

→ экспортер столкнулся с влиянием западных санкций, ему пришлось заново отстраивать логистические цепочки, искать новых трейдеров и рынки сбыта.

Например, кондитерская фабрика «Пермская» поставляла конфеты на европейские рынки, сейчас этот рынок практически закрыт. Борис Швайцер, гендиректор фабрики, уточнил, что небольшие поставки остались в Эстонию. Гендиректор деревообрабатывающего предприятия «Красный Октябрь» в Перми Александр Суслопаров вспоминает, что в Европу доля экспортных поставок завода прежде составляла 30%, сейчас — 0%. Европейские объемы компания переориентировала на Азию — КНР, ОАЭ.

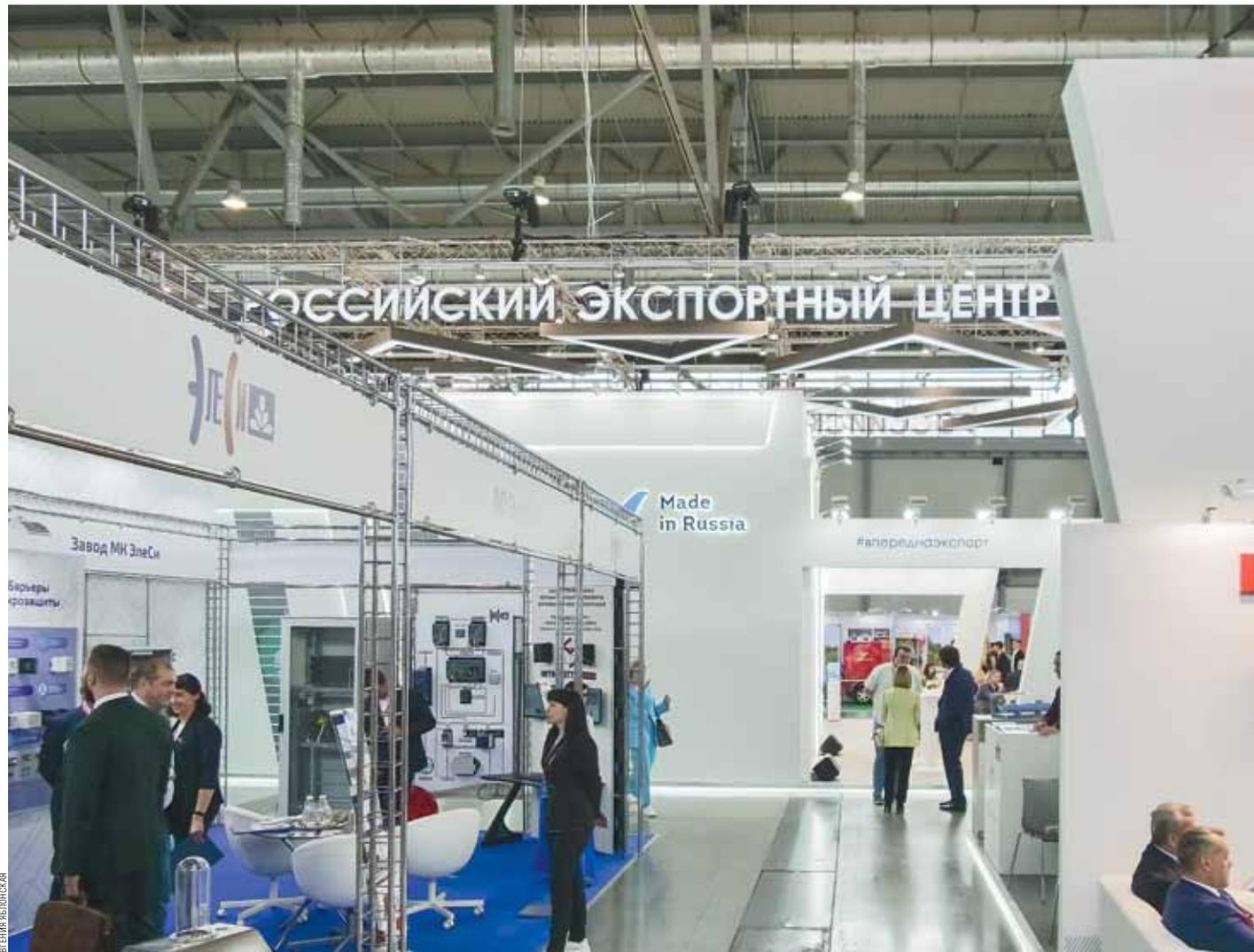
Впрочем, не все предприятия прекратили отношения с Европой. Так, гендиректор АО «Пермский мукомольный завод» Сергей Окишев рассказал ВГ, что предприятие продолжает сотрудничество с зарубежными партнерами из Европы, прежде всего в части поставок оборудования. На страны Азии его предприятие не стало переориентироваться. При этом руководитель ПМЗ отмечает, что сотрудничать с иностранными партнерами стало сложнее. «Возникают сложности с оплатой валютных счетов, идут проверки на вхождение в санкционные списки, это удлиняет время на совершение сделок», — говорит Сергей Окишев.

Гендиректор выставочного оператора «Pro Expo» Сергей Климов считает, что, несмотря на санкции, Европа еще долго останется деловым партнером пермских предприятий, поскольку индустриальная база создана на основе западных технологий: «Ее же надо обслуживать, модернизировать. Например, в тяжелом машиностроении признанные лидеры — немцы и американцы. Китайцам тяжело доминировать в этой истории».

Опрошенные ВГ товаропроизводители подтверждают, что основные рынки сбыта, помимо российского — бывшие советские республики из Средней Азии. Помимо них, поставки кондитерская фабрика «Пермская» делает в Китай и Монголию, добавляет Борис Швайцер. «Мы и до СВО ориентировались на азиатские рынки. Сейчас их доля просто выросла», — отмечает Александр Суслопаров. По закупкам оборудования «Красный Октябрь» переориентировался на Китай и Бразилию.

Рост внешнеэкономических сделок зависит в основном от курсовых разниц, говорит Борис Швайцер. Если рубль слабый по отношению к западной валюте, то и экспортировать выгодно. «Сейчас рубль „припал“, интерес к экспорту растет», — поясняет производитель. В прошлом, когда доллар снизился до отметки 60 руб. и ниже, пермские промышленники сообщали ВГ о невыгодности экспорта.

Однако при работе на новых рынках приходится учитывать местные особенности. «Менталитет контрагентов с китайского, африканского или арабского рынка другой, тут ничего не поделаешь. В Европе мы поставляли продукцию напрямую конечному потребителю. На новых рынках работа в основном идет через трейдеров», — говорит Александр Суслопаров. Например, так работают покупатели продукции пермского завода из Ирана. В этой стране потребители продукции российского завода, как правило, относятся к категории мелкого бизнеса, и они не могут позволить себе приобрести крупную партию. По-



РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР УЧИТ ПЕРМСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПРАВИЛЬНО ВЫХОДИТЬ НА РЫНОК

этому они действуют через трейдера-импортера. «Наличие такого импортера — объективная необходимость на рынке», — резюмирует лесопромышленник. В некоторых странах лесной импорт зарегулирован государством: приходящим на рынок экспортерам можно работать только с теми трейдерами, кому разрешено на нем работать. Некоторые трейдеры управляются семейными фирмами, которым больше ста лет.

ПОКАЗАТЕЛЬНЫЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ Для поиска новых контрагентов или выхода на новый рынок распространены два способа, рассказывает директор одного из предприятий Перми, просивший не упоминать его имя в печати. Первый — это участие в ярмарках, как российских, так и зарубежных. «Главное на такой выставке — увидеть производителя в лицо и сам товар пощупать», — объясняет собеседник. На стендах завязываются контакты, которые потом воплощаются в контракты и поставки, рассказывает промышленник. Стоимость участия в таких выставках — 2–3 млн руб.

Гендиректор выставочного оператора «Pro Expo» Сергей Климов заявил ВГ, что число желающих принять участие в выставках в этом году выросло на 20–25%. «Интерес к выставкам огромный. Мы его видим. Например, на нашу выставку в Екатеринбурге приехала компания из

Благовещенска и теперь звонит нам: „У нас столько заказов, что мы не в силах с ними справиться“, — делится мнением участник рынка.

Второй способ — обратиться за помощью в Российский экспортный центр, который поможет с контактами импортеров за рубежом. Гендиректор кондитерской фабрики «Пермская» Борис Швайцер рассказал, что его компания пользуется услугами Российского экспортного центра. Эта структура помогает экспортеру делать бесплатный анализ рынка той страны, куда экспортер собирается выйти. Пользу приносит субсидирование Российского экспортного центра производителю за его участие в зарубежных выставках.

«Как говорится, под лежащий камень вода не течет, поэтому мы участвуем в выставках и бизнес-миссиях», — продолжает Александр Суслопаров. — Может быть, за время деловой поездки контракт и не заключишь. Но появится контакт, а он даст тебе толчок для дальнейших переговоров».

И наконец, наиболее сложный и затратный способ продвижения российской продукции за рубежом — нанять в интересующей стране дилера, который будет предлагать твой товар на местном рынке, говорит собеседник ВГ: «Любая крупная международная компания имеет на зарубежных рынках присутствия таких дистрибьюторов. Пермские — далеко не все».

Для стимулирования экспорта еще со времен губернатора Максима Решетникова краевые власти в 2019 году начали организовывать челночные бизнес-миссии в зарубежные страны. В этом году российский бизнес краевые власти свозили в Индию и Турцию, в 2022 году — в ОАЭ. По итогам форумов и бизнес-миссий компании из Пермского края в 2022 году заключили контракты на 1,2 млрд руб., сообщил губернатор Прикамья Дмитрий Махонин.

С 2020 года в крае также введена субсидия на компенсацию затрат по транспортировке товаров за рубеж. По данным краевого минэкономразвития, в 2022 году количество получателей поддержки увеличилось почти в два раза — до 38 субъектов МСП (в 2021 году — 22). Объем предоставленной субсидии также увеличился в два раза: 20 млн руб. в 2022 году и 10 млн руб. в 2021 году. Программа субсидирования продлена на 2023–2025 годы с запланированным бюджетом 30 млн руб. ежегодно. В пермском экспортном центре проходят вебинары, семинары и различные мастер-классы с привлечением специалистов Российского экспортного центра.

В то же время экспортеры отмечают и возросший интерес к своим товарам на родине. «Красный Октябрь», например, подписал соглашение с сетью «Леруа Мерлен» и реализует через торговые центры пиломатериалы. ■

В 2022 ГОДУ ПРАКТИЧЕСКИ КАЖДЫЙ ЭКСПОРТЕР СТОЛКНУЛСЯ С ВЛИЯНИЕМ ЗАПАДНЫХ САНКЦИЙ

