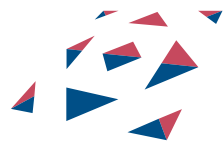


партнер выпуска:

&
ВЕДОМОСТИ

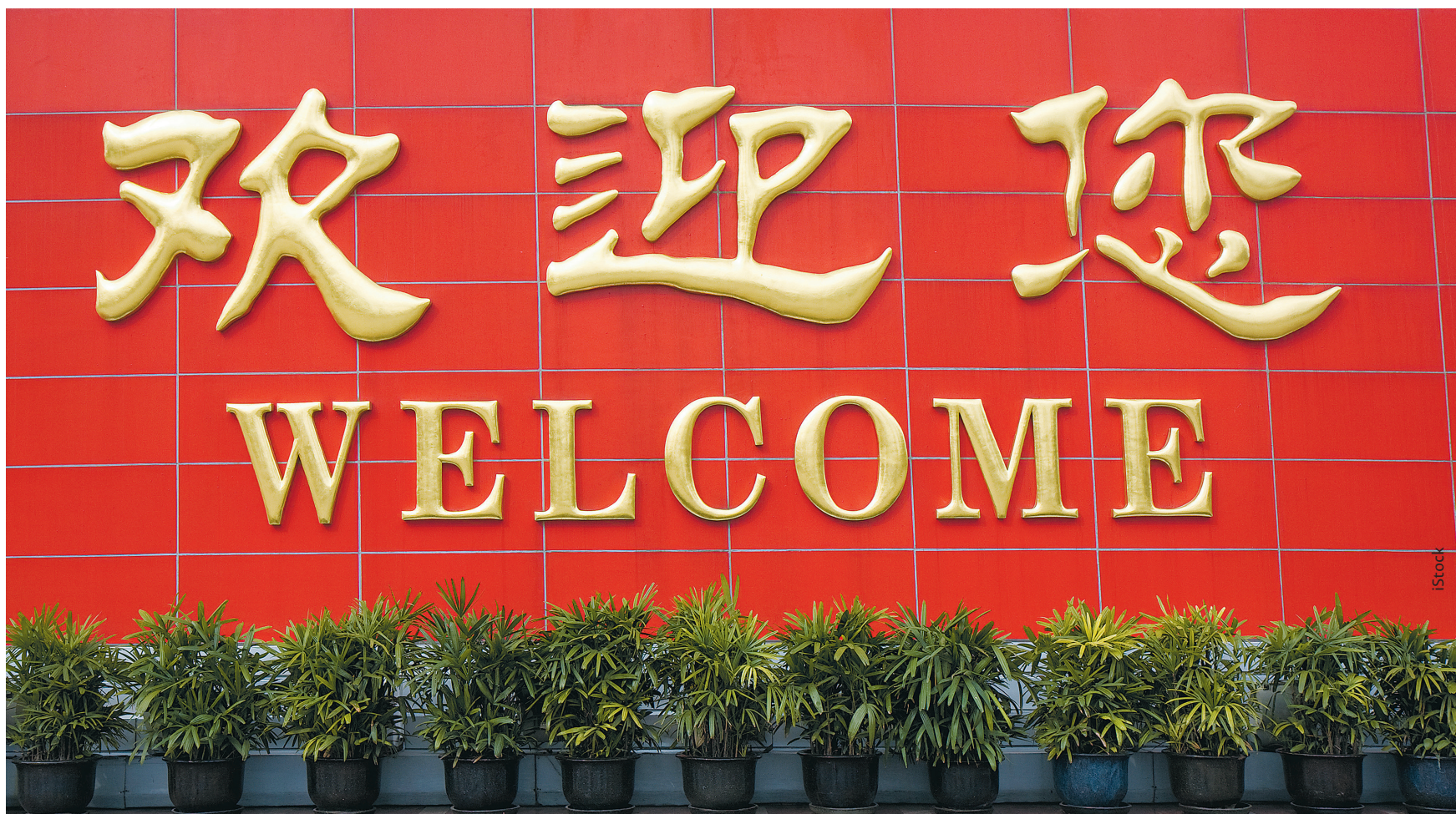


ЭКСПАР

ГРУППА
РОССИЙСКОГО
ЭКСПОРТНОГО ЦЕНТРА

Экспорт. Застраховано в России

16+



Без страха на Восток

Как государство снижает риски экспортеров

Денис Тельманов

Геополитическая нестабильность и перестройка устоявшихся экономических связей требуют от стран поиска новых стратегий развития внешнеторговой деятельности. Россия в этих условиях активно диверсифицирует экспортные потоки, обращая особое внимание на Восток. На форуме «Сделано в России», прошедшем в октябре, была представлена карта развития российского экспорта до 2030 г. В ней приоритетным направлением обозначен Азиатский регион, экономика которого, по прогнозам экспертов, вырастет примерно на 4,5% в 2024 г. Страны СНГ, с которыми Россию связывают многолетние экономические и политические связи, также остаются важным направлением, потенциал которого далек от исчерпания. Выход на новые, зачастую незнакомые, рынки сопряжен с рядом вызовов и требует тщательной оценки потенциальных сложностей. Страхование экспортных рисков в этой ситуации становится ключевым фактором успешной внешнеэкономической деятельности (ВЭД).

Точки роста

Российские компании все активнее осваивают азиатские рынки. По данным Российского экспортного центра (РЭЦ; входит в группу ВЭБ.РФ), за последние три года поставки отечественной продукции в этот регион демонстрируют уверенный рост. Если

в 2021 г. на Азию приходилась лишь четверть российского экспорта, то в 2023 г. этот показатель составил уже 48%, а по итогам семи месяцев текущего года достиг 50%. Аналогичная динамика наблюдается и в сегменте несырьевого неэнергетического экспорта (ННЭ): с 22% в 2021 г. доля азиатских стран в структуре российского ННЭ увеличилась до 30% к концу 2023 г. и выросла еще на треть по итогам семи месяцев 2024 г. (по данным РЭЦ).

Более 70% российского ННЭ в Азию составляют промышленные товары, утверждают в РЭЦ. Традиционно высоким спросом в регионе пользуются металлы, продукция химической промышленности, лесопромышленного комплекса (ЛПК) и машиностроения. Также востребованы товары ряда отраслей агропромышленного комплекса (АПК). При этом структура спроса на продукцию АПК различается в зависимости от субрегиона: в Восточной Азии наибольший интерес вызывают мороженая рыба и ракообразные, а в странах Азиатско-Тихоокеанского региона – масложировая продукция (подсолнечное и соевое масла) и зерновые культуры (пшеница и кукуруза).

В экспортном центре отмечают, что ключевыми партнерами России по объему ННЭ в Азии являются Китай, Индия, Республика Корея и Бангладеш. На эти четыре страны по итогам семи месяцев 2024 г.

пришлось порядка 85% ННЭ в Азиатский регион, что на 6% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Наибольший прирост поставок российской несырьевой неэнергетической продукции был зафиксирован в Китай, Индию, Вьетнам, Бангладеш.

Структура российских поставок ННЭ уникальна для каждой из стран региона. Например, в Китае ключевые объемы закупок приходятся на металлургию, ЛПК и продукцию машиностроения. Индия импортирует преимущественно масложировую продукцию, продукцию машиностроения (в том числе в рамках контрактов на строительство АЭС) и химическую продукцию. В Республике Корея заметным спросом пользуются российские рыба и морепродукты, химическая продукция и металлы. Бангладеш активно закупает зерно, продукцию машиностроения и другие товары.

Новые вызовы новых маршрутов

Переориентация на азиатские рынки открывает перед российскими компаниями новые перспективы, но и ставит перед ними новые вызовы. По данным РЭЦ, среди барьеров для наращивания экспорта российские компании отмечают проблемы с валютными расчетами, мультимодальные перевозки по сложным маршрутам и сезонные проблемы с до-

ставкой сыпучих грузов, а также вопросы страхования грузов.

Остро стоит проблема недостатка информации, необходимой для работы с новыми контрагентами, особенно в некоторых странах, отмечают в РЭЦ. Индия, например, представляет собой рынок со своими особенностями, которые необходимо учитывать. В частности, сложности с логистикой требуют внимательного подхода к выбору перевозчиков и страхования как грузов, так и сделок. Кроме того, при экспорте потребительских товаров важно учитывать специфику вкусов и предпочтений индийских потребителей.

В целом выход на новые рынки, особенно на рынки восточных стран, сопряжен с целым рядом специфических рисков, говорит Петр Мозиас, ведущий научный сотрудник ИНИОН РАН и доцент департамента мировой экономики НИУ ВШЭ. «Нужно страховать, и важно обращаться для этого в надежные места», – подчеркивает Мозиас. В таких условиях роль государственной поддержки экспорта и институтов развития крайне высока, говорит эксперт.

В России страхованием рисков в сфере ВЭД, в том числе связанных с неоплатой иностранным покупателем поставленной российской продукции, занимается Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций (АО «ЭКСПАР») в составе РЭЦ. «Рассчитывать на то, что новые зарубежные рынки будут осваиваться сами по себе, только под воздействием частной инициативы, без участия государства, наивно», – говорит Мозиас. В экономической теории есть понятие

экстерналий, или внешних эффектов, продолжает он. В данном случае положительный внешний эффект заключается в том, что компании-пионеры, осваивающие новые рынки, несут значительные транзакционные издержки и создают положительный имидж российской продукции, которым затем могут бесплатно или почти бесплатно воспользоваться другие компании. Таким первопроходцам очень нужна государственная поддержка экспорта, в частности его страхование. Для этого и создаются специальные институты развития, заключает Мозиас. Страхование рисков при выходе на новые рынки необходимо и оправданно, соглашается Сергей Лунев, профессор кафедры востоковедения МГИМО.

Группа «Свеза», один из крупнейших лесопромышленных холдингов и производителей фанеры в России, уже более 25 лет экспортирует древесностружечные и ламинированные древесностружечные плиты.

Сегодня для компании основные регионы экспорта – это страны Восточной Азии (в первую очередь Китай), Ближнего Востока (Турция, ОАЭ, Саудовская Аравия), Африки (Египет) и СНГ. За девять месяцев 2024 г. «Свеза» увеличила продажи на 29%.

В среднесрочной перспективе «Свеза» планирует наращивать поставки своей продукции в страны Восточной Азии и расширять географию на доступных рынках. Однако логистика – это тоже один из вызовов последних двух лет, поэтому «Свеза» осваивает новые логистические маршруты.

Например, этой осенью холдинг доставил свою продукцию в порт Восточной Азии по Северному морскому пути. Конечным пунктом стал Китай.

Весь путь судно прошло всего за 21 день. Это в среднем на две недели быстрее, чем через Суэцкий канал, поясняют в «Свезе». «Северный морской коридор – это еще один канал поставок, который мы тестируем уже несколько лет. Мы планируем этот маршрут использовать и в следующий навигационный период», – отмечает руководитель направления по централизованной логистике компании «Свеза» Татьяна Костерина.

«Для нас всегда ключевым приоритетом были надежность и своевременность поставок. Однако одним из главных вызовов последних двух с половиной лет для экспортеров стали финансовые расчеты с зарубежными торговыми партнерами в странах ближнего и дальнего зарубежья», – говорит Виталий Демиденко, директор по продажам ГК «Свеза».

Для поддержания высокого уровня сервиса и регулярности поставок «Свеза» осуществляет поставки с отсрочкой платежа до одного года. Для минимизации финансово-кредитных рисков лесопромышленный холдинг застраховал краткосрочную дебиторскую задолженность в ЭКСПАР, чтобы защитить себя от неплатежей со стороны зарубежных покупателей.

Компании-пионеры, осваивающие новые рынки, несут значительные транзакционные издержки и создают положительный имидж российской продукции, которым затем могут бесплатно или почти бесплатно воспользоваться другие компании. Таким первопроходцам очень нужна государственная поддержка экспорта, в частности его страхование

«Для экспортеров одним из наиболее востребованных продуктов является страхование краткосрочной дебиторской задолженности, которое защищает от рисков неоплаты со стороны иностранных покупателей ввиду коммерческих или политических рисков (подробнее о популярных страховых услугах для участников ВЭД см. на стр. 08). Этот продукт позволяет в рамках одного договора страхования получить защиту по всем экспортным продажам, осуществляемым на условиях отсрочки платежа, независимо от географии поставок», – уточняет старший вице-президент РЭЦ Никита Гусаков. Для малых и средних предприятий ЭКСПАР предлагает специальную программу страхования отсрочки платежа, которая позволяет быстро и по фиксированной стоимости получить страховое покрытие.

Банки, участвующие в финансировании экспортных операций, могут воспользоваться такими продуктами ЭКСПАР, как страхование кредита покупателю – популярное в дружественных странах – или страхование кредита на пополнение оборотных средств экспортера, страхование гарантий и аккредитивов. Для импортеров ЭКСПАР предлагает страхование авансовых платежей в рамках правительственной поддержки критически важного импорта. «Свеза» сейчас рассматривает возможность воспользоваться этим механизмом для защиты авансовых платежей при импорте, говорит Демиденко.

Система поддержки экспорта

Государство помогает экспортерам ориентироваться на новых для них рынках. К примеру, РЭЦ сопровождает экспортеров на всех этапах экспортного

цикла – от поиска партнеров и анализа рынков до финансирования экспортных контрактов и получения оплаты за поставленные товары или услуги. Центр разрабатывает специализированные программы, адаптированные под особенности различных рынков, включая Азию и СНГ, а также проводит работу по информированию российских компаний о возможностях экспорта в эти регионы, организует бизнес-миссии и другие мероприятия, способствующие налаживанию деловых контактов.

Компания «Новопродукт АГ» – производитель продуктов для здорового питания, диетических, диабетических и обогащенных продуктов – воспользовалась помощью РЭЦ при выходе на новые рынки. Предприятие начало экспортировать свою продукцию в 2005 г., а к активному развитию внешнеторгового направления перешло в 2019 г. Сейчас компания поставляет продукцию в 11 стран: Белоруссию, Казахстан, Таджикистан, Узбекистан, Киргизию, Молдавию, Грузию, Туркменистан, Армению, Азербайджан и Монголию. Наибольший спрос наблюдается в Белоруссии, Казахстане и Узбекистане. «Новопродукт АГ» планирует расширение географии поставок и работает над выходом на рынок Китая, а также над возобновлением контракта с Саудовской Аравией.

«Я верю, что наши продукты будут еще большими темпами покорять экспортные горизонты и при упоминании BioNova (один из брендов «Новопродукт АГ»). – «Ведомости&» люди во всех странах будут говорить: «Это в России делают, и это круто», – надеется Александра Гудимова, создатель бренда BioNova, директор по маркетингу ООО «Новопродукт АГ».

«Изначально наша компания сотрудничала с МЭЦ и Моспромом (Московский экспортный центр и Центр поддержки и развития промышленного экспорта. – «Ведомости&»). Через них вышли на РЭЦ», – вспоминает Гудимова. При поддержке РЭЦ «Новопродукт АГ» приняла участие в международных выставках и бизнес-миссиях в Азербайджане, Саудовской Аравии, ОАЭ и Армении. Также с помощью РЭЦ компания заключила договоры страхования по нескольким экспортным контрактам. «Для нас страхование очень востребованно, так как защищает компанию от рисков неплатежей за поставки. Страхование позволяет нам увеличивать товарооборот, а также расширять круг покупателей за счет предоставления различных систем оплаты», – добавляет представитель «Новопродукт АГ».

Другая компания, «Сиббалт», специализирующаяся на производстве чипсов, активно использует инструменты РЭЦ для продвижения своей продукции на экспорт, в первую очередь в страны СНГ. «Основные направления – это все ближнее зарубежье, страны СНГ: Казахстан, Узбекистан», – рассказывает Максим Беспалов, менеджер ВЭД компании «Сиббалт».

По его словам, Китай занимает около трети от общего объема экспорта компании. «Китайский рынок для нас крупный, и мы его хорошо освоили», – отмечает он. «Сиббалт» также использует услуги РЭЦ для участия в выставках. «РЭЦ постоянно оказывает нам поддержку. Мы с их помощью ездили в Узбекистан, в Китай – буквально сегодня все наше руководство с рабочим визитом в Китае», – рассказывает Беспалов. Участие в выставках помогает компании находить новых клиентов и дистрибуторов, а также поддерживать связи с существующими партнерами. Кроме того, страхование от ЭКСПАР предусматривает возмещение неоплаты со стороны покупателя. «Это очень важный инструмент, который страхует нас от рисков неоплаты поставок», – отмечает он. &

Никита Гусаков: «Страховая и финансовая поддержка стала еще более востребованной»

Старший вице-президент РЭЦ об инструментах помощи российским экспортерам

Российский экспорт переживает масштабную стратегическую переориентацию географии своих потоков. Выход на новые рынки непрост, и участники внешнеэкономической деятельности (ВЭД) предпочитают заручиться поддержкой государства, прежде чем осваивать новые направления экспорта. Старший вице-президент Российского экспортного центра (РЭЦ; входит в группу ВЭБ.РФ) Никита Гусаков в интервью «Ведомости&» рассказал, на какую поддержку могут рассчитывать экспортеры, чтобы успешно конкурировать на международной арене.

– Минпромторг обновил структуру нового нацпроекта «Международная кооперация и экспорт». Какие изменения ждут экспортеров в части государственной поддержки? Планируется ли появление новых механизмов либо модернизация уже действующих?

– Новая версия нацпроекта будет решать ключевые задачи по формированию сети устойчивых партнерств с зарубежными, прежде всего дружественными, странами и созданию необходимой инфраструктуры для ВЭД, технологической и промышленной кооперации, а также освоения новых рынков.

Главными инструментами развития международной кооперации и экспорта станут компенсация затрат на логистику и продвижение, а также льготные экспортные кредиты, в том числе от АО РОСЭКСИМБАНК и ВЭБ.РФ. В то же время ресурсов в рамках обновленного нацпроекта выделяется меньше, чем в предыдущий период, поэтому нам предстоит повышать эффективность своих инструментов для достижения поставленных целей.

Одним из ключевых векторов обновленного нацпроекта станет экспортное продвижение продукции через развитие программы популяризации национального бренда «Сделано в России», включая инфраструктуру дистрибуции и эффективные каналы продаж.

Мы сделаем особый акцент на продвижении продукции: идентификации спроса, его формировании, создании новых деловых связей между нашими экспортерами и предпринимателями за рубежом. Мы будем использовать те форматы и инструменты продвижения, в которых уже имеем уникальную и очень достойную экспертизу, наработанную опытным путем за последние годы.

– В 2023 г. ЭКСаР предоставил страховое покрытие на сумму свыше 525 млрд руб. Какие результаты вы прогнозируете в этом году?

– С учетом выхода на новые рынки, поиска альтернативных каналов продаж и в целом роста экономических и политических рисков страховая и финансовая поддержка стала еще более востребованной. Мы, в свою очередь, не останавливаемся на достигнутом и продолжаем развиваться в ногу со временем и его вызовами, расширяя продуктовую линейку и вовлекая все больше участников ВЭД в господдержку.

В частности, в этом году мы наблюдаем рост спроса на страхование авансовых платежей для импортеров. На текущий период этого года у нас действует уже 14 договоров страхования авансовых платежей, объем поддержки вырос на 46% по сравнению с прошлым годом – до \$65 млн.

Другой востребованный продукт поддержки критически важного импорта – «Страхование кредита импортеру». В прошлом году в рамках данной услуги мы оказали поддержку 45 компаниям, в этом году поддержку уже получили 58 юрлиц.

Всего за девять месяцев этого года в рамках страхования ЭКСаР оказал поддержку внешнеторговой деятельности на \$12 млрд, что на 9% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Это не окончательные результаты, но динамику оценить уже можно.

– Какие новые риски появились за последний год? Насколько новые регионы, куда идут экспортеры сейчас, сложны с точки зрения ведения бизнеса?

– События последних лет привели к колоссальным изменениям российской внешней торговли, запустив масштабную стратегическую переориентацию географии экспортных потоков. Российские экспортеры смело вступили на новые рынки и начали сотрудничать с новыми партнерами. По результатам опроса бизнеса, проведенного Группой РЭЦ в этом году, выявлены топ-5 привлекательных для экспорта направлений. Среди них – страны СНГ, в пользу которых высказались 51% респондентов. За Ближний Восток проголосовали 26% опрошенных компаний; Восточная и Юго-Восточная Азия получили 18 и 15% голосов соответственно, а замыкает пятерку главных экспортных направлений Африка – поставлять продукцию на континент выразили желание 10% экспортеров.

Изменение тренда мы видим и в географии нашей поддержки. Если в 2021 г. на дружественные страны приходилось порядка 60% несырьевого неэнергетического экспорта России, то сегодня этот поток составляет уже свыше 80%.

Доля стран СНГ пространства выросла до 19,6%, на азиатское направление приходится 32%, на Латинскую Америку – 10%. Африка, как стратегическое направление, развивается динамично, хотя пока занимает небольшую долю в нашей поддержке.

И все же, несмотря на успешный ход экспортной переориентации, новые рынки, хоть и дружественные, остаются достаточно рискованными для экспортеров, встречаются и случаи мошенничества.

Особенности юрисдикции контрагента, место и орган разрешения споров (арбитражные институты, не ограничивающие российским компаниям доступ к правосудию), возможность приведения в исполнение вынесенного решения – все эти факторы следует учитывать при согласовании условий контракта

Поэтому мы рекомендуем проявлять должную осмотрительность при начале отношений с новыми контрагентами: стоит убедиться, что проявляющие интерес к сотрудничеству лица действительно представляют компанию, от лица которой действуют, всегда проводить юридическую проверку покупателя для подтверждения полномочий подписанта. И не менее важным является определение права, которое применяется к вашему внешнеторговому контракту: мы рекомендуем по возможности настаивать на применении российского либо иного, понятного и дружественного российской стороне. Особенности юрисдикции контрагента, место и орган разрешения споров (арбитражные институты, не ограничивающие российским компаниям доступ к правосудию), возможность приведения в исполнение вынесенного



Никита Гусаков

СТАРШИЙ ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ РЭЦ

В 2003 г. окончил Финансовую академию при правительстве Российской Федерации, специальность – «мировая экономика».

2003–2006 гг. – вице-президент по работе на долговом рынке капитала ОАО «Альфа-банк».

2006–2011 гг. – директор, руководитель отдела по организации выпуска рублевых облигаций ЗАО «Коммерческий банк «Ситибанк».

2011–2015 гг. – управляющий директор по международным рынкам долгового капитала ЗАО «ВТБ капитал».

2015–2016 гг. – управляющий директор по клиентской работе и андеррайтингу АО «ЭКСПАР» Группы РЭЦ.

2016 г. – сентябрь 2018 г. – член правления – управляющий директор по клиентской работе АО «ЭКСПАР» Группы РЭЦ.

Сентябрь 2018 г. – по настоящее время – старший вице-президент РЭЦ.

решения – все эти факторы следует учитывать при согласовании условий контракта.

Также одним из острых вопросов, оказывающих влияние на проведение внешнеторговых сделок, является надежное обеспечение трансграничных платежей и выстраивание маршрутов их получения. Способы расчетов трансформируются, традиционные каналы все больше заменяются альтернативными. Банковская система демонстрирует готовность адаптироваться к новым вызовам и продолжает предлагать решения в области международных расчетов и проводить трансграничные платежи, но зачастую с ограничениями по регионам и видам продукции. Поскольку внешняя торговля уверенно переходит на национальные валюты, в нашем страховом портфеле, соответственно, растет доля сделок в рублях: если в 2021 г. доля предоставленного страхования по лимитам в рублях составляла порядка 30%, в 2022 г. – около 40%, то сегодня эта цифра стремится к 70%.

Текущая конъюнктура мировых рынков для России в целом очень сложная. Мы постоянно стремимся к тому, чтобы диверсифицировать экспорт, уйти от зависимости от колебаний рынков энергоносителей. Снижение мировых цен на сырье тянет за собой котировки и других важных для России рядовых товаров – коммодитиз, потому что с ними связаны и цены на металлы, удобрения, зерно: это те товары, с которыми наша страна десятилетиями выходит на мировой рынок. За год никель подешевел на 15%, сталь – на 18%, карбамид – на 18%, пшеница – на 15%.

И в этой ситуации высокие ставки кредитования – ключевой барьер для экспорта. Если сравнивать уровень нашей ключевой ставки с ключевыми ставками дружественных нам рынков, то в Монголии это 10% годовых, в Белоруссии – 9,5% годовых. На рынках Юго-Восточной и Восточной Азии на примере Вьет-

нама и Китая – на уровне 4,5 и 3,1% годовых соответственно, Центральная Азия на примере Казахстана и Узбекистана – 14,25 и 13,5% годовых соответственно. На примере этих сравнений очевидно, что финансирование российских банков менее привлекательно для зарубежных партнеров. И если ставка ЦБ РФ сохранится на текущем уровне или будет наблюдаться дальнейший рост, то это приведет к повышению себестоимости продукции и, соответственно, снижению ее конкурентоспособности на внешних рынках и, таким образом, потере нами даже дружественных из них. В этом мы видим востребованность государственной поддержки, которая должна позволять бизнесу сократить издержки на производство и экспортные операции.

– Какова тенденция: количество выплат растет или, наоборот, снижается?

– С точки зрения оценки эффективности деятельности экспортного агентства количество выплат не является качественной характеристикой, поскольку не учитывает такие важные показатели, как количество заключенных договоров страхования, размер страховой суммы, объем собранной страховой премии. На текущий момент можно сказать, что страховые выплаты, связанные с введением ограничений в 2022–2023 гг., по краткосрочным сделкам мы уже осуществили, основной их объем пришелся на 2022 г. Сейчас же, несмотря на переориентирование экспортеров на другие рынки сбыта, мы наблюдаем тенденцию к росту объема страховых выплат «санкционного» характера – уже по средне- и долгосрочным сделкам. В рамках стратегического и бизнес-планирования мы предполагали развитие такого сценария, потому обеспечили достаточный запас нашей прочности (финансовой устойчивости) для исполнения своих обязательств.

– Какие рынки сейчас в приоритете для комплексного развития российского экспорта под национальным брендом?

– В новом году в рамках развертывания программы «Сделано в России» мы планируем охватить не менее пяти опорных стран. Наиболее приоритетными для нас являются Китай, ОАЭ, Индия, Индонезия и Саудовская Аравия. Конечно, ими мы не ограничимся и вместе с бизнесом будем осваивать и другие рынки.

Прирост экспорта требует существенного наращивания количества и качества деловых связей с покупателями за рубежом. Для решения этой задачи мы расширяем сеть зарубежных представительств Группы РЭЦ, открывая к уже работающим новые представительства в приоритетных для экспорта странах. К открытию готовятся представительства в Таиланде, Саудовской Аравии, Египте, Бразилии, Индонезии.

Новые представительства РЭЦ будут так же, как и действующие, заниматься поддержкой российских экспортеров, поиском подходящих рыночных ниш и налаживанием сотрудничества местного бизнеса с российскими компаниями. Они так же будут сопровождать конкретные экспортные сделки на каждом этапе жизненного цикла проекта.

Это позволит российским экспортерам получать необходимую поддержку «на местах» за рубежом, что особенно важно в условиях высокой конкуренции на внешних рынках.

Еще одна точка нашего присутствия на рынках приоритетных стран – постоянно действующие российские национальные демонстрационно-дегустационные павильоны с продукцией агропромышленного комплекса (АПК). В настоящее время они открыты в Египте, Турции, Вьетнаме, Саудовской Аравии, ОАЭ и Китае. Они работают как представительская площадка для российских товаров, куда местные дистри-

буторы могут нанести ознакомительный визит. В павильонах, или иначе шоурумах, проводятся деловые встречи, дегустации и промоакции по привлечению аудитории. Пример одной из таких акций: когда продукция марки «Макфа» заходила на полки египетских супермаркетов, египетский блогер записала видеоролик с рецептом пасты, используя в нем макаронные изделия марки «Макфа» и продукты других производителей – резидентов шоурума. Популярность блогора обеспечила высокие просмотры.

Мы стараемся использовать и короткий путь к конечному потребителю – через интернет, продвигая продукцию в онлайн-пространстве, развивая экспорт по каналам электронной коммерции. Сеть «национальных магазинов» под брендом Made in Russia сегодня охватывает уже семь экспортных рынков и 20 международных маркетплейсов, а на горизонте нац-проекта мы планируем расширяться до 20 стран.

Сегодня через эту инфраструктуру российские предприниматели продают свои товары на таких площадках, как китайские Tmall и JD, вьетнамская Lazada, ближневосточный Noon и даже американский Amazon. В национальных магазинах уже представлено свыше 2500 товарных позиций более чем от 800 российских производителей из 71 региона России, включая ДНР и ЛНР.

Нас интересует узнаваемость национального бренда, мир должен знать, что «Сделано в России» – это качественно, уникально и престижно.

– Какие товары или услуги экспортеров, по вашим оценкам, сейчас востребованнее всего и на рынках каких стран?

– За последние несколько лет нам удалось нарастить поставки продукции в Китай почти в 1,5 раза. Китай активно закупает продукцию отечественного АПК: рапсовое и подсолнечное масла, крабов и минтай, сою и семена льна.

В промышленности весьма заметен рост поставок металлопродукции: алюминия, меди и изделий из нее; товаров лесопромышленного комплекса, в частности хвойных пиломатериалов – ели, пихты и сосны. Высоким спросом пользуется продукция химической промышленности – это удобрения, продукция органической и неорганической химии.

Отмечу положительную динамику еще на одном приоритетном направлении Азии – Индии, хотя российский несырьевой неэнергетический экспорт туда развивается не столь быстрыми темпами. Хороший спрос наблюдается на удобрения; продукцию машиностроительной отрасли, что обусловлено строительством АЭС; металлопродукцию – листовую прокат, ТБД. В части АПК страна преимущественно закупает товары масложировой отрасли – подсолнечное и соевое масла.

– Летом РЭЦ и Федеральный центр прикладного развития искусственного интеллекта заключили соглашение о сотрудничестве, направленное на рост экспорта отечественных программных продуктов и радиоэлектронной продукции на зарубежные рынки. Насколько отечественные технологические компании конкурентоспособны на зарубежном рынке и какие специфические меры поддержки им нужны?

– Российские решения обладают высоким качественным уровнем и конкурентоспособностью по ряду направлений программного обеспечения. В первую очередь это решения по информационной безопасности, компьютерное зрение, прикладное программное обеспечение, в том числе решения для телекоммуникаций и связи.

Основное, что требуется российским компаниям, – это маркетинговое продвижение: участие в выставках и деловых миссиях, маркетинговых активностях, что способствует поиску иностранного покупателя. Эти

инструменты доступны для компаний отрасли ИТ с помощью РЭЦ.

В октябре в ОАЭ прошла выставка GITEX. РЭЦ организовал коллективную экспозицию, где свои решения представили 34 российские ИТ-компании. Особенно ценно, что пять компаний из тех, которые в прошлые годы участвовали в выставке на стенде РЭЦ, в этом году представляли свои решения самостоятельно. Таким образом, РЭЦ в рамках коллективной экспозиции помог компаниям освоиться на рынке, а далее те смогли продолжить самостоятельное развитие. Это одна из наших задач.

– В III квартале 2024 г. количество предприятий малого и среднего бизнеса в России, застраховавших свои экспортные поставки, выросло на 74% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Что в первую очередь страхует малый бизнес, какой самый популярный продукт?

– Наиболее востребовано у МСП страхование поставок пищевой и сельскохозяйственной продукции, строительных материалов, а также оборудования и запчастей. Ключевые направления экспорта – страны СНГ и Ближнего Востока.

Для малого и среднего бизнеса у ЭКСАР есть набор решений, самым популярным среди которых является «Страхование отсрочки платежа для МСП». Продукт дает компаниям возможность застраховать экспортные отгрузки с отсрочкой платежа, а также расширить клиентскую базу и освоить новые рынки, не беспокоясь о потенциальных финансовых рисках. Бизнес МСП крайне чувствителен к любым дополнительным затратам – как финансовым, так и временным. Доступная стоимость нашего продукта позволяет застраховать свои риски, практически не снижая маржинальность бизнеса. Договор заключается по заявлению без предоставления пакета документов в течение пяти рабочих дней, что отвечает ожиданиям компаний МСП по срокам получения поддержки по не крупным сделкам.

Мы вывели этот продукт в линейку в 2020 г., и, если спустя год мы заключили около 80 договоров страхования в рамках этой программы, к концу этого года мы достигнем отметки в 650. И каждый год интерес к продукту растет: если за 10 месяцев прошлого года мы заключили 156 договоров, то в нынешнем году эта цифра выше уже в 1,5 раза.

К тому же мы стараемся идти в ногу с прогрессом: к ключевым преимуществам продукта, которые подчеркивают наши клиенты, относятся полностью электронное оформление – заполнение заявления происходит на цифровой платформе «Мой экспорт» (16+), а договор страхования направляется клиенту, и подписанию с его стороны не требуется. Кроме того, клиенту не нужно собирать пакет документов своей компании или компании-покупателя, достаточно заполнить один документ – заявление на страхование. Сегодня срок получения решения по заявке составляет 3–4 рабочих дня с момента ее поступления.

– А какие запросы по страхованию у крупных поставщиков и какую продукцию страхуют наиболее часто?

– Крупные экспортеры наиболее нуждаются в покрытии рисков, возникающих при поставках продукции иностранным покупателям в различных юрисдикциях, в том числе осуществляемых через зарубежные торговые дома. Наиболее востребованным продуктом для крупного бизнеса является страхование краткосрочной дебиторской задолженности.

С точки зрения отраслевой разбивки речь идет о продукции машиностроения, химической и металлургической отраслях, продукции лесоперерабатывающего комплекса, очень активно развивается спрос на страхование поставок со стороны экспортеров продукции АПК.

– В феврале 2024 г. ЭКСАР получил полномочия по перестрахованию торговых кредитов по внутрироссийским поставкам. Какие перспективы такая опция открывает бизнесу?

– Речь идет не о новых опциях для бизнеса, это скорее антикризисная мера в целях поддержки российской экономики на фоне расширения международных ограничительных мер, которые привели к сокращению объема страхового покрытия со стороны коммерческих страховщиков, в том числе из иностранных государств. Таким образом, создан дефицит перестраховочной емкости. В рамках новых полномочий, которые, подчеркну, предоставлены ЭКСАР на временной основе – до 2026 г., мы готовы предоставлять дополнительную перестраховочную емкость до 100 млрд руб. за счет собственного капитала, без привлечения государственных гарантий РФ. Нашими контрагентами выступают страховые компании, предоставляющие услуги по страхованию рисков неплатежа по внутрироссийским контрактам.

Отмечу, что дополнительный объем обязательств не ограничит возможности по осуществлению основной деятельности по страхованию экспортных и импортных кредитов ЭКСАР.

– Насколько эта услуга сейчас востребована?

– Она позволяет увеличить страховую поддержку в отраслях с высокой концентрацией риска по контрагентам, а также для единичных кратко- и среднесрочных сделок.

Мы видим постепенный рост запросов со стороны страховщиков по отдельным контрагентам, в основном в фармацевтике и электронике, а также запросы по единичным сделкам с рассрочкой платежа.

– Услуги ЭКСАР по страхованию и перестрахованию освободили от налога на добавленную стоимость (НДС). Какие это дает новые возможности?

– Действительно, соответствующий закон подписал президент Российской Федерации. Ранее льгота распространялась на услуги в части защиты экспортных кредитов и инвестиций от предпринимательских и политических рисков. Теперь же от НДС освобождены все услуги по страхованию и перестрахованию, которые оказывает ЭКСАР.

Изменения связаны с гармонизацией условий по нашим новым инструментам в части поддержки импортных и внутрироссийских операций, с существующей практикой по страхованию экспортных кредитов, а также с работой коммерческого рынка страхования.

С введением освобождения от НДС при страховании критически важного импорта и операций на внутреннем рынке наши продукты становятся еще более привлекательными для клиентов, а это, в свою очередь, повышает конкурентоспособность их товаров на рынке.

– В Минэкономразвития предложили создать двусторонние механизмы страхования и перестрахования по независимой инфраструктуре для экспорта между странами БРИКС и ШОС. На какой стадии проект сейчас?

– Мы находимся в постоянном рабочем диалоге с коллегами из ЕАЭС и БРИКС. В октябре 2024 г. в рамках саммита БРИКС состоялась встреча глав экспортных кредитных агентств (ЭКА) стран, входящих в блок, в рамках которой предоставление поддержки национальным компаниям и сотрудничество по перестрахованию являлись ключевыми вопросами в повестке ЭКА БРИКС. ЭКСАР полностью поддерживает проработку сотрудничества по страхованию и перестрахованию в рамках БРИКС для предоставления новых возможностей для российских экспортеров и импортеров. &

Поддержка для экспорта и импорта

АО «ЭКСПАР» – российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций, созданное в 2011 г. Основная цель ЭКСПАР – поддержка высокотехнологичного экспорта и инвестиций за рубеж посредством страхования предпринимательских или политических рисков. В продуктовом предложении агентства предоставлены решения как для экспортеров и импортеров, так и для инвесторов, факторинговых и лизинговых компаний, банков и иностранных покупателей. Российские экспортеры в текущей ситуации ограничений переориентируются на новые для себя рынки, а ЭКСПАР им в этом помогает.

Общая сумма страхового покрытия ЭКСПАР

1169 млрд руб.*

* По состоянию на октябрь 2024 г.

Топ-5 стран в страховом портфеле ЭКСПАР

Узбекистан
Египет
Белоруссия
Турция
Казахстан

Количество стран, в которых ЭКСПАР поддержал экспортные проекты

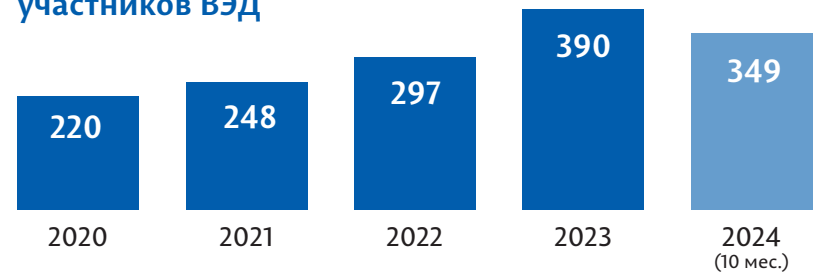
131*

* С 1 января 2015 г. по 31 октября 2024 г.

От мала до велика

Всего за 10 лет агентство поддержало внешнеэкономические сделки на \$142 млрд. Поддержкой ЭКСПАР активно пользуются как крупные компании, так и малые и средние предприятия со всей России. Ежегодно поддержка МСП стабильно растет и за 10 месяцев этого года составляет \$534,3 млн. Один из самых популярных продуктов ЭКСПАР для этого сегмента – «Отсрочка платежа для МСП».

Количество МСП среди поддержанных участников ВЭД



От металлургии до легпрома

На приоритетные отрасли приходится порядка 90% оказываемой поддержки. Среди самых активных получателей поддержки ЭКСПАР – представители металлургической и химической промышленности. По объемам поддержки в лидерах также машиностроение и агропромышленный комплекс. Аграрии активно наращивают обороты – ожидается, что к 2030 г. экспорт российской агропродукции может вырасти в 1,5 раза по сравнению с 2021 г. и достигнуть \$55,2 млрд. Выполнить эту задачу поможет поддержка ЭКСПАР.

Поддержанный экспорт по отраслям, \$ млрд



С 1 января 2015 г. по 31 октября 2024 г.

Новые возможности для импорта

ЭКСПАР предоставляет поддержку не только экспортерам, но и импортерам. Речь идет о критически важном импорте продукции, которая необходима для обеспечения производства в России. В 2022 г. линейка агентства пополнилась новыми продуктами – страхованием авансовых платежей и страхованием кредита импортеру. Самые активные получатели такой поддержки – представители машиностроительной отрасли. В ответ на спрос клиентов в 2024 г. в целях поддержки импортных операций ЭКСПАР внедрил решение по страхованию обязательств принципала по гарантиям.

Поддержанный импорт по отраслям, \$ млн



С 1 апреля 2022 г. по 31 октября 2024 г.

На все случаи внешней торговли

Какие риски могут застраховать российские участники ВЭД

Амера Карлос

Внеэкономическая деятельность (ВЭД) в последние два года активно меняется: компании устремляются на незнакомые рынки, осваивают новые маршруты поставок, ищут новых партнеров. Для того чтобы снизить риски для бизнеса, в России работает агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций АО «ЭКСПАР». В портфеле компании

есть страховые продукты на все случаи ВЭД для экспортеров, импортеров и банков. Страховка от ЭКСАР покрывает не только коммерческие риски, но и политические – если контрагент не имеет возможности исполнить свои обязательства из-за введенных государственных запретов. В подборке «Ведомости&» рассказываем о флагманских решениях агентства.

УТРОМ СТУЛЬЯ – ВЕЧЕРОМ ДЕНЬГИ

В 2023 г. объем сделок экспортеров в сегменте малого и среднего предпринимательства (МСП) вырос в 3 раза по сравнению с 2022 г., по данным «Эксперта». Компании выходят на новые для себя рынки, заключают контракты с покупателями из стран Азии, Африки, Латинской Америки.

Иностранным покупателям удобно работать с отсрочкой платежа, однако для малого предприятия – поставщика это всегда риск: если контрагент не расплатится вовремя, возможен дефицит оборотных средств. Поэтому один из самых востребованных продуктов ЭКСАР для сегмента МСП – страхование отсрочки платежа. Это решение для экспортеров, которые поставляют товар с отсрочкой платежа до 90 календарных дней в небольших объемах. Для заключения договора страхования не требуется, как во многих других случаях, финансовой отчетности иностранного покупателя.

Услуга предоставляется в электронном формате, страховка позволяет экспортерам в режиме онлайн страховать риски, которые возникают при работе с иностранными покупателями, расширять объем и географию поставок, а также исполнить свою обязанность по репатриации валютной выручки.

По программе «**Страхование отсрочки платежа для МСП**» подать заявление на выплату страхового возмещения можно через 30 дней от даты неполучения платежа от иностранного контрагента.

УСЛОВИЯ*

- Страховая стоимость – до 10 млн руб.
- Сумма покрытия – до 70% суммы убытка экспортера.
- Стоимость услуги фиксированная: 20 000 руб. при подаче заявки на цифровой платформе «Мой экспорт», 30 000 руб. – по другим каналам.

ЗАЩИТА ОТ НЕПЛАТЕЛЬЩИКОВ

Еще одно решение для защиты экспортеров от риска неплатежа со стороны иностранных покупателей – **страхование краткосрочной дебиторской задолженности**. Страховка распространяется на регулярные поставки товаров, осуществляемые на условиях отсрочки платежа до одного года, покупателям за рубежом. Действующий договор страхования дебиторской задолженности позволяет экспортеру включать в него новых контрагентов на таких же условиях.

УСЛОВИЯ

- Сумма покрытия – до 90% убытка экспортера.

Если же для иностранного покупателя действует отсрочка платежа сроком более одного года, то в этом случае подойдет другой продукт агентства – «**Страхование экспортного контракта**». При заключении договора необходимо предоставить экспортный контракт и отчетность иностранного контрагента за два последних года.

УСЛОВИЯ

- Срок договора страхования определяется в зависимости от длительности экспортного контракта и (или) привязан к индивидуальному графику оплаты по экспортному контракту.
- Сумма покрытия – до 95% убытка экспортера.

УТРОМ ДЕНЬГИ – ВЕЧЕРОМ СТУЛЬЯ

В линейке флагманских продуктов ЭКСАР есть инструменты и для российских импортеров. Если компания импортирует товар, работая по

авансовой схеме, «**Страхование авансовых платежей**» позволит застраховать риски невозврата оплаченного аванса, если контрагент не исполнит свои обязательства по поставке товара или не вернет аванс.

УСЛОВИЯ

- Отсутствие просроченной задолженности по застрахованным поставщикам на момент заключения договора.
- Страхователь не является офшорной компанией, и суммарная доля участия офшорных компаний в его уставном капитале не превышает 50%.
- Страхованию подлежат только поставки критически важной продукции, определенной распоряжением правительства РФ № 3456 от 15.11.2022.
- Сумма покрытия – до 90% убытка экспортера.

ПОМОЩЬ НЕ ТОЛЬКО СОВЕТОМ

Нередко экспортерам из числа представителей как некрупных, так и крупных предприятий для исполнения контракта необходимо привлечь кредит на пополнение оборотных средств – для покрытия целевых расходов по закупке сырья, материалов, оплате услуг подрядчиков и иных расходов, связанных с реализацией экспортного контракта. Банк, предоставляющий такой кредит, может воспользоваться продуктом «**Страхование кредита на пополнение оборотных средств экспортера**».

Это решение позволяет банку-кредитору обеспечить себе защиту от финансовых рисков неоплаты по кредитному договору и снизить нагрузку на капитал, а экспортерам – получить кредит и нарастить объем оборотных средств.



УСЛОВИЯ

- Сумма кредита не может превышать 80% от стоимости экспортного контракта.
- Финансирование может предоставляться для исполнения как одного, так и множества экспортных контрактов.
- Страхование покрытие распространяется на кредит и проценты по нему и составляет до 90% убытка банка.

В случае если банк предоставляет финансирование иностранному покупателю для целей оплаты российской продукции, ЭКСАР разработал продукт «**Страхование кредита покупателю**». Покрытие в рамках этого продукта распространяется на кредит, предоставленный иностранному заемщику для оплаты по контракту за товары, экспортируемые из России. Схема выглядит следующим образом: банк-кредитор заключает кредитный договор с заемщиком (иностранном покупателем или банком покупателя) для оплаты по экспортному контракту, а с ЭКСАР – договор страхования кредита покупателю.

УСЛОВИЯ

- Сумма кредита – до 100% от стоимости экспортного контракта.
- Финансирование может предоставляться для исполнения обязательств как по одному, так и по множеству экспортных контрактов.
- Страхование покрытие распространяется на кредит и проценты по нему и составляет до 90% убытка банка.

Часто контракты предусматривают расчеты с использованием подтвержденного аккредитива. Банк-эмитент открывает аккредитив на оговоренную сумму в соответствии с условиями контракта в пользу продавца (бенефициара по аккредитиву), второй банк подтверждает аккредитив, гаранти-

руя оплату по нему даже в случае неисполнения покупателем своих обязательств. При этом подтверждающий банк может также предоставить финансирование в рамках такого аккредитива. Экспортер, выполнивший свои обязательства по поставке, предоставляет определенные условиями аккредитива подтверждающие документы в банк. При этом вне зависимости от исполнения покупателем своих обязательств по оплате финальное обязательство по оплате все равно лежит на банке, подтвердившем аккредитив. Чтобы минимизировать риск неоплаты аккредитива банком-эмитентом, у ЭКСАР есть решение «**Страхование подтвержденного аккредитива**». Для удобства страхователей реализация данного страхового продукта возможна в двух формах: как страхование единичной сделки – одного аккредитива, так и страхование портфеля аккредитивов, подтвержденных одним банком (страхователем).

УСЛОВИЯ

- На страхование могут быть заявлены подтвержденные аккредитивы, в том числе с предоставлением постфинансирования или дисконтированием.
- Срок страхования соответствует сроку с даты добавления подтверждения по аккредитиву и до даты выплаты возмещения иностранным банком-эмитентом.
- Сумма покрытия – до 90% убытка банка.

ФАКТОР РИСКА

Нередко экспортеры используют такой финансовый инструмент, как факторинг, который позволяет сразу получить деньги по договорам с отсрочкой платежа, уступив фактору свою дебиторскую задолженность.

«**Страхование экспортного факторинга**» ЭКСАР является популярным решением и позволяет избежать риска неплатежа от иностранных поку-

пателей. При этом фактору страховое покрытие ЭКСАР позволяет реализовать схему безрегрессного факторинга (без регресса на экспортера – если покупатель не оплатит долг вовремя, экспортер от этого не пострадает, требованием долга будет заниматься фактор). Этим продуктом могут воспользоваться банк или факторинговая компания, предоставляющие экспортеру факторинговое финансирование в обмен на уступку денежных требований к покупателю.

- Объем финансирования под уступку денежных требований – до 100% от суммы отгрузки сразу после ее осуществления.
- Сумма покрытия – до 90% от суммы профинансированной дебиторской задолженности.

В случае если российская компания предоставляет свои товары, например оборудование или транспортные средства, в лизинг, существуют риски неоплаты лизинговых платежей или невозврата предмета лизинга. «**Страхование международного лизинга**» ЭКСАР – это решение и для таких экспортных сделок, при этом застрахованы могут быть обязательства по договору как финансового лизинга (получатель приобретает оборудование в собственность), так и операционного (долгосрочная аренда).

УСЛОВИЯ

- Срок страхования соответствует сроку исполнения основного обязательства по договору международного лизинга.
- Сумма покрытия составляет до 90% суммы убытка.

НУЖНЫ ГАРАНТИИ

Еще один финансовый инструмент, к которому прибегают участники ВЭД, – банковская гарантия.

Для закрытия рисков невозмещения принципом сумм, выпущенных по гарантии, ЭКСАР предлагает «**Страхование обязательств принципала по гарантии**».

Данный продукт может быть востребован всеми участниками сделки – в первую очередь экспортерами российской продукции, которые предоставляют гарантию в обеспечение исполнения своих обязательств по сделке и получают контргарантию, иностранными покупателями российских товаров (работ и услуг), а также банками и международными финансовыми организациями, участвующими в финансовой поддержке сделок, связанных с экспортом.

В рамках этого страхового решения могут быть застрахованы как единичные гарантии, так и портфель гарантий, выпускаемых на регулярной основе.

УСЛОВИЯ

- Схема может предусматривать участие нескольких банков (гаранта и контргаранта).
- В рамках продукта также могут быть застрахованы обязательства экспортера по его заявке, поданной на конкурсной основе (по тендеру), когда экспортный контракт еще не заключен.
- Сумма покрытия – до 90% убытка.

НЕ ТОЛЬКО ЭКСПОРТ

Среди продуктов ЭКСАР есть решения для поддержки критически важного импорта, которые позволяют минимизировать риски банков, кредитующих российских импортеров, закупающих продукцию у иностранных поставщиков, в том числе через цепочку связанных соглашений (импортных контрактов). «**Страхование кредита импортера**» защищает банк-кредитор от риска невозврата кредита, предоставленного в целях

оплаты импортного контракта. Страховая поддержка возможна только в отношении поставок критически важной продукции, определенной распоряжением правительства РФ № 3456 от 15.11.2022.

УСЛОВИЯ

- Максимальная сумма кредита – до 100% стоимости импортного контракта.
- Финансирование может предоставляться для исполнения как одного, так и множества импортных контрактов.
- Сумма покрытия – до 90% убытка.

В линейке импортных решений важное место занимает также «**Страхование обязательств принципала по гарантии (импорт)**». Данное решение, по сути, представляет собой трансформацию аналогичного экспортного инструмента под нужды российского импортера и банка-гаранта, осуществляющего поддержку импортных операций через гарантийные инструменты.

Этот инструмент предлагается в двух вариантах:

- страхование единичной гарантии;
- страхование портфеля гарантий, выпускаемых на регулярной основе.

УСЛОВИЯ

- Сумма покрытия – до 90% убытка.

ИНВЕСТИЦИИ В БУДУЩЕЕ ЭКСПОРТА

Если экспортер решил построить завод или увеличить действующие мощности в России для выпуска экспортной продукции и берет для этих целей банковский кредит, то банк может вос-

пользоваться решением «**Страхование кредита на создание экспортного производства**». Решение позволит банку снизить кредитный риск – он получит страховое покрытие по долгосрочному кредиту, увеличит лимит возможного кредитования проекта, а также снизит нагрузку на капитал.

- Срок договора страхования соответствует сроку кредитного договора.
- Сумма покрытия – 90% убытка.

В случае если компания берет кредит для создания производства экспортной продукции за пределами России, то в портфеле решений ЭКСАР есть «**Страхование инвестиций**». Решение поможет обезопасить вложения компании от политических рисков, сопряженных с экономической деятельностью в иностранном государстве. Российский инвестор заключает договор страхования инвестиций с ЭКСАР, и в случае реализации страхового риска агентство компенсирует ему утраченные инвестиции или неполученный доход.

УСЛОВИЯ

- Срок договора страхования один год с возможностью пролонгации.
- Сумма покрытия – до 90% убытка.

* Полные условия всех предоставляемых услуг на сайте ЭКСАР: www.exiar.ru





Экспорт в цифровом формате

Как электронная торговля открывает новые экспортные рынки

Виталий Мосеев

Отечественные товары и технологии ценят на зарубежных рынках. Расширять экспортную географию помогает набирающая обороты торговля онлайн: российские предприниматели уже реализуют товары на китайских маркетплейсах Tmall и JD, вьетнамском Lazada, ближневосточном Noon и даже американском Amazon. «Ведомости&» разобрались, какие инструменты помогают отечественным производителям выстраивать цифровую торговлю за рубежом.

Тернистый путь на онлайн-рынок

По прогнозу Mordor Intelligence, к 2029 г. глобальный рынок электронной коммерции (e-commerce) достигнет \$18,8 трлн. К концу 2024 г. он составит около \$8,8 трлн. Значительный прирост в общей доле e-commerce показывают товары и услуги малого и среднего бизнеса, особенно в Индии, Китае, Южно-Африканской Республике и России, утверждают аналитики. В Индии, к примеру, катализатором ро-

ста для внутренних стартапов в сфере e-commerce стали государственные проекты Make in India и Start-up India. Кроме этого в стране запустили госпроекты по устранению цифрового неравенства (Digital India) и маркетплейс для государственных закупок у предпринимателей (Government e-Marketplace), приводят данные в Mordor Intelligence.

Российские экспортеры уже стремятся наращивать свое присутствие на зарубежных электронных площадках. «Это способ получить открытый



глобальный рынок, на котором можно представить разнообразные товары и услуги», – объясняет директор Института торговой политики НИУ ВШЭ Александр Данильцев. Однако в одиночку выходить на заграничные онлайн-площадки сложно. Российским экспортерам необходима поддержка в поиске компаньонов, организации каналов сбыта и продвижении, констатирует директор по стратегии ИК «Финам» Ярослав Кабаков.

На международных маркетплейсах отечественные компании сталкиваются с рядом проблем. «Эти трудности включают жесткую конкуренцию с зарубежными производителями, логистические вызовы, связанные с ограничениями на западных рынках, а также сложности с финансовыми расчетами. Некоторые компании вынуждены регистрироваться в нейтральных странах, чтобы обходить санкции, что ведет к увеличению издержек и усложнению ведения бизнеса», – рассказывает Кабаков.

Секрет экспортного успеха

Для успешного выхода на международные маркетплейсы, считает Кабаков, российским компаниям необходимы такие финансовые продукты, как экспортные кредиты, страхование экспортных сделок и инструменты для валютного хеджирования. «Также остаются востребованными услуги, ускоряющие документооборот, и сервисы платформы «Мой экспорт», за развитие которой отвечает Российский экспортный центр (РЭЦ; входит в группу ВЭБ.РФ. – «Ведомости&»), которые помогают компаниям регистрироваться на зарубежных маркетплейсах, находить партнеров и участвовать в международных выставках», – поясняет он.

Благодаря платформе «Мой экспорт» российскому бизнесу доступен выход практически на любой маркетплейс, подтверждают в РЭЦ. Совместно с партнерами экспортный центр создал механизмы, позволяющие начать торговлю более чем на 220 онлайн-каналах. Для этого экспортеру необходимо зарегистрироваться на платформе «Мой экспорт» и подать заявку на услугу по подбору маркетплейсов. После анализа предпринимателю предложат перечень самых подходящих e-commerce площадок, а также индивидуальные рекомендации по началу работы с зарубежными маркетплейсами.

Режим одного окна, в котором работает сервис «Мой экспорт», ускоряет оформление документов, логистику и таможенные процедуры, перечисляют в РЭЦ. «Возможность расчетов в национальной валюте также способствует более легкой торговле и снижает валютные риски. Это позволяет малому и среднему бизнесу выходить на международные рынки с меньшей зависимостью от традиционных банковских продуктов и третьих сторон», – добавляет Кабаков.

Товары с русским акцентом

По словам представителя РЭЦ, один из оптимальных путей выхода на иностранные маркетплейсы – сеть национальных магазинов российской продукции «Сделано в России» (подробнее о том, как государство формирует в сознании потребителей привлекательный образ всего, что «Сделано в России», читайте на стр. 14). Национальные магазины, поясняет директор по международным партнерским программам РЭЦ Алексей Мурзенко, – это коллективные розничные торговые точки россий-

ской продукции за рубежом. Операторами таких площадок выступают аккредитованные партнеры РЭЦ. Они же оказывают комплексную услугу по логистике, листингу и продвижению товаров отечественных фирм, которым интересен экспорт. «Операторы – это в основном зарубежные компании с необходимой торговой и иной инфраструктурой на целевых рынках», – поясняет он.

Национальные магазины «Сделано в России» стали витриной для отечественной продукции уже на семи экспортных рынках. Сегодня через их инфраструктуру отечественные предприниматели продают свои товары на китайских Tmall и JD, вьетнамском Lazada, ближневосточном Noon и американском Amazon, отмечают в РЭЦ.

«Нацмагазины позволяют сократить затраты по поиску зарубежного партнера и продвигать продукцию на международных маркетплейсах. Можно, к примеру, протестировать востребованность товара на рынке, сформировать спрос среди иностранной аудитории. В национальных магазинах РЭЦ уже представлено свыше 2500 товарных позиций более чем от 800 российских производителей из 71 региона России, включая исторические (ДНР и ЛНР)», – отмечает Мурзенко.

Экспорт новой реальности

Большой популярностью на зарубежных маркетплейсах пользуются российские товары несырьевого неэнергетического экспорта, а именно продукция растениеводства, животноводства, рыбноводства, химической и пищевой промышленности, особенно шоколад и кондитерские изделия, говорит Кабаков. Кроме того, активно экспорти-

руется программное обеспечение. «Востребованность этих товаров объясняется их высоким качеством, конкурентоспособной ценой и частичным дефицитом на международных рынках. Достижению успеха способствует и активное продвижение бренда «Сделано в России», а также упрощение экспортных процедур, таких как использование платформы «Мой экспорт», – отмечает он.

Участие в бизнес-миссиях – еще один способ выхода на цифровые зарубежные рынки. К примеру, мультипродуктовый холдинг из Тверской области «Афанасий» принял участие в бизнес-миссии РЭЦ в Иран в 2022 г., где компания подписала несколько контрактов и теперь поставляет в страну безалкогольное пиво и квас. «Но еще в 2020 г. мы решили осваивать рынок Турции и нацелились на три крупнейших маркетплейса страны – Hepsiburada, N11, Trendyol», – вспоминает руководитель отдела внешнеэкономической деятельности холдинга Сергей Чистяков.

Электронная коммерция, по его словам, – крайне перспективный вид торговли, который позволяет с наименьшими затратами обеспечить продукцией конечных клиентов. «Отмечу, что представители РЭЦ перед выходом на площадку Trendyol помогали с переводом документов, вносили правки в проекты соглашений с учетом законодательства страны и правил площадки, организовывали переговоры при посредничестве переводчиков и т. д.», – рассказывает он.

РЭЦ помогает экспортерам решать и нестандартные проблемы. Так, в 2022 г. представители «Афанасия» при поддержке экспертов РЭЦ провели видеоконференцию с руководителем Trendyol из-за спекуляций с товаром: недобросовестные покупатели выкупали партии кваса и перепродавали на Trendyol в 2–3 раза дороже. «Проблему устранили, и теперь наш товар продается на площадке эксклюзивно у официального представителя без дополнительных наценок третьих лиц. В целом обороты по всем трем онлайн-площад-

кам Турции уверенно растут», – отмечает Чистяков. В скором времени, по его словам, продукция фирмы будет представлена в торговых павильонах на территории Китая и других стран.

Экспортеры выходят на электронные рынки не только с «физическими» товарами, но и с новыми технологиями. Например, компания Va Technology из Башкортостана представляет сеть арен виртуальной реальности «Yes, VR!». В 2020 г. владелец и директор «Yes, VR!» Никита Анищенко предложил рынку франшизу игры виртуальной реальности (VR) – шутера от первого лица. Программное обеспечение его компания разрабатывала самостоятельно. Для игры необходима аренда площадью около 200 кв. м и беспроводные VR-шлемы. Одновременно может сражаться до 10 человек.

«Первые экспортные продажи пришлись на Казахстан и Белоруссию, хотя уже в 2021 г. поступали заявки из дальнего зарубежья», – рассказал Анищенко.

При помощи РЭЦ, вспоминает он, «Yes, VR!» вышла на Top Franchise – самый популярный маркетплейс франшиз. Эксперты центра переводили договоры, адаптировали их под законодательство стран клиентов-покупателей и т. д. «Меня консультировали на каждом этапе. По необходимости мы вносили правки в договор для заключения с зарубежным клиентом», – отмечает Анищенко. Кроме того, региональный Центр поддержки экспорта финансировал затраты на создание иностранного сайта для «Yes, VR!». Теперь кроме России, Казахстана, Белоруссии франшизу используют фирмы из Узбекистана, Румынии, Кипра, Германии, Израиля и Испании.

«В освоении новых рынков также поможет продвижение. Мне предложили выбрать рекламную кампанию в одной стране, например в той, где я буду регистрировать свой бизнес, для упрощения работы с зарубежными клиентами. РЭЦ софинан-

сирует часть моих затрат, связанных с размещением продукта на новом зарубежном маркетплейсе», – рассказывает Анищенко.

Еще одна компания – разработчик и производитель робототехнических EdTech-наборов для государственных школ и частных образовательных организаций «Роббо» из Санкт-Петербурга – также вышла на зарубежный рынок в 2021 г. «Франшиза сети школ робототехники, программирования и 3D-моделирования «Роббо клуб» появилась на специализированных маркетплейсах в Европе, Китае и Японии. Мы активно искали новые способы лидогенерации и, имея на тот момент офисы в Европе, Китае и Японии, попробовали расширить бизнес с помощью каталогов франшиз. Тогда инструменты РЭЦ/ЭСКАР помогли в налаживании торговли на зарубежных маркетплейсах. Мы получили хорошие результаты, и бюджет был оправдан», – вспоминает основатель и продюсер «Роббо» Павел Фролов.

На рынке франшиз огромная конкуренция. Например, насчитывается более 10 000 предложений из США, также много франшиз из Китая и других стран, говорит Фролов. На рынках разных стран лидирующее положение занимают разные образовательные франшизы, поэтому, выходя на новый рынок, нужно потратить время и силы, чтобы показать преимущества своей франшизы. По этой причине «Роббо» отошла от работы с маркетплейсами и сосредоточилась на участии в выставках и бизнес-миссиях. «В 2023 г. с помощью РЭЦ «Роббо» стала участницей выставки Gitex Africa в Марокко. С начала года мы активно занимались африканским направлением. Мероприятие помогло показать свои решения новой аудитории. Затем, вернувшись после выставки в Россию, я провел ряд встреч с первыми лицами Центральноафриканской Республики, Камеруна, Чада, Эфиопии и Бурунди», – рассказывает Фролов. &



Made in Russia

Как влюбить в себя иностранный рынок

Екатерина Дранкина

В условиях борьбы за рынки растет потребность развивать интерес к российской продукции за рубежом и в целом формировать в сознании потребителей привлекательный образ всего, что «Сделано в России». «Ведомости&» спросили экспортеров, как им удастся влюбить в себя иностранные рынки и какая помощь государства в этом им необходима.



Как изменился экспорт

За последние годы структура и объем российского экспорта изменились колоссально. По данным Российского экспортного центра (РЭЦ; входит в группу ВЭБ.РФ), если в 2021 г. на дружественные страны приходилось 60% российского несырьевого неэнергетического экспорта (ННЭ), то в настоящее время цифра достигает почти 85%. Ключевым внешнеторговым партнером России стал Китай, на 2-м и 3-м местах – Белоруссия и Казахстан. В числе крупных направлений российского экспорта – Турция, Индия, Египет и Узбекистан (подробнее о новых экспортных направлениях читайте на стр. 11).

Ростом экспорта занимаются на самом высоком уровне: в конце сентября 2024 г. на заседании президиума Госсовета по вопросу развития экспорта президент Владимир Путин сообщил, что с 2001 по 2023 г. объем ННЭ России вырос более чем в 4 раза с \$36 млрд до \$148 млрд. Наибольший рост по отраслям зафиксирован в сельском хозяйстве и атомной энергетике. В этом году, по прогнозу Минсельхоза, будет экспортировано до 75 млн т зерна. В 2018 г. этот показатель составлял 55 млн т, в начале 2000-х – в 3–5 раз ниже (10–20 млн т).

Сервис для экспортеров

С 2019 г. РЭЦ в помощь экспортерам запустил новый инструмент – платформу «Мой экспорт». На каждом этапе экспортного цикла платформа помогает экспортерам, предлагая более 126 финансовых и нефинансовых услуг и позволяя бизнесу решать бизнес-задачи по продаже продукции за рубежом с меньшими издержками и эффективнее. Платформой уже пользуется более 33 000 компаний.

«Наибольший потенциал мы видим у агропромышленного комплекса, металлургии, драгметаллов и ЛПК – в этих направлениях Россия традиционно сильна», – рассказывает генеральный директор РЭЦ Вероника Никишина. По ее словам, на самом деле экспортный потенциал России огромен и в других отраслях. «Значительная часть дружественных нам стран – это развивающиеся экономики, которые ориентированы на качественный опережающий рост. Как следствие, представляют собой рынки сбыта растущей емкости с перспективными траекториями прироста потребления. Россию на этих рынках рассматривают как независимого альтернативного поставщика и партнера», – говорит она.



От промышленного оборудования до биодобавок

«Развивающиеся рынки демонстрируют активный интерес к российской продукции», – подтверждает Николай Мошков, гендиректор ООО «Энергосберегающие технологии». Компания производит промышленные и уличные светодиодные светильники и последние шесть лет поставляет их в Казахстан. «Нам повезло – у нас появился очень хороший дилер в Казахстане. Он наладил продажи светильников для угольных, золотодобывающих предприятий, а также организовал наше участие в гостендерах на поставки светильников для уличного освещения. В результате мы поставляем в страну порядка 1000 светильников в месяц – это половина объема производимой продукции этого вида», – рассказывает экспортер.

В дальнейшем компания рассчитывает начать продажи также на рынках Монголии и Белоруссии. Для этого она будет принимать участие в бизнес-миссиях РЭЦ и пытаться наладить отношения с местными дилерами. «С Казахстаном у России налажены торгово-экономические отношения, туда поставлять довольно просто. Другие рынки для нас пока темный лес, но с помощью господдержки мы рассчитываем вникнуть и начать продвигать себя», – делится планами Мошков.

Начала продвижение на мировые рынки с Казахстана и компания «Сиал» – производитель биодобавок из тюленьего жира. Компания зарегистрирована в 2020 г., а экспортом занялась только с начала 2024 г. «В Казахстане продажи пошли хорошо – прежде всего потому, что эта страна знакома с продуктом и сейчас внутреннего производства у нее нет (на Каспии есть тюлени, но их промысел запрещен), – рассказывает гендиректор компании «Сиал» Александр Нигматулин. – Мы же получаем сырье из Охотского моря, там оно более экологически чистое, и делаем 100%-но натуральный продукт». При поддержке РЭЦ компании удалось выйти на рынок Белоруссии. Пока в небольших объемах – несколько десятков килограммов.

Большие перспективы компания связывает с Китаем. «Китай знает этот продукт, увлечен продуктами здорового питания и биодобавками, это огромный рынок. Проблема в конкуренции – у них много своих производителей. Тем не менее мы будем пытаться, сейчас мы работаем с консультантами РЭЦ, пытаемся понять свою ценовую нишу и стратегию выхода», – говорит Нигматулин.

Компания «Балтика» стратегию выхода на китайский рынок проработала давно (впервые продукция появилась на этом рынке в 2001 г.) и к настоящему времени успела стать одним из популярных российских брендов в Китае. Для самой «Балтики» Китай является ключевым рынком, на него приходится большая часть поставок внутри Азиатско-Тихоокеанского региона. «Из-за изменения конъюнктуры мирового рынка количество стран экспорта сократилось до 40, однако «Балтика» сохраняет статус лидера в экспорте пива из России по данным ВЭД (данные таможи за I квартал 2024 г.)», – рассказывает Алла Манякина, генеральный директор компании «Трейд Эс Эй», агента «Балтики» по международным продажам. Для того чтобы выйти и закрепиться на рынке, компания ежегодно участвует в бизнес-мероприятиях, активно ищет местных партнеров, выходит на платформы электронной коммерции, такие как JD.com и Tmall.

В продвижении на иностранных рынках значительно помогает сотрудничество с РЭЦ, продолжает Манякина. В компании отмечают такие продукты РЭЦ, как компенсация затрат на участие в мероприятии, предоставление аналитической информации, помощь в поиске брокеров, страхование и оформление документации (подробнее о продуктах в помощь экспортеру читайте на стр. 08). «Балтика» регулярно пользуется этими и другими продуктами РЭЦ.

«В настоящее время доля экспорта в продажах «Балтики» составляет 3%. В следующем году мы

Источник: РЭЦ

планируем нарастить этот показатель до 6%, а затем добиться роста до 10–12%. В ближайших планах – увеличить отгрузки в страны Африки (Танзания, Камерун, Ливия) и Ближнего Востока (Израиль, Арабские Эмираты, Саудовская Аравия, Ирак, Йемен, Оман, Афганистан)», – делится планами Манякина.



В Париж со своим дизайном

По данным РЭЦ, 83% компаний хотят поставлять свою продукцию в дальнее зарубежье, где пока с российскими несырьевыми товарами плохо знакомы. Продвигать известные российские бренды и товары отечественным экспортерам помогает программа «Сделано в России». Для вступления в программу продвижения экспортеру необходимо пройти процедуру добровольной сертификации продукции, работ или услуг. После этого участники получают информационную и маркетинговую поддержку от РЭЦ. По словам Никишиной, «Сделано в России» – это ответ РЭЦ на вызовы, связанные с переориентацией на новые рынки сбыта. «Программа позволяет сформировать положительный имидж России и отечественных товаров, тем самым увеличивая спрос на все, что «Сделано в России», – подчеркнула она, выступая на Международном экспортном форуме в середине октября.

По мнению Елены Мальцевой, совладелицы бренда дизайнерской одежды Gerrusi из Санкт-Петербурга, у российских компаний есть будущее на иностранных рынках даже с учетом новых усло-

Не только товары, но и спорт

На заседании президиума Госсовета по вопросу развития экспорта в конце сентября Владимир Путин поручил масштабировать программу «Сделано в России». В планах РЭЦ – использование инновационных инструментов продвижения, совершенствование уже имеющихся практик, а также увеличение масштаба акций под национальным брендом, отчитались в экспортном центре в середине октября. К примеру, тестируются новые форматы продвижения: промоакции с лидерами общественного мнения, фестивали-ярмарки «Сделано в России», спортивные мероприятия, такие как хоккейный матч «Сделано в России» со звездным составом. По мнению первого заместителя председателя комитета по экологии, природным ресурсам и охране окружающей среды Госдумы Вячеслава Фетисова, хоккей – один из ярчайших символов, с которыми Россия ассоциируется в мире. «Зарубежный потребитель узнает Россию, читая русскую классику, восхищаясь успехами спортсменов и, конечно, пробуя российскую продукцию. Спорт воплощает командный дух, силу воли и стремление к победе, и под брендом «Сделано в России» продвигается идея, что эти качества присущи и российской продукции, известной во всем мире своим высоким качеством и надежностью», – подчеркнул он. Президент футбольного клуба «Иртыш» Дмитрий Сычев призвал спортсменов, культурных деятелей и лидеров общественного мнения участвовать в акциях, которые проводит РЭЦ. «Активное вовлечение спортсменов и творческих личностей в продвижение бренда «Сделано в России» – наше общее дело – может стать важным шагом к укреплению позиций России на международной арене», – считает он.

вий. С 2022 г. подходы к экспортной деятельности, да и ко внутреннему рынку, пришлось перестраивать, признает она. «Себестоимость производства выросла в разы, оставаться в сегменте middle plus становилось все сложнее. Но в это время появились новые возможности по продвижению на российский и зарубежные рынки, и мы решили ими воспользоваться», – вспоминает Мальцева.

В 2023 г. компания приняла участие в проекте, созданном правительством Санкт-Петербурга, «Петербургский дизайн». Благодаря этому компания получила право бесплатно представить свои изделия в шоурумах, созданных для участников проекта, продавать продукцию через крупные DIY-сети, а также возможность получить займы в госбанках на выгодных условиях. В 2024 г. Мальцева четыре месяца проходила обучение по программе Центра поддержки экспорта для предприятий легкой промышленности. Экспортерам рассказывали о специфике различных рынков, объясняли, где находить и как работать с байерами в новых экономических реалиях, дополнительно освещали законодательные аспекты, особенности налогообложения, стра-

хования и документооборота. После окончания курсов Мальцева приняла решение экспортную линейку продукции перевести в высокий сегмент продаж и создала свою первую коллекцию pret-a-porter (модели готовой одежды массового производства. – «Ведомости&»). С этой коллекцией она поехала на Высокую неделю моды в Париже, где заключила несколько контрактов.

Сейчас компания создает коллекции уже под новые рынки – одежда отправится в бутики Ближнего Востока и Бельгии. «Обучение и знакомство с байерами дает возможность лучше понять рынки, на которые мы планируем продвигаться. Например, сейчас я лучше понимаю Ближний Восток: по сути, мода там не сильно отличается от западной, женщины также выходят в свет в актуальных, современных нарядах. Но есть определенная специфика в выделке, в предпочтениях. С учетом этих открытий и буду делать коллекции», – рассказывает о планах Мальцева. При помощи РЭЦ компания также готовит выход на рынки Казахстана, после участия в бизнес-миссии РЭЦ у Gerrusi появилось два клиента. Кроме того, предприниматели подали заявку на участие в бизнес-миссии в Абу-Даби. «У нас небольшая компания, оборот – порядка 12 млн руб. в год, и экспорт вряд ли будет составлять существенную долю продаж. Но это развитие, это важно. Для нас быть представленными на зарубежных рынках, на модных показах в мировых центрах столиц – это счастье самореализации. И благодаря поддержке государства на сегодняшний день это возможно», – резюмирует Мальцева. &

Made in Russia в Китае

Под знаком «Сделано в России» реализуется и продвигается за рубежом уже более 11 000 товарных позиций – от продуктов питания до лекарств и высокотехнологичных разработок. Под национальным брендом РЭЦ продвигает российскую продукцию на крупнейших международных выставках, деловых мероприятиях в России и за рубежом, на ключевых мировых маркетплейсах. В 2024 г., в год культуры России и Китая, РЭЦ в партнерстве с правительствами провинций КНР запустил инновационный формат продвижения, ориентированный на рынок Поднебесной, – серию фестивалей-ярмарок российской продукции «Сделано в России». В результате трех фестивалей-ярмарок «Сделано в России» в провинциях Ляонин, Хэйлунцзян и Сычуань свою продукцию представили 214 компаний, они заключили сделки на \$17 млн и провели более 830 деловых встреч с крупнейшими торговыми организациями.

Telegram-канал «Новости российского экспорта»



Источник: РЭЦ



Рекламно-информационное приложение к газете «Ведомости»

16+

Обложка – iStock

Главный редактор Роман Витальевич Кутузов
Генеральный директор Михаил Нелюбин
Директор по продажам Катерина Осипенко
Редактор Анастасия Литвинова
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 и издателя: 127018 Москва, вн. тер. г. муниципальный округ Марьино Роща, ул. Полковая, 3, стр. 1
Адрес редакции: 127018 Москва, ул. Полковая, 3, стр. 1, пом. 1, этаж 2, ком. 21. Тел. 7 (495) 956-34-58
Реклажное 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 ©2024, АО «Бизнес Ньюс Медиа»
Любое использование материалов издания, в том числе в электронном варианте, допускается только с согласия правообладателя

Отпечатано в типографии ООО «Типография «Галла-М»
Адрес: Москва, ул. Прянишникова, 19 А, стр. 4

Тираж 53 400
Цена свободная

