

[00:00:00] [Начало записи]

Евгений Корчевой: Добрый день. У нас очень важная сегодня тема секции, тема очень актуальная. Я уверен, что она актуальна и для вас, и то, что сегодня у нас здесь полный зал участников, это подтверждает, что тема такая свежая и правильная. С точки зрения приоритетов политики и развития экспорта для правительства, для Министерства промышленности и торговли обладает никак не меньшим приоритетом, чем увеличение доли поставок на внутреннем рынке, так называемое импортозамещение. И вообще, несмотря на разницу в понятиях, в голове, по крайней мере, у нас, у чиновников, импортозамещение равно увеличению экспорта.

Почему? Потому что однозначно доказать конкурентоспособность российского продукта, особенно с учетом того, что на внутреннем рынке предпринимаются какие-то меры, которые стимулируют приобретение именно машин российского производства, может показать только доля экспорта и сам факт экспорта данной продукции за пределы Российской Федерации. И, особенно, в страны дальнего зарубежья, где конкуренция наиболее острая.

Мы, когда разрабатывали стратегию развития экспорта сельскохозяйственного машиностроения, вместе с экспертами, вместе с заводами-производителями некоторыми мы встречались, с Российским экспортным центром, который сейчас очень большой инструментальный мер поддержки экспорта имеет. И мы столкнулись с проблемой, что да, есть финансовые проблемы для предоставления кредитов на российскую технику. Есть организационные проблемы, есть барьеры на некоторых рынках. Но, прежде всего, основная проблема, почему у нас слабо развивается экспорт, она находится в голове у людей, в голове у собственников, руководителей заводов, у сотрудников.

И одна из основных задач, которую мы видим сейчас на первом этапе, чтобы существенно увеличить экспорт российской техники, – это сформировать влечение к экспорту. Возвести эту задачу в ранг приоритетной. Понимая, что, да, она непростая. Да, выход на зарубежные рынки всегда связан с затратами, которые не всегда могут отбиться, и точно не отбиваются в краткосрочной перспективе. Да, это повышенная конкуренция. Но, создать влечение к экспорту, это очень важно, чтобы в голове у каждого из нас появилось, что это не просто задача, которую нужно сделать для того, чтобы твой бизнес стабильно развивался, чтобы ты мог говорить: «Я экспортирую это», добавляло в глазах у покупателей какие-то дополнительные очки в пользу твоей продукции. Но и фактически занимать хорошую долю рынка в зарубежных странах.

Знаете, мы же все с вами общаемся с другими производителями, с нашими конкурентами из других стран. И мне всегда очень больно видеть маленькие заводы, расположенные в Сербии, у которых не такая господдержка, а иногда вообще ее нет. Или маленький завод где-нибудь в ЮАР расположенный, или в Индии. И при этом эти заводы уже объездили полмира и осуществляют поставки в 50, в 60 стран мира. Пускай по чуть-чуть, пускай немного, но они это делают. А мы, к сожалению, наши производители, большинство, мы с

вами, зациклены как-то на решении проблем на собственном рынке. И не видим тех возможностей, которые у нас есть за рубежом.

Причем, да, опять же повторю, эти возможности не так легки, и мы сейчас в ходе дискуссии обсудим многие проблемы. Но, опять же, я для себя задачу сегодняшнего мероприятия ставлю переломить в голове у каждого из вас о том, что экспортом нужно заниматься. Это просто обязательно нужно делать. Можно заниматься и в конце получить от этого хороший результат. Стратегически это правильное решение.

Коль заговорил про стратегию, коротко пройду про стратегию развития сельхозмашиностроения, которая утверждена в текущем году. Не уверен, что вы ее читали. Она так же, как любой нормативный документ, сейчас опубликована, размещена на сайте правительства, Минпромторга, в базе законодательства и в «Консультанте», и в «Гаранте» документ этот присутствует. Может быть, просто дам какие-то пояснения и попрошу, конечно же, это документ небольшой, буквально несколько десятков страничек, каждого прочитать.

[00:05:15]

Коротко сейчас резюме его представлю, с чем мы вышли к председателю правительства, чтобы было утверждено. Основная наша задача, стратегическая цель, которую мы ставим, – это увеличение экспорта. Потому что сегодня, если мы посмотрим вообще рост машиностроительного экспорта, и, кстати, сельхозмашиностроительного экспорта, и сравним его, например, с Чехией, небольшой страной с небольшим населением, практически отсутствуют ресурсы какие-то, в том числе, природные ресурсы. Так вот, объем машиностроительной продукции России сегодня сопоставим с объемом экспорта машиностроительной продукции Чехии. Это не говорит о том, что Чехия так много экспортирует. Это говорит о том, что мы так мало занимаемся экспортом.

Мы ставим четкую достаточно задачу. Задачу под эту цель, под увеличение роста экспорта, – это увеличение объемов поставок на те рынки, где наша продукция уже сегодня представлена. По большей части это, конечно же, рынки стран СНГ, Евразийского союза, где нашу продукцию знают. Многие на этих рынках работают. И задача наша на этих рынках – существенно увеличить, так же, как на российском, собственном внутреннем рынке, существенно нарастить долю российского продукта.

Вторая задача – это расширение географии поставок продукции. Мы должны расширять свое присутствие и, как вы увидите потом в показателях, которые мы заложили, добавлять каждый год по несколько новых стран, чтобы география нашего рынка была достаточно широкой. Это, соответственно, снимает риски тех падений на рынках. И взлеты на одних рынках будут компенсировать падение на других, и тем самым, опять же, производство станет более устойчивым, более стабильным.

И третья задача, – это вовлечение поставок новых производителей. То есть те заводы, которые вообще не экспортировали свою продукцию, наша задача заставить их, где-то уговорить, – кнутом и пряником, как говорится – выйти на экспортные рынки. И по

стратегии отраслевой сельскохозяйственного машиностроения, я надеюсь, тоже вы ее читали, большой стратегии, мы должны долю наших отгрузок на экспорт нарастить до объема не менее чем 50% от объема поставок на внутренний рынок. Сегодня этот показатель составляет около 12% всего лишь. Мы должны дорастить его до 30. Вы видите, одновременно с ростом производства, насколько амбициозная задача перед вами и перед нами стоит.

Это сегодняшняя структура экспорта. Конечно, география вроде как достаточно широка, и если бы сейчас стояла задача пиарить российское сельхозмашиностроение, а не говорить о проблемах, то мы говорили: «Смотрите, мы поставляем в столько стран мира!» Но проблема в том, что Австралия, Канада, ЮАР, страны, которые окрашены, и куда уже идут поставки, к сожалению, размер поставок туда копеечный, что там говорить, буквально единицы машин. Но это уже на самом деле достижение. И задача нашей стратегии, эти единицы машин превратить в хорошие постоянные объемы поставок не только в эти страны, а и другие страны. Большую часть мира как раз окрасить в зеленый цвет.

Почему? Потому что сегодняшняя структура экспорта, когда 85% у нас приходится на рынки стран СНГ, она не решает нам проблему устойчивости нашего бизнеса в сельхозмашиностроении. Потому что как показывает опыт, если возникают проблемы в экономике в Российской Федерации, точно такие же проблемы или сразу же, или через короткое время возникают в Казахстане, стране, куда сейчас поставляется львиная доля нашей продукции. В Киргизии, в Армении, то есть страны СНГ, к сожалению, будут, скорее всего, в целом в экономике испытывать похожие циклы, такие же, как происходит у нас в Российской Федерации. В то время как в странах дальнего зарубежья экономика построена немножко по-другому, и они как раз могут периоды падения на наших рынках компенсировать нам ростом на своих.

Потенциал мирового рынка сельхозтехники объясняется простой вещью. Население планеты растет. Это население требует продуктов питания. И благосостояние населения тоже в целом растет, что, соответственно, с каждым годом увеличивает спрос на все более дорогие продукты питания, на мясо, на молоко, на качественные продукты. Соответственно, инвестиции в аграрный сектор тоже растут. И растет спрос на сельскохозяйственную технику во всем мире.

[00:10:10]

Он не линейный, этот спрос. Действительно, последние два года мировой рынок сельхозтехники, впервые за десять лет, на мировом рынке наблюдалось падение предыдущие два года. Но в целом, все аналитические агентства, финансовые организации, наши коллеги, ассоциации, да и мы, как министерство, даем прогноз достаточно устойчивый, что в долгосрочной перспективе рынок сельхозтехники в мире будет устойчиво расти с достаточно высоким темпом, как минимум, шесть процентов в год. При этом есть рынки, которые будут быстрее расти. Это особенно азиатские рынки, где, опять же, связано, как я сказал, с населением. Есть рынки, которые будут расти

немножко меньшими темпами. Но все равно в целом сама динамика мирового рынка показывает, что поле для экспорта российских машин достаточно широкое.

Производим ли мы продукцию, которую сегодня можно поставлять на экспортные рынки? Первое, безусловно, уже сегодня у нас достаточно хороший модельный ряд. То есть здесь перечислены и шарнирно-сочлененные тракторы полноприводные, и зерноуборочные комбайны, которые сверхконкурентоспособны на мировом рынке. Это прицепные машины разнообразные, это машины для логистики зерна, для хранения зерна. То есть уже сегодня наши производители, то есть вы, выпускаете те машины, которые либо вообще без доработок, либо с какими-то небольшими доработками могут быть очень востребованы и конкурентоспособны на рынках других стран.

При этом мы же ставим задачу инновации. Мы ставим задачу разработки новых машин, повышения качества существующих машин. И понимаем, что в ближайшей перспективе это количество продуктов, которое мы способны будем продавать на внешних рынках, оно будет только увеличиваться. Подход, в принципе, у нас простой. Если мы сегодня поддерживаем какие-либо проекты в сельскохозяйственном машиностроении по НИОКРам, по модернизации производства, то мы поддерживаем только те проекты, которые имеют экспортный потенциал. То есть проекты, ориентированные сугубо на российский рынок, они, с точки зрения господдержки, для нас не имеют приоритета. Они могут, конечно, реализовываться, но без применения мер государственной поддержки.

При подготовке стратегии, проведя анализ рынков, мы для себя сделали некую приоритизацию. То есть, какие рынки надо занимать и где больше усилий предпринимать в первую очередь, какие рынки можно отложить на потом, а какие вообще оставить в долгосрочной перспективе, когда у нас все будет очень хорошо, много денег и нам нечем будет заняться. Такими приоритетными рынками, конечно, в первую очередь, мы считаем рынок СНГ, который близко, там нет языковых барьеров, он достаточно хорош, велик по размерам. И, к сожалению, доля у нас там достаточно маленькая.

В эту же первую группу приоритетных рынков, мы считаем, входит весь Европейский союз. Чем интересен Европейский союз. Он находится рядом. Отсутствуют практически барьеры какие-то, таможенные, пошлинные, или технические сильно завышенные барьеры для вхождения на рынок. Самое главное, рынок Европейского союза является сегодня крупнейшим рынком. И заняв один процент на рынке Европейского союза, мы можем в полтора-два раза увеличить объемы производства внутри России.

И еще к плюсам европейского рынка относится то, что он достаточно разношерстный. То есть там есть покупатели люксовых сегментов, есть, которые предпочитают более дешевую технику, средний сегмент. Есть разные региональные особенности. Я абсолютно уверен, что любой российский завод уже сегодня может среди европейских стран найти, как минимум, одну-две-три страны, в которую он уже сегодня может осуществлять поставки своей техники. И она там не продается только потому, что сам менеджмент, сам завод не предпринимал для этого никаких усилий.

Кроме этого, мы считаем приоритетными рынки, особенно для шарнирно-сочлененных тракторов, для мощной техники, – это Австралия, ЮАР, Канада, где наша продукция, на наш взгляд, тоже может быть очень сильно востребована. Несмотря на то, что есть минус, то, что эти рынки находятся достаточно далеко, но с учетом тех мер поддержки, которые уже сегодня действуют, в частности, субсидирование транспортировки, этот фактор снижается, соответственно, мы считаем, что на этих рынках можно сегодня устойчиво и хорошо работать.

Как мы разбили это на этапы. Условно говоря, 2018-2022 год, это те страны, где сегодня все, что нужно нам, это пробудить у нас желание экспортировать. Кто уже экспортирует, – увеличить интенсивность экспорта, увеличить объемы экспорта, найти партнеров, которые будут осуществлять сервис.

[00:15:13]

Решить какие-то тактические проблемы, которые, так или иначе, будут возникать. И, соответственно, на эти рынки подключить меры поддержки, которые у нас сегодня действуют.

На второй этап, на 2022-2025 год, мы отнесли рынки более сложные. В чем заключается сложность этих рынков? В том, что эти рынки являются закрытыми. И Китай, и Южная Америка, и Африка, для того, чтобы туда поставлять в больших размерах, нужно будет в эти рынки инвестировать. При этом инвестировать не просто в сервисную сеть, а инвестировать, скорее всего, в производство. Либо искать локальных партнеров, либо создавать собственные производства. Это, соответственно, требует средств. То есть это более затратный механизм вхождения на рынок. И мы считаем, что как раз к 2022 году мы должны такой жирок поднакопить, чтобы перейти к возможности уже инвестирования и создания производств, и развитие, увеличение экспорта за счет рынков, которые на данный момент являются более сложными, трудными и закрытыми.

Мы обсчитали меры поддержки, которые необходимо будет подключить для реализации данной стратегии. И к 2025 году вы видите, что объем бюджетного финансирования будет сокращаться. Мы это сделали целенаправленно. Во-первых, мы говорим о том, что, да, меры поддержки экспорта, сегодня они появились, мы их запускаем в долгосрочной перспективе. Но они, за исключением каких-то, может быть, отдельных мер, таких, как участие в выставках, сертификация, еще что-то, – эти меры не будут оставаться навсегда.

Для чего мы это делаем? Для того чтобы вы, как заводы-производители, понимали, что либо вы сейчас займетесь экспортом, либо когда вы проснетесь в 2025 году, никаких мер поддержки экспорта уже не будет. Вы тоже сможете развивать, наверно, экспорт. Но, во-первых, скорее всего, там уже будут ваши коллеги, в том числе, российские. А, во-вторых, вы это будете делать без государственной поддержки. Поэтому задача такая: развивать экспорт сейчас и достаточно широким фронтом.

Как мы будем оценивать эффективность тех мер, которые мы предпринимаем, и, соответственно, достижение целей стратегии. Первое, это объем экспорта техники в

денежном выражении. Вы видите, к 2025 году он должен составить почти полмиллиарда долларов США. Это количество стран для увеличения географии. То есть, если сегодня около 30 стран мы поставляем технику, то к 2025 году мы должны географию увеличить больше, чем в два раза и стабильно поставлять нашу технику в 65 стран мира.

И, конечно же, как я сказал, количество предприятий-экспортеров. Для того чтобы увеличить их количество, мы, как Минпромторг, даже готовы пойти на непопулярные меры, такие, например, как отказывать предприятиям, участникам мер государственной поддержки на внутреннем рынке в этих мерах, если они не занимаются экспортом. То есть в наши планы входит, что, например, начиная с 2019 года, все меры поддержки, привязанные на внутреннем рынке, будут реализовываться только в случае, если предприятие имеет факт экспорта в 2018 году. Как я сказал, кнут и пряник, стимулирование и некие административные воздействия на вас, на компании, для того, чтобы мы эти цели реализовали.

Пожалуй, наверно, это все. Это не совсем вступительное слово, немножко уже более доклад. Но хотелось бы сегодня больше подискутировать, услышать какие-то проблемы, о которых, может быть, мы не знаем. Абсолютно правильным будет задавать вопросы к нам, как к министерству по эффективности нашей работы, к Российскому экспортному центру во всем его блоке, вместе с финансовым подразделением, с подключенными банками, с теми мерами, которые коллеги у нас запускают.

Давайте перейдем к выступлениям. А потом мы по ходу, может быть, выйдем на вопросы уже из зала. Первым я хотел бы пригласить директора Петербургского тракторного завода Серебрякова Сергея Александровича. Он на пленарном заседании выступал, но, к сожалению, тему экспорта раскрыл слабо. Поэтому я попрошу в течение пяти минут коротко рассказать о том, каких успехов достиг Петербургский тракторный завод на зарубежных рынках, с какими проблемами сталкивается и какие пожелания есть к органам государственной власти, для того, чтобы экспорт увеличить и, соответственно, стратегию реализовать.

[00:20:05]

Сергей Серебряков: Спасибо большое. Это как наказание, да? Выступление. Хотя есть немножко, на мой взгляд, ряд вопросов, которые надо затронуть, и для нас это очень интересное направление экспорта. Просто здесь небольшой экскурс в нашу историю. Мы когда начинали преобразовывать предприятие, у нас экспорт был только в страны СНГ и больше никуда. И для нас первые экспортные поставки были важны с точки зрения некоего индикатора, правильно ли мы сделали преобразования в конструкции машины, в технологии производства, в культуре производства. Правильно ли мы сделали работу с поставщиками, на что нам надо сделать еще фокус для того, чтобы продукция, с точки зрения и внутреннего, и экспортного потребителя, соответствовала международным правилам. То есть для нас был такой полигон испытаний. Наши все успехи и наши все неудачи на экспортных рынках.

И для этого мы начинали поставлять продукцию и на Европейский союз, в Северную Америку. И потихонечку эта вся работа вылилась в такое хорошее направление работы предприятия. И в прошлом году у нас уже около 35% всего объема производства уходило на экспорт. Конечно, в первую очередь, это Казахстан. У нас был и есть очень неплохой прорыв в Чехии. И первые образцы машин уехали по разным континентам. Это и Южная Америка, и Северная Америка, и Австралия, и Европа, и Азия.

Я бы с точки зрения опыта своего предприятия рекомендовал еще смотреть вопрос, связанный с тем, что в каждом регионе мира есть свои особенности, не только юридические, как на рынке работать. Не только особенности самого бизнес-кейса, того, как продавать там продукт. Но и конструкторско-технологические особенности, которые предполагают хорошее развитие инженерной школы, инженерной мысли. Меня это интересовало в фокусе в самом главном. Я думаю, если мы эту задачу решим, мы получим успех.

К чему мы пришли. Мы пришли к тому, что те меры государственной поддержки, которые предпринимаются, по ним не может быть достигнут хороший результат, если сами заводы не будут очень внимательно сконцентрированы на инвестициях, технологиях и развитии кадровой базы, в первую очередь, конструкторско-инженерной школы предприятий. И на это мы делаем сегодня фокус. Он дает результаты. Я сюда уезжал, буквально перед отлетом подписал даже контракт на Колумбию одного трактора. Я не буду комментировать, что они там будут выращивать с помощью этой машины, но, думаю, что очень хорошую, какую-нибудь вкусную сельхозпродукцию.

На рынке Северной Америки мы столкнулись с очень жестким лобби местных компаний, которые рассказывали нам о том, что с наших шин идет фенол, наш металл радиоактивен, выхлоп двигателя экологически не соответствует, хотя двигатель был привезен MTU Mercedes, и так далее. И мы поняли, что свободного рынка нигде в мире нет, эту конкуренцию надо преодолевать с помощью разных собственных инициатив, каких-то хитростей и с помощью государства.

Недавно будет визит министра промышленности как раз в Соединенных Штатах Америки, я получил письмо. Попытаемся сформулировать справку для этого, чтобы работать с этим рынком. В каждом регионе есть своя особенность, поэтому что важно? Все меры, которые предпринимает сегодня правительство, они, на мой взгляд, достаточны. Их надо на долгосрочную перспективу реализовывать. И может быть, расширять с точки зрения их настроек на каждую страну. То есть это и транспорт, если мы берем азиатские регионы, североамериканские регионы, Южную Америку, Австралию. С Европой здесь проще. Это выставочная деятельность. Она очень дорога, и очень важна, и очень нужна. Не все заводы это могут потянуть. И, конечно, усилия министерств, торговых представительств в помощи заводам для работы с местным рынком. Вот это очень важно.

Здесь я хочу привести пример Белоруссии. Я как-то попал волею судеб в белорусскую делегацию, так сложилось. И узнал, что каждый посол республики Белоруссия в каждой стране имеет план продаж белорусских товаров. План продаж. Хотелось бы, чтобы и наше

Министерство иностранных дел тоже работало в связке с Министерством промышленности, для того, чтобы они тоже лоббировали бы интересы наших товаропроизводителей в этих странах.

[00:25:01]

Итог такой, что мы по результатам 2016 года, в тех странах, которые выпускают мощные энергонасыщенные трактора (таких стран всего шесть), заняли 20% этого мирового объема тракторов свыше 300 лошадиных сил. Экспортируем нашу продукцию в разные страны. Где-то это единичные продажи, Евгений Анатольевич это сказал, как бы такие первые шаги, очень важные. Где-то уже серийные поставки. И это очень важная работа, потому что это не только выучка, не только доходы, не только рабочие места. Но это еще, с моей точки зрения, более ценные вещи. Это развитие инженерных компетенций и конструкторско-технологической мысли нашего российского предприятия нашей российской промышленности. Спасибо.

Евгений Корчевой: Спасибо Сергей Александрович. Давайте три вопроса из зала, созрели вопросы.

Мужчина: Сколько в Казахстан поставили из 35%?

Сергей Серебряков: По-моему, если мне память не изменяет, около 350 машин, чуть, может, больше, чуть, может, меньше.

Мужчина: За какой период?

Сергей Серебряков: Это за прошлый год.

Мужчина: Каков штат сервисных инженеров за пределами России?

Сергей Серебряков: У нас есть экспортная служба, гарантийно-сервисная служба завода. Она небольшая. Там, буквально, человек, может, восемь-десять. В каждой стране мы находим дилера, с которым подписываем соглашение по нашему стандарту, обеспечиваем его кредитным ресурсом с точки зрения запасных частей. Обучаем на нашем заводе, совместно разрабатываем с ними, исходя из языковых особенностей и так далее, приспособления, оснастку и стенды испытательные, которые делаем совместно с ними. И формируем у них гарантийно-сервисную службу. Такая сформирована и в Казахстане, и в Чехии, и в Германии, и в Канаде. И сейчас ведем переговоры с Австралией, но там большие сложности с тем, что нам надо серьезно переделать конструктив, ну, свои особенности. Там не нужна трехточечная навеска, нужно более мощное маятниковое устройство. У нас такое в машине сейчас только проектируется. То есть там свои особенности поля.

Евгений Корчевой: Давайте я задам третий вопрос. Сколько человек у вас занимается продажами на экспорт? Как устроена работа менеджмента по работе с экспортом? Кто отвечает, кому подчинена.

Сергей Серебряков: Да. Есть дирекция по экспортным продажам. Ее возглавляет Пертенава Георгий. У него есть отделы. Мы их сделали, не знаю, страновые отделы, то

есть кто-то отвечает за Восточную Европу, кто-то за Западную Европу, кто-то за Северную Америку, за Латинскую Америку, за Азиатский регион. И отдельное направление есть, отдельный менеджер, который отвечает за Казахстан, потому что для нас это стратегический рынок, очень важный и очень большой.

Евгений Корчевой: Хорошо, спасибо, Сергей Александрович. Сейчас я хотел бы слово передать сомодератору данного мероприятия. Никита Валерьевич Гусаков, управляющий директор, Российский экспортный центр. От себя хочу сказать, что долгие годы, действительно, не было многих мер поддержки. Но сегодня то, какую работу проделывает Фрадков с его командой, ребята, коллеги, они, действительно, за короткое время создают те механизмы, которые многие страны создавали десятилетиями. Поэтому хотелось бы вас за такую активную работу по поддержке экспорта поблагодарить. А нюанс, конечно, кроется в деталях. Вот как работают меры, что там можно подправлять, улучшать. Здесь нам приятно, что Российским экспортным центром у нас всегда есть четкое понимание. Мы всегда находим, договариваемся по тому, что еще можно улучшить в работе. Пожалуйста.

Никита Гусаков: Евгений, спасибо. Я вообще давно предлагаю вас в нашу PR- службу взять на полставки, потому что лучшей рекламы, чем вы нам даете, сложно представить. На самом деле, все меры, которые мы запускаем, естественно, мы запускаем при поддержке Минпромторга, и при консультации с рынком, с производителями, потому что наша задача не просто запустить меры, а чтобы эти меры работали.

Сельхозмашиностроение является приоритетной отраслью для нас. Она является одной из четырех отраслей, закрепленных в паспорте приоритетного проекта. Поэтому весь набор мер, которые Российский экспортный центр предлагает экспортерам, в отрасли сельхозмашиностроения присутствует. И более того, ряд вещей мы, собственно, и обкатываем на этой отрасли, как такой передовой, приоритетной, и, к сожалению, пока достаточно компактной, с точки зрения объема экспорта, и с точки зрения, количества производителей.

[00:30:02]

С точки зрения того, что мы предлагаем, в принципе, Евгений какие-то вещи уже рассказал, упомянул, я, наверно, долго рассказывать не буду. Мы, как Российский экспортный центр, начинались с финансовой поддержки экспорта. И, в общем, первой ласточкой в этом было создание «ЭКСаР», как экспортного агентства российского. И, в общем, почти сразу после создания «ЭКСаР» начал работать с отраслью по страхованию отсрочек платежа. И первые наши сделки были страхование экспортных контрактов с отсрочкой платежа по поставкам, в том числе, и сельхозтехники.

Соответственно, следующим элементом в этом пазле поддержки было финансирование. «РОСЭКСИМБАНК», который входит в группу Российского экспортного центра. У нас есть отдельная программа льготного финансирования, которую поддерживает Минпромторг, по которой мы можем давать финансирование на очень привлекательных условиях, как экспортеру российскому, так и покупателю российской техники. Мы видим, что

финансирование покупателя это востребованный инструмент, особенно на тех целевых рынках, которые были в презентации, и в первую очередь, рынка СНГ. То есть все эти страны, где стоимость фондирования выше, чем в России. Где доступность финансовых ресурсов хуже. Во всех этих странах мы видим спрос на связанное финансирование при продаже экспортной техники.

Казахстан, безусловно, один из таких рынков. Мы работаем с местными лизинговыми компаниями, даем им финансирование на закупку российской техники. Белоруссия, тоже рынок. Понятно, что там с точки зрения рынка сельхозтехники, он менее емкий, потому что есть собственный производитель. Тем не менее, мы видим поставки туда, и финансирование востребовано. Средняя Азия. Там, правда, сложнее с точки зрения рисков, потому что зачастую в этих странах платежеспособность отсутствует, и сложно найти кого-то, кому можно было бы дать деньги. Тем не менее, у нас есть примеры успешных сделок. В Узбекистане, например.

Соответственно, финансовая поддержка – это второй элемент. С точки зрения расширения финансовой поддержки, мы запустили в этом году программу льготного финансирования экспорта для коммерческих банков. Это программа под эгидой Министерства экономического развития. У нас подписаны уже соглашения порядка шести или семи банков. Есть на сайте Российского экспортного центра список уполномоченных банков, которые допущены к этой программе. По сути, это все крупнейшие банки. Банки могут финансировать постэкспорт, то есть либо экспортера на финансирование дебиторской задолженности, либо покупателя российской техники. Поэтому список банков, которые готовы предоставить финансирование на выгодных условиях, он расширяется, и наша задача этот круг расширять дальше, и сделать финансирование максимально доступным. Это то, что мы называем финансовыми мерами поддержки.

Дальше с появлением Российского экспортного центра мы начали заниматься не финансовыми мерами. Список очень широк, у нас в общей сложности, по-моему, порядка 120 различных инструментов. Какие-то из них более востребованы, какие-то менее. Наиболее, естественно, востребованные элементы поддержки это субсидии. Мы запустили как раз в рамках приоритетного проекта субсидирование расходов на логистику. Запустили очень важный инструмент, о котором тоже Евгений говорил, это субсидии на сертификацию. Мы понимаем, что для того, чтобы удовлетворять требованиям местного рынка, необходимо, во-первых, пройти сертификацию. А, зачастую, и доработать оборудование, сделать какой-то местный пакет. И сертификация, омологация, потребуют достаточно существенных расходов. Безусловно, здесь государство готово оказывать поддержку. Правда, в обмен на обязательство экспортировать в кратном размере технику за рубеж.

Выставочная деятельность, это тоже очень важный элемент. Понятно, что продавать технику без выставок невозможно, соответственно, без этого наши производители не конкурентоспособны. Понятно, что расходы на выставочную деятельность очень существенные. Поэтому есть список мероприятий, который согласован Российским

экспортным центром и министерством. Он публичный, он доступен у нас на сайте. В рамках этих мероприятий Российский экспортный центр готов оказывать помощь компаниям при участии в выставочной деятельности.

[00:34:58]

Далее, помимо субсидий, о которых я сказал, мы также развивает международное присутствие. Понятно, что есть институт торговых представительств. Он модифицируется. Торгпреды стали более, скажем, экономически ориентированными, и заинтересованы в том, чтобы поддерживать российские компании. Тем не менее, мы видим, что пока этот институт не вышел на ту эффективность, которую от него ожидает и государство, и, собственно, российские компании. Поэтому, мы смотрим тот формат, который может быть более востребованным. И в некоторых странах, порядка шести стран сейчас, мы открыли такие торговые представительства – торговые дома. Опять же, пока в тестовом режиме опробуем режим того, что нужно.

В частности, сейчас в нескольких странах, – Вьетнам, Индия, Иран, ближайšie у нас планируется открыть, – и мы хотим эти торговые представительства сделать фактически офисом российских компаний. То есть мы готовы, помимо того, что это будет офис, в котором будут переговорные комнаты, будет сидеть представитель Российского экспортного центра, мы хотим дать возможность и компаниям разместить там своих представителей на такой более-менее постоянной основе. Потому что мы понимаем, что если у компании есть один человек, работающих, не знаю, в Иране, или во Вьетнаме, то найти для него офис отдельный, это целая проблема. Здесь вы получаете рабочее место, получаете общую инфраструктуру, получаете место, где можно разместить образцы, каталоги. Соответственно, понятно, что комбайн там не поставишь, тем не менее, всю информацию можно иметь и использовать это для переговоров с местными покупателями.

Поэтому такой формат мы сейчас опробуем. Посмотрим в следующем году, насколько он будет востребован. В принципе, мы видим хороший спрос по таким ключевым рынкам от компаний, компании в этом заинтересованы. Где-то на постоянной основе, где-то на полупостоянной основе будут пользоваться такими офисами. И, в общем, задача наших представителей оказывать поддержку на местном рынке. Это и поиск покупателей, это и взаимодействие с местными органами власти по поддержке российского экспорта. Это отслеживание различных тендеров, закупок, которые проходят. Такое, в хорошем смысле, лоббирование интересов российских производителей, организация различных бизнес-миссий, выставочных мероприятий и поддержка инфраструктурная. То есть с законодательством. То есть наши представители в этих странах, мы стараемся, чтобы они хорошо знали особенности местного законодательства, говорили на местном языке. То есть они могут помочь разобраться, что происходит на местном рынке, особенно, если мы говорим о странах дальнего зарубежья, а не о СНГ, где все более-менее понятно и правила игры похожи на Россию.

Собственно, вот, наверно, так, если коротко, тот спектр поддержки. И, кроме того, естественно, в целом, мы с коллегами из Минпромторга ведем такую работу по выявлению различных, с одной стороны, барьеров, того, что мешает экспорту. И здесь нам очень важна обратная связь, потому что только в диалоге с вами, как с производителями, можем узнать, что вам мешает и что еще нам нужно предложить для того, чтобы экспорт стал более эффективным. Это с одной стороны.

С другой стороны, стараемся не стоять на месте и придумывать новые меры поддержки, зачастую, не обязательно требующие прямого государственного финансирования. Часть из них, безусловно, требует финансирования, и как показал Евгений, у нас амбициозные планы в этой части. Будем надеяться, что правительство будет продолжать нас поддерживать финансовыми ресурсами, потому что без этого невозможно осуществлять те меры, и совершенно верно коллеги отмечали, что поддержка должна быть на постоянной основе. То есть помогать один год, на следующий год перестать помогать, потом снова опять помогать, – это бессмысленно, потому что это не дает возможности планировать. И понятно, что весь эффект от этих мер не будет краткосрочным. То есть, если мы вам сегодня дали субсидию на участие в выставке, странно ожидать, что прямо сегодня вы начали экспортировать в эту страну. Очевидно, эффект будет шесть – двенадцать месяцев. Поэтому если эти меры будут постоянными и планомерными, только тогда мы, действительно, добьемся какого-то ощутимого успеха. Вот в этом наша задача.

И еще один момент, который я тоже хотел, наверно, отдельно отметить. Российский экспортный центр, с точки зрения своего мандата, не ограничен работой с крупными компаниями. Почему-то зачастую бытует мнение до сих пор, хотя мы очень активно проводим региональную работу, участвуем в различных мероприятиях, связанных с малым, средним бизнесом. Мы работаем с любым экспортером. Не важно, маленький он или большой, наши меры адресованы широкому кругу компаний.

[00:40:08]

Более того, для МСП у нас даже есть отдельные программы, например, программа партнерская с банками по финансированию предэкспорта, где мы даем более такие льготные даже условия компаниям МСП. Поэтому, мы открыты для экспортеров любого размера. И, действительно, задача, с одной стороны, поддержать больших крупных, потому что только они кратно могут в объемах нарастить экспорт. С другой стороны, как Евгений показывал в своей презентации, расширить круг экспортеров. Это тоже задача. Задача как бы выйти на второй уровень компаний, в том числе, и комплектаторов.

Вот, если в двух словах, о том, что мы делаем. И если есть какие-то вопросы, я готов ответить. А так, я думаю, что мы дадим слово следующему выступающему.

Евгений Корчевой: Да, спасибо, Никита. Мы как раз дадим следующему выступающему, представителю, руководителю небольшой компании из Алтайского края. Филидова Татьяна Викторовна. Я знаю, что она подготовила выступление, как раз с вопросами, и

даже некоторыми элементами критики. Поэтому, я думаю, как раз в ее выступлении и прозвучит часть вопросов и для нас, и, видимо, для вас.

Татьяна Филидова: Добрый день. Я бы не сказала сразу так, что критика, начнем все-таки с хорошего. Действительно, мы с вами показываем великолепную динамику. Отрасль наша растет. Мы молодцы. Мы такие темпы роста показываем, которых, наверно, никогда не было. Дальше что хочется сказать. Мы, действительно, уже готовы к экспорту. Это тоже совершенно верно замечено. Мы уже все выросли. У нас великолепное качество, у многих. У нас конкурентоспособные цены. Мы, действительно, готовы к экспорту. И, действительно, просто какие-то блоки, может быть, у некоторых стоят, где-то затраты какие-то, что-то мешает, но готовы.

И, третье, – это, действительно, нам помогают. То есть правительство сейчас такие беспрецедентные меры поддержки разработало. И очень быстро применяет, очень быстро внедряет. И за это спасибо большое. И сайт у вас очень такой структурированный, понятный, все ясно, что нужно делать. То есть очень много плюсов. Но, как правильно Евгений сказал, в деталях все-таки. Поэтому хотелось бы несколько вопросов именно касаемо деталей обсудить. То есть, РЭЦ для экспорта, по большей части, такие три важные меры поддержки использует. Это сертификация техники. Собственно, здесь у меня особо нет никаких вопросов, все в рабочем режиме идет, все нормально, планоно.

Затем дальше транспортировка. Великолепный механизм. Замечательно, что это теперь сделали до места, то есть до покупателя. Потому что, допустим, тот же самый Казахстан, у нас, как у питерского завода, экспорт именно в Казахстан максимальную долю занимает. Мы уже больше десяти процентов от выручки экспортируем продукции своей. И удваиваем объем экспорта каждый год. Поэтому, действительно, много экспорта. Транспортировка помогает. Но! Мы, например, в этом году не смогли ей воспользоваться, потому что (так замечательно вы отреагировали!) Потому что очень поздно подписали это все постановление.

Хочется надеяться, что в следующем году все это уже будет работать с января, что мы будем понимать, когда мы подписываем такие экспортные контракты. А мы их подписываем уже, собственно, в ноябре этого года, годовой контракт. Например, у меня техника отгружается уже до марта, до конца марта она уже отгружена и, соответственно, на данный момент не мы, заводы, платим за транспортировку, да? Здесь все машиностроители, подтвердят, что, в основном, это перекладывается на плечи либо покупателей, либо дилеров. То есть в контрактах у нас у всех – не мы платим за транспортировку. И документально это все дело уже дилеры оплатили, есть все договора, фактуры. А потом летом раз, подписывается это замечательное постановление, а мы не можем на него податься, потому что не можем задним числом переделать документы.

Поэтому здесь предложение: либо обеспечить нам, скажем, уверенность в том, что уже в январе мы понимаем и правильно заключаем контракты. Либо дать возможность, например, дилеру компенсировать такие затраты транспортировочные. Вот этот нюанс хотелось бы по транспортировке. И второе, все-таки сроки затянуты. Там такой механизм,

от двух до пяти месяцев минимум, мы с вами будем ждать деньги. Хорошо, что они вообще будут, это замечательно, но, все-таки, возможно, механизм бюрократический немножечко можно как-то поджать. Это по транспортировке.

И замечательно по выставкам тоже было сказано. Действительно, хороший механизм. Выставляться нужно обязательно. Мы в этом году едем в Ганновер, то есть у нас будет первый выезд с техникой на международную выставку. Мы волнуемся, потому что мы умеем уже выставляться на крупнейших выставках российских. Но в Ганновере, в первый раз. И, к сожалению, выбор оператора выставки у нас затягивается.

[00:45:11]

То есть мы на сегодня не видел ни стенда своего, в общем-то, нормально, ни транспортировку техники. Не получается пока согласовать. На неделю откладывается отгрузка техники в Ганновер. Я уже начинаю бояться, что вообще, моя борона доедет до Ганновера в срок или не доедет? Почему? Потому что оператор выбирается очень долго. Остался, ребят, месяц до международной выставки в Ганновере. Не определен оператор. Как так работать-то тогда? Очень много вопросов тогда возникает.

Дальше «ЮГАГРО», например, у нас с вами. Тоже, в общем, одна из крупных выставок российских, Краснодарский край. Она позже чем Ганновер на месяц, и она есть в списке на финансирование на самом деле, так ведь? Но на нее в субсидировании отказано. Потому что, либо заявок не набралось, ребят, машиностроители! Вы что, никто в Краснодаре не выставляется?

Мужчина: Там мест нет.

Татьяна Филидова: Мест нет? Вот. Это следующий вопрос. Например, в следующем году у нас будет «Агросалон». В следующем году мы уже внесли предоплату этой весной. Уже внесли предоплату. А оператор, понятное дело, не определен на следующий год. И в итоге, мы будем вынуждены купить эти места сами, а фактические затраты не компенсируются. То есть мы понесем эти затраты, и нам их уже не компенсируют. Тогда, когда вы, наконец-то, за месяц до «Агросалона» найдете этого оператора выставки, понимаете? Мы за год уже это место купили! А здесь за месяц до Ганновера мы еще ничего не знаем.

Никита Гусаков: А давайте, тогда в режиме диалога, я буду реагировать. Смотрите, на самом деле, это относится и к транспортировке, и к выставке. Инструмент работает первый год. К сожалению, сроки, когда мы начали это делать, были продиктованы тем, когда были готовы постановления правительства по тем или иным субсидиям. Потому что без постановления правительства правила игры не зафиксированы. И, конечно, поскольку это делали первый раз, то сроки согласования постановления были длительные. Мы понимаем, что в этом году мы начали поздно. Мы реально, собственно, сами от этого страдаем, потому что вместо того, чтобы работать спокойно весь год, и в нормальном режиме предоставлять эту поддержку экспортерам и отчитываться перед проверяющими органами, мы это делаем в авральном режиме, за несколько месяцев.

И, в общем, мы понимаем, что постановления делались достаточно в спешке, то есть, есть какие-то элементы, которые нужно дотачивать и доделывать с точки зрения планов на будущее. Поэтому, если мы говорим по транспортировке, – да, правила игры такие, что оплата должна идти со стороны продавца. Мы знаем, что рынок работает по-разному. Но мы не хотим уходить в финансирование покупателей или дилеров. Мы хотим остаться на финансировании экспортеров. Для нас это более понятные правила игры. И мы надеемся, что то, о чем мы говорили, что поскольку этот инструмент будет долгосрочный, правила игры меняться не будут, то вы сможете это использовать в своей бизнес-модели.

С точки зрения выставочной деятельности, действительно, самым болезненным для нас является выбор оператора, потому что эта субсидия работает по другому принципу. Это затратная субсидия, где мы компенсируем ваши затраты, мы сами выбираем операторов. И, собственно, мы столкнулись сами с тем, что сроки очень длинные, потому что мы, как государственная структура, должны идти через закупки. Эта проблема есть. Она более остро, действительно, стоит опять же потому, что мы поздно начали. И даже имея календарь мероприятий, мы вынуждены это делать очень близко к мероприятию.

Сейчас у нас формируется план на 2018 год. И мы как раз хотим уже на 2018 год начать вот эти закупки и выбор операторов заранее, для того, потому что мероприятия понятные, и для того, чтобы не оказываться в ситуации, где за месяц, за два у нас еще не финализирован оператор. Поэтому мы эти проблемы понимаем, и стараемся их на следующий год исправить. Конкретно про выставку на юге я не могу прокомментировать, просто не знаю, почему по ней не предоставляются субсидии. Возможно, у нее нет международного статуса, потому что мы все-таки ориентируемся на международные выставки.

Татьяна Филидова: Она есть в списке вашем, конечно, она есть в списке.

Никита Гусаков: Есть в списке? Да? Тогда, может быть, вопрос с финансированием. Давайте я вернусь отдельно. Просто по конкретной выставке не готов сказать, почему по ней нет субсидии.

Татьяна Филидова: А можно сразу здесь вопрос? Сколько времени нужно от момента, когда мы решили финансировать выставку, до выбора оператора? Ориентировочно, так, уже по опыту.

[00:50:01]

Никита Гусаков: Сколько времени у нас это занимает? Стандартно, тендерные процедуры где-то занимают от 30 до 60 дней.

Татьяна Филидова: Не рабочих, надеюсь?

Никита Гусаков: Нет, общих,

Татьяна Филидова: Календарных, да?

Никита Гусаков: Общих.

Татьяна Филидова: Хорошо. Смотрите. Мы с вами за 120 дней, точнее, мы с ними, должны вам подать заявку за 120 дней до выставки. Это самый поздний срок. А вы примете решение финансировать выставку или нет, если свыше семи компаний подадут, так ведь? Следовательно, если наконец-то 120 дней до выставки осталось, семь компаний подали, вы опять, получается, где-то за месяц до выставки-таки выберете оператора. А мы все это время без стенда, без транспортировки, и вообще всего. Понимаете?

Никита Гусаков: Ничего не мешает вам податься раньше. Подавайтесь не за 120 дней, подавайтесь за...

Татьяна Филидова: А оплачивать-то нельзя. Оплачивать нельзя, а никто тебе не будет без оплаты ничего делать. Это нужно покупать стенд. Делаешь на хорошей выставке международного уровня. Это огромные вложения. Понимаете, мы тут День поля сделали маленький, четырехчасовой, полмиллиона потратили рублей. А это выставка международного уровня! За месяц не реально это сделать.

Никита Гусаков: Мы понимаем. Заявку-то вы можете подавать раньше, то есть у нас есть предельный срок.

Татьяна Филидова: Так мы подадим, а еще шесть, например, не подадутся.

Никита Гусаков: Так это вопрос к коллегам, а не к нам. Подавайтесь заранее. То есть мы-то реагируем от того, что нам приносят.

Татьяна Филидова: Ваш срок нельзя сократить немного, забюрократизированный вот этот, 30-60 дней?

Никита Гусаков: Как только 223-ФЗ поменяют, мы будем с радостью...

Евгений Корчевой: Знаете, я тут вмешаюсь. Мне кажется, проблема не в том, чтобы срок рассмотрения РЭЦ увеличить, а горизонт планирования увеличить. То есть, например, наши немецкие коллеги, они решение о финансировании выставки принимают не позднее, чем за два года до ее проведения. То есть выставки, которые будут ранее, чем через два года, они их даже не рассматривают. И мы, собственно, тоже должны, видимо, с вами уже сейчас начать обсуждать выставки 2020 года, и принять решения уже о том, какие выставки в 2020 году мы будем поддерживать.

Тогда, соответственно, неважно, тендер месяц, два, три. Но, по крайней мере, за год есть решение о том, что эта выставка будет финансироваться, и люди уже... Нет, они должны набраться раньше. То есть, соответственно, решение должно приниматься только на основании фактических желающих, потому что никто не мешает вам сейчас в 2020 году сразу принять решение, что вы в 2020 году будете участвовать в такой-то или такой-то выставке.

Никита Гусаков: Нет, я согласен. Чем длиннее горизонт планирования с точки зрения и компаний, и нас, лучше. Единственное, мы здесь опять же будем ограничены бюджетным циклом. То есть мы должны оставаться внутри нашего трехлетнего бюджетного планирования. Но, безусловно, мы сейчас ждем от вас заявки и на 2018 год. Поэтому, чем

раньше мы получаем эти заявки от коллег, тем быстрее мы можем начинать свои процедуры.

Татьяна Филидова: Отлично. У меня все, спасибо большое.

Евгений Корчевой: Татьяна, чем еще порадуете нас? Все?

Татьяна Филидова: Я думаю, что по данной теме все. Дадим слово следующим. Спасибо вам большое.

Никита Гусаков: Успехов вам в покорении не только казахстанского рынка, но и европейского.

Татьяна Филидова: Мы работаем над этим, спасибо большое.

Евгений Корчевой: Давайте сейчас перейдем к предприятию покрупнее немножко. Комбайновый завод «Ростсельмаш». Алексей Николаевич Швейцов, коммерческий директор, первый заместитель генерального директора. Хотелось, чтобы компания поделилась своим опытом, успехами, и также озвучила проблемы, с которыми даже она сталкивается.

Алексей Швейцов: Добрый день, уважаемые коллеги. Честно говоря, в 2015 году выступал на форуме, и озвучивал тоже и вопросы по экспорту, и как мы работаем в данном направлении. Честно говоря, сегодня более волнительно, чем было тогда. Не зря сегодня и руководство Минпромторга озвучило определенные для нас рамки, то есть любое субсидирование должно быть окупаемо, любое вложение мы должны показывать. То есть те бюджеты, которые определены, мы, соответственно, должны уложиться в определенные поставки на экспорт. Они достаточно высокие. Рост практически двух-трехкратный, в зависимости от периода.

Что происходит, что нам мешает, или что бы нам помогло, я постараюсь сегодня показать. Я думаю, и наш опыт, и то, что уже сегодня было произнесено и сказано, принесет достаточно для каждого из всех присутствующих в зале. Я думаю, определенный эффект именно для дальнейшей деятельности.

Мой доклад называется «Экспорт сельхозтехники - время пришло! Метод действия». Соответственно, да, на самом деле время пришло, есть определенные конъюнктуры рыночные. Что нас, как компанию, компанию международного уровня, движет, развивает во внешнеэкономической деятельности.

[00:55:09]

Первое, это, конечно же, расширение рынка сбыта. Для любого предприятия это, наверно, одно из самых главных, особенно тех предприятий, которые всегда стремятся к развитию. Дальше диверсификация рисков. Наверно тоже говорить ничего не нужно дополнительно. Понятно, как сегодня уже было сказано в первой части пленарного заседания, что возможна стагнация рынка. Стагнация, в том числе, российского рынка. Соответственно, мы предприятие – 11,5 тысяч сотрудников. Я не скажу, что для города Ростова-на-Дону или Морозовска, наших дочерних компаний, мы являемся градообразующими, но мы

являемся достаточно крупными налогоплательщиками. Это может сказаться практически на все стороны, во всех областях деятельности, в том числе, регионов.

Дальше, повышение конкурентоспособности продукции. Естественно, когда выходишь на любой рынок, и тебя воспринимают на нем как однозначного игрока, соответственно, ты понимаешь, что не можешь поставлять продукцию худшего качества, или не соответствующую требованиям потребителя. Дальше, естественно, рост прибыли и укрепление деловой репутации. Это как бы наши стимулы, которые мы видим, и поставили практически для каждого сотрудника нашего предприятия.

Что сейчас в плюсах, как благоприятная конъюнктура. Здесь если посмотреть, эффект низкой базы. На самом деле, рынки для нас огромные. То есть там, где нас нет, всегда легче его завоевать. Я думаю, с этим каждый согласится. То есть там, куда мы заходим и продали единицу техники, вторую, третью, десятую, и через пять лет мы имеем даже пять процентов рынка, это эффект низкой базы работает. Нас видят, нас понимают, и, соответственно, мы растем. Мы растем для себя и это наш результат.

Естественно, на данный момент, как уже сегодня неоднократно было сказано, государственная поддержка экспорта, да, она началась, она идет. Мы чувствуем, конечно. Всегда хочется чего-то большего, но, с чего-то нужно начинать. Поэтому я сегодня не хотел бы говорить какие-то отрицательные стороны, которые есть, критиковать и так далее. Я хочу сказать, на самом деле, и Минпромторгу спасибо за ту деятельность, которая начата в плане развития экспорта. И если сельхозмашиностроение, я здесь уже и с рядом коллег познакомился, кто только смотрит определенные возможности, говорю, так и есть на самом деле, достаточно серьезный потенциал.

В чем же этот потенциал выявляется. В первую очередь, было сказано: да, есть стагнирующие рынки в сельхозмашиностроении. Сегодня было показано, страны Западной Европы, США. Но, если вы посмотрите, все-таки 2016-2017 год прогноз мы ставим небольшой плюсики. Почему небольшой плюсики? Например, на зерноуборочных комбайнах мы выросли. А это мировой рынок. Соответственно, мы растем, и это понятно. Если страны Западной Европы, Тихоокеанского региона стагнируют, в том числе Китай, мы растем.

Соответственно, есть определенный потенциал. И как было сказано, здесь мы совершенно сходимся с видением Минпромторга, это где-то порядка трех-шести процентов. Было показано 5,1, поэтому практически одинаковые данные и у нас, и у наших коллег. Какой же потенциал экспорта мы ставим для себя? Было сказано, до 2025 года. Мы должны видеть немножко дальше. Мы смотрим на данный момент, приближаясь к 2030 году. Это, если говорить о кормоуборочных комбайнах, основные компетенции комбайнового завода «Ростсельмаш», то здесь оптимистический прогноз, и к 2030 году с 5 700 до 12 100.

На самом деле, мы для себя поставили эти рамки. Да, мы понимаем, что они амбициозные, они, может быть, в какой-то мере невыполнимы. Но мы для себя разработали мероприятия практически на каждый год до этого срока. Мы учились у

определенных западных компаний, в том числе, компании Toyota. Toyota Engineering Company наш постоянный коучинг проводит. Мы видим, там Toyota до 2050 года себя видит, и каждый год корректируется. Мы тоже корректируемся, но все планы, которые были до 2017 года, на данный момент выполнены. Да, сложно. Да, материалоемко. Об этом я скажу чуть позже.

[01:00:00]

[01:00:06]

Алексей Швейцов: Где мы сейчас. Экспортная составляющая в нашем объеме продукции на данный момент – 17 %. Там, где мы находимся. Для себя считаем сбалансированным, там, где правильно, где диверсификация нам помогает, где мы будем точно безубыточными, нам не придется распускать ряд сотрудников – это где-то 30 % при просадке нашего отечественно рынка. Оптимальная та, которая у западных конкурентов. На данный момент это 60 %. То есть есть к чему стремиться, есть чему поучиться. То есть потенциал продаж на экспортных рынках достаточно высок для нас. Для этого нужно осуществить ряд мер.

Ошибки, с которыми мы до определенного момента сталкивались. Многие говорят, что мы не конкурентоспособны. Я больше скажу. Протекционистские действия наших конкурентов на зарубежных рынках еще больше к этому подталкивают, специально просяживая на собственной уверенности.

Мы понимаем, нужен сервис. Мы понимаем, что нужен продукт. Во многих случаях у нас есть готовый продукт, который мы можем представить. Мы работаем с рядом предприятий, которые работают с нами в кооперации. Они и здесь присутствуют, наши уважаемые партнеры, которые вместе с нами выходят на эти зарубежные рынки, и на части из них, в том числе европейских, мы занимаем достаточно серьезную долю рынка.

Самое важное – отсутствие стратегического подхода. Распыление ресурсов внутри каждой компании. Экспорту ставится вторичный приоритет, потому что он маленький, небольшой объем. Это не совсем правильно. Это нужно ставить на одну планку вместе с локальными рынками. Отсутствие связи между экспортной и общей стратегией компании. В стратегии компании экспорт может стоять на десятых ролях именно от предыдущего пункта. Негибкие, неадаптированные модели бизнеса. То есть мы как компания, понимаем, что каждый год нужно выходить на новый рынок. А это новая омологация и так далее.

Объединение экспортного проекта и проектов по развитию внутреннего рынка в единую структуру. Никогда этого делать нельзя. Ответственность обязательно должна быть отдельной структурой. Дальше покажу нашу оргструктуру. Возможности и ограничения по отрасли.

У многих предприятий, в том числе и у нас – и это еще и было с постсоветского времени – наличие современной производственной базы. Мы ее постоянно улучшаем, работаем над технологичностью собственных изделий и постоянно наращиваем мощности. Причем мы

их делаем потенциально больше, чем есть спрос на рынке в этот момент. Как минимум могу сказать, что минимум 25 % от того, что есть.

Для себя по ряду продуктов мы ставим до 50 %. Соответственно, у нас еще есть потенциал 50 % наращивания без каких-то больших, серьезных вливаний. За определенное время необходимо создать продуктовый портфель для экспортного рынка, именно конкурентоспособный продукт и высокий потенциал НИОКР.

Это то, что было и Сергеем Александровичем сказано. Обязательно наличие собственной базы дизайна. На данный момент без этого лицензионные продукты выпускать – это постоянные затраты.

Государственная поддержка отрасли. То, о чем я сказал, что на данный момент есть. Естественно, практически на все, о чем сказано, мы тратим гораздо больше денег, чем на субсидирование. То, что было сказано сегодня на предыдущей сессии, что 1432 за 2016 года, конечно, нас немного тормозит в развитии. Мы должны снимать ряд проектов.

Я думаю, что общее видение и понимание мы найдем, в том числе и с Министерством сельского хозяйства, и на уровне правительства, в том числе председателя правительства. Достаточно высокая доля экспортных отгрузок и отсутствие международной торгово-сервисной инфраструктуры. На самом деле нам приходится приходиться к достаточно небольшим фирмам, но видя определенный потенциал в компании, я думаю, что в любой компании РФ, которая стремится быть лучше, все более крупные игроки приходят к нам, а мы к ним.

[01:00:05]

Отсутствие возможности эффективного инвестирования в НИОКР. На определенные проекты есть государственное субсидирование, но каждая страна требует под себя омологацию. Выйти сразу с большим количеством продукта на любой рынок практически невозможно. Соответственно, затраты на НИОКР для этой страны, предположим, для этого кусочка бизнеса в десятки раз превышают затраты на освоение, ту рентабельность, которая заложена в машине. Почему я говорю в десятки? Могу сказать в сотни. Например, некоторые рынки на самом деле в сотни. Это требует нашего развития. Мы должны показать себя, показать товар лицом. Думаю, нас тоже услышат.

Мы не «Газпром», не «Роснефть». Данный слайд я назвал «Давид против Голиафа». Здесь объемы реализации продукции. Мы подросли в пределах миллиарда. На конкурентных рынках бороться достаточно сложно, обороты видите сами. Даже если рентабельность на одном уровне, я имею в виду в процентном соотношении, то возможность привлечения определенных финансовых схем у них гораздо выше. Мы развивающаяся компания. Я больше скажу, что компания Claas никогда собственных финансовых средств на финансирование программ внутри Европы не закладывала. Например, реализация техники в самой Германии по кредитной ставке 0 %. Там денег Claas нет ни копейки. Если

мы это делаем, то мы реально вкладываем. Мы софинансируем собственной доходностью, уходя в нули.

Хочу остановиться на протекционных мерах. Вроде бы, мы их не видим. Краткие примеры. Республика Белоруссия. Достаточно большой объем рынка поставок был именно в эту страну до 2009 года. С 2009 года нами не поставлено ни одной единицы техники. Как защищен рынок Белоруссии от захода кого бы то ни было? Например, 98 % по зерноуборочным комбайнам. Одна компания – «Гомсельмаш». В то же время у нас на рынке есть «Брянсксельмаш». Я не хочу сейчас говорить о том, плохо это или хорошо. Наверное, хорошо.

Та же программа, о которой говорили, 5 % субсидирование. Если это тот же «Гомсельмаш» входит в Республику Белоруссию, Белоруссия субсидирует процентную ставку до 5 % на всю белорусскую технику. В то же время, если это российская программа того же софинансирования, продается техника «Брянсксельмаш». То есть практически 100 %. А мы лимитированы, квотированы.

Евгений Корчевой: Действует белорусская программа, когда они субсидируют зарубежным банкам процентную ставку, если приобретается белорусская техника. По моему, мы тоже сейчас планируем что-то новое сделать в этом направлении.

Никита Гусаков: У нас есть действующая мера поддержки этого финансирования иностранных банков, иностранных покупателей через иностранные банки на покупку российской техники. Но эта мера в большей степени предназначена для крупных покупателей, в том числе дилеров. То, что мы обсуждаем в целом, в первую очередь по автопроизводству. Если мы это сделаем, мы можем это делать и для сельхозтехники, это фактически льготное финансирование конечных иностранных потребителей: фермеров и так далее. Эту программу мы на следующий год обсуждаем, в том числе и с вами, с Минпромторгом.

Алексей Швейцов: Я хочу немного добавить про протекционизм. Просто один пример. Я не скрываю, мы работаем по поставке техники в Иран. Иран – это страна, которая тоже сертифицирует всю продукцию у себя на территории.

[01:10:02]

Естественно, он должен проверить технику, что она подходит под их агроусловия. Причем говорят, что если у нас есть сертификат ЕС, а он у нас есть практически на всю продукцию, мы готовы были поставлять. Заходя туда, как узнал об этом один из наших поставщиков, компания Cummins, сразу же нам претензия о том, что мы не имеем права поставлять продукцию с нашими двигателями на территорию Ирана.

Насколько действует эта технология двойных стандартов. Мы пошли туда с российским двигателем. Единственное, что срок у нас ушел ровно на год, потому что нам надо было сертифицироваться в сезон. То есть должны были попробовать технику в полях. В то же

время компания New Holland поставляет туда машины сотнями с европейским двигателем. Вот то, что есть. Я ничего не сочиняю, говорю, как она есть.

Евгений Корчевой: Проблема есть. Естественно, с распростертыми объятиями нас там никто не ждет. Никто не спрашивает, где же мы были, не говорят, что сильно нас ждали. Понятно, что на рынке любое место занято. Есть и крупные компании, которые торгуют по всему миру. Есть локальные производители. Есть китайские производители. Это не говорит о том, что это проблемы не решаемы, что ничего делать не надо. Это наоборот, хороший пример, что надо браться за любую проблему. Также как Сергей Серебряков рассказывал, что у него в Канаде арестовали трактор. Поработали, решили проблему, дверь приоткрыли, начали работать.

Из зала: Планы «Ростсельмаша» очень амбициозные, у «Росэкспорта». Насколько вы считаете возможной реализацию этих планов без локализации в других странах? Или вы рассматриваете локализацию как один из инструментов выхода на крупные зарубежные рынки?

Алексей Швейцов: Один из слайдов как раз показывал. Это были стратегические мероприятия по выходу на каждый рынок. Перед выходом на каждый рынок мы рассматриваем конъюнктуру рынка, и естественно, ряд стран не пускает на свои территории без локальных сборок.

В то же время это сейчас уже идет и в Казахстане. У нас там есть партнер по сборке. В страны Латинской Америки заход практически невозможен. Дальше это та же Канада и США. Практически везде идут поставки комплектующих для сборки. Это там, где мы сейчас работаем. Дальнейшее стратегическое видение, любая поставка в ту же Западную Европу подразумевает то, что максимально приближенные компоненты должны быть на территориях использования. Соответственно, машины омологированы и разрабатываются именно с учетом каждой территории.

Поставщики комплектующих максимально приближены к самим территориям. Если мы поставляем в Германию, мы ставим достаточно большой объем запасных комплектующих именно немецкого производства. Где есть потребность, мы обязательно локализуемся, где есть возможность реализации, как было сказано Евгением Анатольевичем, то есть уже готовый продукт, который уже есть, поставляем так. То есть смотрим на каждую страну.

Планы на данный момент. В то же время мы полностью освоили производство тракторов, недостаточно энергоемких тракторов, машина называется Ростсельмаш Versatile 2375. Производство полностью локализовано в РФ. Эту же модель со следующего года будем поставлять в Казахстан, порядка 200 единиц техники. Мы тоже смотрим на увеличение наших продаж. Причем сразу же порядка в 7 раз. Планы будем стараться выполнять.

Евгений Корчевой: Спасибо, Алексей Николаевич! Хочу передать слово Трегубову Евгению Григорьевичу, заместителю генерального директора. Вот здесь у меня пауза. Хотелось бы сказать по экспорту, потому что честно говоря, вот уже год бьюсь с заводами,

чтобы на каждом заводе появился зам генерального директора по экспорту. Не слушаются. Видимо, придется отменить им субсидии. Просто заместитель генерального директора, «Навигатор — Новое машиностроение». Ребята из Пермского края.

Евгений Трегубов: Спасибо! Добрый день! Я приветствую всех участников. Хочу начать по поводу кнута и пряника. На самом деле мы прекрасно понимаем необходимость развития экспорта. Может быть, и нужно применять кнут и пряник. Даже сегодня мы слушали и представителей сельхозтоваропроизводителей, которые говорят о том, что на российском рынке сокращается их маржа.

[01:15:08]

Непонятно, что будет с закупкой техники, с объемами. В то же время очень многие российские заводы, которые активно развивались в последнее время... Вадим Николаевич Смирнов, генеральный директор «Евротехники» говорил о том, что заводами сделаны большие вложения. В том числе нашим заводом произведены большие вложения, как в развитие линейки техники, так и в развитие производственных мощностей.

Если российский рынок вдруг неожиданно снизится или что-то с ним будет, то возможно да, будет у заводов такая жесткая посадка. Мы понимаем, что нужно развиваться, понимаем, что нужны дополнительные объемы, в том числе за счет экспорта. Но ситуация у разных компаний разная.

Мы сделали вот такую штучку. На рынке РФ присутствуют разные компании. Безусловно, у нас есть компании, которые являются лидерами рынка. Они уже захватили внутренний рынок полностью. Доля рынка – 60 – 70 %. Наша компания на сегодняшний момент пока еще таковой не является. Мы активно развиваемся, мы очень много сделали за последние 3-4 года. Но пока мы не можем сказать, что этот рынок освоен нами полностью и мы лидируем.

Какая стратегия для нас может быть, как мы можем выходить на зарубежные рынки. В первую очередь мы видим свою задачу в таком развитии своих продуктов, чтобы этот продукт был конкурентоспособен, прежде всего на своем рынке, против ведущих производителей сельхозтехники. Если эта техника будет очень сильно конкурентоспособна, то и на рынках других стран, она тоже очевидно сможет продаваться. Это мы понимаем и занимаемся развитием этой техники.

Что мы для этого делаем на сегодняшний момент? С одной стороны, я хотел бы отметить, что существует такая программа, как 1312, которой мы на сегодняшний момент пользуемся, которая поддерживает разработку новой техники. Безусловно, мы пользуемся специальными субсидиями. На сегодняшний момент мы ведем подготовку документации на сертификацию на ЕС по тем моделям техники, которые мы считаем, вполне могут там продаваться. Кроме того мы везем две единицы техники в Ганновер в этом году. В том числе одна из этих единиц разработана с помощью программы 1312.

Хотелось бы отметить вклад программы 1432, которая позволяет нам сейчас более активно развиваться, потому что с помощью нее больше продается техники, соответственно, зарабатываются деньги. Дополнительные ресурсы, которые мы получили, мы сегодня вкладываем в развитие как единиц нашей техники, так и в выставочную деятельность.

Отдельно хотелось бы сказать по поводу выхода на рынок. Мы прекрасно понимаем, что для того, чтобы выйти на какой-то зарубежный рынок, это не так просто сделать, потому что нас там никто не ждет. Об этом уже тоже сегодня говорили. Для того чтобы туда выйти, в первую очередь нужно создать интересное предложение по соотношению цена-качество. И также создать интересные условия для дилера. Грубо говоря, чтобы туда попасть, нужно предлагать очень хорошие условия. Мы понимаем, что мы должны давать очень хорошую премию к рынку. То есть нужно давать как скидку клиенту, так и давать очень хорошие условия для дилера, чтобы они были заинтересованы в продаже нашей техники.

Мы это рассматриваем как своего рода инвестиции. Если мы даем очень хорошие условия, значит, мы лишаемся части прибыли. То есть мы фактически эту прибыль инвестируем. То есть можно купить станок, повысить производительность труда, снизить себестоимость, а можно дать хорошие скидки и тоже инвестировать.

Здесь у меня есть предложение. Может быть, все-таки стоит подумать по поводу программы 1432. Сейчас она работает на российский рынок. Может быть, это же правило можно каким-то образом перенести и на зарубежный рынок. Если ты продаешь за рубеж, то какая-то часть компенсируется из той скидки, которую ты даешь за рубежом покупателю. В этом случае государство поможет немного с инвестициями, потому что мы такие скидки, специальные условия для себя рассматриваем как инвестиции. Такое мое предложение.

Можно вернуться на слайд назад. Я расскажу, что у нас есть по экспорту. На сегодняшний день это не так много. Мы поставляем в Казахстан и Белоруссию. Здесь хотелось бы немного рассказать, каким образом мы находим партнеров. Мы не очень большое предприятие. Мы не можем работать как «Ростсельмаш» или «Петербургский тракторный завод». В Казахстане у нас сейчас три партнера.

[01:20:00]

Один партнер был найден по рекомендации наших коллег с российского рынка. Когда торгующее в Казахстане предприятие спрашивает у наших коллег, чем бы еще они могли еще заниматься, кого продавать, люди рекомендовали нас и у нас завязались партнерские отношения. Схожая ситуация была со вторым партнером, только рекомендация была из-за рубежа. То есть один из наших зарубежных партнеров рекомендовал компании в Казахстане попробовать поработать с нами, продавать технику.

Третий партнер был найден через выставку. На сегодняшний момент мы участвуем в выставках в Казахстане.

По Белоруссии вышло еще интереснее. В Пермском крае мы проводим соревнование пресс-подборщиков. Есть такое мероприятие, уже два раза проводили. У нас участвуют все ведущие фирмы, которые представлены на российском рынке, то есть Krone, Kunker [01:20:49], LMP, Maschio. Все эти компании участвовали в этих соревнованиях, участвовала наша техника. Этими соревнованиями мы показывали, что на сегодняшний момент уровень развития наших машин таков, что они работают не хуже машин ведущих западных предприятий.

По итогам этих соревнований одна белорусская компания, которая продвигала на российском рынке некоторые иностранные марки, начала в Белоруссии продвигать нашу марку. Вот такой был опыт у нас.

Теперь о некоторых факторах, которые на сегодняшний день препятствуют экспорту. Первая проблема – это высокая стоимость транспортировки. Я думаю, у всех оскомина набита уже. С другой стороны, это все равно является проблемой. Приведу маленький пример. Мы прорабатывали сделку, участвовали в тендере на поставку продукции в Бразилию. Просто маленькая информация. Стоимость транспортировки из Перми порядка 5 тыс. евро. На сопоставимый объем. Стоимость транспортировки из Гданьска – 900 евро. Вот это факт. Угадайте, чью продукцию купили.

Евгений Корчевой: Это когда было?

Евгений Трегубов: Это было в этом году.

Евгений Корчевой: Про субсидии вы что-то слышали?

Евгений Трегубов: Про субсидии мы понимаем, но мы хотим просто сказать, что во-первых сама сумма большая. Понятно, что мы знаем про субсидии. Это не дает дополнительное преимущество. Это лишь что-то компенсирует. Все равно об этом хотелось бы сказать. я понимаю, что акцизы на бензин, «Платон».

Евгений Корчевой: Просто при субсидии 80 % у вас доставка дешевле получится.

Евгений Трегубов: Вот не получалось, даже с субсидией.

Никита Гусаков: Если разница между 900 евро и 5 тыс., даже 80 % не помогут. Тут вопрос в чем-то другом.

Евгений Трегубов: И второй момент, который на наш взгляд, тоже мешает. Мы знаем, что у Министерства промышленности есть приоритеты развития рынка комплектующих, это все правильно. На сегодняшний момент для того, чтобы машина была конкурентоспособная, она ввозится из-за рубежа. Пошлина на комплектующие – от 5 до 10 %. А на ввоз готовой машины – 0 %. Если я комплектующие ввез, получил

себестоимость на 10 – 15 % дороже. Я потом ее везу за рубеж и пытаюсь там продать тем людям, которые используют комплектующие без этой наценки.

Конечно, хотелось бы, чтобы об этом тоже подумали и либо сделали бы равные условия, например, на комплектующие пошлина 10 – 15 %, и на машины, которые сюда ввозятся 10 – 15 %. Или что нам кажется более правильным, чтобы было лучше 0 % и там, и там. Вот такое предложение. Два предложения. По 1432 подумать о распространении на зарубежные продажи и о пошлинах на комплектующие. Причем проблема по комплектации, по пошлинам – это проблема не только сельскохозяйственного машиностроения, а любого машиностроения.

Евгений Корчевой: По комплектации очень важно ребеночка не выплеснуть с водичкой. Нам производство компонентов не менее важно, чем производство готовой продукции. Я понимаю, что двигатель другого экологического класса, который не производится здесь или еще какие-то компоненты, которых пока еще в России нет, что они появятся в лучшем случае через 3-4 года. То есть такая проблема, наверное, есть.

Нам кажется, что те меры поддержки, которые мы запускаем по субсидированию экспорта, по идее, если не полностью исчерпать эти проблемы, но снизить их влияние позволяют. Что касается распространения по 1432 на экспорт, мы как Минпром это поддерживаем, но пока нас не поддерживает Министерство сельского хозяйства, которое говорит, что мы же сами говорим, что денег на внутренний рынок никогда не хватает, а предлагаем еще на экспорт.

Евгений Трегубов: Надо искать компромисс.

Евгений Корчевой: Поэтому мы ищем компромисс. В качестве такого компромисса у нас приоритетным проектом в развитии экспорта предусмотрено в следующем году две новые меры.

[01:25:02]

Первая мера – это гарантия остаточной стоимости на экспортных рынках. И вторая это поддержка сервисных сетей, так называемая аптечка, по аналогии с авиапромом. Через эти две меры, мы считаем, что общая сумма субсидий на экспорт тоже увеличится. Если она не равна будет 15 %, в принципе, может быть сопоставимых размеров.

Евгений, спасибо большое! Вопросы из зала.

Валерий: Подскажите, у нас **[нрзб.01:25:44]** удачной работы с Экспортным центром помогли бы нам с идентификацией. Представитель «Ростсельмаша» сравнивал себя как Давид с Голиафом. Мы, конечно, по сравнению с «Ростсельмашем» еще меньше. Возможно ли, что Экспортный центр рассмотрит такую возможность, какой-то анализ по рынкам и так далее, потому что небольшим компаниям на самом деле достаточно тяжело получить достоверную информацию из интернета, или где-то нет своей аналитической

службы, нет возможности ездить. Чтобы хотя бы раз в квартал или раз в полгода Экспортный центр какую-то аналитику по рынку делал.

Никита Гусаков: Вы не могли бы представиться.

Валерий: Компания «Агро Идея», **Грозов Валерий [01:26:30]**.

Никита Гусаков: У нас есть команда, которая занимается анализом рынков. Наверное, делать регулярный анализ по каждому сектору, по каждой стране нам пока тяжело. У нас нет таких ресурсов. Но мы делаем аналитику по запросу. Поэтому вы можете к нам обратиться с тем, что вам интересно, с теми рынками. Мы такую аналитику делаем. Где-то мы это делаем собственными силами, где-то на аутсорсе.

Евгений Корчевой: Никита, мы можем для приоритетных рынков, которые у нас в стратегии заложены, с вами сделать такие анализы и просто коллегам разослать?

Никита Гусаков: Да, мы можем. В принципе, мы нашу аналитику делаем публичной. То есть она у нас есть на сайте.

Евгений Корчевой: Нет предела совершенству. У наших немецких коллег, помимо всех дешевых кредитов, поддержки правительства политической и так далее, есть такие вроде элементарные вещи, которые им помогают работать. Первое. Это есть не только в Германии, но и в ЕС. Есть сайт, куда можно зайти и введя код товара, наименование товара и страну назначения, сразу получить информацию обо всех тарифных и нетарифных мерах, которые действуют в отношении твоего товара. Ни в России, ни в Евразийском союзе пока, к сожалению, нет. А это намного бы облегчило работу.

При этом самое интересное, что в Германии и в ЕС есть двусторонние соглашения. Если есть какие-то льготы для их товаров, не факт что есть для российских товаров. Даже если я сейчас с российского компьютера зайду на этот сайт, то я ничего там не увижу, пока не вобью паспортные данные гражданина Германии или ЕС. И второе по поводу аналитики.

В Германии, например, действует целое агентство, которое регулярно рассылает аналитические обзоры по рынкам. Это при том, что немецкие компании не самые бедные в мире. Большая часть этих обзоров в закрытом виде. Очень много информации в открытом виде. Называется Агентство инвестиций и поддержки экспорта, именно аналитическое агентство. Но опять же нюанс. Если я туда захожу с российского компьютера, с любой точки кроме Германии, то для меня открывается только информация на русском, на английском, на любом языке об инвестициях в Германию. Но раздел для немецкого экспортера, во-первых, закрыт, во-вторых, только на немецком языке. Это к тому, что нам еще много в чем надо совершенствоваться. Аналитическая информация тоже очень важна, потому что экономит время и деньги для компании.

Никита Гусаков: Да, безусловно. Мы понимаем, что аналитика – это то, что на самом деле может быть, за исключением самых крупных компаний, себе позволить не могут, поэтому

мы это направление тоже осознанно развиваем. Здесь нам нужна обратная связь от компании, что именно нужно. Я думаю, что сделать по приоритетным странам мы точно можем.

Евгений Корчевой: У нас заключительный докладчик, очень интересное предприятие. Город Шебекино, генеральный директор, Сергей Николаевич Воронин, директор ООО «Промзапчасть». Я буквально недавно, месяца два назад побывал на предприятии. Честно говоря, был поражен подходом, организацией работы, успехами коллег во многих отраслях, прежде всего в технологии производства. Как коллеги бережно общаются с роботами, которые там работают, как они их сами растят, создают, учат работать и вынашивают кучу новых планов. Особенно интересно было наблюдать, как иностранные роботы разбирают по частям, чтобы сделать из них нормально работающие. Кроме этого у компании есть успехи и на экспортных рынках.

[01:30:18]

Сергей Воронин: Уважаемые коллеги! Компания занимается производством почвообрабатывающей техники. По поводу экспорта. Три года компания занимается экспортом, как экспортом в ЕАЭС, так и в страны ЕС. Касаемо рынков Казахстана и Белоруссии, мы абсолютно не считаем, что это экспорт. Это традиционно наши рынки и наши компании должны там давить. Поэтому говорить о том, что экспорт – это Белоруссия, Украина... Это наши рынки, мы должны их забирать. Мы не должны их упускать.

На сегодняшний момент у нас даже есть экспорт – это ДНР и ЛНР. Если рассматривать, что это тоже экспорт, давайте будем рассматривать. Я не хочу никого обидеть. Я послушал, уважаемый Евгений Анатольевич, вас. Я послушал лично мной очень уважаемое предприятие Veles, Алтай, «Салют». Я не знаю, кто готов к экспорту. Я считаю, что больше 60 % наших предприятий к экспорту абсолютно не готово. Мы не имеем высококачественного продукта. Масса предприятий делает этот продукт, грубо говоря, на колене, на убитых станках, оборудовании, не имея технологий.

Мы говорим об импортозамещении. Я отслеживаю своих друзей, коллег, которые пытаются делать так называемый продукт импортозамещения, тупо копируя ту же немецкую технику, французскую со всеми теми ошибками, которые есть. На мой взгляд, российская конструкторская мысль всегда, во все времена и во всем мире была передовой. Поэтому мне кажется, что в НИОКР нужно вкладываться. Хватит тупо брать, передирать, не понимая для чего и зачем это сделано. Это мое мнение по поводу импортозамещения.

Теперь по поводу 1432. Одной программы 1432 мало. Программа 1432 – замечательный инструмент, но только в плане получения конкуренции на внутреннем рынке. Давайте рассмотрим, как программа 1432 работает. Есть стоимость продукта. У нас сначала забирают 15 %. Многие предприятия работают с рентабельностью в 15 %, затем полгода

ее не дают, затем по правилам 1432 нам Минпромторг нам говорит, что мы должны вложить это в модернизацию производства.

Для модернизации производства помимо 1432, как просто замечательного инструмента для внутренней конкуренции по сравнению с импортной техникой, необходимы еще какие-то меры для просто модернизационных действий. Почему бы на станки не отменить НДС, не сбросить? Если мы будем говорить о том, что у нас станочники скажут о том, что они тоже здесь делают, так неправильно. Да ради бога. Если это достойный продукт, давайте покупать у них, но тоже без НДС. Если мы его ввозим из-за границы, давайте сбросим НДС. Это огромные деньги. Мы ежегодно вкладываем до 70 – 80 млн. в оборудование. Если НДС, я думаю, многим производителям поможет. Это о грустном.

Теперь о хорошем. Касаемо экспорта в страны ЕС. Если без философии, что нужно делать. Те, кто имеют достойный, хороший продукт, прежде всего, организация мощнейшего интернет-ресурса, то есть сайта. Для того чтобы продукт узнали, нужно создать информационное поле, пространство. Перевод на английский язык. Высококачественные ролики о технике. Лучше один раз увидеть, чем 100 раз услышать. Когда человек заходит на сайт, во-первых, все это можно отследить, какая страна, откуда, какие посещал страницы. Человек смотрит просто картинку, она для него непонятна. Ролик должен быть снят очень качественно.

[01:35:00]

Должен быть замечательно смонтирован, тогда произойдет какой-то эффект. Первый момент. Второй момент – это выставочная деятельность. Спасибо огромное экспортному центру за Ганновер. Надеемся, что так дальше и будет. Такая огромная страна как Россия, мы выставляемся как голодранцы. То есть берем места столько, сколько одному «Ростсельмашу» нужно было взять. Не знаю, как это получилось. Наверное, в этом плане Российскому экспортному центру пожелаем удачи. Работать нужно, потому что я уверен, мы хотели привезти большее количество техники. Я знаю ребят с Алтая. У них есть что показать. Но мы не можем этого сделать. Это первый момент.

Второй момент. В Москве есть замечательная выставка – «Агросалон». Не знаю, почему, она проводится фактически параллельно с «Золотой осенью». Многие люди даже не знают о ее существовании. Здесь, мне кажется, и Минпромторг, и Министерство сельского хозяйства должно над этим поработать, чтобы сельхозпроизводители были информированы. Так получается, все поехали на «Золотую осень». Многие даже об этом не знают.

Контакты импортных компаний, иностранцев, в том числе происходят и здесь. Но попасть сюда компаниям просто нереально. Поэтому Российский экспортный центр должен не просто субсидировать внутренние выставки, но и делать это заранее. Существует проблема, о которой говорил Евгений Анатольевич. Невозможно платить за выставку, за

2-3 месяца уже нет никаких мест. Ее планируют за 1,5-2 года. Тогда, наверное, что-то будет.

Что касается европейских рынков. При правильном подходе на самом деле нет никаких проблем, кроме Германии. Это мы очень сильно любим немецкие компании, такие как Lemken, Horsch, Amazon. Дай бог им здоровья и процветания. Продать можно в любую страну: Чехия, Словакия, Венгрия, Румыния, Австрия. Без вопросов. Мы туда поставляем технику. Но продать в Германию бесполезно. То есть просто не пускают. Закрывают всеми методами. Касаемо омологации.

Конечно, есть проблемы. Скорее всего, это происходит гораздо сложнее по «Ростсельмашу» и по «Кировцу», как самоходка. По прицепной технике мы работаем через прибалтийские компании, которые имеют лицензии, русскоязычный персонал. Если кто-то будет заинтересован, мы с удовольствием поможем, дадим телефоны. Линейка стоит примерно от 3,5 до 5 тыс. евро. Экспортному центру нужно задуматься. У вас появляются конкуренты, которые работают быстрее вас, лучше вас.

Никита Гусаков: Мы не спим.

Сергей Воронин: Пока не видно. Просыпайтесь.

Никита Гусаков: Хорошо.

Сергей Воронин: Нужно работать. Европейские рынки, конечно, привлекательны. Имея хороший продукт, хорошую стоимость на этот продукт, можно продавать много. Я еще сконцентрирую свое внимание на высококлассном, качественном продукте. Если продукт будет не достойного качества, сделаете одну поставку, что-то начнет ломаться, дальше обрубите все. Никаких поставок в дальнейшем не будет.

Есть свои требования к рынку ЕС. Я в данном случае говорю о машинах почвообработки. Это транспортная ширина – 3 метра. Это обязательные тормозные оси пневматические. Это культура поставки и всего остального. Для этого нужно нашим предприятиям и культуры на производстве подтянуть тоже. Прежде всего, нужно поменять собственный менталитет. Не должно быть на производстве ни сигарет, ни выщербленных полов. Все должно быть чисто, красиво. Когда к вам приезжает иностранная компания, иностранный дилер, они не должны видеть то, что было. По крайней мере то, что я видел в СССР, и что я вижу на большинстве наших предприятий. Welcome к нам в гости. Если кому нужно, мы с Андреем Александровичем с удовольствием поможем, с удовольствием проведем экскурсию, покажем. Надеемся, кому-то это поможет.

[01:40:00]

Татьяна Филидова: Три момента. Полностью с вами согласна. Действительно те заводы, на которых я была, уже выросли. В России было очень много заводов. И качество практически у всех заводов, где я была, высокое. Не у всех, согласна. В гаражах копируют

[нрзб.01:40:15], у [нрзб.01:45:16] клоны даже есть. Понятное дело, что не каждая техника, произведенная в России, это качество поддерживает.

Дальше, 1432. Да, отсрочка по деньгам. Да, там типа 15 % рентабельности. Где же тогда мы будем брать доход. Так а вал, у нас вал вырос. Мы за несколько лет удваиваем производство постоянно. Благодаря этому можем постоянно наращивать объем производства. Не было бы 1432, нашего бы с вами рывка не было бы. За счет валовки мы с вами имеем доходность. Я это могу сказать как руководитель завода. Есть хорошая прибыль за счет валовки. Наконец-то она появилась. Ее не было никогда раньше.

Вы совершенно правы про станки. Это перекликается с тем же качеством нашей продукции. Мы с вами сколько угодно можем говорить про импортозамещение. Не будет станков, мы не сможем давать качество. Мы можем толкать нас на экспорт, да, Евгений? Это хорошо. Мы готовы. Но не будем покупать станки, не будет качественного экспорта, потому что один раз покажем плохое качество, никогда больше у нас там не купят. Лет на пять будет закрыто. Поэтому станки.

У нас в Алтайском крае действовала субсидия губернатора. Нам компенсировали до 50 % стоимости оборудования, произведенного в России. Мы несколько единиц так купили, правда, не очень большие. Пока раскушали, программа кончилась. Если мы сделаем 1432 для станков, это будет просто великолепно. То есть те же самые станки по 1432. Только мы уже здесь будем покупателями этих станков. Вот тогда мы все сможем обновлять станочный парк, тогда мы сможем более технологичные процессы проводить. И третье. Как совершенно правильно заметил коллега, сайт. Вот у РЭЦ есть одно из требований. Когда мы подаем заявку на компенсацию выставок, мы должны иметь сайт и его англоязычную версию. У нас хороший сайт, но все-таки он на такой платформе, надо бы поменять. Полмиллиона рублей. Может быть, мы тоже подумаем что-то в отношении субсидирования, потому что действительно за рубежом именно по нашему сайту и по видеоматериалам о нас судят.

Евгений Корчевой: Сразу могу сказать, что мы достигли цели сегодняшнего мероприятия, потому что самое главное, я боялся дежурных докладов и равнодушия. Я вижу, что равнодушия нет вообще. Есть буря эмоций. Я даже не знаю, надо ли вам комментировать эмоциональное выступление Татьяны Викторовны.

Сергей Воронин: Я человек уравновешенный. Она же девушка. Касается программы 1432. Может, я неправильно выразился или вы не так меня поняли. Программа 1432 – замечательный инструмент. Но если мы с вами соберемся, те, кто ее полностью использует, те, кто ей пользуется, здесь можно посчитать предприятия на пальцах двух рук. Что делают остальные компании? Да, они используют эти деньги, но становятся абсолютно ленивыми.

Давайте уже тогда как-то делать градации. Есть морально устаревшая техника. Мы ее тоже берем и субсидируем. ВАЗ-21 тоже замечательная машина. Она ездит. Но ее сейчас

нет. Есть компании, которые производят культиваторы, которым по 70 лет. Их придумали сразу после революции. Там дисковые бороны, еще что-то. Уже все. Они берут, этим пользуются. Предприятие ничего не вкладывает. Какой смысл дальше брать и субсидировать производство абсолютно устаревших машин? После этого мы говорим, давайте они выйдут на экспорт. Как они выйдут на экспорт. Дай бог, чтобы они рабочие места сохранили, 50 – 60 человек с зарплатой в 10 12 тыс., которые есть. Здесь тоже нужно подумать.

Никита Гусаков: Мы думаем, и механизм совершенствуется постоянно. Одна из идей коллегами высказывалась – определить перечень инновационных машин, на них скидку сделать больше. Но тут вопрос технический. Кто будет определять инновационность машины, на какой период и так далее. Идеи-то красивые, но надо же понимать, что за каждой идеей должна лежать реализация.

Евгений Корчевой: Евгений Анатольевич, быстрота процесса в мире идет. Я скажу две ремарки по поводу НДС на станки. Абсолютно вас не понял. НДС, который вы берете на станки, вы его ставите в зачет, и меньше в бюджет перечисляете просто. Это не дискуссия сейчас. Это надо сесть, нарисовать. Либо я что-то не понимаю, либо что-то вы неправильно считаете по НДС.

[01:45:00]

Что касается выставки. Здесь нужно отдать должное Петру Михайловичу Фрадкову и коллегам из Экспортного центра. Изначально проект постановления по выставкам, субсидии на выставки распространялись только на выставки, проводимые за рубежом. Когда мы поставили вопрос о том, что надо субсидировать выставки внутри России, нас спросили зачем. Ведь наша задача – поддерживать экспорт. Мы приводим пример и говорим, что вывезти все, что мы производим на экспорт, это в принципе, невозможно. Не говоря о том, что это каких-то бешеных денег стоит. Гораздо проще целевых людей приглашать сюда, в Россию, как это делают наши коллеги из Германии, здесь находить клиентов и отсюда продавать технику по всему миру. Коллеги нас поддержали, и мы смогли отстоять эту позицию и в Минэке, и в Минфине. И появились перечни российских выставок, обладающих экспортным потенциалом.

По поводу Ганновера. Тот стенд, который мы сейчас делаем, 2 тыс. м². В этом году – это крупнейший стенд на всю историю выставки. Но даже эти 2 тыс. м² пришлось буквально зубами выскрести с выставки, потому что там физически нет места. Это опять к тому, что никто нас не ждет. Даже если вы придете с деньгами и скажете, что покупаете 10 тыс. м². То же самое будет у нас в Москве лет через 20, я надеюсь. Самое главное – не оставаться равнодушными.

Я был очень поражен тем, что делают ребята у себя на производстве. Советую съездить к ним. Советую вам найти время и поездить по другим нашим заводам. Я думаю, что может быть, вы тоже увидите что-нибудь интересное. Я думаю, Сергей Николаевич просто мало

ездит по заводам, поэтому он мало что видел. Он поправится. А третье, это то, что ребята в Чехии сделали прорыв, нашли хороших дилеров, которые прекрасно продают российскую технику и не скрывают при этом, что она российская, как часто это делают, по пате или вообще с иностранным названием. Ребята и в Чехии и в других странах ЕС показывают, что реально можно что-то делать и без господдержки. Никита, вам заключительное слово или вопрос.

Владимир Боглаев: Владимир Боглаев, Череповецкий литейно-механический завод. Все-таки у нас сегодня тема – экспорт, развитие экспорта. А мы половину проговорили про внутренние проблемы. На самом деле последние два года, которые проходили, были очень показательны с точки зрения эксперимента, который провели внутри России на сельхозтехнике. Невзирая на все минусы, которые были в программах внутри России, мы посмотрели, что те скидки, которые обеспечил Минпромторг для сельхозпроизводителей, позволиликратно поднять объем производства и вытеснить часть импорта из России.

С другой стороны, мы увидели, что незначительное колебание курса доллара с этого года позволило в 3-4 раза поднять экспорт в России импортной техники, которая вытеснила нашу технику с нашего рынка. За последние полгода статистика показывает, что объемы поставок того же John Deere выросли больше чем в 4 раза, всего лишь на 15 % колебания курса рубля. Эти 15 % дорогого стоили для потери доли рынка у нас внутри. Три года назад я вообще бы не представил, что мы вообще говорим сегодня о том, о чем говорим, о том, что есть меры поддержки, о том, что что-то движется. Три года назад мы это даже не представляли. Слава богу, что это есть.

Но если мы говорим о таких же задачах на экспорте, которые два года назад ставили внутри России, то надо размеры субсидий предусматривать примерно такие же, которые два года назад обсуждались для России. Не 1 %, а те же самые 25 %, которые были заложены в самом начале для того, чтобыкратно поднять объем производства в России. Это может быть не 1432, это может быть что угодно.

На мой взгляд, любой продукции машиностроения добавленной стоимости российской будет больше 30 %. Что такое добавленная стоимость? Это прибыль может не государства, не для завода, но для страны добавленная стоимость это доход. Поэтому возврат из этих 35 % добавленной стоимости к 25 % это все равно валовый доход для страны. Правильно говорят, что сегодня качество может быть не везде и не так, как хотелось бы. Но мы понимаем, что на любой продукт, даже сильно старый, даже очень убитый всегда есть покупатель. Вопрос соотношения цены и качества. Но для того чтобы поставить новый станок, надо заработать [нрзб.01:50:00], чтобы поставить новый станок.

[01:50:04]

Сегодня нам никто этих денег не даст. Для того чтобы деньги появились, сначала надо объемы нарастить. На мой взгляд, есть смысл делать программы поддержания экспорта, сопоставимые по размерам, по процентам и по логике с теми, которые в свое время

разрабатывались для развития импортозамещения внутри России. И «Ростсельмаш», и «Петербургский тракторный завод» – это те показатели, которые показывают, что сделать также там, и они дадут такой же рывок. Может, и мы там пройдем.

Ломскоой Александр: Краснодарский край, «БДМ-Агро». Вопрос следующий. ЕС – понятная структура. ЕврАзЭС, вроде как союз, а таможенные ограничения действуют. Сегодня как мы работаем внутри рынка. Взяли, отправили в Новосибирск кучу техники без конкретного покупателя и по мере возможности продаем. В Казахстан так сделать не можем, валютный контроль, контракты, 180 дней прошло, выручку не получили, получили проблему. Может, надо на уровне правительства? Если мы союз, так прекратить всякого рода экспортный контроль хотя бы внутри ЕС. Я понимаю, что это тема не нашего локального момента, но сильно мешает.

Евгений Корчевой: И единую валюту еще сделать, и вообще хорошо.

Никита Гусаков: Вопрос хороший. В рамках ЕврАзЭС идет регулярная работа. Была «Евразийская неделя» в Казахстане, в которой мы участвовали. Вопрос этот поднимается регулярно, потому что с одной стороны, союз, с другой стороны у каждого интересы свои. Безусловно, каждый свой рынок продолжает защищать теми или иными способами. Поэтому это движение, наверное, будет продолжаться. Оно не будет очень большим. Здесь есть обратная сторона медали. Не будет экспорта, значит, мы перестанем считать это экспортом. Соответственно, не сможем поддерживать. Вопрос есть, и какие-то вещи мы можем решать на своем уровне, с точки зрения валютного контроля. Есть страхование, которое закрывает эти риски. Но в целом глобально и Белоруссия, и Казахстан свой рынок продолжают защищать. Поэтому консультации идут. Я думаю, что движение будет, но оно будет поэтапное. ЕС к этому шел, как вы знаете, очень долго.

Я на самом деле хотел сказать буквально две вещи. Евгений прав. Самое главное, что есть энтузиазм. Что бы мы здесь ни делали, какие меры поддержки ни предлагали, продавать вам. Первое, с чем мы столкнулись в Российском экспортном центре, когда формировали философию экспортной поддержки... мы сначала тоже сказали, что мы вам поможем продать. Мы вам продать не поможем. Продать вы должны сами. Мы поможем вас обеспечить инфраструктурой и дать те элементы, которые вам нужны для продажи.

К сожалению, много говорилось о качестве. Качество растет, качество продажи – это тоже очень большой элемент. Мы зачастую проигрываем, потому что мы пока не научились продавать или осваиваем эти навыки. Поэтому здесь отдельная история, которую мы тоже продвигаем. Это такой образовательный проект. Это научить более широкий круг компаний. Я сейчас говорю не о крупных компаниях. Крупные компании, профессионалы в этой области продавать умеют. Средний и малый сегмент нужно научить продавать. Имея весь инструментарий, если ты не умеешь этого делать, не умеешь продавать, то ничего не получится. Это первый момент.

Второй момент. Спасибо за понимание, за то, что цените поддержку. Мы действительно тоже учимся со своей стороны. Большинство мер, которые мы сейчас обсуждаем, их не было даже не два года, а год назад. Год назад мы финализировали приоритетный проект в ноябре. С этого момента мы начали работать над этими мерами поддержки. Большинство нормативных документов появилось в последние несколько месяцев.

Поэтому те же комментарии, которые были по выставочной деятельности, мы это понимаем. Мы понимаем, что конечно это нужно делать заранее. Но имея постановление правительства, которое вышло в этом году, мы естественно, не могли это делать за два года вперед. Поэтому мы надеемся, что через год, когда мы будем с вами обсуждать 2020-2021 год, мы горизонт планирования будем увеличивать.

И третий момент. Мне очень понравился комментарий по поводу сайта. Мы с вами действительно переходим в эпоху 4.0, цифровые технологии, то есть визуализация и сайты – это очень важно. Мы тратим огромное количество ресурсов, времени, сил на то, чтобы поддерживать собственный сайт в таком качественном состоянии. У нас сейчас отдельное направление, мы делаем модификацию своего сайта для иностранных пользователей. Именно модификацию, то есть это не перевод нашего сайта на английский язык.

[01:55:10]

Это принципиально другой сайт, потому что те люди, которые обращаются на нашу английскую версию сайта, это покупатели российской продукции, а не экспортеры.

Здесь как раз хочу поддержать тот комментарий, который коллеги делали. Производители должны делать то же самое. То есть когда у производителя сайт английский и русский идентичны, это значит, что они неправильно его позиционировали. То есть ваш английский сайт или на любом другом языке должен быть принципиально другим, должен ориентироваться на ваших покупателей.

Здесь тоже если есть какие-то комментарии по нашему сайту, что-то не нашли, что-то непонятно, будем очень признательны за обратную связь. У нас есть форма обратной связи. Нам нужны ваши комментарии, чтобы сделать его лучше. В целом еще раз большое спасибо за такое активное участие. Мы видим, что вы хотите развивать экспорт, и мы хотим вам в этом помочь.

Евгений Корчевой: Спасибо, Никита, еще раз! Давайте похлопаем. Мы сегодня провели хорошее мероприятие. Я думаю, через год мы сможем встретиться, и у нас будет меньше проблем, больше достижений. Коллеги, go to export. Все на экспорт, вперед.

[01:56:18]