

Review

Московский экспорт

Пятница 18 декабря 2020 №233 (6954 с момента возобновления издания)

kommersant.ru

15 | Что произошло с поставками московской агропродукции

16 | Как пандемия повлияла на меры поддержки экспортеров

По прогнозу Всемирной торговой организации, глобальная торговля в текущем году просядет почти на 10% — спад объясняется как действием ограничений, так и общим снижением деловой активности на фоне пандемии. Российский экспорт также существенно снизился из-за падения цен на углеводороды, однако по некоторым позициям неэнергетических поставок, напротив, отмечался резкий рост — эта тенденция затронула и Москву.

Экспорт снимают с паузы



ФОТО ПРЕДСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБЕЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО И МОСКОВСКОГО ПОЛИТИКИ ИМУЩЕСТВЕННО-ЗЕМЕЛЬНЫХ СОТРУДНИКОВ

— обзор —

Сложный год

Текущий год оказался крайне непросто для мировой торговли — речь не только о негативном влиянии прямых ограничений, связанных с запретами на перемещение людей через границы, разрывами цепочек поставок и дополнительными защитными мерами в отношении экспорта или импорта различных товаров. Само по себе снижение спроса, вызванное фактической остановкой, а затем постепенным восстановлением деловой активности, привело к резкому падению международных поставок — в физическом объеме, по прогнозу Всемирной торговой организации (ВТО), спад составит 9,2% в текущем году с отскоком на 7,2% в следующем.

Этот прогноз построен исходя из того, что мировой ВВП сократится в нынешнем году на 4,8%, а в следующем вырастет на 4,9%. Ранее в ВТО ожидали спада мировой торговли по итогам текущего года на 12,9% и роста сразу на 21,3% в 2021 году. При этом по итогам квартала мировой экспорт испытал беспрецедентный спад: в денежном выражении год к году торговля просела на 21% (до \$3,7 трлн), что, впрочем, отчасти объясняется резким падением цен на энергоносители. Совокупный мировой импорт во втором квартале сократился на 14,3% к первому кварталу, в том числе европейские объемы ввоза упали на 19%.

Товарооборот России с другими странами в нынешнем году также резко сократился: по данным Федеральной таможенной службы, положительное внешнеторговое сальдо страны в январе—октябре 2020 года составило \$83,9 млрд, что на 43% меньше показателя за январь—октябрь 2019 года. Совокупный экспорт за это время снизился к прошлому году на 22,4%, до \$271,2 млрд, а импорт — на 7,4%, до \$187,2 млрд. При этом несырьевой неэнергетический экспорт России показал рост на 1,8%.

В то же время, по данным ВТО, объем ограничивающих мер в торговле, введенных странами «двадцатки» за последние полгода, резко сократился: объем импорта, который они затронули, составил \$42,9 млрд. Это на порядок меньше, чем в предыдущем полугодии. Однако тенденция объясняется в первую очередь снижением оборотов торговли и переключением внимания правительства на борьбу с пандемией. Более того, с учетом накопленных за последние годы барьеров доля импорта G20, на которую распространяются ограничения, продолжила расти и достигла 10,4%.

Помимо этого в ВТО отдельно посчитали эффект от временных мер, введенных именно в связи с пандемией. Они оказались почти сбалансированными: облегчающие меры затронули импорт на \$155 млрд, ограничи-

вающие — на \$111 млрд. Всего из 133 таких мер 63% были направлены на снижение барьеров. При этом три из десяти мер, ограничивающих поставки (к примеру, запреты на экспорт масок и прочих медицинских товаров), были отменены уже к середине октября.

Москва наращивает поставки

Несырьевые экспортные поставки Москвы, так же, как и России, показали заметный рост — так, объем несырьевого неэнергетического экспорта города за девять месяцев 2020 года вырос на 41,2% и составил \$27,11 млрд (по итогам аналогичного периода прошлого года — \$19,2 млрд).

«Столичный несырьевой неэнергетический экспорт за девять месяцев 2020 года увеличился на 41% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года и составил \$27,11 млрд. В структуре несырьевого неэнергетического экспорта Москвы промышленный экспорт



GETTY IMAGES

увеличился на 44,8% и составил \$24,83 млрд, а экспорт агропромышленной продукции вырос на 11% и составил \$2,28 млрд. Московская продукция была экспортирована в 176 стран, а лидерами стали Китай и страны СНГ», — отметил заместитель мэра Москвы по вопросам экономической политики и имущественно-земельных отношений Владимир Ефимов.

В итоге план по развитию в разрезе национального проекта «Международная кооперация и экспорт» промышленного экспорта столичного региона выполнен на 106,3%, а экспорта продукции АПК — на 71,2%.

Всего московская продукция была экспортирована в 176 стран, а лидерами стали страны Азии и СНГ. Несырьевой неэнергетический экспорт по большинству ключевых направлений показал положительную динамику, но с большим разбросом. Так, например, в Китай он вырос на 41% — до \$1,46 млрд, а в Казахстан — на 1% (до \$1,88 млрд).

«Несмотря на пессимистичные прогнозы, столичные предприятия достаточно быстро перестроились под новые условия работы. Более того, многие продолжают наращивать объемы производства, и статистика — прямое тому подтверждение.

По итогам десяти месяцев текущего года в сравнении с аналогичным периодом 2019 года рост обрабатывающей промышленности составил 2,2%. Мы стремимся поддержать устойчивый темп роста за счет стимулирования инвестиционной активности, причем как введением новых, так и сохранением ранее принятых инвестиционных программ», — добавил Владимир Ефимов.

Страны наращивают поддержку

В текущем году российская система мер поддержки экспортеров подверглась существенному пересмотру — это касается и параметров «экспортного» нацпроекта. Меры поддержки были упорядочены по жизненному циклу экспортных проектов — их финансирование теперь будет зависеть от достижения целевых показателей, которые также были скорректированы с учетом последствий пандемии.

Теперь нацпроект состоит из трех федеральных проектов: «Промышленный экспорт», «Экспорт продукции АПК» и «Системные меры развития международной кооперации и экспорта». Изменились и ключевые показатели: в соответствии с президентским указом о национальных целях к 2030 году реальный рост экспорта несырьевых неэнергетических товаров должен составить не менее 70% по сравнению с 2020 годом.

Различные меры поддержки в связи с пандемией получили производители почти во всех крупных странах — в основном поддержка предусматривала выделение льгот-

ных кредитов (часть из них невозвратные при условии сохранения занятости), а также налоговые льготы.

Так, в США вопрос с финансовой поддержкой таких предприятий решает специально для этого созданный Экспортно-импортный банк (Eximbank). Это государственный банк, который осуществляет предэкспортное финансирование американских производителей: предоставляет гарантии для получения лизингового финансирования в коммерческих банках, в том числе при наличии дебиторской задолженности, предоставляет гарантии покупателям американских товаров для получения кредитов в коммерческих банках, а также кредитует такие предприятия по фиксированным ставкам. Банк занимается как предоставлением гарантий, так и страхованием.

В отличие от американской модели, в Германии страховое покрытие по внешнеторговым сделкам экспортеров предоставляется страховое общество Euler Hermes. Финансирование же может осуществляться как специализированными государственными кредитными учреждениями, так и коммерческими банками (но при условии, что кредит застрахован в Euler Hermes). Такими специальными государственными институтами финансирования германского экспорта являются Банк развития (KfW) и Общество кредитования экспорта (AKA). Euler Hermes присутствует сегодня более чем в 50 странах, на мировом рынке кредитного страхования доля общества составляет более 35%. Риски по краткосрочным кредитам страхователь покрывает за свой счет. Среднесрочные и долгосрочные риски обеспечиваются бюджетными средствами. Причем лимит бюджетного финансирования на страховое покрытие немецкий парламент утверждает ежегодно.

В Китае же за поддержку экспорта высокотехнологичной продукции и товаров с высокой долей добавленной стоимости отвечает созданная в 2001 году Китайская корпорация страхования экспорта и кредитов (Sinosure). Капитал Sinosure сформирован за счет государственного Фонда риска страхования экспортных кредитов. Организация страхует поставщика в Китае от неоплаты со стороны покупателя, а страховое покрытие Sinosure гарантирует поставщику, что в случае неоплаты он получит страховую компенсацию в полном объеме.

За рубежом основная поддержка сосредоточена на предоставлении гарантий и кредитов. В России помимо финансовой поддержки действуют механизмы, направленные на нефинансовую поддержку экспортеров. На федеральном уровне меры поддержки сосредоточены на базе Российского экспортного центра. В свою очередь, на уровне регионов есть отдельные структуры, помогающие экспортерам — в Москве за промышленный и агроэкспорт отвечает центр «Моспром».

Татьяна Едвина

Review **Московский экспорт**

Курс на диверсификацию

На фоне низкой международной торговой активности в период пандемии московским компаниям удалось увеличить экспорт промышленной продукции в январе—сентябре на 44,8% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, следует из данных ФТС. Резкий рост поставок был зафиксирован по целому ряду товаров, в частности продукции химпрома и фармацевтики.

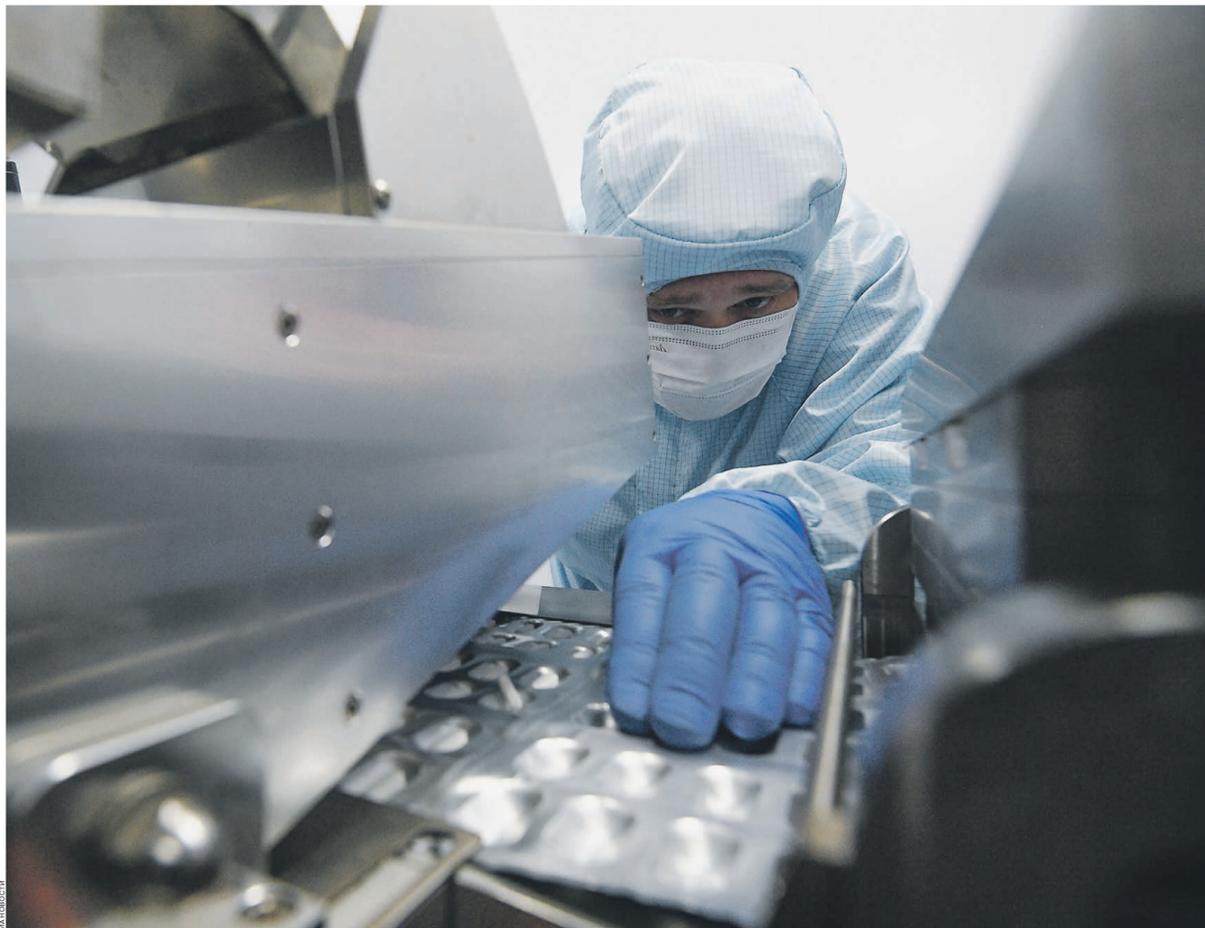
— подробно —

Федеральные власти в связи с коронавирусом и торговыми сложностями стремятся не уйти в серьезный экспортный минус по итогам года: экспорт несельскохозяйственных товаров — это ключевая задача профильного национального проекта и надежда на диверсификацию существующих преимущественно сырьевых торговых цепочек. Но пока Минпромторг ожидает все же небольшое, но снижение: -1% в стоимостном выражении от объемов сырьевого экспорта 2019 года, говорит в конце октября замминистра Алексей Груздев. Прежде прогнозировалось падение на 5%. По словам Алексея Груздева, «существенно прибавили» отдельные отрасли, такие как фармацевтика, косметическая промышленность и химия.

В то же время промышленный экспорт Москвы за девять месяцев с начала года вырос на 44,8% по сравнению с январем—сентябром 2019 года. Объем экспорта за это время составил более чем \$24,8 млрд, следует из данных ФТС. В центре «Моспром», оказывающем поддержку столичным экспортерам, отмечают, что по итогам сентября на 6,3% был перевыполнен и годовой план в \$23,36 млрд.

Рост экспортной выручки продемонстрировали химическая промышленность (\$2,7 млрд, +32,6% в годовом выражении), фармацевтическая и косметическая промышленность (+8%, до \$509 млн). Среди других показавших экспортный рост товаров Москвы — полиэтилен и полипропилен (\$384 млн и \$270 млн соответственно, полимеры оказались особенно востребованы в Китае, Турции и Казахстане) и отдельные категории телекоммуникационной аппаратуры.

При этом, как ранее отмечал заместитель мэра Москвы по вопросам экономической политики и имущественно-земельных отношений Владимир Ефимов, лидерами по росту экспорта за девять месяцев текущего года являлись расфасованные лекарственные средства: их экспорт вырос на 67%, до \$139 млн. Основными рынками сбыта стали Узбекистан, Украина и Казахстан.



Производство лекарств стало лидером по росту экспорта московских предприятий: за девять месяцев текущего года поставки выросли на 72%

«Что касается географии всего промышленного экспорта. Московские предприятия активно торгуют с США, Китаем, Беларуссией и Казахстаном (страны СНГ традиционно приносят России львиную долю экспортной выручки), но при этом экспортная география весьма широка: более 35% экспортной выручки зарабатывается за счет точечных контрактов с широким спектром стран, в том числе со странами Ев-

ропы, Юго-Восточной Азии и Ближнего Востока», — добавил Владимир Ефимов.

Развивать экспорт на федеральном уровне помогают торговые представительства России за рубежом (вся сеть торгпредств курировалась Минэкономразвития, в 2018 году перешла в ведение Минпромторга), Российский экспортный центр, а также институты поддержки экспорта в регионах. В Москве таким инсти-

тутом выступает «Моспром». Все они выполняют схожие функции: консультирование и поиск партнеров, организацию диалога с ними.

При выходе на внешние рынки компании вынуждены учитывать специфику каждого направления. К примеру, Германия, несмотря на санкции, остается вторым после Китая внешнеторговым партнером России (правда, по итогам 2019 года экспорт просел на 20%). С учетом

экотрендов Европы эксперты предсказывают рост спроса немецких потребителей на органические товары. В России на фоне этих требований к 2020 году подготовили законодательство, регламентирующее маркировку товаров словами «bio», «эко» или «органик». Помимо этого ожидается, что продолжит расти спрос на отечественные комплекты.

Еще один перспективный рынок — Италия. Здесь, по оценке «Мо-

спрома» есть потенциал для роста поставок высокотехнологичных медицинских приборов, в том числе для личного потребления, продукции из полимерных композиционных материалов и другой продукции из строительной отрасли.

Еще два ключевых рынка с большим потенциалом — это Индия и Узбекистан. В Индии отечественные товары пользуются доверием. Более 70% российского экспорта в Индию — это несельскохозяйственные товары: механическое оборудование и другая техника, электрические устройства и аппаратура связи, медтехника (по итогам 2019 года объем сырьевого неэнергетического экспорта в страну составил \$4,4 млрд).

В отличие от европейских стран, здесь население «молодеет», что и определяет динамику потребления. Эта группа населения формирует фундамент рабочей силы, молодые люди являются основными покупателями товаров, формируют тренды в спросе. Поэтому товары, экспортируемые на рынок Индии, должны быть в большей степени направлены именно на эту группу населения, считают эксперты. Ожидается, что здесь будут востребованы высокие технологии, продукты IT-компаний.

В Узбекистане, по прогнозу аналитиков центра «Моспром», будет расти спрос на продукцию машиностроения и фармацевтики. В сегменте неэнергетических сырьевых товаров особым спросом в Узбекистане пользовались легковые автомобили, оптика, приборы, медицинская и железнодорожная техника. Однако так как в стране постоянно растут обязательные требования к технологической продукции, столичные производители должны обеспечить возможность технического сопровождения проданной продукции. Правительство республики выступает в качестве основного импортера продукции, но закупочная деятельность носит сложный характер, поэтому эксперты рекомендуют найти местного представителя или агента, а начать переговоры — с личного знакомства и проявлением знаков уважения к потенциальным партнерам.

Маргарита Глебова

МОСКОВСКИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ О ТОМ, КАК ПАНДЕМИЯ ПОВЛИЯЛА НА ЭКСПОРТНЫЕ ПОСТАВКИ

Михаил Королев, заместитель генерального директора по инновационно-техническому развитию НТЦ «Бакор»:

— В целом пандемия не повлияла на планы развития нашей компании, а показатели остались в прогнозных значениях. Продукция, производимая нашим предприятием, имеет длительный цикл продаж, связанный с огромным объемом подготовительной работы. Подготовка контракта может занимать несколько лет. В связи с этим годовые графики показателей у нас всегда пилообразные, но тренд положительный. Состояние внешних рынков оцениваем сейчас как выходящее. С одной стороны, потребители осторожнее подходят к инвестиционным проектам, с другой стороны, рынок стал более чувствителен к цене продукта.

Основные сложности, естественно, связаны с коммуникациями. Особенностью нашей продукции является то, что для продажи мы

должны провести комплекс испытаний как в наших лабораториях, так и на предприятии потенциального клиента. Кроме того, мы осуществляем шеф-монтаж и пусконаладку нашего оборудования. Все это стало практически невозможным из-за ограничительных мер. Приходится искать новые способы реализации задач. Это и видеоконференц-связь, и другие современные способы коммуникации. Например, в этом году мы впервые осуществили пуск нашего оборудования, расположенного на Дальнем Востоке, из Москвы. Огромную роль в реализации этой возможности сыграл наш ситуационный центр, организованный еще до пандемии. На его мониторах мы видим все наше оборудование, расположенное в разных уголках нашей страны и за ее рубежами, и можем контролировать параметры его работы.

В рамках мер по поддержке экспортеров мы в этом году получили экспортный кэшбек и компенсацию транспортных расходов

при экспорте товаров. Это финансовые меры поддержки. Кроме того, «Моспром» оказывает нам широкую поддержку в продвижении наших товаров на экспорт. Это маркетинговые исследования, организация выставок, консультация по существующим мерам поддержки. В этом году центр бесплатно сделал для нас индивидуальное исследование рынка Мексики, а также организует нам индивидуальный стенд на выставке в Чили. К сожалению, выставку перенесли на следующий год из-за пандемии. В целом существующие меры поддержки охватывают все этапы продвижения товаров на экспорт.

Олег Гончаров, генеральный директор «Вика Мера»:

— АО «Вика Мера» является российским дочерним подразделением международного концерна Wika, мирового лидера в разработке и производстве контрольно-измерительных приборов. В 2011 году было принято решение

о локализации производства в России, а в 2017-м завершено первый этап данного масштабного проекта: на территории Новой Москвы запущена в эксплуатацию современный высокотехнологичный производственный комплекс. Наше производство в России является одним из самых современных во всей группе Wika на сегодняшний день.

Наличие локального производства позволяет нам успешно поставлять нашу продукцию в составе решений российских производителей турбин, котлов и другого оборудования на экспорт в дальнее зарубежье — Центральную и Южную Америку, Индию, Китай. Сейчас мы активно работаем с «Росатомом» над проектами в Венгрии, Финляндии и Турции. Помимо проектов в атомной энергетике мы активно занимаемся проектами в тепловой энергетике. Например, сейчас мы прорабатываем участие в проекте строительства электростанции на Кубе с несколькими нашими партнерами в РФ.

Пандемия, безусловно, притормозила наши экспортные активности, но даже в текущих условиях мы вырастаем в этом году на 30% в экспорте из РФ в страны СНГ и ЕАЭС. Ситуация с коронавирусом, падением цен на нефть, девальвацией национальных валют затронула рынки СНГ и ЕАЭС по-разному. Например, рынки Центральной Азии (Казахстан, Азербайджан, Узбекистан и т. д.) чувствуют себя неплохо — как минимум это касается отрасли, связанных с нашей продукцией. Даже в Белоруссии, несмотря на драматические события, происходящие в стране, мы видим рост спроса на нашу продукцию к концу текущего года. В следующем году мы планируем нарастить экспорт по этим направлениям еще как минимум на 20–25%.

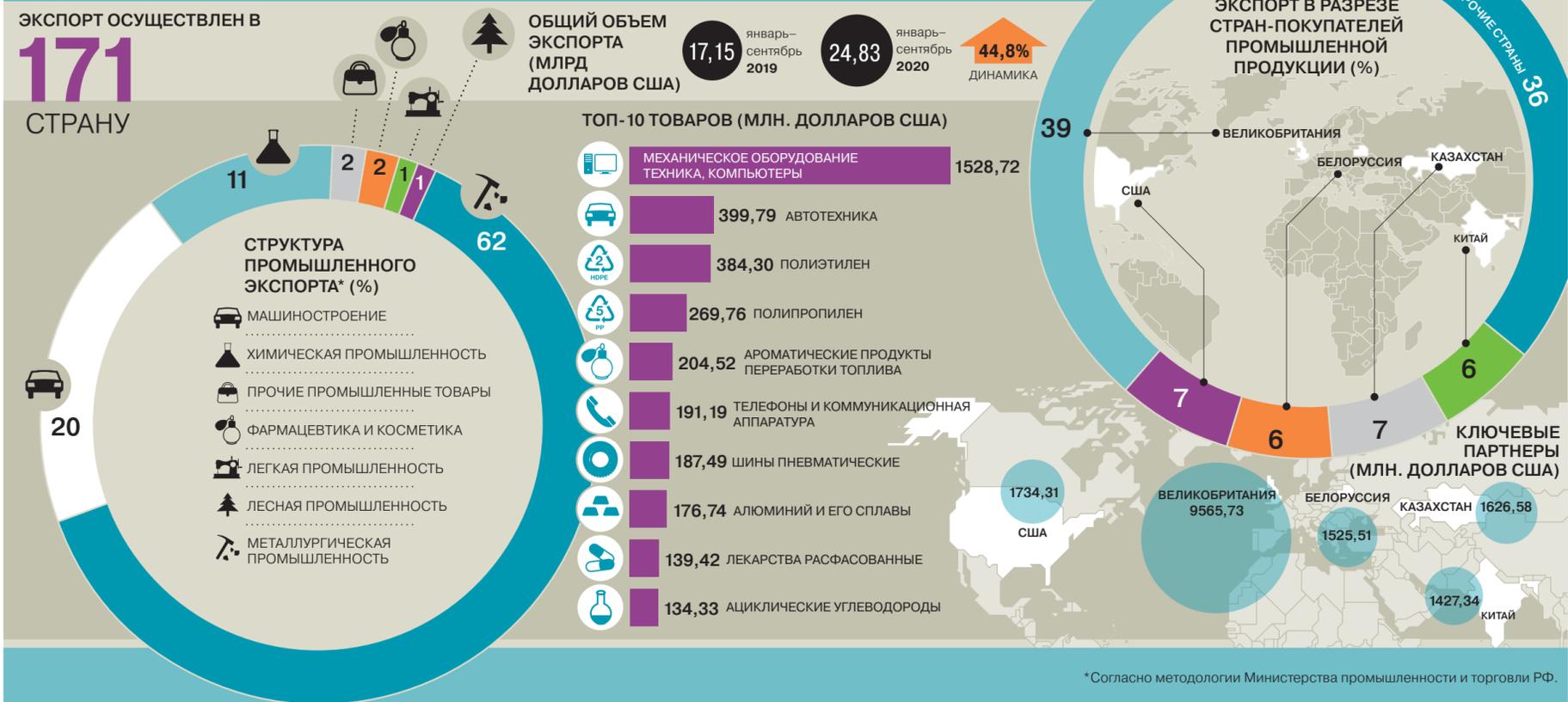
Помогают наращивать поставки и меры поддержки. Наш опыт взаимодействия с российскими экономическими властями дает действительно хороший результат. Например, мы получили статус локального производителе-

ля на наше локальное производство при поддержке Минпромторга и ТПП города Москва, а в сентябре этого года компания был присвоен статус промышленного комплекса в правительстве Москвы.

Перед самым началом пандемии мы договорились с коллегами из центра «Моспром» об их поддержке нашего участия в выставках в странах ЕАЭС и СНГ для развития экспорта. К сожалению, пандемия внесла свои коррективы, но мы полны энтузиазма вернуться к реализации этого проекта сразу после победы над вирусом и возобновления регулярного авиасообщения между Россией и этими странами. Сейчас коллеги из «Моспрома» очень активно помогают нам развивать кооперацию с регионами РФ, организуют встречи и контакты с интересующими нас предприятиями, а также помогая в организации нашего взаимодействия с потенциальными поставщиками материалов и компонентов для нашего локального производства.

РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТА ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В МОСКВЕ

Источник: данные ФТС России на 13 ноября 2020 года.



Review **Московский экспорт**

Московские продукты идут на зарубежные рынки

Экспорт продукции агропромышленного комплекса (АПК) московскими компаниями в текущем году показывает заметный рост: за девять месяцев поставки увеличились на 11%, до \$2,3 млрд. Крупные импортеры продукции московских компаний в нынешнем году существенно увеличили закупки, однако, по оценке экспертов, у производителей агропродукции сохраняется возможность дополнительно нарастить экспорт в такие страны, как Вьетнам, Алжир и Южная Корея.

— подробно —

По данным Федеральной таможенной службы, несмотря на ограничения, введенные в связи с пандемией коронавируса, экспорт продукции московского агропромышленного комплекса за девять месяцев 2020 года вырос на 11% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года и составил почти \$2,3 млрд, что соответствует выполнению плана на текущий год на 71% (план на весь год — \$3,2 млрд). В общем объеме экспорта сельхозпродукции всей страны на Москву пришлось 11,5%. Адаптироваться к новым условиям работы сельхозпроизводителям помогли оперативная автоматизация процессов и перевод части сотрудников на удаленный режим, пояснял ранее руководитель Департамента инвестиционной и промышленной политики города Москвы Александр Прохоров.

В пятерку наиболее популярной экспортной продукции вошли шоколадные изделия. Поставки шоколадных изделий выросли на 6,4%, до \$54,9 млн. Сегодня столичные сладости востребованы по всему миру: в общей сложности их экспортируют в 52 страны. Эксперты центра поддержки экспорта «Моспром» проанализировали потребление кондитерской продукции в мире. Анализ показал, что «в краткосрочной перспективе рынки стран Ближнего Востока, Азии и Северной Африки будут демонстрировать высокий спрос на продукцию кондитерской отрасли столицы». Такая тенденция обуславливается высокими показателями экономики в этих странах, ростом доходов населения, отсутствием сырья и производственных мощностей для организации собственного производства.

По оценке центра «Моспром», потенциал экспорта из Москвы шоколада и других готовых пищевых продуктов, содержащих какао с начинкой, в Казахстан, Белоруссию и Узбекистан суммарно равен почти \$46 млн. Какао-порошок с добавками может поставляться в Кувейт, Финляндию и Японию, а шоколадные изделия массой более 2 кг могут найти своих покупателей в Казахстане, Белоруссии, Польше и Японии.

«Всего продукция АПК из Москвы поставлялась в 136 стран, но ключевыми импортерами в этом году стали Турция, Казахстан, Белоруссия, Саудовская Аравия и Египет. Причем Саудовская Аравия поднялась в этом рейтинге на две позиции, а объем поставок в эту страну вырос на 72% — до \$151 млн. На одну строчку выше поднялась и Белоруссия, экспорт в которую увеличился на 27% — до \$204 млн. Объем поставок турецким потребителям составил почти \$298 млн, увеличившись на 11%. В Казахстан из Москвы было ввезено продукции АПК на \$257 млн (рост на 20,5%), в Египет — почти на \$143 млн (плюс 16%)», — отметил заместитель мэра Москвы по вопросам экономической политики и имущественно-земельных отношений Владимир Ефимов.



Шоколадные изделия являются одной из ключевых статей экспорта московских компаний

Еще в первом квартале года власти столицы поставили задачу наращивания объемов экспорта, в том числе за счет расширения присутствия столичных компаний на внешних рынках. Для этого центр «Моспром» анализирует наиболее перспективные направления для экспорта и изучает потребности потенциальных партнеров-импортеров.

Так, по данным центра, в Алжире наблюдается высокая степень зависимости от ввозимой сельхозпродукции. На протяжении последних пяти лет импорт таких товаров в страну растет со среднегодовым темпом 1,2%. Специалисты центра «Моспром» отмечают, что алжирский рынок обладает большим потенциалом для московских экспортеров. В частности, они могут предложить покупателям из этой африканской страны продукцию молочной отрасли (например, йогурты без добавок). Также к перспективным категориям экспорта эксперты центра относят кондитерские изделия (шоколадные и мучные), безалкогольные напитки и бакалею. Кроме того, активное разведение домашнего скота алжирскими фермами может способствовать увеличению спроса на зарубежные готовые корма для животных, так как их локальное производство отсутствует.

У московских аграрных предприятий, по оценке центра, также есть хорошая возможность нарастить темпы сотрудничества с Вьетнамом в долгосрочной перспективе. Этому, в частности, должно способствовать подписанное в мае 2016 года «Соглашение о свободной торговле между Вьетнамом и участниками ЕАЭС». Кроме того, как ожидается, к концу 2020 года спрос на еду и напитки во Вьетнаме достигнет \$79 млрд. Дальнейший рост населения будет способствовать тому, что данный показатель в 2021 году, по прогнозу, составит почти \$86 млрд, а в 2025 году — \$125 млрд, что на 58% выше, чем в текущем году. К 2025 году жители Вьетнама, согласно прогнозу, будут тратить более трети (примерно 38%) своих доходов на продовольственные товары, что свидетельствует об устойчивом росте потребления.

Предприятия агропромышленного комплекса Москвы в 2019 году экспортировали во Вьетнам готовую продукцию на основе муки и молока почти на \$11 млн, что в два раза больше, чем годом ранее. Кроме того, у вьетнамских потребителей пользовались спросом мясо и субпродукты от компаний российской столицы: в 2019 году общий объем поставок составил \$7 млн.

Помимо этого недооцененным московскими предприятиями — экспортерами продукции АПК остается рынок Марокко. Если в 2019 году из Москвы в эту страну было ввезено сельхозтоваров на общую сумму более \$3 млн, то в текущем году таких поставок вообще не было. При этом марокканских импортеров могли бы заинтересовать московские кондитерские изделия (шоколадные, сахаристые или мучные), консервированная продукция, особенно мясные консервы, мясо индейки, а также молочные продукты (питьевые йогурты, натуральные йогурты и творожные продукты). Объем потребления продовольственных товаров в Марокко, как ожидается, за пять лет вырастет на 25% — почти до \$30 млрд.

Еще одним перспективным рынком может стать Южная Корея — потребители в этой стране тратят на продукты питания большую часть своих доходов, а значит, поставщики могут найти своего покупателя в любом сегменте рынка. Наиболее привлекательным направлением в этой стране может служить сектор шоколада и шоколадных изделий с потенциалом почти \$9 млн. Далее идут алкогольные и безалкогольные напитки (почти \$8 млн), рыбные и мясные консервы (\$1,5 млн), сахаристые изделия (\$1,3 млн), молочные продукты (\$1 млн), мясо крупного рогатого скота (\$0,4 млн) и мясо птицы (\$0,3 млн).

В прошлом году общий объем экспорта предприятий АПК Москвы в Южную Корею составил \$8,3 млн, что в 3,5 раза превышает уровень 2018 года. Самыми популярными товарами у корейских потребителей стали сыры, жевательная резинка, сухое молоко и черный чай.

Маргарита Глебова

МОСКОВСКИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ О ТОМ, КАК ПАНДЕМИЯ ПОВЛИЯЛА НА ЭКСПОРТНЫЕ ПОСТАВКИ

Евгений Гребнев, генеральный директор «Карат»:

«Экспорт в нашей компании достаточно молодое направление. Поэтому, несмотря на пандемию, наши объемы увеличились в два раза к прошлому году. Сейчас мы осуществляем поставки в страны СНГ, США. Но мы намерены увеличивать долю экспорта, и, например, для нас очень перспективный регион — это Китай. К сожалению, большая часть выставок отменилась или перенеслась на неопределенный срок. Все крупные игроки отложили на время пандемии даже обсуждение о начале сотрудничества. Поэтому мы были вынуждены осваивать новые подходы для развития бизнеса, ведь планировали высокую активность в этом году для развития нашего экспортного направления.»

Основная сложность этого года — отсутствие личной коммуникации с партнерами, как текущими, так и потенциальными. Формат онлайн-общения, в особенности в весенний период, был для всех новым. В этой ситуации «Моспром» — одна из первых организаций, которая стала организовывать онлайн бизнес-миссии на платформе Zoom. В дальнейшем при подготовке онлайн бизнес-миссий было бы эффективно организовать доставку образцов продукции потенциальным партнерам.

Антон Захаров, руководитель направления международных продаж МГК «Световые технологии»:

«С точки зрения экспорта мы, конечно, сильно почувствовали влияние пандемии. Прежде всего кризис отрицательно повлиял на работу

с новыми и потенциально интересными партнерами и рынками. Все-таки пока гораздо сложнее начинать сотрудничество в удаленном режиме. Но мы стараемся менять традиционные методы выстраивания отношений. Например, в начале года, когда планировали визит в Алжир и мы уже получили приглашение через торгового представителя РФ, нам пришлось отказаться от поездки из-за введения ограничений. Однако, несмотря на это, мы быстро сообразили, что это хорошая возможность попробовать новый инструмент и провести все встречи в онлайн-формате. При поддержке АНО «Моспром» и торгового представителя РФ в Алжире был проведен цикл встреч с бизнес-сообществом Алжира, а далее ряд вебинаров для ключевых сотрудников по заинтересованным компаниям. Поскольку формат был принят

на той стороне, мы провели цикл обучающих сессий также и для действующих покупателей продукции в Египте, Катаре, ОАЭ и Омане. Мероприятия были направлены в том числе на продажу комбинированных товаров производителя. Этот опыт позже «Моспром» решил расширить для проведения онлайн бизнес-миссий и организовал ряд таких мероприятий с другими компаниями-экспортерами.

В целом же в тех странах, где МГК «Световые технологии» уже присутствует и сотрудничает с местными партнерами, ситуация складывалась по-разному: Западная Европа достаточно динамично растет, в то время как на Ближнем Востоке, где компания еще только начинает свою деятельность, серьезных продаж в 2020 году пока не случилось. Многие партнеры заморозили проекты, кто-то перенес их

на следующий год, а кто-то вовсе отказался от реализации. Несмотря на сложности, связанные с коронавирусной инфекцией, мы ожидаем, что крупные инфраструктурные проекты начнут возвращаться к реализации уже к середине года, что, вероятно, позволит нам существенно улучшить показатели по экспортной выручке в 2021 году.

Александра Гудимова, создатель бренда *Вюпова*, руководитель отдела маркетинга компании «НоваПродукт»:

«В 2020 году мы планировали принять очное участие в выставках и провести встречи с существующими и потенциальными клиентами в Азербайджане, Армении, Узбекистане, Казахстане. К сожалению, из-за пандемии они не со-

стоялись. Все личные встречи с партнерами были вынуждены перенести на неопределенный срок. В нашей области (а это рынок ЗОЖ) мы наблюдаем небольшое снижение покупательской активности на рынке. Мы связываем это с падением дохода населения из-за пандемии.

Тем не менее показатели продаж на экспорт за 11 месяцев 2020 года у нас выросли на 48% относительно такого же периода в 2019 году. Этому способствовало, в частности, то, что при поддержке «Моспрома» были организованы онлайн-конференции с Азербайджаном, Арменией, Казахстаном, Германией и Грузией. Данные встречи помогли укреплению существующих партнерских договоренностей. При этом нам бы хотелось, чтобы появилась возможность компенсировать затраты на рекламную поддержку и продвижение.»

РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТА ПРОДУКЦИИ АПК В ГОРОДЕ МОСКВЕ

Источник: данные ФТС России на 13 ноября 2020 года.



Пандемия экспорту не помеха

Негативный эффект от всемирного закрытия границ первыми на себе ощутили компании-экспортеры, но несмотря на все трудности, некоторые из экспортеров в течение текущего года смогли перестроить производство и даже открыть для себя новые направления поставок. Чтобы помочь компаниям в период пандемии, в центре продвижения и развития экспорта «Моспром» за год разработали несколько новых форматов: от проведения бизнес-миссий в режиме онлайн до удаленного участия в зарубежных выставках.

— поддержка —

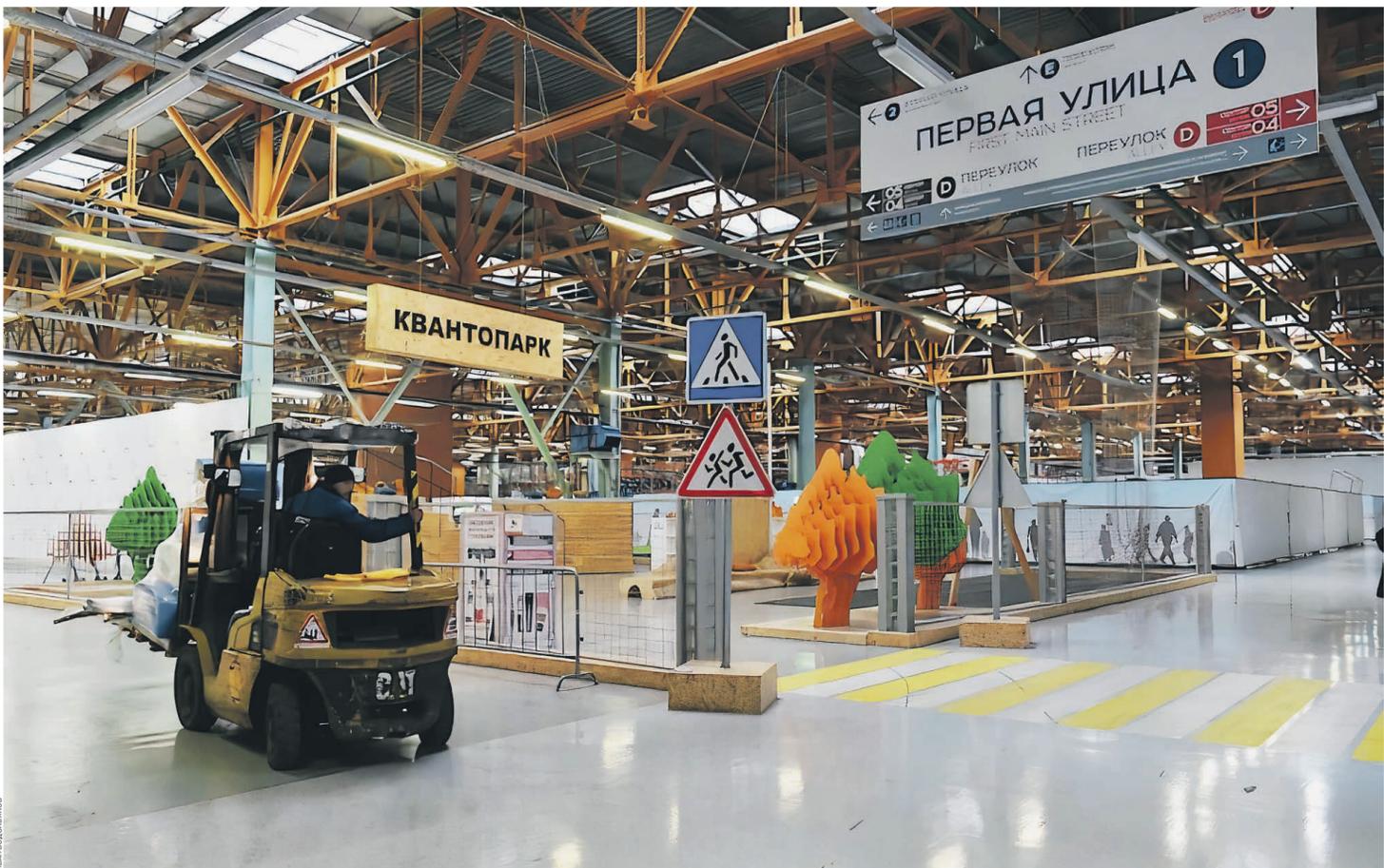
Индивидуальный навигатор

Несмотря на высокую долю услуг в экономике города, Москва остается высокотехнологичным промышленным центром. Для поддержки такого бизнеса в прошлом году Правительством Москвы был создан и Центр поддержки и развития промышленного экспорта, экспорта продукции АПК и инвестиционного развития АНО «Моспром». Он оказывает адресную помощь компаниям-экспортерам: от преодоления административных барьеров до поиска новых покупателей и встраивания московских компаний в международные кооперационные цепочки. Это касается и решения технических вопросов, и совершенствования мер господдержки.

«Каждая столичная компания и каждый товар, производимый в Москве, для нас уникален, и делать коллективную историю для, по сути, разных товаров неправильно. Нужно находить нюансы и искать конкурентные преимущества каждой отдельной компании на том или ином зарубежном рынке. Именно поэтому мы выбрали для себя принцип индивидуального сопровождения и продумывания экспортных стратегий для каждой компании, в частности», — поясняет генеральный директор центра «Моспром» Наталья Шувалова.

Центр работает в формате «навигатора» для промышленных предприятий, ориентированных на экспорт, как с точки зрения решения текущих проблем, так и подбора мер поддержки, которые им необходимы: от решения технических вопросов и преодоления административных барьеров до поиска новых покупателей и встраивания московских компаний в международные кооперационные цепочки. Также центр оказывает поддержку по всем аспектам внешнеэкономической деятельности, включая вопросы сертификации, проверки торговых барьеров и таможенного регулирования.

«В ряде стран существует сложная ситуация при экспорте наших товаров: возные пошлины до 60%. Преодоление торговых барьеров и ограничений, действующих на зарубежных рынках в отношении товаров российского экспорта, — это еще один вызов для бизнеса, о котором важно сказать», — отмечает руководитель направления международных продаж МГК «Световые технологии» Антон Захаров.



В условиях ограничений на перемещение центр «Моспром» предложил новые меры поддержки

Одним из основных инструментов поддержки, оказываемых центром «Моспром», является байерская программа, направленная на подбор контрагентов. Для этого в центре создают пул потенциальных партнеров, с которыми московские компании могли бы договориться о поставках. В частности, центр организует бизнес-миссии, технологические туры и многое другое. Помимо этого «Моспром» проводит детальный анализ внешних рынков и предлагает столичным производителям персональные аналитические исследования, включающие в себя оценку сбыта продукции, анализ каналов сбыта и ценовой политики конкурентов, рекомендации для успешной экспортной деятельности.

«Для начала мы проводим тест экспортной готовности, для каждой компании и понимаем, насколько сама компания готова и желает выйти на экспорт. Мы не должны вести бизнес за компанию, мы можем ей помочь, направлять, а также улучшать ее международные продажи. Именно поэтому важно провести оценку и анализ состояния внешнеэкономического направления работы самого производителя», — говорит Наталья Шувалова.

Ключевой особенностью не только сохранения, но и увеличения позиций Москвы на международных рынках в центре считают индивидуальный подход, постоянное общение со столичными компаниями и мониторинг ключевых рынков сбыта.

«Аналитические исследования — это основа продаж. Если мы не будем знать, где, как и по какой цене востребована продукция, тогда все меры поддержки не будут столь эффективны. Для начала нужно проанализировать рынки, возможность сбыта и даже, может быть, просчитать перспективу на несколько лет вперед», — дополняет Наталья Шувалова.

Все в онлайн

Пандемия коронавируса внесла заметные коррективы не только в работу экспортеров, но и в механизмы поддержки. Но главный негативный эффект — это закрытие границ и отсутствие личной коммуникации с партнерами, как с текущими, так и с потенциальными. В этой ситуации центр начал проводить онлайн бизнес-миссии.

Также в онлайн были переведены консультации со специалистами центра — это услуга Office-in-Office, обучение было переведено в формат вебинаров, а для автоматизации обращений экспортеров был создан Telegram-канал.

«До кризиса специалисты совместно с московскими производителями могли выезжать за границу для проведения бизнес-миссий и участия в международных выставках. Когда мы поняли, что лоудаун имеет глобальный характер и он с нами надолго, мы перестроили свои меры поддержки под имеющиеся нужды у экспортеров. Так, вся байерская программа была переведена в онлайн, чтобы московские производители не прибегали к выездным зарубежным мероприятиям», — говорит Наталья Шувалова.

Предполагается, что после пандемии онлайн-формат станет «подготовительным этапом» перед выездом в страну и будет внедрен в уже привычную байерскую программу. В ходе таких переговоров удается определить взаимный интерес, представить преимущества продукции, обсудить потенциальную сделку (стоимость поставки, необходимые документы). «Развитие такого формата коммуникации — это большой вклад в общее дело. Надеемся, что в 2021 году эта практика станет для всех достоянием и заключение новых контрактов через онлайн-переговоры станет рабочей схемой», — отмечает генеральный директор «Карата» Евгений Гребнев.

Также в центре расширили меры поддержки на конгрессно-выставочную деятель-

ность. По количеству мероприятий удалось не только сохранить уровень 2019 года, но и превзойти его: в 2020 году было проведено 20 бизнес-миссий, в частности в страны СНГ и Ближнего Востока, Индию, Вьетнам, Катар и Германию. В августе впервые московские компании смогли поучаствовать в выставке Power China в Китае не только в привычном презентационном формате, но и провести все переговоры с зарубежными партнерами с помощью VR-технологий. На стенде посетителям предлагали воспользоваться оборудованием дополненной реальности, надев которое гости попадали в виртуальное пространство с мультимедийным информационным контентом, разработанным индивидуально под каждую московскую компанию. Так, международные байеры имели возможность внимательно изучить продукцию предприятия и назначить переговоры с представителями компаний, которые находились в Москве. Но новый формат признан скорее дополнить и упростить, чем заменить полностью, традиционный вариант проведения деловых переговоров, признают в «Моспроме».

Однако одни лишь меры поддержки московских компаний не произвели такого эффекта — сырьевой неэнергетический экспорт столицы вырос за первые девять месяцев на 41,2%, если бы производители со своей стороны не проявили гибкость и желание диверсифицировать свое производство. Так, экспорт «выручил» в пандемию компанию «Бытпласт», производящую пластиковые бытовые товары. Производитель начал поставки в Польшу, Румынию, страны Балтии. При этом новые товары были разработаны с учетом требований стран ЕС. Экспортные продажи компании через партнеров за девять месяцев текущего года выросли более чем на 70% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В частности, компания приняла участие в бизнес-миссии в ОАЭ, ко-

торую проводил «Моспром» в сентябре текущего года. После предпродажных мероприятий компанией уже ведутся переговоры для заключения новых соглашений.

Перед самым началом пандемии столичный производитель измерительной аппаратуры «Вика Мера» должен был принять участие в ряде мероприятий в странах СНГ. «COVID внес свои коррективы, но мы полны энтузиазма вернуться к реализации этого проекта сразу после победы над вирусом и возобновления регулярного авиасообщения. Сейчас коллеги из «Моспрома» активно помогают нам развивать кооперацию с российскими регионами, организуя встречи и контакты с интересующими нас предприятиями, а также помогая в организации нашего взаимодействия с потенциальными поставщиками материалов и компонентов для нашего локального производства», — рассказывает генеральный директор АО «Вика Мера» Олег Гончаров.

«Наш опыт взаимодействия в частности, с Правительством Москвы дает действительно хороший результат. Например, нам присвоен статус промышленного комплекса. Статус такого локального производителя важен для участия в тендерах российских госкомпаний, а также при развитии экспорта в страны ЕАЭС, поскольку во многих из них уже существуют режимы благоприятствования продукции, сделанной на территории России», — добавил Олег Гончаров.

Московские компании уверены, что подобно рода предметная поддержка будет действительно способствовать развитию бизнеса, росту оборота и, как следствие, созданию новых высокооплачиваемых рабочих мест, повышению общего технологического уровня производства в городе, дополнительным инвестициям и развитию производительности и социальной инфраструктуры города.

Ксения Ильинская

«Нам всем пришлось быстро перестроить работу под новые условия»

— мнение —

АЛЕКСАНДР ПРОХОРОВ, руководитель Департамента инвестиционной и промышленной политики города Москвы, о влиянии пандемии на меры поддержки экспорта.

Как показывают предварительные итоги этого года, Москва успешно решает задачи Национального проекта «Международная кооперация и экспорт». Сегодня столица является не только лидером среди российских регионов по объему экспорта — только в одном промышленном экспорте доля столицы составляет порядка 22%, но также центром притяжения инвестиций, местом, где устанавливаются международные связи.

Пандемия показала, что одно из важных качеств Москвы — умение практически моментально перестроить работу с учетом новых реалий. Промышленники города в рекордно короткие сроки переоборудовали линии и стали выпускать необходимую городу, стране и миру продукцию.

Чтобы поддержать производителей-экспортеров, город реформировал меры поддержки. Когда привычные цепочки поставок рушились (покупатели заболели и/или всей компанией уходили на карантин), когда никто не мог гарантировать, что не будет остановлено грузовое сообщение с ключевыми странами-покупателями, поддержка города состояла в том числе в налаживании «виртуальных» связей. Например, центр поддержки и развития экспорта «Моспром» организовал участие московских компаний-экспортеров в выставке Power China-2020. Сама выставка проходила в очном формате, однако московские компании смогли принять в ней участие при помощи техно-



ФОТО: ИРИНА АКИНА

логии VR — виртуальной реальности. С помощью специального VR-шлема посетители стенда московского Правительства в городе Гуанчжоу встретились со столичными экспортерами. И не только чтобы обсудить бизнес, но и наблюдать непосредственно за производством продукции — специально под эту выставку были созданы виртуальные технологические туры. Более 90 бизнес-встреч привели к тому, что в следующем году мы ожидаем несколько больших контрактов. Коммерческая тайна не позволяет мне в данный момент, когда переговоры находятся на завершающем этапе, раскрывать компании и суммы контрактов.

Что касается своего рода «новинок» в экспортной поддержке, начиная с этого года мы разрабатываем индивидуальные аналитические исследования для столичных предприятий (и их продуктов), включающие в себя рыночную конъюнктуру, последние тенденции и факторы. Безусловно, это является отправной точкой при поиске перспективных для московских экспортеров зарубежных рынков. Особенно сейчас, когда нет времени совершать ошибки. Например, среди стран Азиатско-Тихоокеанского региона мы видим перспективы развития внешнеэкономических отношений с Вьетнамом. В особенности для производителей, продукция которых ориентирована на конкретные задачи населения. Среди местных производителей есть спрос на посевной материал, сельскохозяйственные машины и оборудование. Также московские производители являются для Вьетнама потенциальными партнерами в сфере горнодобывающей отрасли, они могут помочь минимизировать издержки и повысить экологичность местных производств.

Механическое оборудование, техника, электрические устройства, средства связи, автотехника, оптика,

медицинские изделия — все это произведено в Москве и востребовано на зарубежных рынках. В сегодняшних реалиях, конечно, произошла диверсификация в ключевых экспортно ориентированных товарных рынках. И тут я в первую очередь говорю о продукции, которая предназначена для индивидуальной защиты, а также фармацевтических средств. Так, московская продукция фармацевтической отрасли, экспорт которой по итогам девяти месяцев 2020 года увеличился на 36%, обладает сейчас высоким экспортным потенциалом в США и Китае.

Стабильный спрос мы наблюдаем по всему агропромышленному комплексу столицы. Например, на мясную продукцию и шоколадные изделия. Перспективными рынками для увеличения экспортных объемов шоколадных изделий (экспорт кондитерских изделий за девять месяцев 2020 года вырос на 12%) могут стать: Казахстан, Беларусь, Польша и Япония. А производители мясной продукции (рост мясных продуктов в этом году — 47%) могут найти своих потребителей в Китае, Беларуси и Польше.

В этом году, конечно, встал вопрос о расширении и финансовых мер поддержки для компаний, которые планируют выходить на новые экспортные рынки. Поэтому мы пересмотрели финансовую поддержку для экспортеров: был обновлен кредитный продукт «Экспорт» и введен новый продукт «Экспорт АПК». В рамках продукта до 100% от суммы займа допускается использовать на пополнение оборотных средств с целью оплаты сырья, материалов и комплектующих. Как правило, это основная расходная статья реализации экспортного контракта. Сейчас в активной фазе анализа заявки на заем находится пять проектов, один из которых уже утвержден на сумму 200 млн руб.