

# экономика региона

## Трудности экспортного перевода

В Новосибирской области увеличилось количество компаний, отгружающих свой товар за границу. По данным таможенной службы, в этом году экспортеров в регионе стало больше на 162 предприятия. Увеличился и объем несырьевых и неэнергетических поставок — с начала года в стоимости он вырос на \$150 млн. Основные страны-партнеры — Китай и Казахстан. Туда коммерсанты повезли медицинские изделия, пластмассу, пиво, мороженое и зерно. Как отмечают бизнесмены, выйти на внешний рынок несложно, гораздо труднее на нем остаться. Для полноценной экспансии отечественным игрокам не хватает знаний, понимания процесса ведения бизнеса в другой стране, административных и финансовых ресурсов.

— перспективы —

### Запредельный экспорт

В этом году увеличилось количество предприятий Новосибирской области, которые наладили поставки товаров на внешний рынок, однако экспортная деятельность все еще не является инструментом массового пользования в бизнесе. Между тем спрос на отечественные продукты за границей растет, и не только на сырьевые товары.

Согласно статистике Российского экспортного центра (РЭЦ), объем экспорта несырьевых и неэнергетических товаров в регионе в первом полугодии 2018-го вырос на 26% — до \$690 млн (за аналогичный период 2017-го объем составил \$540 млн). При этом доля этого сегмента в общей структуре экспорта региона в этот период достигла 54,98%.

Увеличилось и количество компаний-экспортеров с 1068 организаций в 2017-м до 1230 на сегодняшний день, отмечают в Сибирской таможенной службе. Предприятия Новосибирской области продают свою продукцию 102 странам. Наибольший объем поставок приходится на Китай и Казахстан. Сибирские производители вывозят за границу машиностроительную продукцию, радиоаппаратуру, компьютерную технику для автоматизации промышленных предприятий, пластмассу и продукты питания местного производства.

«В Новосибирской области экономика диверсифицирована, существует множество научных центров сельскохозяйственного и медицинского направления. За счет этого малые и средние предприятия имеют возможность осуществлять экспорт несырьевых товаров. При этом они ничуть не хуже импортных аналогов», — говорит руководитель центра поддержки экспорта Новосибирской области (организация помогает местным предприятиям выйти на внешний рынок) Сергей Иванов.

### Привлекательная Азия

Страны Юго-Восточной Азии все больше интересуют поставщиков из Сибири. Гигантский потребительский рынок Китая осваивают и крупные, и средние новосибирские предприятия. Как рассказала старший директор по экспортным продажам и внутригрупповым поставкам ООО «Пивоваренная компания „Балтика“» Елена Вольгушева, по итогам первого квартала этого года новосибирский завод компании увеличил поставки своей продукции в Китай более чем в два раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. «Поставки выросли в основном за счет расширения портфеля и сотрудничества с новыми дистрибуторами. В целом за последние три года новосибирским филиалом отгружено на экспорт более 300 тыс. дал



Устойчиво высоким спросом в других странах пользуется уникальная продукция, в том числе отдельные виды высокотехнологичного оборудования, и авторские разработки

пива. Это около 60 железнодорожных вагонов», — отметила Елена Вольгушева.

Другой местный игрок — ОАО «Новосибирский» (ТМ «Полярис»), помимо Китая, начал поставки мороженого во Вьетнам. «На вьетнамский рынок мы вышли недавно — в начале этого года. Удалось это сделать своими силами — созвонились с потенциальными партнерами, рассказали о своей продукции, договорились о встрече и буквально в чемоладном повезли свою продукцию на пробу», — рассказывает специалист по экспортным продажам Илья Колтыгин. По его словам, после дегустации одна из крупнейших торговых сетей Вьетнама заключила с новосибирцами контракт на поставку мороженого. Ее название в «Новосибирске» не раскрывают, ссылаясь на коммерческую тайну. Чтобы заключить контракт, говорит господин Колтыгин, понадобилась не только личная встреча, но и понимание процесса ведения бизнеса в Юго-Восточной Азии. До работы в Новосибирске Илья Колтыгин восемь лет проработал во Вьетнаме в торговой компании, изучив особенности деловых переговоров.

В то же время личного присутствия и каких-либо специализированных знаний для выхода во Вьетнам не понадобилось другому региональному производителю медицинских изделий — компании «Ангиолайн». Как рассказал директор предприятия Андрей Кудряшов, с будущими партнерами он познакомился во время отраслевой выставки, которую проводили в России для представителей медицинских кругов из разных уголков России. «Мы осуществляем экспорт с 2016 года в Казахстан, Узбекистан, Вьетнам, рассматриваем вариант поставок в Сербию. В большинстве случаев контракты мы заключаем после встречи на выставке и личных переговоров. Так произошло, например, с контрагентами из Вьетнама», — комментирует собеседник. Во Вьетнаме новосибирцам удалось закрепиться на рынке за счет особенностей ведения бизнеса здесь — местные не покупают ничего из КНР, поэтому «Ангиолайн» сумел закрепиться на рынке, не имея конкуренции со стороны китайских компаний, а также благодаря низкой стоимости своего товара. «Наша продукция дешевле, чем американская, но по качеству сопоставима», — пояснил господин Кудряшов.

«Собственно говоря, весь маркетинг и внешнеэкономическая деятельность упирается в соотношение цены и качества — определенное качество по определенной цене для рынка, если эта пропорция соблюдается, то бизнес можно считать успешным», — отмечает советник гендиректора ООО «Роспак» Юрий Верещагин. Компания экспортирует в Казахстан, Киргизию и Узбекистан продукцию из пластмассы — боксы, контейнеры и пакеты. Чтобы договориться с заказчиками и наладить экспорт, предприятие отправило своих специалистов с чемоладом собственной продукции. «Мы ездили и показывали свой продукт предприятиям, пока не заключили сделку. Казахстан является нашим крупнейшим заказчиком, ввиду того что территориально находится ближе, соответственно, логистика дешевле

только от местных. Например, можно потратить много времени, чтобы разобраться, кто отвечает за ваш вопрос в компании заказчика. Должность может называться так же, как в России, а функционал отличаться очень сильно», — комментирует Лев Матвеев. Многим отечественным предприятиям не хватает поддержки зарубежных торговых представителей, которые могли бы оказать помощь в развитии каналов продаж, поиске партнеров и клиентов, предоставить аналитику, касающуюся ценовых трендов и т.п. «Стоит упомянуть и об административных барьерах, связанных с таможенной. Также сложностью для многих отечественных производителей становится лицензирование товаров и услуг, необходимое для работы на рынках западноевропейских стран», — говорит вице-президент инвестиционной группы QBF Владимир Масленников.

### Несложная инструкция

Российским компаниям нелегко выйти на рынок США, это очевидно, говорят эксперты рынка. «Но на рынке Латинской Америки или Ближнего Востока, например, наши компании встретят те же трудности, что и производители из любой другой страны. То есть если в государстве нет непреодолимых законодательных преград к импорту российских товаров и услуг, главный вопрос заключается в готовности экспортера не бояться изменений. Даже лучший водитель леворульной машины, сев в праворульную, наделает много ошибок. Так же и за рубежом: отлаженные в России процессы, методы продвижения и продаж в новой стране могут попросту не работать. И вам придется перестраиваться на ходу», — говорит председатель совета директоров «Серчинформ» Лев Матвеев. По его словам, российские компании часто ходят моментального результата, а когда понимают, что просто это сделать не получается, делают вывод, что закрепиться на иностранных рынках невероятно трудно и даже почти невозможно. «Я уверен, вопрос трудности — это вопрос приложенных усилий. Нужно погружаться в дело серьезно или не пытаться вовсе», — полагает собеседник.

Как правило, все барьеры — внутренние, в частности у многих компаний неконкурентная высокая себестоимость, вследствие чего местным предприятиям трудно предложить «вкусную» экспортную цену, считает доцент кафедры бизнеса и управленческой стратегии Института бизнеса и делового администрирования (ИБДА) РАНХиГС Эмиль Мартиросян. «Порой локальным компаниям очень трудно перестроить себя и выйти на внешний рынок по причине организационной неготовности. Работа на внешнем рынке требует новых экспертиз в области бухгалтерии, логистики, маркетинга и продаж, управления персоналом. Не все компании готовы к этим трансформациям», — говорит собеседник. Кроме этого, при реализации экспорта необходимы большие вложения в комплексное продвижение, и в первый год они точно не окупятся, напомнил эксперт.

Еще одной причиной, препятствующей выходу на экспорт, по словам господина Мартиросяна, является нежелание компаний заниматься внешнеэкономической деятельностью через привлечение заемного финансирования. «Любой рост, особенно на внешних экспортных рынках, требует инвестиций. Компании часто прибегают к кредитам и займам в целях расширения своей деятельности. В современной практике встречаются фирмы, которые сознательно не идут на дополнительную кредитную нагрузку, дабы не закрепитовать себя, а инвесторы под рост найти не могут. Вот и отказываются от экспансии», — полагает он.

Иногда в экспансии на иностранном рынке может оказать помощь надежный местный сотрудник. «Очень много нюансов у-

наешь только от местных. Например, можно потратить много времени, чтобы разобраться, кто отвечает за ваш вопрос в компании заказчика. Должность может называться так же, как в России, а функционал отличаться очень сильно», — комментирует Лев Матвеев. Многим отечественным предприятиям не хватает поддержки зарубежных торговых представителей, которые могли бы оказать помощь в развитии каналов продаж, поиске партнеров и клиентов, предоставить аналитику, касающуюся ценовых трендов и т.п. «Стоит упомянуть и об административных барьерах, связанных с таможенной. Также сложностью для многих отечественных производителей становится лицензирование товаров и услуг, необходимое для работы на рынках западноевропейских стран», — говорит вице-президент инвестиционной группы QBF Владимир Масленников.

Эксперты отмечают, что устойчиво высоким спросом в других странах пользуется уникальная продукция, в том числе отдельные виды высокотехнологичного оборудования, и авторские разработки. Эта тенденция сохраняется и в будущем, говорит директор департамента международных перевозок и таможенных операций DPD в России Евгений Привалов. «Среди экспортируемых товаров мы видим, например, пейнтбольное оборудование, свадебные платья, деревянные оправы для очков, костюмы для художественной гимнастики и др. С прошлого года мы поставляем в Канаду воздушные винты для спасательных судов. Очевидно, что это не массовые рынки, а скорее, нишевая продукция», — считает господин Привалов.

### Оплачиваемая инициатива

Во многих случаях зарубежные компании знакомятся с отечественными предприятиями лишь на специализированных выставках, которые проходят как за границей, так и в РФ. Средняя стоимость участия в форумах в Китае или Вьетнаме составляет 800 тыс. руб. с учетом организации и найма переводчика. На родине немного дешевле — всего около 500 тыс. руб. Для небольших предприятий и эта сумма подчас непосильна, говорит Сергей Иванов.

В 2015 году, для того чтобы оказать помощь российским предприятиям и усилить позицию отечественных товаров на внешнем рынке, по инициативе Министерства торговли и промышленности России был создан Российский экспортный центр (РЭЦ). Это государственное учреждение поддержки несырьевых экспорта, представляющий российский экспортный центр (РЭЦ). Это государственное учреждение поддержки несырьевых экспорта, представляющий российский экспортный центр (РЭЦ). Это государственное учреждение поддержки несырьевых экспорта, представляющий российский экспортный центр (РЭЦ).

«Во Вьетнаме нам удалось попасть при помощи РЭЦ. Они нам оказали поддержку при проведении переговоров с нашими партнерами, а также предоставили компенсацию затрат, связанных с регистрацией нашего представительства за границей. Общая сумма субсидии, которую нам предоставили в центре, составила около 2 млн руб. Эта по-

мощь стала для нас значимой», — комментирует Андрей Кудряшов.

Как отмечают в РЭЦ, организация помогает компаниям не только финансами, но и информацией об экспортных рынках, их трендах, бизнес-партнерах, содействует в организации торговых представительств и участия в тематических выставках на внешних экспортных рынках. «Центр также оказывает помощь российским компаниям, обращающим свое внимание на развитие экспорта в поиске приемлемого заемного финансирования, а также в программах льгот и субсидий. Часто мы видим содействие центра в поиске зарубежных инвесторов, которые способны помочь российским компаниям выйти на внешний рынок», — комментирует Эмиль Мартиросян.

Тем не менее далеко не все региональные предприятия могут рассчитывать на поддержку РЭЦ. Если говорить о сложности, с которыми сталкиваются экспортеры, обращаясь в службу, это прежде всего бюрократия в процедуре оформления субсидий. «Для получения компенсации расходов центра требуется собрать массу бумаг и соблюсти множество формальных условий. Проблема заключается еще и в том, что субсидии носят компенсаторный характер, то есть сначала экспортер должен вложить собственные денежные средства, а уже потом он может претендовать на помощь РЭЦ. Сроки предоставления компенсаций порой достаточно велики, что приводит к потерям компаний, которые изымают денежные средства из оборота ради выхода на иностранные рынки. Кроме того, Российский экспортный центр далеко не все расходы может возместить отечественным экспортерам в полном объеме», — говорит Владимир Масленников.

«Мы получили в РЭЦ помощь лишь в виде консультации при выходе на внешний рынок, то есть мы не получили какое-либо финансирование и все делали сами — нашли клиентов и отвели им образцы своего товара. Не воспользовались их финансовой помощью из-за определенных бюрократических препонов», — отмечает Илья Колтыгин.

По данным центра, количество коммерсантов из Новосибирской области, обратившихся в РЭЦ в первом полугодии 2018-го, выросло в сравнении с аналогичным периодом прошлого года почти на треть — с 57 компаний до 166. Но многие компании просто не знают о существовании и возможностях РЭЦ.

Так, ООО «Чаньзернопродукт» осуществило поставку 2,1 тыс. т пшеницы в Грузию в начале этого года. На покупателя новосибирцы вышли самостоятельно, не прибегая к услугам государственных структур. «Эти 2 тыс. т в Грузию были нашей единственной попыткой выйти на внешний рынок. Разовая сделка ввиду того, что цена была низкой и был профит. Сейчас нам невыгодно возить туда зерно, так как очень дорогая транспортная логистика из Сибири. Сейчас мы ведем поиск новых партнеров, но пока наши попытки безуспешны ввиду того, что цены на доставку высокие и маржа при этом очень низкая. Сегодня гораздо проще продать трейдером и не озадачиваться транспортировкой», — говорит гендиректор компании Сергей Первых. Про РЭЦ фермер ничего не слышал. «Теперь обязательно посмотрю, что это за организация и можем ли мы воспользоваться их помощью», — добавляет собеседник.

Еще одна структура, оказывающая поддержку местным предприятиям в организации работы на внешнем рынке, — Центр поддержки экспорта Новосибирской области. В отличие от РЭЦ, здесь коммерсанты могут получить непрямую финансовую поддержку. Например, бесплатно посетить различные выставки — и на территории России, и за ее пределами. При этом компаниям не нужно сначала тратить на ее посещение собственные средства, а затем заполнять заявление на возмещение затрат, как это происходит в случае с РЭЦ. Достаточно подать заявление на участие в начале года и самостоятельно добраться до места проведения мероприятия. В этом году бюджет центра на аренду площадей в крупных промышленных форумах и выставках составил 8 млн руб. Средства предоставляет Министерство промышленности и торговли Новосибирской области.

Как следует из прогноза социально-экономического развития Новосибирской области на 2018 год, разработанного региональным минэкономразвития, прирост ВВП по итогам этого года составит 1,5%, прогнозируется увеличение объемов внешней торговли и промышленного производства, прирост доли малого и среднего бизнеса, а также запуск новых производственных проектов.

Лолита Белова

## Цена диплома

— инвестиции —

«Вместе с тем мы видим постоянный рост интереса абитуриентов к естественно-научным и техническим направлениям подготовки нашего вуза. Например, на всех четырех направлениях подготовки физико-технического факультета — «Физика», «Радиофизика», «Информатика и вычислительная техника» и «Информационная безопасность», где в общей сложности 109 бюджетных мест, в этом году сформировался приличный конкурс — в среднем 12 заявлений на место», — прокомментировали в пресс-службе АлтГУ.

В ТУСУРе в этом году на большинство направлений подготовки и специальностей установлена стоимость обучения в размере 99 тыс. руб. в год. Самая высокая стоимость

— 141 тыс. руб. — на направлении подготовки «Нанотехнологии и микросистемная техника» и специальности «Техническая эксплуатация транспортного радиооборудования». По количеству поданных заявлений в вузе лидируют «Информатика и вычислительная техника», «Программная инженерия», «Радиотехника» и «Информационные системы и технологии». Самый высокий конкурс наблюдается на направлениях «Информационные системы и технологии» — 23 человека на место, «Прикладная информатика» — 20 человек на место и «Автоматизация технологических процессов и производств» — 13 человек на место. Как заметили в пресс-службе вуза, в этом году почти в полтора раза увеличилось количество абитуриентов, поступающих на направления, связанные с подготовкой специалистов в обла-

сти IT, в связи с чем на них выросли средние и проходные баллы.

### Рейтинговые вузы

Традиционно сибирские вузы занимают неплохие места в российских и даже международных рейтингах. Самые высокие строчки в рейтингах достаются томским вузам: Томскому политехническому университету (ТПУ), Томскому государственному университету (ТГУ) и Томскому государственному университету систем радиопрозрачности и электроники (ТГУСР), также в верхних строчках рейтингов фигурирует Новосибирский национальный исследовательский университет (НГУ). Например, в рейтинге вузов, составленном журналом Forbes в 2018 году, ТПУ занимает 12-е место, обогнав СПбГУ и немного не дотянувшись до ВШЭ. ТГУ в этом рейтинге стоит на 30-м

месте, а ТУСУР — на 31-м. НГУ занимает только 40-е место, а других вузов Сибири в топ-50 журнала больше нет. Как пишет Forbes, анализ проводился по десяти метрикам, где учитывались качество образования, качество выпускников и доля предпринимателей в общем количестве выпускников. За основу были взяты данные мониторинга эффективности вузов Министерства образования РФ.

Рейтинговое агентство «РА Эксперт» ежегодно составляет список из ста лучших вузов России, учитывая статистические показатели и результат опроса преподавателей, студентов и работодателей. В рейтинге «РА Эксперт» ТПУ находится на седьмом месте, НГУ следом за ним — на восьмой строчке. Также в числе лучших ТГУ — 13-е место, Сибирский федеральный университет (СФУ) — 17-е место, Новосибирский государственный техни-

ческий университет — 31-е место, Сибирский государственный медицинский университет — 37-е место, ТУСУР — 45-е место и Алтайский государственный университет (АлтГУ), который занимает 50-ю строчку.

В международном рейтинге вузов Times Higher Education World University Rankings 2018, который составляется в сотрудничестве с одним из крупнейших научных издательских домов мира Elsevier и считается одним из самых крупнейших академических исследований подобной тематики, ТПУ находится на 301–350 месте из тысячи лучших вузов мира. НГУ — на 401–500 строчках, ТГУ — на 501–600 позициях, а НТГУ — на 801–1000 месте (все университеты, которые входят в рейтинг за топ-200, не занимают конкретного места).

Маргарита Решетинская