

# «НЕОБХОДИМО СМЕНИТЬ ПОЛЯРНость С ЗАПАДА НА ВОСТОК»

ПРОЦЕСС ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ИДЕТ В РОССИИ НЕ ПЕРВЫЙ ГОД, ОДНАКО В ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ ОН ВНОВЬ АКТУАЛИЗИРОВАЛСЯ. О ТОМ, ЧТО СЕЙЧАС НУЖНО БИЗНЕСУ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОЙ РАБОТЫ, В КАКОМ СОСТОЯНИИ НАХОДИТСЯ ВНУТРЕННИЙ РЫНОК СБЫТА И КАКИЕ ЕСТЬ АЛЬТЕРНАТИВЫ ДЛЯ ПЕРЕОРИЕНТАЦИИ ЭКСПОРТНЫХ ПОТОКОВ, РАССКАЗАЛ ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СВЕРДЛОВСКОГО ОТДЕЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ «ДЕЛОВАЯ РОССИЯ» ЛЕОНИД ГУНКЕВИЧ. БЕСЕДОВАЛА ЕВГЕНИЯ ЯБЛОНСКАЯ

**Guide:** Как чувствует себя бизнес в новых экономических условиях?

**Леонид Гункевич:** Нынешнюю ситуацию можно охарактеризовать как «выход из зоны комфорта». Это болезненно для бизнеса, но мы ищем возможности развиваться дальше, прорабатываем меры поддержки. При этом рассматривать состояние каждой отрасли лучше индивидуально.

Например, туризм чувствует себя по-разному. Туроператорам, ориентированным на выездной туризм, сейчас непросто. Зато среди тех, кто создает новые локации и точки притяжения в России, настоящий бум. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» стимулирует развитие 12 макрорегистрий от Калининграда до Сахалина. В рамках нацпроекта появляются туристические кластеры, бизнес запускает новые инфраструктурные проекты и маршруты.

В отрасли проектирования и строительства были зафиксированы два провала экономической активности. Первый произошел после объявления специальной военной операции (СВО) — тогда потребители замерли. После стабилизации ситуации люди поняли, что жизнь продолжается, ипотека вновь стала востребованной, и стройка оживилась. Объявление частичной мобилизации вызвало второй провал, после все повторилось: потребление вновь снизилось, люди стали более обдуманно делать покупки, меньше тратить денег на рестораны, непродовольственные товары и развлечения. Но это нормальная реакция. Когда народ не понимает перспектив, он замирает — снижается экономическая активность и объем выручки компаний, каким бы бизнесом они не занимались.

**Г.:** Как вы оцениваете процесс импортозамещения, который сейчас происходит в регионе?

**Л.Г.:** Нам надо концентрироваться не на импортозамещении, а увеличивать нашу импортонезависимость. Для начала следует максимально заменить импортируемые из Европы товары, которые использовались при производстве, на азиатские. То есть сменить полярность с Запада на Восток. Следующей задачей будет поиск возможностей изготовления импортной продукции внутри страны по адекватной стоимости.

И российский бизнес находит такие пути. Сфера туризма одна из самых импортозамещающих отраслей. Спрос на внутренний туризм уже превышает предложение. Сегодняшняя ситуация подталкивает бизнес отвечать на этот спрос строительством необходимой инфраструктуры, созданием новых туристических проектов и маршрутов.

В ресторанной нише тоже есть положительные результаты. Практически вся матрица продуктов, которую используют рестораторы, сейчас отечественная, в том числе сыры, колбасы, мясные изделия, напитки, хлебобулочные изделия.

**Г.:** Как обстоят дела с импортонезависимостью в сфере высоких технологий?

**Л.Г.:** Здесь есть определенные сложности. В создании международных производственных цепочек каждая страна концентрировалась на чем-то конкретном. Например, сейчас в России наблюдается проблема с микроэлектроникой. У нас выпускается «критичная» номенклатура микрочипов, но аналитиче-



ские и консалтинговые агентства отмечают нехватку текущих производственных мощностей для покрытия всего объема спроса. В Нидерландах, например, этой темой занимались 20 лет, вложив в развитие технологий более \$200 млрд. Мы и другие страны не строили подобных производств, концентрировались на ином. В результате в Нидерландах находится один из крупнейших производителей литографического оборудования для микроэлектронной промышленности, необходимого в том числе для изготовления СБИС, микросхем памяти, флеш-памяти, микропроцессоров, а у нас разрыв по этому направлению.

Но в советское время, когда был железный занавес, наука и технологии находили способы развиваться. Конечно, отказ от привычных поставщиков скажется на рынке бытовых товаров и услуг, но рано или поздно какие-то коллаборации и решения существующей проблемы будут найдены.

Например, телеком-компании своевременно ушли от европейских поставщиков, отдав предпочтение китайскому. Их это сильно выручило. Часть компаний смогли таким образом модернизироваться и сейчас без проблем закрывают потребности в комплектующих за счет азиатских аналогов.

**Г.:** Так чего же не хватает нашему бизнесу?

**Л.Г.:** Предпринимателям не хватает инфраструктурных мер поддержки. Возьмем, к примеру, сферу сельского хозяйства. Что нужно сделать, чтобы появилось больше малых фермерских хозяйств и сельхозпроизводств? Что нужно, чтобы в несетевую розницу попадали уникальные региональные товары? Нужно всего два шага со стороны государства. Во-первых, создать коллективные средства для

забоя мелкого рогатого скота, птиц, уток, кроликов, а, во-вторых, дать возможность оперативно интегрировать их в информационную систему «Меркурий».

С 2024 года планируется дальнейшее ужесточение в этой сфере. Так, станет обязательным регистрация всех животных, которые выращиваются на подворье. Сделать это одному фермеру будет непросто финансово и технически, поскольку в отдаленных местах нет даже интернета. Соответственно за счет государства должна быть создана такая структура, чтобы фермеры могли законно и не за космические деньги забивать скот и легко интегрироваться в систему «Меркурий».

Затраты на реализацию этих мероприятий будут значительно меньше, чем зарплата людей, которые сидят в своих кабинетах и думают, чем же еще облагодетельствовать бизнес.

**Г.:** Что сейчас происходит с рынками сбыта и какие здесь есть альтернативы?

**Л.Г.:** Рынки сбыта сейчас сужаются, но есть определенные категории товаров, экспорт которых можно развивать. Например, продукты питания можно продавать в Индию или Китай. Китай может съесть все — там достаточно большой рынок. Вопрос только в цене.

Также есть системообразующие отрасли, которые работают на удовлетворение потребностей внутри государства. Среди них энергетика, строительство и другие. Для них внутренний рынок сбыта в приоритете. И власти для них будут изыскивать любые варианты стимулирования, чтобы поддерживать отрасль, создавать новые рабочие места, выполнять социальные обязательства.

Недавно с коллегами из «Деловой России» обсуждали позитивный пример по развитию внутреннего рынка сбыта природного газа. Сейчас строится завод по производству бытовых газовых котлов и завод по производству комплектующих. Они ждут введения льгот и субсидий на газификацию поселков и СНТ. С принятием соответствующих решений откроется огромный целевой сегмент, из которого сейчас уже европейские страны ушли, а китайские производители пока не заняли.

**Г.:** В каких нишах у бизнеса есть возможность проявить свой потенциал в части импортозамещения?

**Л.Г.:** Для малого и среднего предпринимательства перспективными нишами будет производство продуктов питания, обслуживания интересов государства, благоустройства территорий и развития внутреннего туризма. С учетом повышенного спроса на благоустройство и создание красивых локаций, будут востребованы услуги ландшафтных компаний: от дизайна до производства ландшафтных изделий, в том числе скамеек и малых архитектурных форм. Все это даст возможность малому и микробизнесу проявить себя и заработать.

Возвращаясь к глобальным проектам, реализуемым в партнерстве государства и бизнеса, в ближайшем будущем по всей России появятся современные всесезонные курорты, не уступающие заграничным. Идет активная совместная работа федеральных и региональных властей по макрорегистрийному развитию и созданию туристических кластеров. В ближайшие 10 лет туризм станет самостоятельной отраслью экономики, генерирующей не менее 10% от совокупного ВВП и стони тысяч рабочих мест. ■