редактор Review
«Экспортный форум»

Одним из довольно необычных ощущений от форума «Сделано в России» в ноябре нынешнего года было присутствие на нем очень большого числа людей, которые не скрывали того, что они очень многого не понимают. Для крупных федеральных форумов это совершенно необычная картина: основное занятие на них — стандартный и рутинный нетворкинг, общение участников друг с другом с целью обнаружения взаимного делового интереса, важная составляющая — демонстрация успехов и достижений, нередко цель участия в такого рода форумах — публичное обсуждение проблем. Но места демонстрации непонимания того или иного аспекта той работы, которой ты занят, на них обычно нет. «Сделано в России» — исключение: стойки для справочных материалов Российского экспортного центра (РЭЦ), путеводителей и демонстрационных буклетов здесь опустошались беззастенчиво, а практически каждое выступление вызывало неподдельный интерес десятков и сотен людей, которые в теории должны бы и сами быть способны рассказывать об особенностях экспортных операций.

На деле это очень хорошая новость. В России, и это следует признавать открыто, очень высокий и абсолютно непокрытый спрос на людей, действительно разбирающихся в том, как организовывать экспорт. Большинство из действующих специалистов или имеют теоретическую университетскую подготовку, основывающуюся на анализе советской государственной системы экспорта, или уже востребо-

Для начинающих экспортеров поддержка квалификации специалистов — один из наиболее востребованных ресурсов

ваны в крупных компаниях. Системной подготовки большого числа специалистов в этой сфере в РФ пока просто нет, поэтому нет смысла удивляться тому, что компании, нанимающие в штат специалистов в этой сфере, рассчитывают прежде всего на самообразование соответствующих сотрудников.

Собственно, этим обстоятельством и объясняется существование в группе Российского экспортного центра наряду с такими крупными структурами, как ЭКСАР и Росэксимбанк, отдельной «дочки» — «Школы экспорта РЭЦ». Теоретически можно было бы пойти по «длинному» пути и содействовать созданию в структуре высшего образования в России отдельной модернизированной подсистемы обучения соответствующих специалистов — мало того, этим уже занимаются в рамках создания национальной системы подготовки кадров в сфере внешнеэкономической деятельности. Но специалисты нужны не только через пять-семь лет, но и прямо сейчас, поэтому в 41 регионе РФ РЭЦ пришлось развернуть сеть «курсов повышения квалификации», а на деле — отдельной экспресс-образовательной системы, дающей базовую квалификацию по разным вопросам организации экспорта. Собственно, это и есть «Школа экспорта» с центром в Москве.

Школа действует с текущего года, и по состоянию на первые три квартала обучение прошли представители 1251 уникального предприятия сектора малого и среднего предпринимательства — на образовании именно этой группы пока сконцентрировано внимание РЭЦ. Структура, в апреле получившая лицензию на образовательные услуги, уже успела подготовить 148 тренеров. Школа также прорабатывает вопрос взаимодействия с собственными университетами: пилотная программа для студентов магистратуры реализуется с РЭУ имени Плеханова с ноября, идет проработка совместных образовательных инициатив с МГТУ имени Баумана, РАНХиГС и ВШЭ.

Школа экспорта выстраивает обучение с учетом баланса теории и практики: 60% на 40%. Что же наиболее востребовано? В первую очередь РЭЦ обучает базовым основам жизненного цикла экспортного проекта и технологиям его господдержки. Среди рассматриваемых вопросов: маркетинговые и деловые коммуникации, управление финансами, таможенное оформление, логистика и государственная поддержка. Получив обратную связь от участников программы, эксперты РЭЦ подготовили еще три важнейших курса, в которых собрали информацию по продуктам группы РЭЦ, налоговому сопровождению экспортной деятельности, а также возможностям онлайн-торговли для экспортеров. Курс по онлайн-торговле для экспортеров вообще сложно переоценить — считается, что этому можно научиться только на практике, что для многих малых компаний это своеобразное ноу-хау. На форуме «Сделано в России» представители таких компаний, не скрывающие, что ничего не понимают, но очень хотели бы понимать, достаточно быстро обнаруживали стелд «Школы экспорта», где выясняли, что госпрограмма поддержки экспорта, реализуемая РЭЦ, свободное распространение этих знаний предусматривает. Как очно, так и дистанционно. Бесплатно для бизнеса — было бы достаточно непонимания и желания понять.

Пробные сделки без головной боли

— барьеры —

Вчастности, предприниматели отметили трудность с осуществлением первых поставок, посетовав, что издержки на их таможенное оформление одинаковы «и для коробки, и для вагона». Более того, такие партии, как правило, поставляются самолетом, тогда как РЭЦ пока покрывает только поставки по жд (в РЭЦ уже пообещали расширить покрытие специальной программы).

Многие компании сталкиваются и с нормативными ограничениями, связанными с экспортом продукции двойного назначения. «Как только вы начали передавать куда-то данные, вы сразу же подпадаете под правила для продукции двойного назначения — это касается и больших данных, и облачных технологий», — отметил гендиректор компании «Антракс» Андрей Кучерявенков. А Владимир Белый из «Альфа Смарт Системс» предложил создать единую площадку, через которую можно было бы проводить согласования, в частности по выводу продукции из-под грифа секретности. Это бы помогло преодолевать бюрократические кабинеты, добавил он. Михаил Мамонов пообещал бизнесу помогать в таких случаях, отметив, что нередки случаи, когда участие РЭЦ в решении проблемы позволяет добиться изъятий из отдельных постановлений.



РЭЦ планирует создание сети хабов-коворкингов за пределами страны для поддержки российского IT-экспорта

Еще одной актуальной проблемой предприниматели назвали трудности с признанием российских сертификатов за рубежом. Даже в странах Юго-Восточной Азии результаты испытаний в российских лабораториях могут быть лишь дополнительным под-

тверждением, тогда как в основном покупатели требуют «честных сертификатов», отметили экспортеры. «Зарубежным покупателям непривычны российские обозначения продукции, содержащие отдельные буквы и цифры, в документации не требуется «писать 100-страничные талмуды, нужно кратко, емко и с картинками», — рассказал Андрей Кучерявенков, добавив, что компании пришлось

потратиться на испытания в швейцарской лаборатории, но теперь к их результатам «нет вопросов».

В РЭЦ также отмечают трудности с взаимным признанием сертификатов, причем даже в странах, с которыми у России довольно тесные связи. Так, Вьетнам не признает нормы ГОСТа, используя в собственной нефтегазовой отрасли сертификацию, построенную по американским стандар-

там, а в Индонезии отказываются снять оговорку, запрещающую госкомпаниям закупать продукцию вне контура стран — поставщиков ОЭСР, посетовал Михаил Мамонов. Он добавил, что в центре могут объяснить потенциальным экспортерам, как получить национальный стандарт ЕС и сделать это сравнительно недорого.

Не хватает экспортерам и поддержки на зарубежных рынках. «Есть несколько хороших торговых представителей, которые действительно оказывают поддержку и могут дать информацию об особенностях местного рынка», — отметил глава «Антракс» Андрей Кучерявенков. Но часто, по словам бизнесмена, так отвечают, что «продукция не интересна рынку». Другие участники сессии пожаловались на нехватку защиты собственных инвестиций на развивающихся рынках, так как зачастую для выхода на рынок недостаточно просто поставлять продукцию, а приходится инвестировать в совместные проекты с местными компаниями. Впрочем, лучше всего полагаться не на одного дилера, а открывать представительства хотя бы в ключевых для компании странах — это позволяет как диверсифицировать свою продукцию, так и искать новых партнеров, порекомендовали представители компаний, уже работающих на нескольких зарубежных рынках.

Татьяна Едовина

ReviewМеждународный экспортный форум

История с происхождением

Одним из главных событий форума «Сделано в России» стала презентация программы Российского экспортного центра (РЭЦ) Made in Russia. Создание экспортного бренда России уже началось: первый пул сертификатов участников программы уже создан — в нем 61 производитель. В ноябре текущего года несколько партий товара уже получили экспортный сертификат с логотипом Made in Russia, в 2018-м на мировом рынке под этим брендом может появиться не только российское мороженое, но и троллейбусы и грузовики, автомобильное масло, сельхоз- и медицинская техника, рабочие инструменты.

— бренд —

Made in Russia — стандартный слоган, который можно встретить практически на любой экспортной из РФ продукции. Тем не менее к программе создания российского экспортного бренда различные структуры в РФ — и частные, и государственные — подходили не раз и не два, и всякий раз выяснялось достаточно простое, но непреодолимое обстоятельство. В «локальном» варианте добровольная сертификация товаров под требования единого экспортного бренда доступна и негосударственным ассоциациям, однако практического смысла в этом нет: такого рода программы интересны синергией с общими широкими и интегрированными программами поддержки экспорта, которых ранее не было. В случае с проектом РЭЦ существовало другое опасение: создание экспортного бренда Made in Russia на старте возможно достаточно быстро, однако сама по себе интеграция многочисленных программ группы с брендингом требует времени.

Тем более важна была 24 ноября презентация на форуме «Сделано в России» первых результатов только что начатой программы. В конце сентября выдана первая партия сертификатов программы для компаний, подтверждающих соответствие заявленным требованиям программы по репутации производителя. Однако, как выяснилось, к ноябрю четыре первые партии российских товаров уже получили сертификаты после прохождения производителями второго этапа сертификации — из этого следует, что сам по себе торговый знак Made in Russia конеч-

ные потребители продукции за пределами РФ увидят в начале 2018 года.

Как сообщила Review Вера Подгузова, управляющий директор по внешним связям и коммуникациям РЭЦ, работа в этом проекте ведется по трем направлениям: «Первое — это маркетинговые исследования восприятия российской продукции на зарубежных рынках. Второе — собственно рекламное продвижение. Третье — система добровольной сертификации, которая состоит из двух этапов: проверка поставщика и проверка продукции, которая пойдет за рубеж. Прохождение второго этапа дает возможность экспортеру использовать маркировку Made in Russia на своей продукции. Это позволит нам сформировать пул добросовестных поставщиков и быть уверенными, что под логотипом Made in Russia за рубеж идет только достойная продукция».

Рекламное и маркетинговое продвижение российских товаров и экспортного бренда стартовало в октябре текущего года в 11 зарубежных странах — это размещение рекламных роликов на телеканалах Russia Today (RT International, RT Arabic, RT Spanish), ITVNetwork (Индия), баннерная реклама в сети Google Display Network, а также в социальных сетях — мировых Facebook и Instagram и китайских Wechat и Weibo. В октябре же запущен совместный с RT рекламный онлайн-спецпроект на домене www.madeinrussia.com, вирусная кампания в интернете, размещение рекламы в инфлайтах авикомпаний.

В ближайшее время предполагается запуск электронного каталога брендов и товаров, прошедших сертификацию Made in Russia. На сегодня «товарная картина», которую представляет бренд

Made in Russia, весьма необычна. С одной стороны, это продукция машиностроения — общий сертификат РЭЦ по программе имеют: КамАЗ, производитель троллейбусов «Тролза», Алтайский завод сельскохозяйственного машиностроения, «Трактор», «Ростсельмаш», автоматизированные системы для горнотранспортного комплекса «ВистГрупп». С другой стороны, это «техническая» потребительская продукция: смазочные материалы ЛУКОЙЛа, ручные инструменты АО «Интерскол», медтехника концерна «Акссион», трубы для водоснабжения, производители светового оборудования и систем пожаротушения. Наконец, это продукты питания: продукция «Айсберри» и молочного комбината «Ставропольский», «Макфа». Под брендом Made in Russia в «стартовом» варианте каталога присутствуют и сувениры, и товары для детей — продукция народно-художественных промыслов ЗАО «Сувенир», конструкторы ХИЗ, продукция «Русских игрушек».

Одной из задач программы является единое брендрование в стиле Made in Russia не только продукции, но и единых стендов России на международных выставочных мероприятиях. Напомним, в приоритеты РЭЦ в 2017–2018 годах входят 170 крупнейших выставок, впрочем, в 2018 году логотип Made in Russia может быть обнаружен на любой другой выставке — список является открытым и формируется в том числе по пожеланиям экспортеров. Присутствие же товаров с единым логотипом в оптовых и розничных сетях за пределами РФ — это вопрос собственно бизнеса экспортеров: бренд создается, дальше эффективность его использования зависит только от них.

Николай Смирнов

Новая экспедиция Винни-Пуха

— культура —

Экспорт медиаконтента и продукции интеллектуально-художественной индустрии — сравнительно новый экономический сектор. Несмотря на то что официальная стратегия поддержки такого рода бизнеса, в том числе экспортно-ориентированного, продолжает разрабатываться, группа Российского экспортного центра уже работает с поддержкой экспорта медиаконтента — на конференции «Сделано в России» запрос на эту инфраструктуру обсуждался. Впрочем, институционально экспорт культурной продукции сильно отличается от экспорта обычных товаров и услуг — вряд ли здесь возможны исключительно стандартные решения.

Одной из тем круглого стола форума «Сделано в России», посвященного цифровой торговле, неожиданно стала система поддержки экспорта медиатехнологий. На нем глава продюсерской компании «Среда» Александр Цекало сообщил, что занялся продвижением собственной продукции — сериалов российского производства — за пределы России, причем на один из самых больших и емких рынков цифрового медиаконтента — в США. И сотрудничество с Российским экспортным центром (РЭЦ) в этом смысле может стать действительно взаимовыгодным.

Напомним, в 2016 году «Среда» сообщила вполне сенсационную новость для рынка медиа в России — о продаже первого российского сериала («Мажор» собственного производства) стриминговому сервису Netflix. По словам господина Цекало, в настоящий момент платформа приобрела права на шесть сериалов производства «Среды». Это могло бы быть единственным случаем, кроме того, разовые сделки по продаже медиаконтента крупным цифровым платформам в 2016–2017 годах также заключались — так, телеканал НВО продает сейчас российский фильм «Сталинград», Amazon — «Большой», ведутся переговоры о продаже ряда сериалов крупным каналам в США и Европе. Однако, сообщил господин Цекало, его продюсерский бизнес развивается сейчас более интересно — так, в настоящий момент «Среда» продает на рынке США не только готовую продукцию, но и форматы: идеи сериалов для дальнейшей локализации на внешних рынках. Для России это крайне неочевидное направление бизнеса — на сегодняшний день российские продюсерские и медиаконтентные, напротив, импортируют форматы из-за пределов РФ для производства



Руководитель продюсерской компании «Среда» Александр Цекало предполагает, что российский медиа-экспорт конкурентоспособен уже сейчас

телевизионного контента. Впрочем, заявил господин Цекало, он сам оценивает успехи «Среды» как «стартовые».

Партнерство с РЭЦ в этом вопросе «Среда» оценивает как необходимое. «Продавать что-то без РЭЦ сложно», — пояснил глава компании, отметив при этом, что в значительной степени для него важна в первую очередь организационная, информационная и презентационная поддержка, а не собственно финансирование. Впрочем, после расказа Александра Цекало о следующем потенциальном шаге «Среды» на сериальном рынке стало очевидно, что для продвижения экспорта медиаконтента надо искать нестандартные инструменты. По его словам, наиболее острым направлением развития этого бизнеса является сейчас копродукция сериалов — совместное производство двух или нескольких стран медийного контента, интересного с точки зрения тематики, акторов или сюжета нескольким рынкам. В ситуации с кинорынком, отметим, институты поддержки экспорта существуют во всем мире с 50-х годов XX века, но другие сектора медиарынка существенно отличаются от него по устройству, к тому же цифровизация многое изменила в этой сфере.

На форуме, отметим, было подписано другое знаковое соглашение, разрабатывавшееся несколько месяцев, — РЭЦ и ФГУП «Союзмультфильм». Напомним, российская анимационная продукция с 2015 года достаточно активно завоевывает внешние рынки — одним из мировых хитов в детской анимации был мультсериал «Маша и Медведь».

Разработка концепции продвижения на внешние рынки российской анимации началась после встречи представителей рынка с президентом Владимиром Путиным в мае текущего года, впрочем, только в ноябре премьер-министр Дмитрий Медведев заявил о согласовании в Белом доме распространения на аниматоров ключевой льготы для медиарынка — сниженных ставок социальных сборов. Общая концепция поддержки анимационного экспорта в правительстве пока не утверждена — предполагается, что альянс РЭЦ и «Союзмультфильма» позволит внести в этот процесс новую динамику: анимационный рынок также требует довольно специфических инструментов продвижения продукции, которых просто не может быть в стандартной линейке поддержки экспорта.

Между тем, на круглом столе форума обсуждались и смежные темы экспорта «культурной продукции», имеющей помимо чисто финансовой и во многом общекультурное значение. Это, в частности, экспорт российских книг, музыки, а также дизайнерских разработок. В мире достаточно много примеров и успешной, и безуспешной политики в этой сфере — в этом смысле России повезло, поскольку большая часть неудач таких проектов отмечалась в эпоху до цифровизации экономики. Потенциал такого рода предприятий сейчас на порядок выше, чем в 70–90-х годах XX века, когда экспорт кино, анимации, литературы был «модным» в мировых трендах господдержки экспорта, в частности, в Европе — в будущей экономике медиаконтент занимает принципиально другую роль, нежели сейчас, а «окна возможностей» существенно шире.

Дмитрий Бутрин

Инновации, меняющие представление о возможном

«Экспортер года-2016»				
Номинация	Место	Компания	Регион	Отрасль
«Экспортер года-2016»	1	ПАО Кама»	Республика Татарстан	Автопром
	2	ООО «Карелия Палп»	Санкт-Петербург	бумажная промышленность
	3	ОАО «Каустик»	Волгоградская область	Химпром
«Динамично развивающийся экспортер»	1	АО «НЭФИС-Биопродукт»	Республика Татарстан	Масложировая продукция
	2	ООО «ТД „Кама“»	Республика Татарстан	Шинная промышленность
	3	ООО «Сертов»	Московская область	Химическая промышленность
«Динамично развивающийся экспортер среди малого и среднего предпринимательства»	1	ООО «Выбортехник»	Республика Татарстан	Лабораторное оборудование
	2	ООО «Гален»	Чувашская Республика	Композитные материалы
	3	АО «Торговый дом АКОМ»	Самарская область	Аккумуляторные батареи
«Лидер экспорта среди субъектов РФ»	1	Ленинградская область		
	2	Алтайский край		
	3	Калужская область		
«Лидер по финансированию экспорта»		Банк ВТБ (ПАО)	Москва	Банки
«Экспортер года среди агропромышленного комплекса»	1	ЗАО «Алейскзернопродукт»	Алтайский край	Производство зерновых
	2	НАО «Де Хёс»	Владимирская область	Корма для животноводства
	3	ООО «Гарнец»	Владимирская область	Агропереработка

— премия —

Финальным событием форума «Сделано в России» стало традиционное объявление итогов премии «Экспортер года». По итогам прошлого года ключевое изменение в списке победителей не столько география, сколько специализация участников: среди победителей уже много компаний, основывающих экспорт на технологических инновациях. В региональном разрезе также отлично видны результаты работы региональной инфраструктуры поддержки инноваций.

Премия «Экспортер года» вручается по нескольким номинациям, существенно отличающимся друг от друга. Среди крупных компаний главная номинация естественна — это премия «Экспортер года», которая предполагает оценку со стороны РЭЦ и Минпромторга динамики развития компании-экспортера. Для компаний малого и среднего бизнеса существует отдельная номинация. Наконец, быстро развивающийся рынок экспорта продукции АПК оценивается отдельно, как и структуры финансовой поддержки экспорта, и работа регионов.

Наиболее интересны соотношения между рейтингами регионов по объему экспорта. Неожиданностей среди регионов-лидеров практически нет: и Ленинградская, и Калужская области — многолетние рекордсмены по привлечению инвестиций, в том числе иностранных, в собственные зоны промышленного развития, а Алтайский край с развитым производством зер-

новых — один из естественных бенефициаров высокой конъюнктуры на рынке твердых сортов пшеницы, в этой сфере мировой торговли Россия в 2017 году вышла на первое место в мире. Неудивительно и появление в списках компаний из Татарстана — правительство региона уже много лет занимается комплексной поддержкой инновационной продукции. Для республики в последнее десятилетие это явный драйвер общеэкономического развития, и было бы странно, если бы эта работа не давала эффекта. Но не менее важно и появление в списках компаний из Владимирской и Волгоградской областей и Чувашской Республики, равно как и успехи химических компаний из Московской области — напомним, именно в 2016 году бум в большой химии уже существовал, однако в 2017 году он был намного очевиднее. До какой-то степени «Экспортер года» в данном случае можно рассматривать как систему опережающих индикаторов.

КамАЗ в качестве главного лауреата премии 2016 года — история не такая очевидная, как может показаться: Камский автозавод, компания с безусловным мировым брендом, по всем показателям в последние годы переживает не трудные, но довольно необычные времена: рынок грузовой техники за последние годы стал в мировом масштабе высококонкурентным, кроме того, он один из главных полигонов будущей «Индустрии 4.0», и потребители-импортеры явно читают при заключении текущих контрактов потенциал будущих изменений в компании-партнере. То, что КамАЗу удается

демонстрировать высокие объемы экспорта при столь сложном запросе — это и перспективы будущего беспилотного транспорта, и прогресс в освоении композитных материалов, и в двигателестроении, и в цифровом проектировании, и в логистике, показывает: в будущем этой компании на мировом рынке многие верят. Отдельный интерес представляет победа в рейтинге динамично развивающихся компаний «НЭФИС-Биопродукта» — масложировая продукция татарской компании, без сомнения, входит в список достижений развития экспорта России в последнее десятилетие.

Стоит отметить присутствие во всех трех номинациях списка малых и средних компаний «Экспортера года» именно инновационных компаний: и АКОМ, и «Гален», и тем более «Выбортехник». Примечательно, что два из трех экспортеров в АПК — «Де Хёс» и «Гарнец» — также являются компаниями, которые интересны именно инновационными продуктами. Собственно, именно к ним относился в первую очередь комментарий главы РЭЦ Петра Фрадкова на форуме: «Те, кто своим примером демонстрирует, что несерьевой экспорт из России — это не заоблачная мечта, а реальность. Именно такие компании, ежедневно работающие на внешних рынках, являются нашим основным источником знаний и ориентиром в сложном процессе реформирования экспортной среды в нашей стране». В будущем эти успехи должны окупиться многократно — и для них самих, и для экономики РФ в целом.

Дмитрий Бутрин

Цифровым магазинам не хватает продавцов

— технологии —

Тема электронной торговли в системах поддержки экспорта не могла не стать одной из тем форума «Сделано в России» — этот стремительно развивающийся в мире рынок выглядит очень крупной составляющей недоиспользованного потенциала экспорта из РФ. Состояние дел в этом секторе между тем очень неоднозначное. На одной стороне — высокий интерес буквально всех потенциальных игроков, развитая инфраструктура и высокий спрос. На другой — определенные проблемы госрегулирования и пока невысокий уровень информированности потенциальных экспортеров о том, как в реальности выглядит сектор, уже сейчас при всех проблемах дающий около \$400 млн экспорта в год.

Казалось бы, электронная торговля для потенциальных средних и мелких экспортеров из России в 2017 году должна быть золотым дном. Сессия форума «Сделано в России» уже по составу спикеров это вполне подтверждала: это представители eBay и Alibaba, ВТБ и Сбербанк, российских электронных торговых площадок и Минпромторга. Число только крупных проектов в сфере электронной экспортной торговли, в том числе с участием грантов российского бизнеса, в 2016–2017 годах перевалило за десяток, тема является предсказуемо горячей: преимущества «электронного экспорта», существенно снижающего издержки продавца и технологизирующего множество процессов внутри компании, вряд ли кому-то нужно доказывать. При этом российские проекты в этой

сфере в 2018 году существенно усложнятся. Так, на форуме представлен проект ВТБ 24, реализуемый при партнерстве с РЭЦ, в котором интегрированы электрон-

ный маркетплейс, шлюзы в другие глобальные торговые площадки, сервисы собственно банка, связи с управленческими системами — это уже в минимальной степени «витрина с товарами и телефоном», какой представлялась электронная торговля десять лет назад. При этом это общедоступная инфраструктура, в случае с крупными маркетплейсами ориентированная на гораздо более крупные и развитые рынки — собственно, некоторое промедление в приходе в Россию части крупных площадок B2C позволяет сейчас создавать сложные российские проекты.

Илья Кретов из eBay на открытии сессии представил данные специализированного исследования компании совместно с DATA Inside осени 2017 года, демонстрирующего, что на деле с российским «электронным экспортом» все не так плохо, как принято считать. Объем экспорта из РФ по этим каналам в год составляет около \$400 млн, из них \$200 млн — продажи крупных интернет-ритейлеров из РФ в страны СНГ, около \$100 млн — прямые продажи из РФ экспортеров со своих сайтов в дальнее зарубежье и около \$100 млн — продажи через крупные маркетплейсы. Товарный ассортимент реального экспорта из РФ довольно необычен: крупную долю в нем занимают одежда и ювелирные изделия, товары для дома, электроника. Впрочем, господин Кретов при этом учитывает: потенциал этого канала сбыта пока далек от реализации. В России он занимает 0,2–

0,3% экспорта, в странах Восточной Европы — около 2%.

Представители Минпромторга на сессии констатировали, что программа поддержки электронной торговли, разработанная ведомством, не вызвала замечаний рынка и в целом ее оценивают как реалистичную и эффективную. При этом каких-либо специфичных проблем участники сессии, собственно, не называли — общепринятым местом была констатация того, что рынку для развития не хватает в первую очередь интереса экспортеров, у которых есть дефицит информации на этот счет: розничный экспорт считается крайне сложным в малых компаниях. Одной из ключевых содержательных проблем участники называли сохранение сложности в валютном регулировании (Минфин в 2018 году намерен продолжить снятие этих барьеров), а также пока вопрос, снижающий конкурентоспособность российского розничного экспорта, — проблемы с возвратом розничного экспортного НДС.

Определенное напряжение вызвало упоминание на сессии «закона об агрегаторах» и других законодательных инициатив, связанных со статусом интернет-торговли в целом. С одной стороны, реальных проблем проекты до их принятия — вряд ли скорого — не создают, с другой стороны, чувствуется напряжение обстановки вокруг интернет-торговли в целом и «электронного экспорта». Главный итог сессии: отрасль де-факто готова к очень быстрому развитию при решении ряда локальных проблем и находится на «низком старте», но без системных усилий, силами только РЭЦ этот старт может затнуться.

Николай Смирнов