



РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

№194
(30673)10 декабря 2020
Четверг

ЭКСПАР

РОСЭКСИМБАНК

ИЗВЕСТИЯ

Вызов принят

Деловую повестку экспортного форума впервые сформулировали сами экспортёры

02

«Деловая активность восстанавливается после паузы»

Глава РЭЦ Вероника Никишина — о вызовах уходящего года, преодолении последствий пандемии и цифровой трансформации

02

Центр сервиса

Как «Одно окно» экономит экспортёрам время на сбор документов и упрощает выход на внешние рынки

04

Юлия Романова

Несмотря на конъюнктурные и геополитические сложности, российским предпринимателям из года в год удаётся наращивать поставки своей продукции за рубеж. По итогам 2020 года Россия станет крупнейшим поставщиком пшеницы и топлива для АЭС. Ожидается, что наша страна войдёт в пятерку ведущих экспортёров локомотивов, стальных труб, древесных плит и растительных масел, а также в топ-10 по поставкам стиральных машин, стекла и шоколада. Объём экспорта только агропромышленной продукции составил \$28 млрд. Как заявил, выступая на международном форуме «Сделано в России» 9 декабря, премьер-министр Михаил Мишустин, правительство видит свою задачу по увеличению доли российской продукции во внешней торговле.

НАРАЩИВАНИЕ ОБЪЁМА

Объёмы российского несервированного неэнергетического экспорта за девять месяцев 2020 года превысили \$111 млрд, сообщил в ходе своего выступления на форуме Михаил Мишустин.

— Несмотря на дополнительные ограничения на поставки товаров из-за рубежа, которые вводятся во многих странах в последние месяцы, есть и обратная тенденция, — отметил председатель правительства. — В ряде стран, наоборот, выросли закупки, в том числе для создания экстренных резервов. Поэтому на многих направлениях список потенциальных поставщиков расширяется быстрее.

Глава кабинета напомнил о поставленной президентом России Владимиром Путиным цели добиться к 2030 году роста реального экспорта несервированных неэнергетических товаров не менее чем на 70% по сравнению с показателем 2020 года.

Справка «Известий»

За прошедшее десятилетие РФ поднялась в рейтинге Doing Business с 120-го на 28-е место. Индекс диверсификации несервированного неэнергетического экспорта достиг 15 пунктов, что сопоставимо с Китаем и Германией и выше, чем у Японии и Кореи. В будущем удельный вес энергетических товаров в структуре российского экспорта должен опуститься ниже 50%.

По словам премьер-министра, необходимо увеличить долю российской продукции во внешней торговле, используя современные инструменты для её продвижения на зарубежные рынки. В России производятся товары, которые «могут и должны конкурировать на мировых рынках», подчеркнул он.

Некоторые из предлагаемых Россией товаров не имеют аналогов, добавил Мишустин.

— Товары и услуги, которые производятся в России, очень часто уникальны, и поддержка нашим производителям, конечно, должна оказываться на всех этапах экспорта, — подчеркнул он.

Это важно для преодоления барьеров — от правил ВТО до национальных. Для увеличения доли российских товаров на мировом рынке необходимо доработать критерии для отечественных производителей. К 2024 году региональный экспортный стандарт 2.0 планируется внедрить во всех субъектах, сообщил Михаил Мишустин.

Предположительно новые правила должны навести порядок во всей системе вывоза товара в другие страны — например, создать резерв квалифицированных кадров, которые будут заниматься продвижением продукции.

Участники форума также сошлись во мнении, что для увеличения экспорта необходимо активнее привлекать молодёжь. По словам председателя правительства, с этой задачей могут справиться российские блогеры, популярные и за рубежом. Михаил Мишустин признал, что в стране достаточно много действительно талантливых инфлюенсеров.

Поставки сделаны

Объём несервированного неэнергетического экспорта в 2020 году должен достичь \$158 млрд



На форуме премьер обратил внимание на успехи российских учёных в разработке препаратов против COVID-19. — Возможен большой, буквально взрывной спрос на такую востребованную сейчас продукцию, как вакцина от коронавируса, — сказал Михаил Мишустин, подчеркнув, что в первую очередь препаратом планируется обеспечить россиян.

В этом году были скорректированы мероприятия в рамках нацпроекта «Международная кооперация и экспорт» и добавлены возможности, о которых просил бизнес, отметил министр промышленности и торговли Денис Мантуров.

— Первая новая мера — это оцифровка полностью сервиса по прохождению процедуры, связанной с предоставлением мер поддержки по логистике и услугам. Второй новый инструмент связан с сервисными услугами. У нас всегда были хорошие результаты по экспорту, но мало кто заботился о последующем, о том, как это будет всё обслуживаться. За счёт нового инструмента будет развиваться это направление. На наш взгляд, это хорошая добавка к общему объёму экспортных услуг. Третья мера — это возможность подтверждения цены на остаточную стоимость, что даёт нашим экспортёрам гарантии для внешнего рынка иметь обратный выкуп товара по остаточной цене, — перечислил Денис Мантуров.

По его мнению, эти инструменты по мере их совершенствования и применения на практике внесут хорошую долю в копилку общих параметров нацпроекта.

— Рассчитываем, что бизнес будет это активно использовать, — добавил министр.

ВКУС РУССКИХ КОНФЕТ

Кондитерская промышленность сегодня является отраслью с высокой добавленной стоимостью, которая приобретает у российских аграриев ежегодно порядка 1,5 млн т сахара, а это 30% всего сахара, произведённого на территории России, и потребляет более миллиона тонн муки, отметил исполнительный директор Ассоциации предприятий кондитерской промышленности «Асконд» Вячеслав Лашманкин. По его данным, в 2019 году общий объём экспорта кондитерских изделий составил \$1,4 млрд.

— География экспорта расширилась до 91 страны мира. В 2019 году Россия стала крупнейшим поставщиком шоколада и шоколадных изделий на рынок Китая, потеснив Италию и Германию, основных конкурентов. Понятно, что таких успехов отрасль не могла бы достичь без своевременных мер господдержки со стороны правительства и Министерства сельского хозяйства, институтов поддержки экспорта, — отметил Вячеслав Лашманкин.

А замминистра сельского хозяйства Сергей Левин обратил внимание на успешный экспорт зерна пшеницы — это треть общего объёма отечественного экспорта, 20% приходится на рыбу и морепродукты, а более 15% — на пищевую промышленность и кондитерскую составляющую.

— С 2021 года вводим новые инструменты. Один из них — компенсация пря-

мых понесённых затрат для предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности, которые создают новые производства с повышенной добавленной стоимостью. Второй — это компенсация затрат на приобретение высокопроизводительного оборудования. В интересах пищевой и перерабатывающей промышленности помочь предприятиям сделать быструю модернизацию своих производств и готовить востребованную продукцию на ключевых экспортных рынках, — рассказал замминистра.

Он пообещал, что поручения президента по наращиванию экспорта будут выполнены.

ПОЛЕЗНАЯ ЦИФРА

В конце ноября Российский экспортный центр объявил о запуске «одного окна» экспортёров.

— Это аналог многофункционального центра для населения, но только для экспортёров. Предприниматели, торгующие на внешних рынках, не будут бегать с бумагами по разным органам федеральной исполнительной власти, а смогут решить все вопросы, зайдя в личный кабинет внутри «одного окна», — пояснил первый заместитель председателя правительства Андрей Белоусов.

По его словам, уже сейчас доступны первые сервисы по наиболее чувствительным вопросам, которые затрагивают экспортёра.

— Это прежде всего взаимоотношения с таможенной службой, Федеральной налоговой службой по возвращению НДС, с Россельхознадзором. Этой

работе в правительстве придаётся исключительное значение, создана специальная рабочая группа, которую возглавляет Алексей Верчук, — подчеркнул Андрей Белоусов.

Он также обратил внимание на то, что «одно окно» не может заменить собой федеральную службу.

— «Одно окно» — это место сборки бизнес-процессов. Чтобы они были эффективными, должна быть выстроена единая система через единый цифровой стандарт. Это значит, что всё должно работать без человека и бумажных документов, а всё остальное — дело техники, — убеждён Андрей Белоусов.

Для многих экспортёров актуален вопрос возврата НДС. По словам гендиректора АО «Специальное конструкторско-технологическое бюро «Катализатор» Виталия Хана, ускорение процесса и упрощение процедуры возврата экспортного НДС возможно, если возмещение будет происходить по предъявлению налоговой декларации без банковской гарантии и до окончания проверки этой декларации.

— Хотел бы поблагодарить РЭЦ за меры поддержки, которые мы получили. Для таких компаний, как наша, это очень важно, потому что патентоваться на рынках нужно задолго до того, как ты на них будешь выходить, иначе никто не будет знать компанию. Хотелось бы, чтобы эта форма поддержки продолжилась, — сказал Виталий Хан.

Заместитель руководителя Федеральной налоговой службы Александр Егоричев подчеркнул, что ведомство создаёт благоприятные условия для внешнеэкономической деятельности.

— При поддержке Минфина мы движемся в нескольких направлениях. Первое — цифровизация самого бизнес-процесса. Предложили уйти от проверки каких-либо документов и заменить проверкой критических сведений экспортёра. Второе — сейчас нулевую ставку проверяем в режиме онлайн, то есть сократили время проверки добросовестных экспортёров с двух месяцев до одного. Это, на наш взгляд, одна из лучших практик в Европе, — считает Александр Егоричев.

НА УРОВНЕ РЕГИОНА

В регионах работает 82 центра поддержки экспорта, и сейчас все они переводятся на стандарт 2.0, сообщил министр экономического развития России Максим Решетников.

— В ноябре утвердили перечень услуг, которые должны оказываться в каждом центре: это сопровождение экспортных контрактов, участие в международных выставках, консультирование по попаданию на международные рынки, — перечислил Максим Решетников.

По его мнению, перспективное направление — организация торговых площадок, через которые экспортёры будут вести свой бизнес.

— Практика показывает, что надо добиться выполнения этого стандарта в каждом регионе. Для этого очень важен проект РЭЦ по обучению региональных команд. В каждом регионе нужно добиться одинакового понимания специалистами этого стандарта и действовать по нему, — рекомендует министр.

Глава РЭЦ Вероника Никишина на форуме объявила о запуске новой продуктовой линейки для экспорта.

— Смысл в том, чтобы из разрозненных услуг сформировать девять единых коробок, при этом каждая услуга будет сопровождаться целым комплексом сопутствующих. Например, выезд экспортёра на бизнес-миссию станет и подбором потенциальных покупателей, и помощью в подготовке презентационных материалов, — отметила Вероника Никишина.

Кроме того, по её словам, есть и второе предложение: уже в 2021 году создать в интересах предприятий, торгующих на внешних рынках, один сервис, который координирует все инструменты поддержки.

— Экспортёр смог бы их получать в одном месте, исключая дублирования, — пояснила глава РЭЦ.

В следующем году РЭЦ также будет развивать и каналы электронной торговли.

— В условиях пандемии мы увидели огромный потенциал продаж через электронные торговые площадки. Стали дискретно помогать российским компаниям выходить на них, — отметила Вероника Никишина.

По её словам, процесс должен состоять из пяти сквозных шагов, дополняющих друг друга: правильный подбор площадки, на которой нужно разместиться, правильное позиционирование товара (фотографирование, описание), его продвижение, доставка до потребителя, а также тема реимпорта, актуальная для тех товаров, которые возвращаются, если не подошли или требуют обмена. В следующем году будем развивать эти направления, пообещала глава РЭЦ.

РЕГУЛЯРНЫЙ ФОРМАТ

Встречи правительства и экспортёров будут регулярными, пообещала глава АО «РЭЦ».

— В ходе дискуссии правительство должно услышать проблемы экспортёров, и мы надеемся на их решение, — сказала Вероника Никишина.

По её мнению, роль РЭЦ в том, чтобы аккумулировать все существующие проблемы экспортёров, помогать их решать и, если необходимо, адресовать правительство.

Дискуссия 9 декабря носила максимально практический характер, а по её итогам будет сформирован перечень поручений и продолжится работа по решению тех вопросов, которые были поставлены экспортёрами, резюмировала глава Российского экспортного центра.

«Деловая активность восстанавливается после паузы»

Глава РЭЦ Вероника Никишина — о вызовах уходящего года, преодолении последствий пандемии и цифровой трансформации

Ульяна Славина

Российский экспортный центр (РЭЦ) оказывает поддержку экспортёрам на любом этапе деятельности — от задумки до поставки. В 2020 году настоящим испытанием для бизнес-сообщества стала разразившаяся пандемия, вызванная коронавирусной инфекцией. Отечественному экспорту пришлось проявить гибкость и оперативно адаптироваться к новым реалиям. В итоге год заканчивается плюсовыми показателями: за девять месяцев несырьевой неэнергетический экспорт вырос на 2,1% — его объём составил \$111,4 млрд. О том, как в новых условиях меняется внешняя торговля, а также о цифровой трансформации и новых форматах взаимодействия с бизнесом в интервью «Известиям» рассказала гендиректор РЭЦ Вероника Никишина.

Вероника Олеговна, 2020-й стал непростым как для мировой торговли, так и для российского экспорта. Как вы оцениваете состояние торговли в целом и экспорта в частности? Есть ли отрасли или конкретные группы товаров, которые только выиграли от пандемии?

Из-за пандемии в депрессивном состоянии находится мировая бизнес-международная торговля может снизиться на 14,2%. Консенсус-прогноз динамики мирового ВВП в этом году составляет минус 4,5%.

Однако российский несырьевой неэнергетический экспорт, несмотря на пандемию, демонстрирует рост — пусть даже небольшой, но всё же рост! Стоимостный объём ННЭ за первое полугодие вырос на 0,2% (маленький, но всё же плюс), а физический объём, согласно расчётам нашего аналитического центра, показал уверенный рост — на 5,4%. Это говорит о том, что наши экспортёры даже в такое драма-



В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ НАМ ОЧЕНЬ ВАЖНО СОЗДАТЬ ДЛЯ БИЗНЕСА ПРОСТЫЕ И УДОБНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ВОССТАНОВЛЕНИЕ И ПОДДЕРЖАНИЕ ЭКСПОРТНОЙ АКТИВНОСТИ

тичное время ищут окна возможностей и новые ниши.

Возвращаясь к международной торговле, хочу отметить, что в се-

годняшних условиях она становится более фрагментированной, неоднородной. Одни товары пользуются повышенным, даже ажиотажным

спросом. Например, лекарства, защитные средства, медицинские приборы, упаковка, базовое продовольствие. Потребление других сильно падает. Это касается энергоносителей, промышленных материалов, техники и других товаров. Страны то усиливают ограничения, то, наоборот, ослабляют их. Причём как на внутреннем рынке, так и по отношению к экспорту и импорту. В итоге, с одной стороны, повышается значи-

мость контрагентов, с другой — растёт роль разовых сделок, позволяющих использовать конъюнктурный момент, что, по нашему мнению, открывает хорошие возможности для новых участников рынка. Положительную динамику во многом обеспечило резкое увеличение вывоза золота. При этом есть и другие точки роста: на четверть выросли фармацевтика, парфюмерия, косметика. Отметим также и агропромышленный комплекс. Поставки российской продукции этого сектора на внешние рынки увеличились на 14%.

Какие решения в этой новой реальности удалось найти? На какую поддержку РЭЦ могут рассчитывать сейчас экспортёры?

Мы адаптировали продуктовый портфель с учётом тех условий, с которыми столкнулись из-за пандемии, и выделили несколько точек роста. Это стимулирование экспорта через упрощение логистики, сокращение бумажного документооборота и новые инструменты — финансовые и нефинансовые.

Мы увеличили объём финансирования на транспортировку промышленной продукции до 18 млрд рублей. Таким образом поддержим около 230 экспортёров. Внесли изменения в механизм льготного финансирования компаний, реализующих программы повышения конкурентоспособности. В этом году процентная ставка для них снижена на 3%. В октябре на финансирование по обновлённой программе поступил 61 запрос. Мы уже заключили 34 соглашения, а в следующем планируется, что их будет более сотни.

В конце ноября РЭЦ запустил цифровую платформу для экспортёров «одно

окно». Какие преимущества получат пользователи платформы?

Экспортёру не надо каждый раз с нуля заполнять огромное количество форм, подгружать одни и те же документы и т.д. В системе «одно окно» достаточно лишь один раз заполнить цифровой профиль компании. Также экспортёрам не нужно напрямую запрашивать сведения в ведомствах. Поверьте, раньше это были трудозатраты и бумагоёмкий процесс. Так, для поддержки на транспортировку экспортёру нужно было 17 раз взаимодействовать с ведомствами. Теперь же это всё можно будет сделать в один клик. И полностью без бумаги!

Международные выставки — важный инструмент для поиска новых партнёров, рынков сбыта. Уходящий год и в этом направлении стал особенным. Каким образом сейчас осуществляется международное сотрудничество?

Да, в 2020 году всё переходит в онлайн. В том числе и форумы, и бизнес-миссии.

В условиях пандемии нам очень важно создать для бизнеса простые и удобные инструменты, направленные на восстановление и поддержание экспортной активности. Мы трансформировали выставочные стенды в онлайн-бизнес-миссии. Теперь Россия принимает участие в крупнейших выставках в цифровом формате.

Всего к концу 2020 года Российский экспортный центр проведёт 17 деловых миссий в онлайн-формате, поддержав при этом не менее 300 российских производителей. По итогам уже проведённых деловых миссий организовано не менее 900 целевых встреч. Экспортный потенциал этих встреч составляет 4,075 млрд рублей. Итого о результатах и эффективности проделанной работы мы подведём в конце года.

Вызов принят

Деловую повестку экспортного форума впервые сформулировали сами экспортёры

Ульяна Славина

Ежегодный международный экспортный форум «Сделано в России» прошёл в Москве 9 декабря. Организаторы — АО «Российский экспортный центр» и Фонд Росконгресс — по традиции постарались сделать деловую программу мероприятия насыщенной и актуальной. На площадке МИА «Россия сегодня» прошли основная пленарная сессия с участием глав правительств РФ и профильных министерств, тематические круглые столы, а также мастер-классы и выставка отечественной продукции.

■ АКТУАЛЬНЫЙ РАЗГОВОР

В этом году основная тематика форума была сконцентрирована на вопросах, связанных с вызовами нового десятилетия.

Впервые в истории деловую повестку и содержание пленарной сессии форума «Сделано в России» сформулировали сами экспортёры. Предприниматели, осуществляющие торговлю на внешних рынках, предложили на обсуждение волнующие их темы. В РЭЦ поступило более трёхсот вопросов, сформулированных экспортёрами. Из них отобраны наиболее частые, которые и легли в основу деловой программы.

Главное экспортное событие года проводится с 2012-го (за исключением 2018-го). Его цель — привлечение к дискуссии о развитии несырьевого неэнергетического экспорта представителей крупного бизнеса, средних и малых предприятий, деловых сообществ, а также представителей власти и российских и зарубежных экспер-

тов, напомнила гендиректор АО «Российский экспортный центр» Вероника Никишина.

Пленарная сессия, получившая название «Экономика третьего десятилетия XXI века: вызовы и возможности для российского экспорта», затронула самые насущные проблемы глобальной экономики. Пандемия COVID-19, усиливающаяся геополитическая нестабильность, рост протекционизма национальных экономик и недостаточная эффективность Всемирной торговой организации в регулировании международной торговли — с этими негативными факторами столкнулись, пожалуй, все государства. Представители власти и бизнеса признали, что ситуация непростая, но в то же время она открывает новые возможности для стран. Во время сессии обсудили, какие меры нужно предпринимать, чтобы противостоять кризисным явлениям и при этом максимально реализовать российский экспортный потенциал.

■ ВЫХОД В ОНЛАЙН

Теме электронной коммерции посвятили два круглых стола. Сессия «Экспорт квест: выйти в онлайн», которая прошла в интерактивном формате, стала одновременно и подведением итогов, и попыткой заглянуть в будущее.

— В течение 2020 года нашей задачей было дать необходимую информацию и инструменты экспортёрам, чтобы в непростой ситуации они могли быстро сориентироваться, получить поддержку и выйти на международный рынок интернет-торговли. Истории успешного выхода или расширения объёмов онлайн-экспорта в этом

году — это подтверждение того, что наша ставка «сигнала», — подчеркнул вице-президент АО «РЭЦ» Сергей Вологодский.

События 2020 года способствовали тому, что люди стали тратить больше времени на онлайн-покупки — это даёт огромные возможности для знакомства потребителя с продуктом, о котором он ранее не знал, и выхода на новые рынки, считает директор по развитию экспорта ООО «Белёвская кондитерская компания» Наталья Шавель.

— В этом году, например, мы «завоевали» Японию, Казахстан и новые углы Европы — всё онлайн, без пробных офлайн-продаж. Этот прыжок — наше главное достижение 2020 года, — отметила Наталья Шавель.

На вебинаре «Интернет-маркетинг с локальной спецификой» ведущие эксперты рассказали об инструментах электронной коммерции и реальных проблемах продвижения продукции на различных рынках, а также определили основные форматы продвижения в интернете и связанную с ними специфику разных стран.

■ ЭФФЕКТ ПОДДЕРЖКИ

Поддержку бизнеса в период пандемии обсудили участники круглого стола «Донастройка системы поддержки экспорта: как противостоять замедлению глобальной торговли».

— Наша сессия в первую очередь позволила сравнить подходы к оказанию поддержки в разных странах и оценить их эффективность. Помимо общего обзора мы постарались показать, чего можно ожидать от следующего года как в плане динамики торговли, так и в плане эволюции программ и про-



дуктов ключевых игроков, — отметил старший вице-президент РЭЦ, генеральный директор АО «ЭКСПАР» Никита Гусаков.

В условиях замедления глобальной торговли особое значение в конкурентной борьбе приобретает доступ к удобным и доступным инструментам финансовой поддержки, считает председатель правления АО «Росэксимбанк» Азер Талыбов. По его мнению, эффективным может стать предоставление гарантийной и кредитной поддержки участникам экспортной деятельности в координации с другими компаниями Группы РЭЦ.

Вопрос роли региональных властей в развитии экспорта и реализации регионального экспортного стандарта 2.0 посвятили круглый стол «Слово за регионами. Мастер-класс от губернаторов. Лучшие практики». Участники дискуссии, в число которых вошли

губернатор Калининградской области Антон Алиханов, глава Республики Удмуртия Александр Бречалов, президент Республики Татарстан Рустам Минниханов и губернатор Амурской области Василий Орлов, поделились опытом организации региональной экспортной команды, формирования регионального инструментария поддержки.

— Круглый стол прошёл в непривычном формате. Не было сухих докладов о развитии экспорта в субъектах Российской Федерации. Главы регионов России рассказали о лучших практиках, которые у них есть, с какими сложностями столкнулся регион и как их преодолели, — отметила гендиректор АО «РЭЦ» Вероника Никишина.

■ ЦИФРОВОЕ БУДУЩЕ

Новые бизнес-решения для развития экспортной деятельности, а также ин-

формационная система «Одно окно» были представлены участникам форума на круглом столе «Цифровизация услуг и использование принципа одного окна для экспортёров», посвящённом переходу к цифровым платформам, работающим по принципу одного окна.

Вопросам создания успешного экспортного продукта в индустрии впечатлений посвятили сессию «Экспорт впечатлений».

— Во времена затянувшегося карантина исторический запрос общества «хлеба и зрелищ» как никогда ранее актуален сегодня. В погоне за впечатлениями современное общество готово тратить всё больше и больше денег, — констатирует глава РЭЦ Вероника Никишина.

На вопрос о том, как выглядит отечественная модель развития бизнеса в индустрии впечатлений, ответили работники креативной индустрии: режиссёры и продюсеры успешных кинопроектов, композиторы, музыкальные соавторы, эксперты отрасли.

Наконец, на круглом столе «Бизнес будущего» затронули главный вопрос: «Что может дать новой экономике России, где наши сильные и слабые стороны, во что мы инвестируем сегодня ради завтрашнего дня?». Для участия в круглом столе пригласили ключевых фигур в сфере технологий, инноваций и развития, поделившихся пониманием того, как они видят идеальное будущее и что нужно сделать уже сейчас для его реализации. По мнению главы АО «РЭЦ», новая реальность, в которой мы живём, требует новых решений, и государство и бизнес должны перестроить работу под изменившиеся условия.



Государство и бизнес активно взаимодействуют в рамках внешнеэкономической деятельности, и это, безусловно, касается не только регулятивной стороны вопроса, но и сотрудничества. Министерство экономического развития располагает целым комплексом механизмов поддержки экспортно ориентированных компаний. В свою очередь, у бизнеса есть различные возможности донесения своих проблем и предложений государству. Международный экспортный форум «Сделано в России» — это площадка выстраивания конструктивного диалога между государством и бизнесом, выработка совместных подходов, которые затем можно внедрить в практику. В этом году впервые представители правительства и профильных ведомств вместе с экспортёрами целенаправленно прорабатывали пути совершенствования мер поддержки экспорта

Владимир Ильичев
Замминистра экономического развития РФ



В 2020 году экспорт российской продукции агропромышленного комплекса (АПК) демонстрирует уверенный рост. Для поддержания этой тенденции Минсельхоз России в рамках федерального проекта «Экспорт продукции АПК» активно работает над совершенствованием механизмов стимулирования и поддержки отечественных производителей. Мы заинтересованы в укреплении позиций российской сельскохозяйственной продукции на внешних рынках. На площадке международного экспортного форума «Сделано в России» участники рынка и представители органов власти обсудили эффективные форматы работы и лучшие практики по наращиванию поставок отечественных товаров за рубеж

Сергей Левин
Замминистра сельского хозяйства РФ



Создание условий для повышения конкурентоспособности и востребованности российской продукции на глобальном рынке — важная составляющая достижения национальных целей развития. В настоящий момент Минпромторгом и бизнесом ведётся работа по доработке механизмов поддержки в рамках национального проекта «Международная кооперация и экспорт». Снимаются внутренние барьеры выхода на внешние рынки, формируется комплексный инструментальный сопровождения экспорта на всех этапах жизненного цикла проектов. В этом году в рамках форума «Сделано в России» члены правительства и профильных министерств, лауреаты всероссийского конкурса «Экспортёр года» и эксперты институтов развития обсудили систему поддержки экспорта в новых экономических реалиях. Уверен, что такая совместная работа будет способствовать реализации нашей общей задачи — устойчивого наращивания экспорта несырьевых неэнергетических товаров через использование новых возможностей для роста

Василий Осьмаков
Замминистра промышленности и торговли РФ

Игнат Вьюгин

Вне самом простом уходящем году экспорт сельскохозяйственной продукции на внешние рынки вырос на 14%. От продажи товаров агропромышленного комплекса российские регионы выручили около \$20 млрд. Главными поставщиками пшеницы и растительного масла стали Ростовская область и Краснодарский край, а рыбы — Приморский край и Мурманская область. Местные власти убеждены: экспортный потенциал регионов огромен. А осваивать новые ниши — например, электронную торговлю — бизнесу помогает Российский экспортный центр.

ВОСТРЕБОВАННОЕ ПРОДОВОЛЬСТВИЕ

За девять месяцев 2020 года первое место в отечественном экспорте занимает золото. Ценного металла продали на сумму \$12,5 млрд в объёме 220,5 т. Его доля в экспорте 2020-го составила 11,2%. На втором месте — пшеница. Зерна продали на \$5 млрд 162 млн — на 12% больше, чем в прошлом году. В общем объёме экспортных товаров «жёлтое золото» занимает долю в 4,6%. Экспорт растительного масла увеличился на 29%. В результате его поставок за рубеж российскому бизнесу удалось выручить \$2 млрд 26 млн.

Общий объём продаж товаров агропромышленного комплекса составил около \$20 млрд, тогда как в 2019 году экспортёры этой категории выручили \$17,4 млрд. В числе лидеров — импортёры российской продукции в Китай, закупивший сельхозпродукцию на сумму \$2,8 млрд. Чуть меньше агропромышленных товаров — на \$2,2 млрд — было отправлено в Турцию.

Не хлебом единым

Золото и пшеница стали главными товарами российских регионов на внешних рынках



В этом году Ростовская область поставила за рубеж пшеницу на сумму \$2,73 млрд, подсолнечное масло — на \$719 млн и ячмень — на \$364 млн. Краснодарский край выручил за зерно \$979 млн и \$222 млн за подсолнечное масло. Основные потребители продукции российских житниц — Турция и Украина. Приморский край отправил в соседние Китай, Корею и Японию рекордное количество рыбы (на \$633 млн) и ракообразных (на \$288 млн). Второй рыбный регион — Мурманская область — в этом году выручил за мороженую рыбу \$390 млн. Покупает мурманские товары прежде всего Голландия.

Сою и соевое масло на внешний рынок поставяет Амурская область. Общая выручка региона за эти продукты в 2020 году составила \$121 млн. По словам губернатора Амурской области Василия Орлова, несмотря на пандемию, регион продолжает наращивать экспорт местной продукции на зарубежные рынки, и значительную долю в нём занимает сельхозпродукция. Поддержка экспорта, по его словам, способствуют и специальные программы: поддержка промышленно- и агропромышленного экспорта, экспорта услуг, а также создание

комплекса мер для содействия работы экспортёров в Приамурье.

ВНУТРЕННИЙ ПОТЕНЦИАЛ

Активно развивали поставки сельхозпродукции за рубеж и в Татарстане. По данным главы республики Рустама Минниханова, за 9 месяцев этого года экспорт вырос более чем в 1,5 раза к прошлому году и составил свыше \$200 млн.

— Сегодня продукция из Татарстана экспортируется в 70 стран мира. Наша цель — максимально перерабатывать продукцию в республике и экспорти-

ровать готовый продукт с высокой долей добавленной стоимости, — отметил Рустам Минниханов.

Он подчеркнул, что предприятия активно пользуются услугами Российского экспортного центра, особо выделяя направления страховых и кредитно-гарантийных услуг, а также субсидиарную поддержку.

Производство из Удмуртии на международных рынках пока представлена не так широко. Однако глава республики Александр Бречалов убеждён, что экспортный потенциал Удмуртии колоссальный.

— У нас есть серьёзные конкурентные производства: качественная продукция, национальная самобытность и интеллектуальный потенциал, — отметил он.

Задача властей субъекта — понять, как использовать возможности на глобальном рынке максимально эффективно. Экспорту, по словам главы Удмуртии, уделили особое внимание в стратегии социально-экономического развития республики до 2030 года, создав отдельный раздел «Экспортная стратегия». Согласно этим планам, регион намерен нарастить несырьевой экспорт в три раза в ближайшие 10 лет.

ЭЛЕКТРОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ

К выходу как на глобальные мировые площадки, так и на внутренние он-

лайн-рынки зарубежных стран экспортёрам помогают подготовиться в региональных центрах поддержки экспорта.

— Был разработан совместный механизм взаимодействия. Со стороны РЭЦ осуществляется подбор площадок, а финансирование — от субъекта Федерации, — рассказала глава РЭЦ Вероника Никишина, отметив, что в этом году механизмом воспользовалось порядка 1,5 тыс. компаний.

По её словам, создаются целевые каналы вывода на сложные внутренние маркетплейсы — например, отечественный магазин пищевых товаров на китайской площадке Tmall.

В условиях пандемии электронное развитие системы электронных продаж стало одним из приоритетов РЭЦ. Особый акцент был сделан на повышении грамотности компаний в области экспортной интернет-торговли.

В настоящий момент школа экспорта РЭЦ, объединяющая 68 региональных партнёров, реализует информационный семинар для начинающих онлайн-экспортёров. В интернете доступно специальное онлайн-пособие, в регулярном режиме проводятся открытые вебинары, где используются современные инструменты коммуникации с экспортёрами — например, Telegram и соцсети, добавила гендиректор РЭЦ.

Рекорд-2020

В 2020 году количество заявок на участие в премии «Экспортёр года» превысило 1700

Игнат Вьюгин

С 2021 по 2024 год на развитие российского бизнеса, в том числе экспортно ориентированных компаний, из федерального бюджета выделят 650 млрд рублей, сообщил первый вице-премьер правительства России Андрей Белоусов. Несмотря на непростую экономическую ситуацию, о своём участии в премии «Экспортёр года» в 2020 году заявили свыше 1,7 тыс. компаний. И это, по словам главы РЭЦ Вероники Никишиной, рекордное количество.

В 2020 году закрылось подавляющее большинство зарубежных рынков, на многих из них наблюдается спад, поэтому те, кто принял вызов и смог выстоять, несмотря на сложности, увеличить объём продаж, — настоя-

щие герои, убеждён первый зампреда правительства России, председатель конкурсной комиссии премии «Экспортёр года» Андрей Белоусов.

Премия «Экспортёр года» по традиции прошла в несколько этапов. На первом отбор лучших экспортёров проводился в регионах. Затем из финалистов выбрали победителей в 12 номинациях.

В номинации «Экспортёр года в сфере промышленности» в категории «крупный бизнес» первое место присудили АО «Автомобильный завод «УРАЛ», представляющему Челябинскую область. Компания выпускает грузовые автомобили высокой проходимости марки «УРАЛ» и поставяет продукцию в 15 стран мира.

В номинации «Экспортёр года в сфере промышленности» в кате-

гории «малое и среднее предпринимательство» конкурсная комиссия не смогла определить одного победителя, поэтому лидерство отдали двум предприятиям — ООО «Айс-плюс» из Московской области и ООО «Ассоциация медицины и аналитики» из Санкт-Петербурга.

Компания «Айс-плюс» занимается производством складского и торгового стеллажного оборудования, а также покупательских тележек для магазинов. Доля экспорта в общей выручке «Айс-плюс» составляет 99%.

Санкт-петербургская Ассоциация медицины и аналитики разрабатывает и производит диагностические тест-системы для гастроэнтерологии, эндоскопии, педиатрии и терапии, которые получили признание более чем в 400 городах России и стран СНГ, Европы и Латинской Америки.

В номинации «Экспортёр года в сфере агропромышленного комплекса» в категории «крупный бизнес» лучшим стал Нижегородский масложирный комбинат, производящий майонезы, маргарины и жиры.

Экспортная география этого предприятия охватывает 26 стран.

Небольшое предприятие из Карелии — ООО «Фирма Торговый Дом Ярмарка» — в этом году завоевало первое место в номинации «Экспортёр года в сфере агропромышленного комплекса» в категории «малое и среднее предпринимательство». Вкусовые качества пищевых продуктов, в том числе натуральных и подходящих для правильного питания, уже оценили в 16 странах мира.

Лидерство в номинации «Экспортёр года в сфере услуг» в категории «крупный бизнес» досталось транспортно-экспедиционной компании ООО «Траско» из Московской области. Компания предоставляет по всему миру услуги по перевозке грузов и ведёт внешнеэкономическую деятельность в 74 странах.

В этой же номинации, но уже в категории «малое и среднее предпринимательство» не было равных предприятию ООО «ИТ Профессиональные решения» из Пермского края, оказывающему услуги по цифровой трансформации и занимающемуся разработкой собственных технологических

решений. Победителю доверяют в Узбекистане, Казахстане, Ираке, ОАЭ, Нигерии и Мексике.

Производитель биотехнологических препаратов — санкт-петербургское ООО «Геофарм» заняло первое место в номинации «Экспортёр года в сфере высоких технологий» в категории «крупный бизнес». Фармацевтическая продукция компании представлена в 13 странах.

Медицинское оборудование для нейрофизиологии, функциональной диагностики, аудиологии и реабилитации ООО «Нейрософт» из Иваново экспортируется в 69 стран мира. В этом году заслуги компании отмечены первым местом в номинации «Экспортёр года в сфере высоких технологий» в категории «малое и среднее предпринимательство».

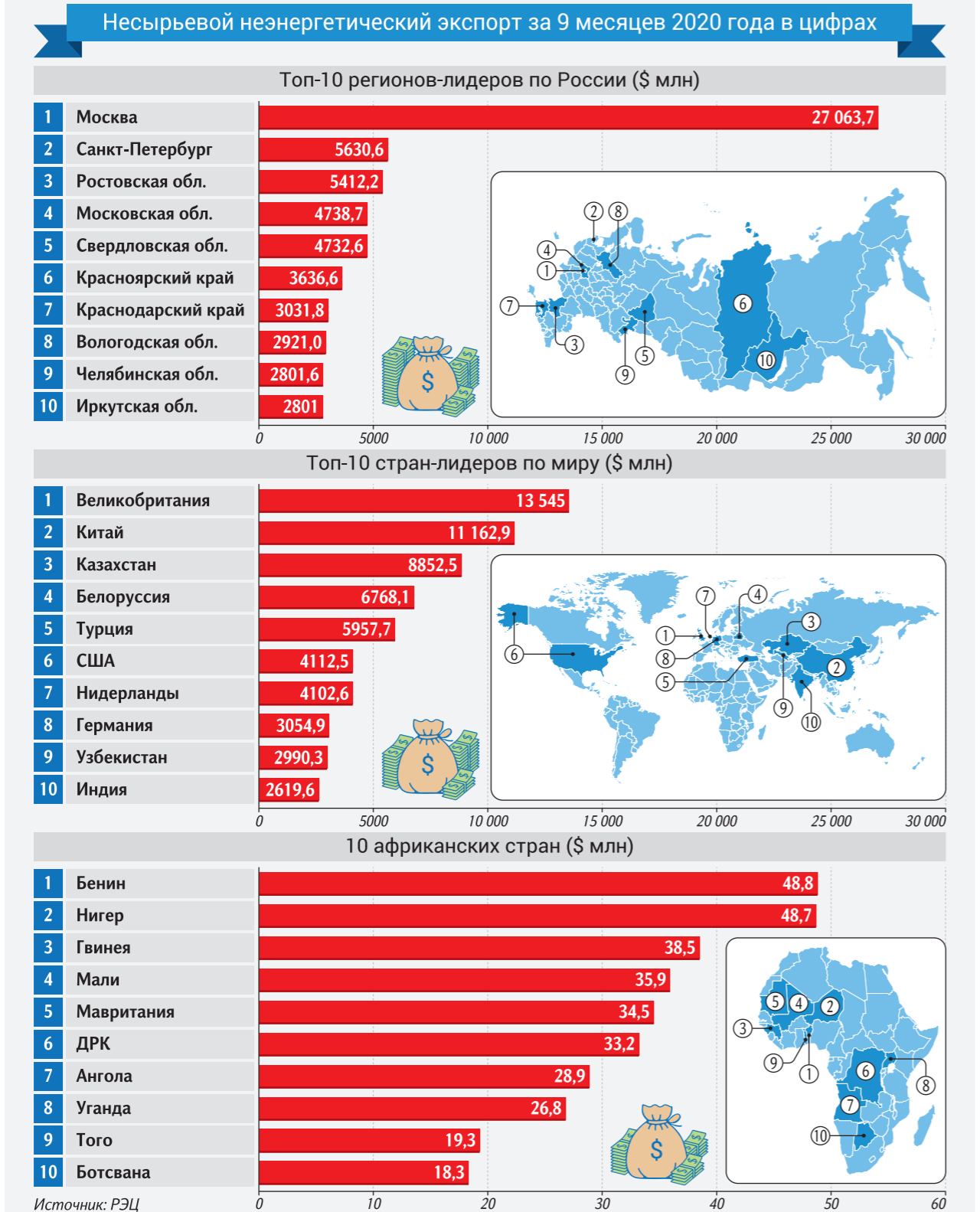
В номинации «Трейдера года» в категории «крупный бизнес» лидером признано ООО «ПродЭкс» (Республика Татарстан), являющееся эксклюзивным экспортёром АО «Эссен Продакшн АГ». Продукцию под торговой маркой «Махеев» — майонез, кетчуп, джем — по-

ставяют в Европу, страны Юго-Восточной Азии.

Объём экспорта ООО «Пенетрон-Экспорт», базирующегося в Свердловской области, в 2020 году вырос на 64,7%. Материалы для гидроизоляции и строительства объектов различного назначения востребованы на рынках Казахстана, Белоруссии, Узбекистана и в Англии. Компания стала лидером в номинации «Трейдера года» в категории «малое и среднее предпринимательство».

Краснодарское ООО «Кубань-Вино» производит тихие и игристые вина из собственного винограда. Продукцию компании ценят в Малайзии, Белоруссии, Турции, Норвегии и Китае. Достижения этого предприятия в 2020 году были отмечены первым местом в номинации «Новая география».

Наконец, «Прорыв года» в сфере экспортной торговли стало ООО «Соя АНК» из Амурской области. Современный завод по переработке сои экспортирует свою продукцию в страны Азии — в Китай, Вьетнам, Японию, Южную Корею и КНДР.



Центр сервиса

Как «Одно окно» экономит экспортёрам время на сбор документов и упрощает выход на внешние рынки



Юлия Романова

Информационную систему «Одно окно» Российский экспортный центр запустил 26 ноября. Отечественные бизнесмены получили цифровую платформу, упрощающую взаимодействие с государственными институтами и предоставляющую доступ к услугам органов власти в электронном виде в круглосуточном режиме. Зарегистрированному в системе экспортёру использование сервиса поможет оперативно выйти на внешние рынки. В следующем году платформа будет развиваться и дополняться новыми возможностями.

БЕСШОВНЫЕ УСЛУГИ

Новая платформа «Одно окно» — это цифровая экосистема, своего рода многофункциональный центр для экспортёров, создание которого было предусмотрено национальным проектом «Международная кооперация и экспорт», отметил заместитель председателя правительства Алексей Оверчук. По его словам, она объединит сервисы, предоставляемые федеральными органами исполнительной власти в сфере регулирования внешнеэкономической деятельности, и в конечном итоге должна обеспечить появление бесшовной среды для оказания услуг экспортёрам.

— У нас есть поставленная президентом задача по увеличению сырьевого неэнергетического экспорта на 70%. Чтобы её решить, надо радикально увеличить число экспортёров, а для этого нужно соответствующим образом доработать механизмы поддержки. Работать с тысячами предприятий, а не с единицами и десятками можно только в цифровом формате. Именно поэтому нам нужна система «Одно окно» для экспортёров, — пояснил заместитель министра промышленности и торговли РФ Василий Осмаков.

Через цифровой профиль в сервисе бизнесмены, занимающиеся внешней торговлей, могут из одной точки подавать заявки на предоставление услуг, получать доступ к аналитике и квалифицированной поддержке специалистов по самым разным вопросам.

Целевую аудиторию информационной системы «Одно окно» можно разделить на три группы. К первой относятся продвинутые экспортёры, у которых экспортные поставки занимают значительную долю в общем объёме продаж. Во вторую выделяют начинающих бизнесменов, заключающих разовые сделки. А третья группа — это потенциальные экспортёры, только начинающие или планирующие развивать внешне-торговую деятельность.

К УСЛУГАМ НАЧИНАЮЩИХ

У экспортёров, желающих развивать бизнес и/или только планирующих выходить на внешние рынки, есть возможность воспользоваться аналитическими сервисами, которые помогут им с поиском рынков сбыта, а также с поиском потенциальных иностранных покупателей.

— В аналитических сервисах мы концентрируем на поиске рынков сбыта и существующих экспортных ниш, консультируем по странам, куда можно потенциально поставлять свою продукцию, даём информацию про требования к товарам, которые закупает в других странах. Помогаем найти иностранного покупателя для экспортёра и в обратную сторону осуществляем поиск российских поставщика по запросу из-за рубежа, — рассказала гендиректор РЭЦ Вероника Никишина.

— Пользователь «Одного окна» в следующем году сможет воспользоваться сервисом для размещения на e-commerce-площадках, кстати, одним из самых популярных и востребованных. Вокруг экспортёра эволюционно создаётся экосистема сервисов, — подчеркнула гендиректор РЭЦ.

ПОМОЩЬ В РОСТЕ

Следующий этап — помощь регулярным экспортёрам, тем, у кого большая доля бизнеса связана с экспортной деятельностью. Цифровая платформа помогает им получить господдержку и предоставляет возможность воспользоваться государственными сервисами. К госсервисам относятся таможенное декларирование

и подтверждение нулевой ставки НДС, а к господдержке — возмещение расходов на транспортировку продукции и помощь в участии в выставочно-ярмарочных мероприятиях. Эти услуги уже получили особое название.

— Четыре сервиса дополняют друг друга, каждый из них даёт возможность использования сведений, подгружаемых через систему межведомственного электронного взаимодействия, что позволит облегчить заполнение документации. Поэтому мы назвали их «суперсервисы», — пояснила Вероника Никишина.

Процесс таможенного декларирования для экспортёра — сложный и при этом обязательный, признаёт глава РЭЦ. Использование этого суперсервиса через «Одно окно» призвано максимально его упростить и ускорить.

— Акцент сделали на подсказках, на предзаполнении документов, на автоматических запросах сведений из ведомств по системе межведомственного электронного взаимодействия. В итоге новые экспортёры и представители малого и среднего предпринимательства убедятся, что таможенную декларацию можно заполнить быстро и комфортно, — отметила она.

Каждый экспортёр сталкивается с необходимостью подтвердить нулевую ставку НДС.

— Для того чтобы подтвердить нулевую ставку НДС, экспортёр должен подать налоговую декларацию и реестр подтверждающих документов. Зачастую их формируют вручную, что приводит к риску совершения ошибок, приводящих, в свою очередь, к дополнительным запросам со стороны налоговой инспекции и увеличению сроков камеральной проверки, — напоминает вице-президент АО «РЭЦ» Алексей Михайлик.

По его мнению, новый суперсервис призван решить эти проблемы экспортёров, так как такой реестр на базе «Одного окна» может быть сформирован автоматически, а вся необходимая информация для заполнения заявки по услуге будет получена через шину данных, с помощью которой ведомства обмениваются информацией в электронном виде. Это позволит избавить экспортёров от большей части

действий, которые раньше они были вынуждены выполнять самостоятельно, добавил Алексей Михайлик.

СНЯТИЕ БАРЬЕРОВ

Господдержка на транспортировку — одна из самых востребованных у экспортёров услуга, оказываемая РЭЦ, считает глава ведомства Вероника Никишина. Однако для того, чтобы получить господдержку, экспортёрам нужно подать заявку, собрав большой пакет документов, и ждать её одобрения или отклонения в течение одного и даже двух месяцев.

— Теперь через сервис «Одно окно» документы будут приниматься в электронном виде, дальнейшее согласование пройдёт с минимальным участием человека, а решение о предоставлении или отклонении господдержки на транспортировку примется сразу, без ожиданий. Временные издержки экспортёра на получение господдержки на транспортировку будут резко сокращены, — отметил вице-президент РЭЦ Сергей Вологодский.

Участие в международных выставочных мероприятиях — это, по признанию вице-президента РЭЦ, залог успешного бизнеса, так как именно на выставках формируется деловая среда, а российские бизнесмены могут представить свою продукцию.

— Если брать статистику за 2019 год, то мы оказали поддержку 1178 компаниям в участии в международных выставочных мероприятиях, — уточнил Сергей Вологодский.

По его словам, ранее для получения этой субсидии необходимо было собрать 15 различных документов и ждать ответа две недели о допуске или об отказе в участии. Процедура была очень длинная и местами бюрократизированная, признаёт собеседник «Известий».

— Наш сервис направлен на то, чтобы максимально упростить процедуру подачи заявки и нашего рассмотрения. Получение данной меры поддержки превратилось в одну онлайн-заявку, сбор необходимых документов и принятие решений проходит в электронном виде, — резюмирует вице-президент РЭЦ Алексей Михайлик.

ЦИФРОВЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ

Господдержка транспортировки и участия в международных выставочных мероприятиях станет доступной для экспортёров с 1 января 2021 года, когда вступит в силу нормативная база о данных электронных цифровых сервисах, обратила внимание глава РЭЦ Вероника Никишина. По её словам, в следующем году информационная система «Одно окно» будет расширяться. — Мы планируем перевести в цифровой вид получение разрешительных документов — различных сертификатов, лицензий, всего того, что необходимо для таможенной декларации или предоставления товара за рубежом, — делится планами Вероника Никишина. По её словам, аналитические сервисы будут превращены в единую поисковую строку, в которой экспортёр, введя название своего товара, сможет получить необходимую информацию: рыночные ниши, оптимальные логистические маршруты, профильные выставки и бизнес-миссии.

Глава РЭЦ подчеркнула, что для участия в совершенствовании системы «Одно окно» приглашаются все экспортёры, Российский экспортный центр открыт к диалогу и обсуждению. В планах РЭЦ — эволюционно формировать цифровые сервисы, полностью опираясь на запросы бизнес-сообщества.

Катализатором увеличения количества экспортноориентированных проектов стал запуск Минпромторгом корпоративной программы повышения конкурентоспособности (КППК), осуществляемой в рамках нацпроекта «Международная кооперация и экспорт».

В будущем реализация намеченных в нём планов будет способствовать наращиванию объёмов российской продукции на внешних рынках, считают в агентстве.

— Наши ключевые партнёры — банки, но для того чтобы они продолжали финансировать экспорт, естественно, нужна часть рисков с них снимать, — пояснил руководитель ЭКСПАР. — Собственно для этого и нужно страховое покрытие, которое в соответствии с нормами Центрального банка РФ является обеспечением первой категории качества и помогает снизить нагрузку на капитал.

Работая с агентством, финансовые организации могут получить дополнительные преимущества — возможность рефинансировать кредиты под страховку в Центральном банке. Это важно с точки зрения привлечения ликвидности.

В этом году ЦБ РФ пошёл навстречу банкам и расширил программу по рефинансированию, принимая кредиты по всему спектру продукции, которая относится к несырьевому неэнергетическому экспорту.

— Положительный эффект уже наблюдается. Банки стали активнее участвовать в наших программах, запросы с их стороны выросли на 30%. Ставим перед собой задачу вовлечь в поддерж-

РЭЦ продолжает наращивать объёмы поддержанного экспорта

Юлия Романова

Распространение коронавирусной инфекции, ограничительные меры, усложнение транспортировки продукции, отмена выставочных мероприятий — всё это значительно усложнило внешнеэкономическую деятельность отечественных компаний. В таких условиях Российский экспортный центр должен был стать опорой для экспортёров, нуждающихся в поддержке, и при приближении к концу 2020 года с уверенностью можно говорить о высоких достигнутых показателях поддержки отечественного экспорта в непростых условиях, отметил вице-президент АО «РЭЦ» Сергей Вологодский.

По итогам 11 месяцев 2020-го объём поддержанного Российским экспортным центром экспорта по государственным программам достиг \$6,2 млрд. Наибольший вклад в эту цифру внесли программа поддержки транспортировки продукции промышленности и агропромышленного комплекса (\$5,3 млрд), проекты в рамках корпоративных программ повышения конкурентоспособности (\$0,4 млрд) и программа поддержки сертификации продукции АПК на внешних рынках (\$0,48 млрд).

Количество компаний, получивших государственную поддержку, по состоянию на 1 декабря достигло 1134. В частности, наибольшим спросом в течение последних 11 месяцев пользовалась поддержка по транспортировке продукции АПК (она была оказана 285 экспортёрам), а также по участию в выставках и онлайн-бизнес-миссиях (469 компаний). При этом, несмотря на отмену выставок со второго квартала 2020-го, экспортёры продолжают направлять в РЭЦ информацию об успешно заключённых экспортных контрактах по итогам мероприятий, прошедших в 2019 году и первом квартале нынешнего года. В результате на 1 декабря объём экспорта накопленным итогом достиг \$595 млн, при этом количество контрактов составило почти 2 тыс.

— В качестве ответа на ограничения, связанные с трансграничными поездками и запретом на проведение выставочных мероприятий, РЭЦ запустил новый продукт — бизнес-миссии онлайн. Суммарно до конца года будет проведено 28 таких мероприятий с участием 600 экспортёров из 20 отраслей, для которых организовано свыше 3300 целевых встреч с 900 потенциальными иностранными покупателями из более чем 40 стран, — отметил вице-президент АО «РЭЦ» Сергей Вологодский.

Поддержка продолжает активно оказываться и по другим направлениям: по транспортировке промышленной продукции она была оказана 161 экспортёру, по сертификации продукции АПК — 17 компаниям. 104 компании подписали соглашения о размещении продукции в дегустационных павильонах РЭЦ для презентации своей продукции за рубежом. Напомним, что павильоны АПК представлены в Шанхае, Хошимине и Дубае.

— Мы наблюдаем положительную динамику практически по всем направлениям деятельности Российского экспортного центра за 11 месяцев текущего года. Это особенно примечательно, учитывая те непростые условия, в которых мы находимся из-за распространения COVID-19 и ограничений на внешних рынках. Можно с уверенностью заявить, что по итогам этого года мы окажем поддержку более чем 1400 экспортёрам в рамках реализации программ государственной поддержки. Своевременная их доработка, а также запуск ряда новых программ во втором и третьем кварталах дали ожидаемый положительный эффект. Объём поддержанного экспорта уже сейчас приблизился к показателям 2019-го, когда мы поддержали экспортные поставки на сумму \$6,5 млрд и ожидаем, что в текущем году этот показатель достигнет \$7,4 млрд, — подчеркнул Сергей Вологодский.

В 2020 году стартовали четыре новые программы поддержки:

- поддержка зарубежной регистрации товарных знаков и патентов (поддержано 23 компании, в работе 67 заявок);
- поддержка сертификации и омоложения промышленной продукции (поддержано 33 компании);
- поддержка сертификации продукции АПК (поддержано 17 компаний, в работе 40 заявок);
- поддержка адаптации и сертификации продукции кинематографии и ИТ (поддержано 10 компаний, в работе три заявки).

— В части поддержки адаптации и сертификации продукции кинематографии и ИТ интересной особенностью стало большое количество мультипликаторов, подавших заявки на данную меру поддержки. Такие мультфильмы, как «Звёздный патруль», «Щелкунчик и волшебная флейта», «Бука», «Барбоскины на даче», «Снежная королева» и «Руслан и Людмила» при помощи РЭЦ смогут выйти на рынки США, Канады, Латинской Америки, Европы и Юго-Восточной Азии, — поделился Сергей Вологодский.

Возобновлённая в этом году после перерыва в 2019-м программа поддержки зарубежной регистрации товарных знаков и патентов была позитивно воспринята рынком. Среди поддержанных компаний можно выделить ООО «Объединение «Союзпищепром», которое благодаря поддержке РЭЦ смогло компенсировать затраты на регистрацию товарных знаков «Корона Востока», «Эльва», «Затейница», «Здоровое меню», «Царь», Dr. Naturl и Imperial cuisine в странах СНГ, Израиле и Китае. Особенно важно отметить регистрацию товарного знака в КНР, так как указанная регистрация позволяет компании избежать мошенничества при поставках своей продукции агропромышленного комплекса и выйти на электронные торговые площадки КНР.

Развитие электронной торговли было также одной из основных задач РЭЦ в текущем году. Российский экспортный центр совместно с партнёрами и центрами поддержки экспорта в регионах в 2020-м обеспечил выход на международные маркетплейсы более 1700 компаний МСП. А открытый РЭЦ в ноябре 2019 года на китайском маркетплейсе Tmall.com национальный магазин, ориентированный на розничные B2C-продажи, позволил в 2020-м 86 компаниям разместить более 270 видов товаров. При этом объём продаж в магазине составил более 245 млн рублей при общем количестве продаж более 600 тыс.

РЭЦ продолжает вести активную работу и по развитию демонстрационных павильонов в иностранных государствах, где могут разместить свою продукцию отечественные производители. В текущем году объём экспортных контрактов, заключённых с посетителями павильонов, составил почти 0,5 млрд рублей. Среди размещивших свою продукцию в павильоне ОАЭ можно отметить компанию из Владикавказа ООО «Агрофирма ФАТ», которая при поддержке оператора павильона успешно прошла сертификацию своей продукции (вода минеральная) и заключила экспортный контракт на поставку бутылированной воды. Также можно выделить компанию ООО «Нижевартовский рыбоконсервный комбинат «Санта-Мария», разместившую в августе свою продукцию (консервы) в павильоне в Китае и уже заключившую экспортный контракт на поставку в сеть китайских супермаркетов. При этом в 2020-м крупные игроки отрасли также воспользовались этой услугой — компания «Мираторг» (разместила свою продукцию в павильонах в ОАЭ и Вьетнаме) и «Макфа» (павильоны во Вьетнаме и Китае).

Также в 2020 году Российским экспортным центром была активизирована работа по программе КППК. По итогам 11 месяцев заключено 32 соглашения о финансировании, в рамках которых компаниями для реализации проектов привлечено более 119 млрд рублей (объём экспорта до 2024-го по текущим соглашениям составит 262 млрд рублей). При этом РЭЦ налажено взаимодействие как с экспортёрами, участвующими и планирующими принять участие в программе, так и с ведущими банками как непосредственными участниками механизма поддержки. Результатом такой работы стал значительный рост заинтересованности в программе — количество поступивших в РЭЦ заявок от банков увеличилось за год в пять раз (176 заявок в 2020 году, 34 заявки в 2019-м). В настоящий момент 118 заявок от банков находится на рассмотрении в РЭЦ и Минпромторге.

Одним из важнейших событий прошедших 11 месяцев, безусловно, стал запуск 26 ноября информационной системы «Одно окно», в которой с 2021 года предоставление поддержки по самым востребованным государственным программам РЭЦ — поддержка транспортировки и участия в выставочно-ярмарочной деятельности и бизнес-миссиях — будет осуществляться в электронном виде с полным уходом от бумажного документооборота и получением всех необходимых сведений от ФГИС по СМЭВ.

— В следующем году РЭЦ, безусловно, продолжит доработку существующих инструментов поддержки. Так, в новом году планируется запуск компенсации модели поддержки участия экспортёров в выставочной деятельности. Они смогут самостоятельно организовывать индивидуальные стенды на выставках или выставках и получать компенсацию стоимости аренды площади и оплаты регистрационного сбора, — поделился планами на 2021-й Сергей Вологодский. — Кроме того, как показала ситуация с коронавирусом, всё больший акцент будет делаться на цифровом взаимодействии продавцов и покупателей. В следующем году мы будем увеличивать количество резидентов Национального магазина российских пищевых товаров на китайском маркетплейсе Tmall.com, который РЭЦ открыл год назад, а также создавать новые возможности на других площадках, включая китайское суперприложение WeChat.

Год исторического максимума

Страховая ёмкость ЭКСПАР достигла триллиона рублей

Ульяна Славина

Доля Российского агентства по страхованию экспортных кредитов и инвестиций (ЭКСПАР) в поддержке несырьевого неэнергетического отечественного экспорта в 2020 году составила примерно 12%. В целом за девять лет существования агентства поддержано более \$70 млрд национального экспорта за рубеж. Входящем году страховая ёмкость организации достигла максимального значения — одного триллиона рублей. Об итогах взаимодействия с банками в 2020 году рассказал старший вице-президент РЭЦ, глава ЭКСПАР Никита Гусakov.

Арсенал ЭКСПАР довольно широк. Продуктовая линейка агентства разнообразна и закрывает различные потребности — как экспортёров, так и иностранных покупателей и финансовых институтов.

— Три года назад мы расширили свой инструментарий и пошли в сторону поддержки инвестиционного финансирования, причём как за рубежом, так и в России, — рассказывает глава ЭКСПАР Никита Гусakov. — Например, в начале декабря в Узбекистане запускается Ташкентский металлургический завод, построенный российским генподряд-

чиком. Финансирование проекта осуществлялось Росэксимбанком в рамках кредитного соглашения с узбекскими банками — АКБ «Асака» и АКБ «Узпромстройбанк». Благодаря новому предприятию республика будет обеспечена высококачественной металлургической продукцией, причём с использованием российского проката. Риски по кредитным соглашениям взяло на себя ЭКСПАР.

Сейчас агентство рассматривает возможность поддержки нескольких майнинговых и инфраструктурных проектов на Африканском континенте. Стоит отметить, что российские компании выступают уже не только как продавцы оборудования, но и постепенно начинают играть роль генподрядчика в металлургических и инфраструктурных железнодорожных проектах.

— За последние 3–5 лет наблюдаем заметный сдвиг в географической локализации подобных инвестпроектов. Если ранее к нам поступал поток заявок на страховую поддержку проектов в других странах, то в последние два года мы видим существенный сдвиг в сторону России, — отмечает Никита Гусakov. — Одним из перспективных направлений считаем создание и развитие экспортной инфраструктуры — например, портовых мощностей.

Катализатором увеличения количества экспортноориентированных проектов стал запуск Минпромторгом корпоративной программы повышения конкурентоспособности (КППК), осуществляемой в рамках нацпроекта «Международная кооперация и экспорт».

В будущем реализация намеченных в нём планов будет способствовать наращиванию объёмов российской продукции на внешних рынках, считают в агентстве.

— Наши ключевые партнёры — банки, но для того чтобы они продолжали финансировать экспорт, естественно, нужна часть рисков с них снимать, — пояснил руководитель ЭКСПАР. — Собственно для этого и нужно страховое покрытие, которое в соответствии с нормами Центрального банка РФ является обеспечением первой категории качества и помогает снизить нагрузку на капитал.

Работая с агентством, финансовые организации могут получить дополнительные преимущества — возможность рефинансировать кредиты под страховку в Центральном банке. Это важно с точки зрения привлечения ликвидности.

В этом году ЦБ РФ пошёл навстречу банкам и расширил программу по рефинансированию, принимая кредиты по всему спектру продукции, которая относится к несырьевому неэнергетическому экспорту.