трат на участие. Также столичные власти помогают компании в сертификации продукции. «На данный момент мы экспортируем продукцию в Белоруссию, Казахстан, Армению и Киргизию,— перечислил он.— Планируем расширять географию: Алжир, Аргентина, Арабские Эмираты, Болгария, Куба, Египет, Индия, Иран, Ирак, Марокко, Саудовская Аравия, Сирия, Тунис, Венесуэла».

В свою очередь, Дмитрий Беляков-Романов отмечает, что центр «Моспром» уже помог его компании с выходом на рынок Сирии, Китая и Вьетнама. Еще Москва софинансирует участие в важных профильных выставочных мероприятиях и способствует встречам с заинтересованными в сотрудничестве людьми. «Это оптимальный вариант, когда кто-то предварительно берет твои предложения, закидывает их в министерство, в Торгово-промышленную палату, нашу или страны, в которую мы едем,— пояснил он.— Дают список компаний, которые потенциально заинтересованы в российских товарах, а им — информацию о товарах, в которых они заинтересованы. Ты уже понимаешь, кто тебя ждет, можешь назначить встречи».

Московская компания ProfilDoors, занимающаяся выпуском межкомнатных дверей, поставляет свою продукцию в Польшу, США и даже в Италию. Генеральный директор компании Борис Кузнецов отмечает, что правительство Москвы не обходит вниманием компании, работающие на экспорт. «В этом году нашу фабрику посетил мэр Москвы Сергей Собянин. По итогам визита фабрика прорабатывает возможность присвоения статуса промышленного комплекса. Также решается вопрос о выделении земельного участка под дальнейшее расширение производственных площадей»,— рассказывает господин Кузнецов. По его словам, для бизнесменов, которые хотят представить свою продукцию и вывести ее на международные рынки, очень важной является поддержка властей в организации участия в международных выставках.

«Например, „Моспром“ финансирует наше участие в выставке в Германии FENSTERBAU FRONTALE 2020 и рассматривает возможности для дальнейшей поддержки развития производства и успешного выхода на международные рынки»,— заключил Борис Кузнецов ●

ИЗ ЛИЧНОГО АРХИВА

«КООПЕРАЦИЯ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА — ЗАЛОГ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА»

О том, как власти поддерживают и помогают московскому бизнесу развивать экспорт, какие функции выполняет недавно появившийся центр «Моспром» и в каких странах наиболее востребована продукция столичных производителей, «Деньгам» рассказал руководитель департамента инвестиционной и промышленной политики города Москвы Александр Прохоров.

—Экспорт — это очень многогранная деятельность, которая имеет много подводных камней, и не каждая компания, которая уже хорошо себя чувствует на внутреннем рынке, готова уделять время этой деятельности. Какие самые актуальные барьеры развития экспорта вы видите сегодня?

— Действительно, экспорт — трудоемкая задача для любого бизнеса. Надо решать задачи не только тривиальных уровней, таких как логистика, таможня, валютный контроль и многое другое, но и уделять большое внимание стратегии продвижения и в особенности маркетингу. Поэтому выделять барьеры по актуальности неправильно. Экспорт компаний зависит не только от опыта и степени сложности выхода и работы на экспортном рынке, но и от типа продукции. Например, при экспорте продуктов питания в Китай могут возникнуть проблемы с ингредиентами продукта, особенно если они натуральные. Тем временем как в России, странах СНГ или других зарубежных странах тот же самый продукт может успешно продаваться и не иметь проблем со сбытом.

— То есть в связи с этим государство активно вовлечено в развитие экспорта?

— Сейчас мы все объединены единой целью — в рамках национального проекта «Международная кооперация и экспорт» придать импульс этому направлению. На федеральном и на региональном уровнях уже достаточного много инфраструктурных возможностей, но как показывает практика, индивидуальный подход зачастую эффективнее решает экспортные задачи.

Именно в таком ключе работает подведомственная организация департамента инвестиционной и промышленной политики города Москвы «Моспром». С помощью центра мы надеемся оправдать доверие столичных экспортеров и быть им полезными, создать экосистему, которая бы отвечала любым их запросам. 1 октября мы провели стратегическую сессию, на которой собрали более 120 представителей столичного бизнеса с целью выявить экспортную проблематику. Мы в очередной раз убедились, что индивидуальный подход к компаниям и выстраивание доверительных отношений — залог успеха.

— Расскажите подробнее, в чем заключается индивидуальный подход к каждой компании, которая обращается в «Моспром»?

— Во многих крупных российских компаниях действует международная бизнес-модель по созданию общих центров обслуживания (ОЦО), которая предполагает перенос вспомогательных функций в единый центр. Используя такие практики, мы адаптировали подход к поддержке столичных экспортеров. Сейчас мы не только выступаем единым консалтинговым центром поддержки, предлагая квалифицированных специалистов, которые могут обеспечить участие в международных выставках, проведут бизнес-миссии, найдут байеров или организуют для них технологические туры на столичные производства, но и разрабатываем персональные решения. Для кого-то это может быть преодоление административных барьеров, а для других — разработка маркетинговых стратегий.

Традиционно сервис назначения встреч (Matchmaking) подразумевает подбор потенциально заинтересованных вендоров. В нашем случае перед каждым мероприятием специалисты выезжают на производства, общаются с руководством компаний, анализируют условия выхода на целевые рынки, а также проверяют заинтересованность вендоров в переговорах с нашими компаниями. Такой нацеленный сбор информации помогает компаниям сэкономить время и заранее решить множество рабочих моментов. Тут важно понимать, что мы не ведем бизнес за компании, именно поэтому мы оцениваем экспортный потенциал предприятий, требуем ответственного подхода, полной вовлеченности и желания развиваться на международной арене. Ведь кооперация государства и бизнеса — залог развития экспорта.

— Действительно, можно сосредоточиться на индивидуальном подходе. Он оправдывает свои ожидания? Есть ли чем уже гордиться?

— Конечно, это начало давать свои плоды! Недавно завершилась международная выставка Anuga 2019, на которой за дни проведения выставки было подписано три экспортных контракта. А на выставке WorldFood Moscow 2019 московские компании заключили еще четыре контракта. Например, договор подписал столичный лидер по производству хлебобулочных и кондитерских изделий комбинат «Коломенский», и в ближайшем будущем мы увидим столичные торты на рынках арабских стран.

Также мы организовали первую бизнес-миссию во Вьетнам с участием пяти московских компаний, по итогам которой был заключен один экспортный контракт на поставку снековой продукции и напитков. Еще три компании находятся на стадии обсуждения условий контрактов, а один участник смог расширить свое присутствие на рынке Вьетнама с помощью своего дистрибутора. Два прошедших технологических тура с кубинскими бизнесменами позволили начать обсуждение о создании совместного предприятия и переговоры о поставках продукции.

В ближайших планах до конца года провести как минимум две комплексные бизнес-миссии в приоритетные для компаний страны и организовать их участие в трех международных выставках, естественно, с последующим заключением контрактов.

— «Москва — локомотив экспорта», расскажите, куда продаются столичные товары?

— Вы удивитесь, но московские компании являются предметом внимания на многих зарубежных рынках. Москва уже сейчас активно торгует практически со всем миром. В нашей продукции заинтересованы Великобритания, США, Германия, Белоруссия, Казахстан и многие другие страны. За первые восемь месяцев 2019 года столица отправила за рубеж продукцию на 11,9 млрд долларов в 172 страны. Отмечу, что рост объема экспорта составил порядка 27% по отношению к аналогичному периоду прошлого года.

Московские технологии уверенно покоряют мир. Так, московский разработчик высокотехнологичных систем «Штрих-М» помогает в автоматизации бизнеса Польши, Чехии, Италии и Финляндии. Казахстан, Армения, Белоруссия и другие страны взяли курс на энергоэффективность и уже используют источники бесперебойного питания московской компании «Парус Электро». Также московская продукция покоряет детские сердца по всему миру. Бренд «Агуша» не только занимает первое место в отечественном рейтинге детского питания, он активно набирает популярность в ближнем и дальнем зарубежье. А мюнхенские клиники оборудованы инновационными светильниками московского производителя «Вартон».

Это хорошая динамика, и мы стремимся увеличивать присутствие наших компаний на всех зарубежных рынках: от стран СНГ до Латинской Америки, от Африки до Юго-восточной Азии.