

тора предприятия Максим Лемешевский, рассказывал СМИ региона, что на 1 января доля экспорта в выручке компании составляла 15%. В стратегических планах компании — постепенное увеличение этой доли до 80%. Для этого в начале 2021 года специалисты «Бестек Инжиниринг» разместили карточки с продукцией на Alibaba — крупнейшем в мире оптовом маркетплейсе. Параллельно топ-менеджмент завода ведет переговоры о сотрудничестве с более мелкими азиатскими и европейскими интернет-площадками.

ГОСПОДДЕРЖКОЙ ПО БАРЬЕРАМ

Сегодня в Ростовской области, в рамках нацпроекта, направленного на поддержку экспортеров, реализуется три региональных программы: «Экспорт продукции АПК», «Системные меры развития международной кооперации и экспорта» и «Экспорт услуг». Комплекс мер в рамках этих программ направлен на поддержку всех экспортеров (и начинающих, и со стажем), стремящихся расширить географию, увеличивать объемы, несмотря на объективные вызовы и кризисные явления.

Как рассказали ВГ в Центре поддержки экспорта (ЦПЭ) Ростовской области, во время пандемии серьезным испытанием для бизнеса, выходящего на внешние рынки, стала невозможность участвовать в выставках, осуществлять поездки за рубеж с бизнес-миссиями. Они, как показала практика, были эффективными инструментами продвижения продукции предприятий малого и среднего бизнеса.

Центр активизировал альтернативные форматы по поиску партнеров. Здесь действует услуга по размещению продукции субъектов МСП региона на международ-

ных электронных площадках B2B и B2C (маркетплейсах). Каждому конкретному предприятию подбирают именно ту площадку, на которой его продажи будут наиболее эффективными. «Наши предприниматели стали больше доверять государственным мерам поддержки, — заметил директор регионального ЦПЭ Аркадий Мурзаев. — Представители бизнеса охотно откликаются на предложения, приходят, проявляют инициативу, четко понимают, что им надо».

В качестве примера господин Мурзаев привел «Ингениум». Компания обратилась в ЦПЭ за помощью в подготовке к сертификации на соответствие стандартам Евросоюза холодильного оборудования, которое выпускает в Ростове-на-Дону. Задача была решена. Следующим этапом станет выход завода на североамериканский рынок. Уже сейчас специалисты центра и представители компании прорабатывают варианты дальнейших действий и возможные меры поддержки, резюмировал топ-менеджер ЦПЭ.

Однако у экспортеров возникают и другие проблемы. По результатам опроса представителей таких предприятий, опубликованного Банком России в апреле текущего года, можно выделить топ барьеров. В частности, для действующих экспортеров расширению поставок за рубеж мешает высокая себестоимость производства (так ответила почти треть опрошенных). Также в числе проблем предприниматели назвали высокие затраты на маркетинговое продвижение за рубежом (за это «проголосовали» 24% респондентов), необходимость полной адаптации продукции к предпочтениям потребителей страны-импортера (18%). Еще экспортеры бес-

покоят торговые ограничения на ввоз российской продукции в страны-импортеры (17%). Устранение этих барьеров требует более активного участия государства в контексте лоббирования российских коммерческих интересов на зарубежных рынках и, возможно, усиления мер поддержки, заметили в беседе с ВГ на одном из предприятий Ростовской области.

ЭКСПОРТ УСЛУГ ДОГОНЯЕТ ТОВАРЫ

Одной из устойчивых тенденций, которые сформировались и окрепли за время пандемии, стал рост роли интернета во внешнеторговых сделках. Предприниматели учатся работать с международными маркетплейсами (прежде всего, Alibaba), находят заграничных партнеров через соцсети. Так Хуршед Ахунов рассказал, что торгового партнера в Гватемале они нашли благодаря ролику о декоративных покрытиях, который разместили в Facebook.

Новый тренд, оформившийся в 2021 году, — рост экспорта услуг. Так, по данным Банка России, в июне сальдо внешней торговли услугами впервые стало положительным и составило \$0,1 млрд, объем торговли услугами растет быстрее, чем объем торговли товарами. В Ростовской области перспективными направлениями являются IT и логистика (за счет роста интернет-продаж).

По словам Максима Болотова, гендиректора компании Inostudio (разработчик веб-сервисов, мобильных приложений), на Дону экспорт IT-услуг может расти опережающими темпами: «С начала года объемы экспорта IT-отрасли Ростовской области выросли на 24,4%, тогда как в целом по России этот показатель составил 15,1%. Кроме того, происходит рост численности

IT-предприятий — на 16,8% (у нас), почти на 9,7% — в стране».

По мнению Максима Папушенко, усиливается тренд на ESG-трансформацию, от англ. Environmental (экологическое), Social (социальное) and Corporate Governance (корпоративное управление). Прежде всего это касается снижения углеродного следа в продукции, что расширит экспортные возможности донских предприятий и позволит им избежать штрафов, которые в совокупности могут составить миллиарды долларов. «Стоит как минимум задуматься о необходимости инвестиций в снижение выбросов, — подчеркнул министр. — Кроме того, актуальным становится использование "зеленой" энергии (от возобновляемых источников — солнца и ветра), что также соответствует глобальной ESG-повестке».

Таким образом, для того, чтобы быть конкурентоспособными на внешних рынках, донские производители должны расширять продуктовую линейку, представлять свою продукцию на крупных электронных площадках, внедрять "зеленые" и энергосберегающие технологии, бережно относиться к ресурсам. Кроме представителей власти с этим соглашаются и эксперты отрасли, и сами экспортеры. Крупные компании, например, такие как «Ростсельмаш», «Дамате», агрохолдинг «Степь» и др., поставляющие товары за границу, уже скорректировали свои стратегии с учетом ESG-принципов. Многие малые и средние экспортеры, из тех, кого удалось опросить ВГ, планируют сделать это в ближайшее время. Это значит, что 2022 год для донского экспорта может стать прорывным не только по количественным показателям (в тоннаже и млрд долларов), но и по качественным характеристикам. ■

ПРОЕКТ

Коммерсантъ®
Юг России

СУПЕРОБЛОЖКА



ИД «Коммерсантъ» предлагает разместить рекламу Вашей компании на Суперобложке газеты «Коммерсантъ». Это четыре полноцветные полосы формата D3, в которые вкладывается газета. Как показывает практика, реклама, размещенная на Суперобложке, пользуется особым вниманием со стороны наших читателей.

Суперобложка — это не просто реклама, это уникальный шанс стать «лицом» авторитетной деловой газеты «Коммерсантъ»! Первым, что увидят наши читатели, взяв в руки «Коммерсантъ», будет реклама Вашей компании.

Читательская аудитория «Коммерсанта»

Бизнес-аудитория (средний, крупный бизнес); владельцы предприятий, руководители разных уровней, высококвалифицированные специалисты и служащие

16+ реклама

Рекламная служба: тел. (863) 308-15-05, e-mail: kommers_adv@aanet.ru