

## Экспорт меняет маршруты

Как бизнес ищет новые рынки сбыта по всему миру

Елена Разина

**Н**есырьевой неэнергетический экспорт (ННЭ) показывает в этом году самые высокие темпы роста, заявил премьер Михаил Мишустин, рассказывая о ситуации с российским экспортом на международном экспортном форуме «Сделано в России», который состоялся в середине октября. По его словам, за девять месяцев 2023 г. это направление экспорта превысило 990 млрд руб., что на 85% больше сопоставимых показателей прошлого года. При производстве товаров ННЭ занято более 5 млн рабочих мест – это 7% от общей занятости активного населения, пояснила там же гендиректор Российского экспортного центра (РЭЦ; входит в ВЭБ.РФ) Вероника Никишина.

С начала 2022 г. подробные цифры по экспорту не раскрываются, но чиновники отмечали, что наблюдалось сокращение объемов по ряду направлений торговли с недружественными странами Европы, Северной Америки и некоторыми странами Юго-Восточной Азии. «Сегодня мы уже видим, что рост объемов поставок на новые рынки начинает компенсировать этот спад», – рассказал в интервью «Ведомости&» вице-президент РЭЦ Станислав Георгиевский (интервью с ним см. на стр. 2).

Наиболее интенсивный рост торговли (больше чем в 2 раза) отмечается с Индией и Объединенными Арабскими Эмиратами, говорил Мишустин. В стоимостном выражении самый значительный рост – в торговле с Китаем. По предварительным данным Федеральной таможенной службы, в январе – июле товарооборот с Китаем увеличился почти на треть. А по данным Минэкономразвития, за восемь месяцев 2023 г. этот показатель превысил \$140 млрд. «Сейчас это наш крупнейший внешнеэкономический партнер, а Россия, в свою очередь, заняла 6-е место во внешней торговле Китая», – отмечал на форуме «Сделано в России» Мишустин. Хорошие показатели роста в торговле с Белоруссией и Казахстаном. Большие объемы российской продукции идут сейчас в Турцию, страны Африки и страны Персидского залива, добавляет Георгиевский.

Рост, по словам Мишустина, был бы невозможен без государственной поддержки экспортеров. Ключевую роль в этой поддержке он отвел деятельности РЭЦ – консолидированному государственному институту поддержки экспорта, созданному в 2015 г. Глава правительства отметил, что при помощи РЭЦ улучшили свои показатели на внешних рынках уже 16 200 компаний.

### Новые чемпионы

ННЭ, согласно определению, – это прежде всего продукция агропромышленного комплекса (АПК). В последние годы Россия укрепила статус крупнейшего в мире экспортера зерна, при этом лидерами по закупкам российского зерна стали Турция, Иран и Египет. По данным Союза российских экспортеров зерна, всего в июле – октябре страна экспортировала 24,7 млн т зерна (в 1,5 раза больше, чем годом ранее), в том числе 19 млн т пшеницы (на 39,3% больше). Помимо зерна увеличиваются объемы экспорта молочной продукции и мяса. «Новые чемпионы – мясо птицы, говядина, свинина», – рассказал Георгиевский. Так, например, Китай только в этом году снял ограничения на экспорт из России свинины, введенный еще в 2018 г., после вспышки в нашей стране африканской чумы свиней. При этом Китай является крупнейшим потребителем свинины в мире, а Россия – ее крупнейшим экспортером. Например, для Вьетнама Россия уже сейчас является ключевым экспортером мяса (главным образом свинины).

→08



# Станислав Георгиевский: «Эффекта растерянности практически не было»

Вице-президент РЭЦ о том, как государство помогает бизнесу заново отстроить экспорт

Светлана Морошкина

На мировом рынке продолжается глобальная трансформация внешнеторговых потоков. О том, что сейчас происходит с российскими экспортерами, насколько успешно они адаптируют свой бизнес к выходу на новые рынки и как цифровая платформа «Мой экспорт» помогает им решить организационные проблемы и найти новых партнеров, рассказывает вице-президент Российского экспортного центра (РЭЦ) Станислав Георгиевский.

**– Что сейчас происходит с российским экспортом?**

– Российский экспорт активно меняется, адаптируется к новым условиям. До недавнего времени очень большой его объем, особенно в промышленности, приходился на страны Европы. Их доля в общем объеме экспорта резко упала в прошлом году и неуклонно продолжает снижаться. Но сегодня мы уже видим, что рост объемов поставок на новые рынки начинает компенсировать тот спад, который наблюдается в торговле со странами Европы, Северной Америкой, а также отдельными странами Юго-Восточной Азии – Японией и Южной Кореей. Сейчас лидеры поставок и в физическом объеме, и в деньгах – рынки дружественных стран. Растет экспорт в страны Африки и Юго-Восточной

Азии, а также существенно увеличивается объем поставок в страны СНГ и Персидского залива. РЭЦ рассчитывает, что уже в следующем году с новыми стратегическими партнерами российский экспорт выйдет на стабильный и устойчивый рост.

**– Каковы настроения предпринимателей? Насколько сложно идет процесс переориентации их бизнеса?**

– Бизнес ищет себе новые возможности. Мы недавно провели большой опрос для форума «Сделано в России» и презентовали итоги на пленарной сессии. Результат, на мой взгляд, очень показателен: более 80% компаний с оптимизмом смотрит в будущее. Они либо уже нашли, либо понимают, как им искать новых покупателей. Они видят, что та продукция, которую они производят, конкурентоспособна по цене, качественным характеристикам, а также подходит покупателям по ритмичности поставок, объемам и т. д. РЭЦ и платформа «Мой экспорт» со своей стороны помогают им найти информацию о рынке, познакомиться с потенциальными партнерами по бизнесу, помочь зарегистрироваться на электронной торговой площадке (ЭТП), выйти поставщиком в существующий магазин на зарубежной ЭТП. Это важная рутинная работа, которую мы делаем каждый день,

чтобы предприниматели смогли найти нового покупателя или поставщика либо просто оптимизировать работу и улучшить свой финансовый результат.

**– Появляются сейчас новые экспортеры?**

**Что их мотивирует?**

– В первую очередь появляются новые сбытовые решения. Сейчас это дух времени – на новые рынки требуются новые проводники товаров. Выходят и новые производители, ищут более широкие рынки сбыта. К тому же по целому ряду продуктов на внешних рынках выше маржинальность и можно больше зарабатывать. В основном это касается сегмента малого и среднего предпринимательства.

**– Когда закрылись привычные рынки и разрушились логистические цепочки, насколько болезненно это переживали компании-экспортеры? Можете вспомнить ощущения того времени?**

– С одной стороны, к таким ситуациям никогда не бываешь готов. Основной вызов – это неопределенность. С другой – всем, как ни странно, помогла пандемия. Ведь в 2020 г. происходило нечто существенно похожее – резко поменялись правила игры, было непонятно, как дальше будет

## Станислав Георгиевский вице-президент РЭЦ

Родился в 1987 г.

В 2009 г. окончил Высшую школу экономики по специальности «мировая экономика».

С 2009 по 2012 г. работал на различных должностях в Министерстве промышленности и торговли Российской Федерации;

с 2012 по 2013 г. – заместитель начальника отдела товаров департамента торговых переговоров;

с 2013 по 2020 г. – руководящие должности в Евразийской экономической комиссии.

С 2020 г. по настоящее время – вице-президент по стратегии и развитию Российского экспортного центра (входит в ВЭБ.РФ).

развиваться ситуация. Вводились локдауны, закрывались порты, торговые сети, возникали кассовые разрывы там, где их никогда не было, и в целом будущее было покрыто туманом. Наученные опытом пандемии, в 2022–2023 гг. экспортеры сработали очень профессионально. Снимаю шляпу перед нашими предпринимателями, потому что эффекта растерянности у них практически не было.

Весной прошлого года стало понятно, что нужно будет искать новые рынки сбыта, выстраивать новые расчеты и что нас ждет долгий разворот всей инфраструктуры торгово-экономических связей. Мы существенно обогатили повестку своего сотрудничества с Китаем, Турцией, Индией и многими другими странами. За 1,5 года был достигнут такой прогресс, который раньше казался просто невозможным по соотношению времени и результата.

### – Сколько времени занял предварительный анализ новых рынков, на которые перенаправили поставки?

– Где-то сориентировались быстро – в течение нескольких месяцев, где-то работа идет до сих пор, компании обновляют экспортные стратегии. Если работать с сырьевыми и окоლოსырьевыми товарами, то в большинстве случаев это востребованная продукция, зачастую дефицитная, и спрос на нее всегда найдется. Если говорить об электронике, станках, оборудовании, то эта продукция высококонкурентная, и на любом рынке будут скорее рады, если нас не будет. В этом случае РЭЦ помогает сделать экспортное предложение конкурентоспособным. В нашей структуре есть в том числе и экспортно-импортный банк АО «Росэксимбанк», за счет которого мы можем предложить соответствующие финансовые решения, предоставить меры поддержки, которые улучшат экономику проекта с точки зрения стоимости логистики, сертификации, подготовки конкретных изделий под требования покупателя. Если нужно, можем помочь провести научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) или омологацию (приведение в соответствие с требованиями страны-потребителя. – «Ведомости&») продукции. Такие сложные задачи, как правило, реализуются за год и дольше.

### – Какая российская продукция наиболее востребована новыми рынками, а где сложности?

– Мы успешно поставляем базовую продукцию сельского хозяйства на новые рынки – зерно, масложировую продукцию, мясо. Новые чемпионы – мясо птицы, говядина, свинина. Это то, во что сейчас инвесторами и государством вкладывается много денег, для того чтобы увеличить конкурентоспособность и производство. В последние годы у нас хорошо растут экспортные поставки рыбы.

Есть определенные успехи в машиностроительном экспорте, а также экспорте химической продукции. Традиционно хорошо экспортируется крупнотоннажная химия, в том числе удобрения. И достаточно большой объем инвестиций бизнеса идет в малотоннажную химию, поверхностно активные вещества. Тут мы наращиваем свой потенциал, догоняем лидеров рынка. Серьезные позиции на мировом рынке сохранились в металлургии, энергетическом и железнодорожном машиностроении, а также безусловное лидерство в атомной отрасли.

Сложнее всего лесопромышленному комплексу, потому что он исторически был настроен на торговлю с Европой. Страны, которые потребляют наши сорта древесины, находятся в Северном полушарии, и альтернатив не очень много. Мы сейчас активно работаем с Китаем в этом направлении, он увеличивает закупки. Но в целом это сложная задача, потому что необходимо не просто провести географическую переориентацию, но и изменить структуру самого продукта. Есть перспективы и в Индии. Часть

нашего лесного экспорта с Северо-Запада переориентируется туда.

### – Какие еще проблемы есть у экспортеров?

– Многие экспортеры столкнулись с тем, что полученные ими европейские и американские лицензии, а также сертификаты соответствия были отозваны. Это существенно затруднило переориентацию на другие рынки, так как для покупателя и местного регулятора такие документы были доказательством того, что товар качественный и отвечает высоким требованиям. Если раньше можно было заходить на 10 рынков с одним сертификатом, то теперь потребуется вложить в 10 сертификатов для 10 конкретных рынков. Это время и деньги. И это одно из приоритетных направлений нашей с правительством работы. Стараемся максимально упростить, сделать понятными, предсказуемыми и ограниченными во времени процедуры получения сертификатов в те страны, которые для нас сейчас являются ключевыми с точки зрения емкого и платежеспособного спроса со стороны потенциального потребителя. На платформе «Мой экспорт» есть целый комплекс услуг, связанных с сертификацией различной продукции – от консалтинга и информационной поддержки до финансовой поддержки экспортеров и услуг по сопровождению взаимодействия с компетентными органами за рубежом.

### – В чем особенность партнеров из Азии, Латинской Америки, Африки? Насколько у них другой подход к бизнесу?

– В Западном полушарии почти любую сделку можно заключить удаленно, на Востоке так не принято. Люди должны друг друга знать, у них должен быть личный контакт, история взаимодействия и взаимопонимания, а не только проект контракта. То же самое в Африке и Латинской Америке. В структуре РЭЦ есть «Школа экспорта», которая является провайдером информационно-образовательной поддержки. Она предлагает образовательные программы, которые учат особенностям ведения переговоров с людьми, пред-

**Мы успешно поставляем базовую продукцию сельского хозяйства на новые рынки – зерно, масложировую продукцию, мясо. Новые чемпионы – мясо птицы, говядина, свинина. Это то, во что сейчас инвесторами и государством вкладывается много денег, для того чтобы увеличить конкурентоспособность и производство. В последние годы у нас хорошо растут экспортные поставки рыбы.**

ставляющими ту или иную культуру либо страну. Мы проводим очные тренинги, разбираем конкретные кейсы. Если предприниматель серьезно настроен вести бизнес в стране, относиться к партнеру нужно так же, как хочешь, чтобы он относился к тебе. Без понимания основ кросс-культурной коммуникации, а также целого ряда культурных, религиозных, страновых особенностей бывает сложно выстраивать эффективный бизнес на новых рынках.

### – РЭЦ помогает компаниям решить большинство проблем через платформу «Мой экспорт».

#### Расскажите, как она работает? Пришлось ли адаптировать платформу к новым условиям?

– Саму платформу адаптировать не требовалось. «Мой экспорт» изначально построен в режиме экосистемности: предприниматель открывает на платформе цифровой личный кабинет и сразу получает возможность решить широкий спектр задач своего экспортного бизнеса. Например, получение лицензий, фитосанитарных и ветеринарных сертификатов, декларирование продукции, взаимодействие с налоговыми службами и т. д. Это операционные задачи, которые экспортеру хочется решить быстро, предсказуемо и с минимальными издержками, что возможно за счет цифровизации процессов, автоматизации принятия решений, формирования заявлений, их подачи и проверки. Это первый блок сервисов, с которым мы работали и продолжаем работать.

Второй блок – меры поддержки. Есть те, которые предоставляются различными государственными структурами. Например, поддержка сертификации, НИОКР, логистики, о которых я выше упоминал. Есть наши собственные инструменты: мы кредитруем экспортно-импортные операции, страхуем риски, связанные с экспортными инвестициями, экспортными кредитами. РЭЦ также оказывает комплекс нефинансовых мер поддержки: организация выставок и бизнес-миссий, консалтинг, предоставление информации, обучение. Платформа «Мой экспорт» дает доступ к широ-

кому блоку финансовых и нефинансовых мер поддержки, которые доступны в режиме одного окна.

### – Расскажите о маркетплейсе «Профессионалы экспорта», как он развивается?

– Это третий блок платформы «Мой экспорт». На маркетплейсе компании могут найти себе партнеров – сейчас их более 480 – под разные задачи. Логистика, сертификация товаров на новых рынках, защита товарного знака, таможенное оформление, лабораторные испытания – всеми этими услугами можно воспользоваться. Всего компаниям предоставлен доступ к 35 партнерским услугам в девяти наиболее востребованных направлениях. Наиболее популярная услуга – «подбор маркетплейсов», за ней обращаются сотни компаний. По запросу экспортера платформа может проанализировать более 160 электронных площадок разных стран и подобрать те, которые соответствуют персональному профилю продукции и ее целевой аудитории. В том числе на платформе доступно 30 площадок для торговли цифровыми товарами, такими как фото, видео, 3D-модели, музыка и пр. Например, международный маркетплейс Etsy, ориентированный на западный рынок, и его азиатский аналог Pinkoi. Кроме того, запущен важный для экспортеров сервис по перевозке продукции АПК по железной дороге. Оформить доставку и получить необходимые документы можно прямо на платформе.

### – Сколько предпринимателей пользуется услугами платформы «Мой экспорт»?

– Мы строим работу с пользователями платформы в логике «воронки» и видим результаты: экспортеры стали чаще приходить на платформу, пользоваться ее возможностями и с ее помощью принимать решения по развитию своей экспортной деятельности. В прошлом году на «Моем экспорте» было зарегистрировано более 13 000 компаний, на данный момент число зарегистрированных пользователей более 23 000. И мы рассчитываем, что экспоненциальный рост продолжится. Потому что по мере появления новых возможностей поток пользователей увеличивается и потом не уходит за счет функциональной полезности платформы. Технически оказываемых услуг сегодня больше 115, по укрупненным сервисам – порядка 40.

### – Есть ли у платформы «Мой экспорт» платежный сервис? Какие у него возможности?

– Мы запустили совместный проект с Банком России, интегрируем в платформу современную технологию быстрых платежей для обеспечения максимально быстрого, бесшовного перевода денег за оказанные услуги. Мы также решили распространенную проблему, когда получение госуслуги блокируется из-за задолженности. Сейчас пользователь может оплатить ее прямо с платформы. Сервис уже обрабатывает все госплатежи, на очереди запуск расчетов с коммерческими компаниями, а в будущем, надеюсь, он сможет обслуживать и трансграничные платежи.

### – Над какими услугами вы сейчас работаете? Какие строите планы?

– Мы выстраиваем единую всеобъемлющую витрину государственных услуг и функций. На платформу «Мой экспорт» сегодня выведены наиболее востребованные среди экспортеров услуги, но уже со следующего года планируем представить их полный каталог и постепенно подключать интерактивные формы заказа услуг. Мы ставили перед собой задачу в этом году существенно развить аналитические сервисы, но с учетом ограничений на публикацию в открытом доступе информации о внешнеторговой деятельности вынуждены эти планы отодвинуть. Наконец, у нас достаточно серьезные амбиции по развитию «Профессионалов экспорта». Мы подключаем к нему центры поддержки экспорта, которые действуют в 82 регионах. Это даст возможность малому и среднему бизнесу воспользоваться их мерами поддержки при заказе необходимых бизнес-услуг в цифре на платформе.

Также мы сейчас внедряем инструменты адаптивности предложения услуг под профиль клиента. Учим платформу подстраиваться под пользователя на основе публичных данных – например, сколько фирма существует, экспортер она или не экспортер, какие у нее рынки сбыта и какие услуги она получает. В результате платформа адаптирует предложения, чтобы предлагать нужные услуги в нужное время. Функционал уже работает, пока у нас не очень много сценариев, но мы их развиваем.

Кроме того, мы разрабатываем специфический сервис – индивидуальное сопровождение экспортного цикла. Это пакет услуг для конкретной компании, который собирается исходя из ее характеристик – отрасли, параметров продукции, потенциально интересных рынков, готовности инвестировать. Хотелось бы запустить этот сервис в следующем году, но пока обещать не буду. &



# Господдержка на экспорт

Как «Мой экспорт» помогает компаниям осваивать новые рынки

Юрий Иванов

Казалось бы, для успешного экспорта нужны привлекательный товар и работающая инфраструктура. Но дальше начинаются сложности: выбор рынка, продвижение, сертификация, таможня – список проблем велик. Решать их самостоятельно долго и сложно, услуги посредников дороги. Чтобы помочь экспортерам на всех этапах экспортной деятельности, три года назад Российским экспортным центром (РЭЦ) была создана цифровая платформа «Мой экспорт».

Цифровая платформа «Мой экспорт» предоставляет экспортерам прямой доступ к десяткам государственных и бизнес-услуг в режиме одного окна, в том числе к услугам центров поддержки экспорта (ЦПЭ), функционирующих в 82 регионах страны и организующих единую региональную инфраструктуру поддержки экспорта.

«С появлением сети ЦПЭ в регионах выход на экспорт заметно упростился. Компании до полной отладки процессов перестали обжигаться и учиться на своих ошибках, которые исчислялись миллионами рублей», – говорит управляющий партнер аналитического агентства «ВМТ консалт» Екатерина Косарева.

Сейчас платформой «Мой экспорт» пользуется каждый шестой экспортер, а количество доступных услуг превысило 100. В числе наиболее популярных – оформление фито- и ветсертификатов, участие в бизнес-миссиях и выставках, а также выход на зарубежные маркетплейсы. Рассказываем на конкретных примерах о том, как услуги «Моего экспорта» помогают компаниям развиваться.

## На чужой маркетплейс со своей господдержкой

Маркетплейсы – самый популярный канал для совершения покупок онлайн. Только в России здесь совершается 8,5%

всех покупок, свидетельствуют данные за 2022 г. от Tinkoff eCommerce и Tinkoff Data. Маркетплейсы – очевидный путь движения товара от продавца к покупателям, но здесь не обойтись без умения работать с ними, а также знаний местного законодательства. Освоить зарубежные маркетплейсы помогают эксперты РЭЦ.



Кто: производитель сварочных масок «Промторг».

Что сделал: с помощью «Моего экспорта» вышел на иранский маркетплейс Ecasb и китайский Alibaba.

«Промторг» производит сварочные маски под собственным брендом Welder и почти под сотней брендов сторонних заказчиков, а продает на всех крупных онлайн- и офлайн-площадках в России. «В какой-то момент мы поняли, что воз-

можности для роста в России исчерпаны, поэтому решили развивать экспорт», – вспоминает директор по развитию ООО «Промторг» Владислав Симановский. Для начала – через заграничные маркетплейсы. Это один из самых эффективных способов реализовать продукцию конечному потребителю, поскольку позволяет получать обратную связь и совершенствовать продукт, объясняет компания.

**Почему выбрали РЭЦ.** Если инструмент есть, его нужно использовать, говорит Симановский. Эксперты РЭЦ помогли компании разобраться в особенностях национальных рынков разных стран, а также в нормах сертификации и стандартизации. При поддержке РЭЦ «Промторг» участвовал в выставках и бизнес-миссиях.

Итог этой работы – выход на маркетплейсы Ecasb и Alibaba. «В Иране около 80 млн населения и добрососедские отношения (с Россией. – «Ведомости&»), Alibaba – одна из крупнейших онлайн-платформ в мире. Так или иначе эти площадки позволяют охватить огромное количество потенциальных клиентов по всему миру», – объясняет выбор Симановский.

Без поддержки РЭЦ и платформы «Мой экспорт» этого бы, вероятно, не случилось, говорит представитель компании. Выход на крупную онлайн-площадку требовал глубокого понимания процессов и значительных человеческих ресурсов. «Мы не были готовы заниматься этим самостоятельно. Теперь же, когда процессы отлажены, можем ждать первых заказов, хоть и понимаем, что на раскрутку уйдет время», – говорит Симановский.

Кто: производитель сидра «Крафть».

Что сделал: с помощью «Моего экспорта» вышел на китайский маркетплейс Alibaba.

«Крафть» – петербургский производитель сидров прямого



отжима под брендом Bullevie. Их компания производит на собственных мощностях из собственного сырья, которое выращивает в саду в Ленинградской области.

До сих пор сидры «Крафтэ» продавались в России, Белоруссии и Армении. «Чтобы бизнес рос, мы решили диверсифицировать рынки сбыта, увеличить производство, продажи и, соответственно, прибыль», – рассказывает менеджер по ВЭД «Крафтэ» Екатерина Коваленко. Выбрали Китай – рынок здесь емкий, а население платежеспособное, объясняет она.

**Почему выбрали РЭЦ.** РЭЦ как государственный институт предлагает множество услуг в помощь предпринимателям бесплатно или с частичной компенсацией – это и привлекло компанию, рассказывает Коваленко. «Крафтэ» пользовалась услугами на платформе «Мой экспорт», а также участвовала в отдельных проектах РЭЦ.

«Большой объем базовой информации, которой нет в свободном доступе, мы приобрели, участвуя в программе «Акселерация. Экспортный форсаж» (проект «Школы экспорта РЭЦ». – «Ведомости&»). – рассказывает Коваленко. – Кроме того, мы участвуем в образовательных вебинарах, а недавно с помощью РЭЦ и ЦПЭ вышли на маркетплейс Alibaba».

Все шаги по регистрации на площадке РЭЦ взял на себя, продолжает Коваленко. «Оказалось, что при оформлении витрины и в выборе информации, которую стоит публиковать, есть множество нюансов, о которых мы не знали», – отмечает она.

Сейчас компания ждет первых продаж, говорит Коваленко, наблюдая, как растет число просмотров карточки на маркетплейсе со стороны потенциальных покупателей.

В каждой стране свои правила торговли алкоголем онлайн. Так, в России максимум возможностей – модель click & collect: пользователь делает заказ на сайте, но забирает из магазина, который выступает как пункт выдачи заказа. В Китае алкоголь до 14 градусов продается на маркетплейсе, утверждает директор департамента корпоративных финансов ИК «ИВА партнерс» Артем Тузов. Эксперт отметил, что пищевая продукция из России в Китае ценится как премиальная, натуральная.

### Показать все лучшее

РЭЦ среди прочего предлагает будущим и действующим экспортерам участие в конгрессно-выставочных мероприятиях и бизнес-миссиях. Выставка – это отличный маркетинговый инструмент, позволяющий налаживать коммуникации и получать обратную связь от потребителей. Кроме того, это возможность оценить конкурентов, определить свое положение на рынке и провести анализ потенциального спроса на продукцию. Участие в бизнес-миссиях для компаний бесплатно, в выставках – с компенсацией от 50 до 80% затрат.

**Кто:** Белевская кондитерская компания.

**Что сделал:** при содействии РЭЦ участвует в выставках и бизнес-миссиях.

Группа компаний Белевская пастильная мануфактура, в которую входит и Белевская кондитерская компания, – один из ведущих производителей яблочной пастилы в России. Уже 12 лет выпускает белевскую пастилу, зефир, мармелад, меренги из яблок и другие изделия – исключительно из российского сырья. Большая часть продукции продается в России, на экспорт приходится не более 10% продаж, или свыше 50 млн руб.

Группа плотно занялась развитием экспорта в конце 2021 г. В приоритете были Китай и Европа, но в 2022 г. место Европы заняли страны Персидского залива. Тому было три причины: санкции, более высокая покупательная способность в странах Персидского залива, а также тот факт, что арабский мир – это большие ценители кондитерских товаров, рассказывает Инга Жадан, руководитель отдела экспорта Белевской кондитерской компании.

Впрочем, без трудностей не обошлось. Основная из них –



очень высокие цены за вход в зарубежные сети, рассказывает Жадан. Так, в Саудовской Аравии стоимость входа в сеть супермаркетов Tamimi Markets – 15 000 саудовских риялов (или \$4200). За пять наименований это \$21 000 и т. д. И поставлять нужно минимум пять наименований. «Вопрос выхода в иностранные торговые сети – самый сложный для нас как экспортера», – комментирует Жадан.

**Почему выбрали РЭЦ.** Все просто: решили расширять рынки сбыта и для этого воспользовались доступными мерами господдержки, говорит Жадан. Их перечень широк: поиск и подбор иностранного покупателя, содействие в создании сайта на иностранном языке, сопровождение экспортного контракта, консультации в области защиты интеллектуальной собственности. Компания участвовала в образовательных программах, выставках и бизнес-миссиях, а также разместила продукцию в демонстрационно-дегустационном павильоне РЭЦ в КНР, перечисляет Жадан.

В планах компании – принять помощь в виде субсидии транспортных перевозок продукции, предназначенной для экспорта на внешние рынки, и получить доступ к зарубежной электронной торговой площадке.

### Документы на выезд

Есть продукты, которые нельзя вывезти из страны без ветеринарного или фитосанитарного сертификата. В их числе мясо, рыба, яйца, молочная и растительная продукция и многое другое. С 2023 г. запросить оформление этих сертификатов можно электронно, соответствующие сервисы доступны на платформе «Мой экспорт».



**Кто:** продавец грибов и ягод «Петровил».

**Что сделал:** на платформе «Мой экспорт» оформляет фитосертификаты.

Расположенная в Ленинградской области компания «Петровил» изначально задумывалась как ориентированная на европейский рынок компания. Она закупает у населения дикорастущие грибы и ягоды и поставляет их в Литву. Уже оттуда продукция распространяется по всей Европе: рынки, супермаркеты, рестораны и кафе. «Российские лесные грибы очень любят в Европе», – рассказывает гендиректор «Петровила» Ольга Ладик.

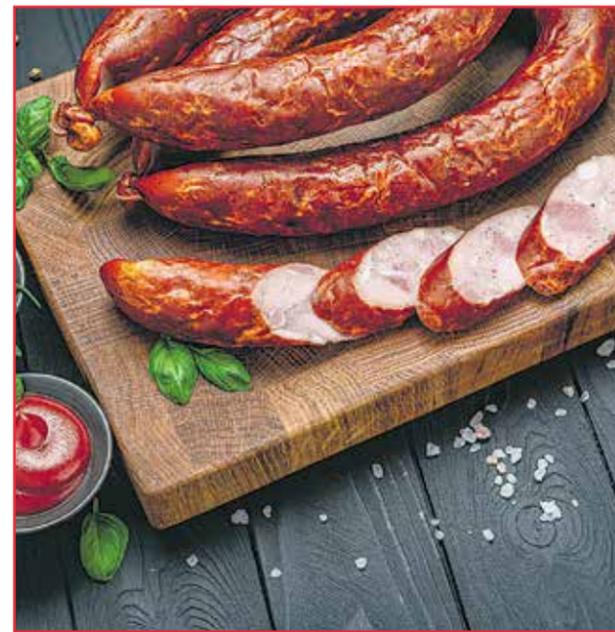
Но санкции, введенные ЕС, и последовавший за этим рост расходов заставили руководство компании «пошевелить мозгами». В условиях неопределенности решили диверсифицировать бизнес и выйти на новые рынки. Выбрали Китай, но не знали специфики экспорта в эту страну, а на обучение путем проб и ошибок времени не было, говорит Ладик.

**Почему выбрали РЭЦ.** Изначально «Петровил» обратился в РЭЦ за контактами для осуществления железнодорожных перевозок и за консультацией по работе с разделом «Таможенное оформление» на платформе «Мой экспорт».

Но поскольку в 2023 г. на портале стало доступно оформление фитосертификата, протестировал и этот сервис. «Работа была объемная», – признается Ладик. Тем не менее обмениваться документами с Россельхознадзором в электронном виде очень удобно и не требует больших трудозатрат. Среднее время получения фитосертификата – три недели. Через сервис оформлением фитосертификатов компания занимается самостоятельно (и получает его за один день. – «Ведомости&»), а сотрудники РЭЦ помогают ей в нестандартных ситуациях, рассказывает Ладик.

Пробная партия замороженных ягод отправилась в Китай в середине ноября, продолжает Ладик. Благодаря «Петровилу» доступ к китайскому рынку получили «бабушки из регионов России», для которых продажа ягод и грибов компании – возможность прибавки к пенсии, считает Косарева: «Модель выгодна всем участникам рынка. Компания-оптовик получает надежных поставщиков, которым интересно работать. Семьи, которые договариваются с такой компанией, обеспечены работой на все лето».

При этом, дополняет Тузов, объем рынка Китая такой, что главная проблема сводится к тому, чтобы удовлетворить спрос, а не продать – если продукция попала в тренд.



**Кто:** производитель мясных продуктов «Торес».

**Что сделал:** на платформе «Мой экспорт» оформляет ветеринарные сертификаты.

«Торес», по собственным данным, – второй по объему производитель мясной продукции в Краснодарском крае. В ассортименте компании – более 200 наименований мясной продукции, том числе замороженные полуфабрикаты. Объем ее производства – 600 т в месяц. Предприятие работает с большинством федеральных и локальных сетей Краснодарского края: «О'кей», «Ашаном», «Пятерочкой», «Перекрестком», «Магнитом», «Лентой».

Экспорт не новое направление деятельности для компании, с 2015 г. она поставляет мясные полуфабрикаты в Республику Абхазию. Однако с тех пор процессы изменились. Раньше оформление документов на выпуск ветеринарного сертификата происходило на бумажных носителях: готовили пакет документов по отправляемой партии (оригиналы плюс копии), подавали в Россельхознадзор вместе с продукцией, рассказывает менеджер по оформлению таможенных документов Анастасия Соснина. Но с 1 сентября 2023 г. участники рынка могут оформлять заявки на платформе «Мой экспорт». **Почему выбрали РЭЦ.** «Торес» одним из первых начал тестовое оформление заявок на платформе «Мой экспорт». «Все запросы быстро регистрировались, инциденты решались в кратчайшие сроки», – рассказывает Соснина.

Перевод процессов в онлайн – результат целенаправленной работы РЭЦ и Россельхознадзора, говорит представитель РЭЦ. «Теперь экспортер подает онлайн-заявку на получение нужного разрешительного документа. Указанные данные проверяются дистанционно. Внести корректировки или подать заявку на новый сертификат можно в несколько кликов, без дополнительного сбора данных или тем более бумаг. Сведения об оформленном сертификате сразу поступают в личный кабинет пользователя», – подчеркивает представитель РЭЦ.

Впрочем, получить бумажный документ по нормам международного законодательства все равно придется: при вывозе товара за рубеж таможенные органы стран-импортеров принимают сертификаты только на бумаге. &

## «Мой экспорт» в цифрах и фактах

Цифровая платформа «Мой экспорт» запущена в ноябре 2020 г. как часть национального проекта «Международная кооперация и экспорт» и входит в список 42 инициатив социально-экономического развития России до 2030 г. Онлайн-сервисы «Моего экспорта» помогают решить проблемы на каждом этапе экспортной деятельности, включая обучение, получение господдержки, поиск партнеров и покупателей за рубежом, финансирование и страхование экспортных контрактов. В платформу интегрированы сервисы различных ведомств: Минпромторга, Минсельхоза, ФТС, ФНС, Россельхознадзора и т. д.

### Как растет «Мой экспорт»



\* данные на 15 ноября 2023 г.

### Основная цель платформы

«Мой экспорт» – облегчить процесс экспорта для бизнеса и снизить его затраты. На ней пользователи могут найти информацию о международных рынках, потенциальных партнерах и получить консультации от экспертов в области экспорта. Все это позволяет упростить и ускорить процедуры экспорта и повысить эффективность внешнеэкономической деятельности.

### Самые популярные услуги на «Моем экспорте»\*

Оформление фитосанитарных сертификатов

Поддача заявок на участие в выставках и бизнес-миссиях РЭЦ

Заказ отчетов об особенностях экспорта в разных странах со списками потенциальных покупателей

Подбор маркетплейсов для размещения продукции

Поддача заявок на возмещение до 25% суммы от стоимости затрат на транспортировку продукции АПК\*\*

\* в порядке убывания, по количеству оформленных заявок за все время существования платформ; \*\* агропромышленный комплекс

### Услуги цифровой платформы

«Мой экспорт» доступны только для авторизованных пользователей – сотрудников компаний, а также индивидуальных предпринимателей, занимающихся экспортной деятельностью. Для этого нужно зарегистрироваться на платформе с использованием учетной записи ЕСИА (Единая система идентификации и аутентификации) или УКЭП (усиленная квалифицированная электронная подпись).

### Услуги и пользователи

Более **9000** компаний зарегистрировалось на платформе в январе – сентябре 2023 г.

Свыше **115 000** услуг было оказано\* за время существования платформы, более 86 000 услуг – в 2023 г.\*\*

Более **46 000** услуг заказывают\* экспортеры на платформе в среднем за год

**69%** компаний обратились за услугой повторно за все время существования платформы

Почти **2500** активных пользовательских сессий в сутки фиксируется на платформе ежедневно

**\$256 млрд** составил совокупный объем экспорта зарегистрированных на платформе экспортеров в 2021–2023 гг.\*\*\*

\* не все оформленные заявки завершаются успешно и заканчиваются оказанием услуг; \*\* с 1 января по 12 октября; \*\*\* данные за 2023 г. представлены на январь – сентябрь

### В 2021 г. на «Моем экспорте» начал работать b2b-маркетплейс «Профессионалы экспорта».

Это онлайн-платформа, на которой аккредитованные бизнес-партнеры РЭЦ предоставляют экспортерам свои коммерческие услуги (консультации, сопровождение сделок, обучение и т. д.).

### Где искать профессионалов

Более **7400** обращений за услугами поступило на платформу с 2021 г.

Более **2600** экспортеров обратилось за услугами за это время

Более **480** аккредитованных бизнес-партнеров оказывает услуги на b2b-маркетплейсе

**35** услуг можно получить на сервисе

**8** услуг с господдержкой можно получить на сервисе

# Проводник за рубежом

Как сервис «Профессионалы экспорта» помогает компаниям осваивать новые рынки

Марьяна Берязева

По данным Федеральной таможенной службы, российский экспорт в 2022 г. вырос почти на 20% до \$591,5 млрд. Интерес к российской продукции за рубежом очень высокий: российские экспортеры могут предложить рынку товары, оптимальные по соотношению цена/качество, рассказывала РБК гендиректор Российского экспортного центра (РЭЦ) Вероника Никишина. Чтобы стать экспортером, компании предстоит решить множество вопросов: как построить логистику и правильно оформить документы, где найти покупателя и проверить его репутацию. Для их решения с 2021 г. на цифровой платформе «Мой экспорт» работает b2b-маркетплейс «Профессионалы экспорта». Его задача – помочь компаниям выйти на зарубежные рынки и поддерживать объемы экспорта.

Работает это так: экспортер в зависимости от стоящей перед ним задачи выбирает на маркетплейсе подходящего исполнителя, который поможет эту задачу решить. Все эксперты-исполнители на «Профессионалах экспорта» прошли аккредитацию РЭЦ и проверку качества предлагаемых услуг.

Обычно в штате только осваивающих экспорт компаний нет специалистов по ВЭД, поэтому будущий экспортер может либо их нанять, либо найти на «Профессионалах экспорта», ориентируясь на активность исполнителя и его рейтинг, рассказывает индивидуальный предприниматель (ИП) Илья Шпирт, который сам консультирует на платформе. Исполнители предоставляют платные, бесплатные услуги, а также услуги с господдержкой, в последнем случае – при участии центров поддержки экспорта (ЦПЭ). Сейчас на «Профессионалах экспорта» зарегистрировано 483 исполнителя. «Ведомости&» поговорила с экспортерами и экспертами-исполнителями, вот несколько примеров их работы.

## Роботы едут за границу

Компания Robbo из Петербурга – разработчик и производитель робототехнических EdTech-наборов. Компания создает комплексные решения для организации уроков робототехники, программирования и 3D-печати. В числе ее продуктов – «Роббо-лаборатория», «Роббо-робоплатформа» и 3D-принтер. Производственные площадки расположены в Санкт-Петербурге и Китае, офисы компании открыты при поддержке местных правительств в Финляндии, Японии, Китае.

С начала запуска платформы «Мой экспорт» Robbo пользуется большинством предоставляемых услуг: участвует в бизнес-миссиях, международных выставках, получает господдержку на сертификацию и охрану объектов интеллектуальной собственности. «Нам нравится уровень качества работы исполнителей и объем предоставляемых услуг – они соответствуют запросу рынка», – говорит представитель компании Оксана Алимберова.

В июне 2023 г. Robbo решила выйти на новый для себя рынок Турции и для этого воспользовалась услугой по поиску иностранного покупателя с господдержкой на маркетплейсе «Профессионалы экспорта». Результат порадовал, рассказывает Алимберова. За короткое время составлен список потенциальных покупателей, в который вошло 42 компании. После контактов с ними сформирован список из 10 подтвердивших свою заинтересованность покупателей. С четырьмя из них Robbo уже провела Zoom-встречи. Пока заключенных контрактов нет, поскольку мы продолжаем взаимодействие с потенциальными покупателями, говорит Алимберова.

## Рыбная продукция через полмира

ИП Ольга Харченко занимается поставками рыбной продукции из Камчатского края. До недавнего времени она продавала ее только на Камчатке, но решила развивать экспорт. «Рынки сбыта меняются, привычные логистические связи трансформируются – самое время открыть новые направления», – рассказывает Харченко.

В качестве тестового направления она выбрала Сербию. «Мы решили попробовать завести туда новый продукт – сейчас товара, который мы планируем предложить, там просто нет», – объясняет Харченко, не называя, какой именно продукт планирует поставлять в страну.

В начале августа, во время поиска информации о необходимых документах для экспорта, Харченко наткнулась на платформу «Мой экспорт» («Профессионалы экспорта» – ее часть. – «Ведомости&») и поняла: ее использование сильно упростит процедуру экспорта. Предпринимательница воспользовалась услугой по таможенному оформлению через ЦПЭ с господдержкой, и для нее это было бесплатно.

Отгрузка продукции в Сербию планируется в ближайшие дни, говорит Харченко. «Если бы мы подавали документы в необходимые ведомства самостоятельно, то весь процесс занял бы гораздо больше времени», – отмечает она. Пока компания отправит в страну «тестовые» 100 кг, чтобы посмотреть подвожные камни, затем планирует увеличить поставки в 10 раз.

## Секреты упаковки

ИП Шпирт в прошлом опытный экспортер. В 2014–2018 гг. он занимался поставками детских товаров в 30 стран мира и прошел весь путь по подготовке, адаптации и сертификации товаров, выбору рынков сбыта и сертификации. На сервисе «Профессионалы экспорта» он уже около года консультирует компании в том числе по упаковке, маркировке и подготовке к сертификации экспортируемых товаров.

«Я помогаю экспортерам оформить этикетки, инструкции, упаковки в том формате, в котором это требуется на целевом рынке. Понятно, что товар в русской упаковке не подходит, нужно переделать на другой язык, поставить необходимые значки, разместить инструкцию», – рассказывает Шпирт.

По его словам, чаще всего за консультацией обращаются компании, которые производят продукцию с жесткими требованиями в экспортных странах – это, например, продукты питания, игрушки, электрическая техника.

## Эксперты с господдержкой

В лидерах по оказанию услуг с господдержкой на платформе «Профессионалы экспорта» – ЦПЭ из Санкт-Петербурга (услуга «поиск иностранного покупателя»), ЦПЭ Республики Башкортостан («организация электронной торговли»), ЦПЭ Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, а также Новосибирской области и Чувашской республики.

В этом году при поддержке Санкт-Петербургского ЦПЭ одна компания из отрасли машиностроения уже заключила контракт с зарубежным партнером, две – из туризма и робототехники – планируют, еще две компании – из сферы машиностроения и производства мебели – отправили на экспорт тестовые партии продукции, приводит примеры Екатерина Артюшенкова, заместитель гендиректора АНО «Санкт-Петербургский ЦПЭ».

За девять месяцев 2023 г. услугами региональных ЦПЭ воспользовалось более 29 000 компаний малого и среднего бизнеса, 2200 компаний при поддержке ЦПЭ заклю-

чили экспортные контракты на общую сумму свыше \$778 млн, говорит директор по развитию региональной инфраструктуры поддержки экспорта РЭЦ Наталья Минаева на Всероссийской конференции инфраструктуры поддержки экспорта, которая проходила в Новосибирске 23–25 октября.

«В этом году ЦПЭ уже помогли большему количеству компаний, чем в прошлом, – мы видим рост на 40%, и это говорит о том, что все больше малых и средних предприятий осознают, что экспорт проще и доступнее, чем кажется на первый взгляд. Специалисты ЦПЭ и РЭЦ помогают бизнесу сделать первые шаги на внешних рынках, поддерживают

**Использование сервиса «Профессионалы экспорта» приносит несомненные преимущества. Предприниматели имеют возможность развивать свой бизнес на внешних рынках, получая необходимые знания и поддержку от опытных профессионалов.**

на всем экспортном пути от выбора рынка и поиска партнера до организации логистики и компенсации затрат на транспортировку продукции», – подчеркнула Минаева.

## В чем помогут эксперты

На платформе можно получить 35 услуг по девяти направлениям, из них восемь услуг с господдержкой для компаний сегмента МСП. Скоро появятся еще четыре услуги с государственной поддержкой: содействие в транспортировке продукции; сертификация, стандартизация, получение необходимых разрешений для экспорта продукции; участие в международных бизнес-миссиях; участие в международных выставках, указывает РЭЦ.

Использование сервиса «Профессионалы экспорта» приносит несомненные преимущества. Предприниматели имеют возможность развивать свой бизнес на внешних рынках, получая необходимые знания и поддержку от опытных профессионалов.

Весь процесс переведен в удобный цифровой формат, позволяя экспортерам с легкостью выбирать подходящие услуги и исполнителей.

Самые популярные из услуг – организация электронной торговли (предполагает размещение и продвижение товаров на зарубежных маркетплейсах. – «Ведомости&») и поиск иностранного покупателя, отмечают в РЭЦ.

Также на сервис можно обратиться для анализа выбранного рынка, юридического анализа внешнеэкономического контракта или за консультацией по вопросам логистики – эксперты помогут составить оптимальный маршрут с учетом вида транспорта и параметра груза, а также правильно оформить необходимые для экспорта документы.

Компании, которые только планируют заключить экспортный контракт, могут обратиться к эксперту за консультацией по вопросам таможенного оформления, валютного контроля, применения нулевой ставки НДС. А опытные экспортеры могут воспользоваться услугами таможенного представителя, чтобы не декларировать товары самостоятельно.

Всего с начала работы маркетплейса «Профессионалы экспорта» зарегистрировано около 7500 обращений за услугами от 2600 экспортеров. &

Перейти на платформу  
«Мой экспорт»



Рекламно-информационное приложение к газете «Ведомости»

16+

Главный редактор Роман Витальевич Кутузов  
Генеральный директор Михаил Нелюбин  
Директор по продажам Катерина Осипенко  
Верстка Анна Ратафьева  
Фоторедактор Наташа Шарапова  
Корректор Светлана Борщевская  
Менеджер по печати Татьяна Бурнашова  
Шрифты: Илья Рудерман, «Студия Артемия Лебедева»; ParaType

Учредитель и издатель АО «Бизнес Ньюс Медиа»  
Адрес учредителя, издателя и редакции:  
127018 Москва, ул. Полковая, 3, стр. 1, пом. 1, этаж 2, ком. 21  
Тел. 7 (495) 956-34-58  
Рекламное СМИ

#### Свидетельство о регистрации:

ПИ № ФС 77-77720 от 17 января 2020 г., выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)  
Все права защищены ©2023, АО «Бизнес Ньюс Медиа»  
Любое использование материалов издания, в том числе в электронном варианте, допускается только с согласия правообладателя

ОАО «Московская газетная типография»,  
123995 Москва, ул. 1905 года, 7, стр. 1

Тираж 53 400  
Цена свободная

# Экспорт меняет маршруты

**01→** Вслед за АПК развивают новые направления экспорта крупнотоннажная и малотоннажная химия, индустрия удобрений, металлургия и машиностроение. Если крупный бизнес является локомотивом и обеспечивает большую часть в показателях роста экспорта на новых рынках, то малый и средний бизнес обеспечивает устойчивость роста и масштаб бизнес-связей. Массовый выход этой категории предпринимателей на рынки Китая, стран Африки и других дружественных стран – тренд относительно новый и для российской экономики весьма позитивный. Предприятия пищевой промышленности, небольшие производители нишевой продукции, российские дизайнеры и ювелиры – ассортимент продукции, которая выходит на новые рынки, очень широкий, и выстреливать могут самые неожиданные кейсы. Так, например, шоколад «Аленка» производства фабрики «Красный Октябрь» первым в России получил официальный халяльный сертификат и с большим успехом вышел на рынки Египта и Арабских Эмиратов – эксперты отмечали, что успех, в частности, связан с тем, что на обертке изображена девочка в платке.

«Новые производители ищут более широкие рынки сбыта. К тому же по целому ряду продуктов на внешних рынках выше маржинальность и можно больше зарабатывать. В основном это касается сегмента малого и среднего предпринимательства», – рассказывает Георгиевский.

## Ценный совет

«Наше традиционное экспортное направление – Европа, но последние 1,5 года мы активно выходим на рынки Арабских Эмиратов и Китая», – рассказывает гендиректор компании «Вет-цздор продакт» Владимир Кантемиров. Эта небольшая компания из г. Дорогобужа Смоленской области (годовой оборот – 60 млн руб., штат – 50 сотрудников) занялась производством мебели для ветеринарных клиник случайно и в рекордные сроки стала лидером на рынках СНГ, а уже через три года после начала этого вида деятельности стала развивать экспорт.

Созданная в начале нулевых компания изначально занималась продажей медицинской мебели, но в 2015 г. правила работы на этом рынке ужесточились. «Одна ветеринарная клиника в тот момент как раз попросила нас сделать для них стол, – вспоминает Кантемиров. – И мы вдруг обнаружили, что на этом рынке совсем нет российских игроков. Так занялись этим направлением». Продукция «Вет-цздор продакт» была не хуже зарубежных аналогов и дешевле в 3 раза, благодаря этому в рекордные сроки она стала лидером на рынках России, Белоруссии, Казахстана, рассказывает Кантемиров. А с 2018 г. компания начала выход на рынки дальнего зарубежья, продолжает он: «Мы выяснили, что в Европе столы для УЗИ для ветеринарных клиник стоят 5000 евро, а мы с учетом доставки могли продавать за 1500 евро. Выход на европейский маркетплейс medicalexpro.com компании оплатил Центр поддержки



тивный рынок – в Китай. Сейчас компания строит новый цех, ориентированный на Китай, создает новый продукт – «вкусный таблеткодаватель» для домашних животных: это специальное лакомство для питомцев, в которое хозяева могли бы класть прописанные животным таблетки. «Помощь РЭЦ заключается не только в оплате каких-то важных каналов продвижения, участия в выставках, бизнес-миссиях и пр., – рассказывает Кантемиров. – Очень важна для малого бизнеса профессиональная экспертиза, нетворкинг. Мы встречались с людьми, имеющими серьезный опыт в экспорте, это было огромное подспорье, возможность не наломать дров, учиться на чужом опыте».

## От орешков до овощей

Впрочем, конечно, не все товары попадают на эти рынки с легкостью. «Для нас выход на рынок Ближнего Востока связан с большими сложностями», – отмечает Ольга Штрассер, руководитель отдела экспорта ООО «Эко-фабрика «Сибирский кедр» (Томск). Компания развивает экспортное направление с 2020 г. и, несмотря на пандемию, добилась в этом значимых успехов: география продаж включает в себя 23 страны, из которых 17 стран входят в Евросоюз. Все эти три года компания становилась победителем общероссийского конкурса компаний-экспортеров «Экспортер года». В качестве приза РЭЦ и региональный ЦПЭ отправили компанию на выставку в Абу-Даби и Дубай. «По результатам участия в выставках нашли покупателей на рынке ОАЭ, но наш кедровый орех на данном рынке практически не известен», – рассказывает Штрассер.

«У РЭЦ есть много механизмов поддержки, – утверждает Виталий Дулиенко, директор по развитию ООО «Плодоимпорт» (Московская обл., производит овощную консервацию под брендом «Дядя Ваня»). – У каждого экспортера есть возможность составить свою линейку продуктов этой поддержки и выстроить оптимальное сотрудничество».

Для «Плодоимпорта» таким оптимальным сочетанием стало появление с 2018 г. клиентского менеджера в РЭЦ, господдержка транспортировки, а также выставки в Китае, Японии, США, Европе и ОАЭ. «От нашего клиентского менеджера мы узнали о платформе «Мой экспорт», – рассказывает Дулиенко, – начали пользоваться предоставляемым ею сервисом и сильно облегчили себе жизнь: участие в выставках обеспечивается буквально нажатием одной кнопки, как экспортер мы избавились от необходимости подавать кипы бумаг в разные ведомства и т. д.»

Так же, как и для «Вет-цздор продакт», до 2022 г. ключевым экспортным рынком компании была Европа, существенные поставки отгружались в США и Канаду. Однако, после того как ввозные пошлины на этих рынках увеличились в 5 раз, объемы продаж сильно упали. Переориентироваться удалось достаточно быстро, и сейчас Китай стал для компании вторым по величине экспортным рынком (после Казахстана) с ежегодным объемом поставок почти 100 млн руб. «Самым популярным товаром в Китае стали наши маринованные огурчики. Мы разработали

новые рецепты для этого рынка, добавили более острые вкусы», – рассказывает Дулиенко. Время для продвижения на рынки Китая и Ближнего Востока он считает сейчас самым подходящим: «Есть целая совокупность факторов, благодаря которым интерес к российской продукции и вообще к России в этих странах стремительно растет. Условия для ведения бизнеса там для нас сейчас благоприятные, и мы стараемся этим максимально воспользоваться».

## Китайская грамота

Масштаб выхода российских компаний, в частности, на рынок Китая подтверждает гендиректор digital-агентства Asia Pacific по маркетингу в Китае Андрей Можаяв: «О росте интереса российских компаний к китайскому рынку мы судим по изменению маркетинговых стратегий. В прошлом базовая стратегия заключалась в резком выходе на рынок, поиске дистрибутора, продаже партии товара и прерывании контакта до следующей сделки. Теперь российский бизнес понимает, что работа с Китаем носит долгосрочный характер. Необходимо увеличивать присутствие в социальных сетях, развивать каналы продаж через площадки электронной коммерции. Около 50% всех покупок в Китае уже проходит онлайн, а современная торговая инфраструктура и законодательство позволяют осуществлять выход на рынок без наличия юридического лица, банковского счета и офиса в Китае».

РЭЦ также прикладывает много усилий по продвижению экспортеров, рассказывает Можаяв. По его словам, сотни компаний сейчас пытаются найти адекватный канал продаж, эффективные инструменты продвижения. Здесь экспортерам также приходят на помощь услуги и сервисы платформы «Мой экспорт». Они включают в себя помощь в регистрации и настройке аккаунта на электронных площадках, создании листингов товаров, оптимизации контента, управлении заказами и клиентским обслуживанием. Также доступны инструменты аналитики и маркетинга для повышения видимости и продаж на маркетплейсах. «Анализ запросов китайских пользователей позволяет нам смотреть на будущее российского бизнеса оптимистично. В сентябре 2023 г. в WeChat более 6 млн пользователей искали продукты из РФ, около 60% запросов пришлось на наиболее активную и платежеспособную страту 30–49 лет», – говорит он.

По словам Можаява, присутствие российского бизнеса в Китае выросло на 20–30% по сравнению с 2022 г.: растут объемы закупки рекламного трафика в поисковых сетях, спрос на таргетированную рекламу в соцсетях и на площадках электронной коммерции. В прошлом Китае интересовалось преимущественно МСП – в 2023 г. крупный бизнес также начал поворот на Восток. Это преимущественно компании по производству пищевой продукции, агропромышленный сектор. «Отдельно стоит туристическая отрасль – Китай становится одним из главных направлений, на котором она сфокусируется в 2024 г.», – подчеркивает эксперт. &

## Африка ждет

Товарооборот России со странами Африки в 2022 г. составил около \$18 млрд. Около 25% российских поставок на африканский рынок пришлось на пшеницу и меслин (смесь пшеницы и ржи), еще порядка 22% – на нефть и нефтепродукты. Помимо того сейчас российские автопроизводители рассматривают возможность создания сборочных производств в Восточной Африке (в Эфиопии).

Источник: Минэкономразвития, ТАСС

экспорта Смоленской области (ЦПЭ входят в единую сеть РЭЦ по продвижению экспорта и функционируют в 82 регионах страны. – «Ведомости&») – как, собственно, и подсказал идею этого способа продвижения на рынок. Этого канала оказалось достаточно, чтобы выйти на рынки Франции, Северной Ирландии (часть Великобритании. – «Ведомости&»), Швеции, Англии». Постепенно компания оказалась представлена практически во всех европейских странах.

В 2022 г. продажи в Европе сильно усложнились, но не остановились совсем – у компании по-прежнему есть дистрибутор в Германии, через которого она продает продукцию даже в США и Канаду. «С тех пор как мы начали работать с платформой «Мой экспорт», все стало быстро и доступно: легко подавать заявки на услуги, легко их получать, вообще, они молодцы большие», – говорит Кантемиров.

Недавно с помощью сервиса РЭЦ на платформе «Мой экспорт» компания приняла участие в выставке в Дубае, где познакомилась с новым дистрибутором по Ближнему Востоку, а позже начала выстраивать планы выхода еще на один перспек-