Школа экспорта РЭЦ

РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

Учебное пособие для начинающих экспортеров

АНО ДПО «Школа экспорта АО «Российский экспортный центр»

ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМА «СДЕЛАНО В РОССИИ»

Онлайн-платформа **«Сделано в России»** – это мультиязычный портал о российских производителях и развитии экспортного потенциала страны. Онлайн-платформа станет витриной программы по развитию национального бренда **«Сделано в России»**.

ЧЕМ ПРОГРАММА ПОЛЕЗНА ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Национальный бренд **«Сделано в России»** — программа комплексной маркетинговой поддержки российской продукции за рубежом.

- Позволяет снизить собственные затраты компании на продвижение продукции на внешних рынках;
- Формирует общий имидж российских товаров, как экологичных, качественных, натуральных, энергоэффективных и надежных;
- Разгоняет спрос на российские товары, знание о товарной линейке у конечных потребителей;
- Способствует привлечению иностранных покупателей;
- Помогает увеличивать объемы экспорта.

УЧАСТИЕ В ПРОГРАММЕ

Чтобы участвовать в программе и добавить вашу компанию на портал, пройдите простую регистрацию по QR-коду и заполните информацию о вашей компании, брендах и экспортируемой продукции.

По вопросам, связанным с регистрацией и внесением информации в каталог, вы можете написать также по электронному адресу: pr@madeinrussia.com

СОДЕРЖАНИЕ

1.	**Введение в экспорт. Преимущества экспорта**	**5**
	Определение экспорта	6
2.	**Выбор рынка и поиск покупателя. Проведение исследования**	**9**
2.1	Маркетинговые исследования: виды, преимущества и недостатки	10
2.2	Маркетинговое исследование для начинающих экспортеров	11
2.3	Источники информации для проведения предварительного анализа (кабинетного исследования) стран и потенциальных рынков	14
2.4	Поиск иностранного покупателя	20
2.4.1	Способы поиска покупателя	20
2.4.2	Определение типа покупателя	20
2.4.3	Проверка надежности потенциального покупателя	21
3.	**Подготовка продукта к требованиям рынка и покупателя**	**23**
3.1	Документы на вывоз товаров из РФ и ввоз в иностранное государство	24
3.1.1	Документы на вывоз товара с территории ЕАЭС	24
3.1.2	Документы, необходимые при ввозе в страну экспорта	26
3.2	Правовая охрана интеллектуальной собственности на внешних рынках	27
3.2.1	Виды объектов ИС	28
3.2.2	Способы международной правовой охраны	29
4.	**Переговоры с покупателем и заключение международного контракта**	**31**
4.1	Международные переговоры: этапы подготовки	32
4.2	Подписание международного контракта: подготовка и заключение	34
4.3	Перечень существенных условий внешнеторгового контракта	36
5.	**Производство**	**39**
5.1	Оценка кадрового ресурса	40
5.2	Оценка производственных мощностей	41
5.3	Оценка достаточности сырья, материалов, полуфабрикатов	41
5.4	Оценка финансовых ресурсов, которые понадобятся в производстве	42
6.	**Подготовка продукта к экспорту (таможня) и доставка (логистика)**	**45**
6.1	Таможня: система процедур и законодательные требования	46
6.2	Логистика	49
7.	**Оплата: платежи и риски**	**51**
7.1	Валютные платежи	52
7.2	Экспортные риски	56
8.	**Государственная поддержка экспортно ориентированных предприятий**	**63**
8.1	Ключевые организации	64
8.2	Этапы экспортного проекта. Господдержка на каждом из этапов	66
9.	**Дополнительная информация**	**89**
	Перечень региональных и зарубежных представительств АО «Российский экспортный центр»	90
	Перечень региональных Центров поддержки экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства	91
	Перечень торговых представительств РФ в иностранных государствах	95
	Глоссарий	108
	Список литературы	113

Сокращения и обозначения

ВОИС	Всемирная организация интеллектуальной собственности
ВЭД	Внешнеэкономическая деятельность
ВЭИ	Внешнеэкономическая информация
ГК РФ	Гражданский кодекс РФ
ЕАЭС	Евразийский экономический союз (страны- участники: Белоруссия, Казахстан, Киргизия, Россия, Армения)
ЕГРЮЛ	Единый государственный реестр юридических лиц
ЗСТ	Зона свободной торговли
ИС	Интеллектуальная собственность
ИСО	Международная организация по стандартизации
МСП	Малое и среднее предпринимательство
МЭК	Международная электротехническая комиссия
МСЭ	Международный союз электросвязи
РОСЭКСИМБАНК	Государственный специализированный российский экспортно-импортный банк
РЭЦ	АО «Российский экспортный центр»
ТН ВЭД	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
ТПП РФ	Торгово-промышленная палата РФ
ФОИВ	Федеральный орган исполнительной власти
ФСТЭК	Федеральная служба по техническому и экспортному контролю
ФТС России	Федеральная таможенная служба РФ
ЦПЭ	Центр поддержки экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства
Школа экспорта	АНО ДПО «Школа экспорта АО «Российский экспортный центр»
ЭКСАР	АО «Экспортное страховое агентство России»



Введение в экспорт. Преимущества экспорта

Введение в экспорт. Преимущества экспорта



Определение экспорта

Цель данного пособия, подготовленного Школой экспорта, — в текущих экономических условиях помочь малым и средним предприятиям начать экспортную деятельность в соответствии с требованиями российского и зарубежного законодательства. Пособие расскажет об основных этапах экспортной деятельности, об инструментах первичного анализа внешних рынков, поиска и оценки потенциальных покупателей, ознакомит со спецификой подготовки компании и товара к экспорту и организации валютных платежей, а также с рисками экспортной деятельности и их минимизацией и инструментами государственной поддержки экспорта.

Экспорт (от лат. exporto — вывожу; англ. export) — вывоз за границу товаров, проданных иностранному покупателю или предназначенных для продажи на иностранном рынке.

В России **экспорт** понимается как таможенная процедура, при которой товары Евразийского экономического союза вывозятся за пределы таможенной территории Евразийского экономического союза и предназначаются для постоянного нахождения за ее пределами.

Базовые элементы экспорта (товар, рынок, покупатель) схожи с элементами продаж на внутреннем рынке. Но при экспорте товар предназначен для продажи на зарубежном рынке иностранному покупателю и доставляется через границу Российской Федерации.

Экспорт
от лат. exporto — вывожу; англ. export

вывоз за границу товаров, проданных иностранному покупателю или предназначенных для продажи на иностранном рынке

Если компания активно продает свой товар на территории Российской Федерации, знает, как определить внутренний рынок и покупателя, как обеспечить своему товару конкурентные преимущества, организовать производство и хранение, вовремя доставить товар покупателю, то уже владеет базовыми навыками предпринимательства, необходимыми для экспортной деятельности.

Пять основных преимуществ экспортной деятельности:

1. Эффективный инструмент развития предприятия.
2. Увеличение объема продаж за счет новых рынков.
3. Уменьшение себестоимости единицы продукции.
4. Регулирование сезонных колебаний на внутреннем рынке.
5. Увеличение прибыли и валютных ресурсов предприятия.

Дополнительными стимулами для начала экспорта в текущей экономической ситуации являются:

- временная нестабильность экономической ситуации на внутреннем рынке;
- нестабильность российского рубля как национальной валюты.

Экспортную деятельность предприятия можно охарактеризовать как последовательность экспортных проектов, поэтому рассмотрим специфику экспорта, разделив его условно на семь этапов экспортного проекта. На каждом этапе можно оценить возможности конкретной компании, а также узнать, на какую поддержку со стороны государства можно рассчитывать.

Жизненный цикл экспортного проекта состоит из семи основных этапов



Материал для самостоятельной работы

Оцените преимущества для начала/развития экспортной деятельности и определите, насколько актуален экспорт для вашего предприятия:

Эффективный инструмент развития предприятия	1
Увеличение объема продаж за счет новых рынков	2
Уменьшение себестоимости единицы продукции	3
Регулирование сезонных колебаний на внутреннем рынке	4
Увеличение прибыли и валютных ресурсов предприятия	5

Какие дополнительные стимулы для экспорта существуют в текущей ситуации?

Временная нестабильность экономической ситуации на внутреннем рынке	6
Нестабильность российского рубля как национальной валюты	7



Выбор рынка и поиск покупателя. Проведение исследования

Выбор рынка и поиск покупателя. Проведение исследования



2.1

Маркетинговые исследования: виды, преимущества и недостатки

Цель маркетингового исследования при экспорте — определить наиболее привлекательный иностранный рынок и найти потенциального иностранного покупателя.

Маркетинговые исследования не всегда могут дать ответы на все интересующие вопросы, и полученная информация может содержать неточности. В то же время маркетинговое исследование является наиболее действенным инструментом, позволяющим принять решение о выходе на тот или иной иностранный рынок и снизить риски до приемлемого уровня.

Полевое исследование (field research) — это сбор первичной информации о рынке и потребителях: о текущих условиях продаж конкретного товара на иностранном рынке и его перспективах, о конкурентах (ассортимент, цены, маркетинговая политика), о реакции покупателей на предлагаемые товары или услуги, а также об их отношении к производителям и предпочтениях. Полевое исследование реализуется в реальных рыночных условиях путем наблюдений, обследований, опросов групп респондентов, экспериментов, проводимых специально для решения конкретной маркетинговой задачи.

Кабинетное исследование (desk research) – сбор вторичной информации о рынке из доступных открытых источников: экономических изданий, статистических справочников, отчетов предприятий и т.д.

Существует два основных вида маркетинговых исследований: **полевое** и **кабинетное**.

Кабинетное исследование позволяет получить информацию об иностранном рынке: установить в общих чертах его емкость, определить основные тенденции и перспективы развития, провести конкурентный и ценовой анализ, выявить основные каналы сбыта и продвижения продукции. Однако информация, полученная кабинетным способом, должна уточняться с помощью приемов полевого исследования.

	Преимущества	Недостатки
Полевое	▪ Позволяет получить точную информацию ▪ Позволяет оценить рынок всесторонне	▪ Требует много времени ▪ Требует определенной квалификации исполнителя ▪ Является более дорогостоящим
Кабинетное	▪ Может быть бесплатным, поскольку существует ряд открытых источников информации ▪ Может быть проведено собственными силами	▪ Не дает исчерпывающее представление о состоянии рынка ▪ Всегда требует уточнения полученной информации из-за ее многообразия

Маркетинговое исследование для начинающих экспортеров 2.2

При выборе одной или нескольких стран начинающему экспортеру следует самостоятельно провести кабинетное исследование. Целесообразно начать кабинетное исследование по следующим направлениям:

А. Географическое расположение региона / расположение компании-экспортера по отношению к другим странам.

Б. Заинтересованность отдельных стран в экономическом сотрудничестве с Россией в целом и с конкретным регионом страны.

В. Изучение потенциального рынка.

А. Географическое расположение вашего региона.

При выборе страны для экспорта по географическому принципу важно ответить на следующие вопросы:

- Какие страны расположены к моему региону ближе всего?
- Какие у моего региона есть ограничения, уникальные преимущества, транспортные и прочие возможности для экспорта?
- Какими специфическими особенностями обладает мой товар для транспортировки?

Предприятия из приграничных регионов, как правило, имеют устойчивые торговые связи с компаниями из близлежащих стран. Например, Новосибирская, Курганская, Омская области и ряд других регионов граничат с Казахстаном. Амурская область, Хабаровский и Приморский края граничат с Китаем, что обеспечивает компаниям из этих регионов большой товарооборот с китайскими компаниями.

Ряд регионов, таких как Санкт-Петербург, обладает уникальным преимуществом расположения крупных транспортных портов, поэтому в них также активно ведется внешнеэкономическая деятельность. В то же время большинство регионов России не граничит с другими странами, как, например, Свердловская область или Красноярский край. Для таких регионов при подготовке экспортного проекта важно наиболее тщательно рассмотреть вопросы логистики (включая упаковку, транспортировку товара), взаимодействия с торговыми и транспортными посредниками, временные и финансовые затраты, необходимые для доставки товара покупателю.

Географическое расположение региона определяет особенности доставки товара до покупателя. Чем дальше расположен покупатель, тем дороже будет доставка. Если товар не требует физической поставки, как, например, программное обеспечение, то расстояние между экспортером и его покупателем значения не имеет. Это верно и в отношении услуг. Например, через интернет возможны удаленное проведение консультаций, проведение маркетинговых исследований, разработка фирменного стиля компании. Выбор рынка по географическому принципу (наибольшей и наименьшей удаленности) зависит, в том числе, от типа товара. Например, скоропортящийся товар требует быстрой доставки в максимально короткие сроки, хрупкий товар требует специфических условий доставки до покупателя и т.п.

Б. Заинтересованность отдельных стран в экономическом сотрудничестве с Россией в целом и с конкретным регионом страны.

Важно учитывать заинтересованность отдельных стран в экономических связях с регионом и с Российской Федерацией. Традиционно хорошие отношения складываются между компаниями России и стран Евразийского экономического сообщества. Сейчас активно развиваются отношения с Бразилией, Вьетнамом, Китаем, Индонезией и Индией. Это развитие подкреплено сформированными Зонами свободной торговли (ЗСТ). ЗСТ подразумевают взаимную беспошлинную торговлю, что выгодно для компаний соответствующих государств. ЗСТ работают со странами СНГ, Сербией, Вьетнамом, Ираном. Активно прорабатывается формирование специальных торговых режимов с рядом ближневосточных государств.

Для первой экспортной поставки целесообразно рассматривать именно эти страны. По ним много информации, и в этих странах нет существенных барьеров для входа на рынок. С некоторыми странами установлен режим наибольшего благоприятствования: отсутствуют ограничительные меры таможенно-тарифного регулирования, нет высоких пошлин, не требуются дополнительные сертификаты на товар.

В. Изучение потенциального рынка.

Изучение потенциального рынка включает в себя оценку емкости рынка, изучение конкурентов, исследование ценового предложения на определенном рынке, изучение национальных и культурных особенностей рассматриваемого рынка.

Емкость рынка — это объем товаров или услуг, которые предлагаются и приобретаются на рынке той или иной страны. Важно учитывать уровень потенциального спроса на ваш товар на рассматриваемом рынке. Существует хрестоматийный пример: одна крупная обувная компания отправила в Африку своего продавца. Через неделю он в телеграмме начальству написал:

«Забирайте меня отсюда. Нет никаких перспектив. Здесь все ходят босиком!». Через некоторое время компания решила предпринять еще одну попытку.
Послали второго продавца. «Это большая удача! — с восторгом написал он.
— Высылайте все что есть, рынок практически не ограничен! Здесь все ходят босиком!».
Этот пример хорошо иллюстрирует различие в подходах к оценке емкости рынка и принятию решения на основе этой оценки.

Исследование конкурентов помогает получить необходимые данные для обеспечения преимущества своего товара на зарубежном рынке, а также найти таких конкурентов, с которыми можно наладить сотрудничество. Оценивать конкурентоспособность своего товара можно через анализ продукции конкурентов, получая сведения о запросах потребителя и преимуществах товара. По результатам исследования экспортер может разработать собственный ассортимент в соответствии с требованиями покупателей либо модифицировать имеющийся, улучшить упаковку и маркировку.

Для определения доли конкурентов на рынке конкретной страны анализируется рынок конкретного товара. Чтобы облегчить поиск товара, необходимо справочно определить **код товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности** (код ТН ВЭД), в англоязычных странах — база национальных классификаторов **HS code** (международная гармонизированная система кодирования товаров).

Единая Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза (ТН ВЭД) является системой описания и кодирования товаров, которая используется для классификации товаров в целях применения мер таможенно-тарифного регулирования, вывозных таможенных пошлин, запретов и ограничений, мер защиты внутреннего рынка, ведения таможенной статистики.

Не всегда просто определить правильный код ТН ВЭД товара. Для этого можно привлечь опытного таможенного представителя, заказать классификационное решение в ФСТ через сайт «Госуслуги». На сайтах ЕЭК (http://www.eurasiancommission.org) и ФТС России (customs.ru) регулярно публикуется информация о принимаемых классификационных решениях.

Исследование **цены товара** направлено на определение уровня и соотношения цен на зарубежном рынке. Как правило, цену можно узнать по запросам, открытым прайс-листам компании или по уровню цен, предлагаемых в интернет-магазинах. Уровень цен проверяют на информационных ресурсах международных торговых площадок, где обычно представлены перечни продукции крупных производителей с ценами.

При исследовании покупателей нужно уделить внимание **языковым, культурным и религиозным различиям**. Языковые различия могут оказать влияние на продвижение товара (например, подготовка описаний на упаковке, технических характеристик и паспортов изделий). В различных культурах цвета, числа и даже животные имеют различное восприятие. Например, белый цвет является символом скорби или смерти на Востоке, но в России воспринимается как символ счастья и чистоты. А изображение совы — символ мудрости в России и вестник несчастья в Индии. Известно, что в Китае иероглиф числа 4 созвучен со словом «смерть».

Окончательный выбор зарубежного рынка осуществляется после тщательного анализа всех перечисленных выше факторов, а также условий, которые могут быть значимыми для экспортного проекта конкретного экспортера.

Источники информации для проведения предварительного анализа (кабинетного исследования) стран и потенциальных рынков

2.3



Кабинетное исследование каждый предприниматель может провести самостоятельно, не покидая рабочего кабинета. Для этого необходимо знать, какие источники информации использовать и как эффективно работать с ними. Существует алгоритм организации эффективной работы с источниками информации:

- Сформулировать цель исследования.
- Составить план: какую конкретную информацию и в каких источниках требуется найти (зависит от рынка или его сегмента, специфики товара или услуги).
- Оценить актуальность полученной информации: оценка необходима, т.к. кабинетные исследования зарубежных рынков часто проводятся на основе неполных или неточных данных из открытого доступа, вследствие чего возникает риск получения некорректных результатов.

Общее правило оценки актуальности информации: статистическая и аналитическая информация актуальна не более 3 лет (с учетом текущих событий наиболее интересна информация последнего и текущего года), нормативно-правовые акты — не более года (актуальность обязательно уточнять).

Необходимо проанализировать полученные данные: приоритет отдается информации органов государственной власти и международных организаций. Если используются другие источники, то собранные сведения можно усреднить (в случае если показатели из различных источников отличаются).

Источники информации по ВЭД бывают открытые и закрытые, русскоязычные и англоязычные, бесплатные и платные.

Открытые бесплатные источники на русском языке, которыми любой начинающий экспортер может воспользоваться при проведении кабинетного исследования, следующие:

www.customs.ru

Сайт Федеральной таможенной службы Российской Федерации, содержит:

- статистическую информацию по внешней торговле;
- перечень таможенных органов, их контакты;
- реестры таможенных представителей, владельцев складов временного хранения (СВХ), таможенных складов (ТС), магазинов беспошлинной торговли (МБТ), таможенных перевозчиков;
- статистику об экспорте в натуральном и стоимостном выражении по товарным позициям ТН ВЭД ЕАЭС и другим странам.

https://myexport.exportcenter.ru/

Единый портал поддержки экспорта. Портал поможет начинающим экспортерам:

- определить потенциальный рынок экспорта и список возможных клиентов;
- выявить перечень нетарифных барьеров на целевом рынке;
- выбрать эффективную онлайн-площадку;
- подобрать исполнителя конкретных экспортных операций и т.д.

https://www.exportcenter.ru/

Сайт АО «РЭЦ» с указанием всех услуг. Наибольший интерес для начинающих экспортеров имеют:

- навигатор по барьерам (интерактивный инструмент, определяющий тарифные и нетарифные барьеры по конкретным товарам и странам);
- справочник по техническим требованиям отдельных товарных рынков;
- справочник по процедурам защиты объектов интеллектуальной собственности;
- прочие услуги АО «РЭЦ», которые мы подробно рассмотрим в последней главе.

www.tpprf.ru

Сайт Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, содержит:

- информацию о коммерческих запросах;
- аналитику по внешнеэкономической деятельности;
- информацию по странам;
- реестр надежных партнеров.

https://arbitr.ru/

Сайт арбитражных судов Российской Федерации, содержит данные о финансовом состоянии компаний.

http://www.eaeunion.org/

Сайт ЕАЭС, содержит информацию о деятельности Евразийского экономического союза, его государствах-членах, органах управления, истории развития, некоторую статистику, реестры таможенных складов стран – членов ЕАЭС.

https://www.exponet.ru/

Профессиональный интернет-портал выставочной индустрии. Содержит перечень основных международных выставок, проходящих в России и за рубежом.

https://minpromtorg.gov.ru/ministry/trade_mission/world_countries_and_trade_missions/

Сайт Минпромторга РФ:

- информация о странах;
- торговые представительства РФ за рубежом;
- тендеры за рубежом;
- выставочные мероприятия.

Tks.ru

Сайт по вопросам логистики и таможни. Содержит реестры таможенных представителей, владельцев складов временного хранения, таможенных складов, структуру кодов ТН ВЭД, перечень условий вывоза товара с территории ТС, ссылки на классификационные решения ФТС и пр.

https://www.alta.ru/

Логистический и таможенный портал, содержащий информацию о текущих изменениях в соответствующих разделах законодательства РФ, структуру ТН ВЭД и пр.

Платные источники, содержащие информацию о компаниях и их финансовых показателях:

www.spark-interfax.ru	СПАРК-ИНТЕРФАКС
www.integrum.ru	Интегрум
www.skrin.ru	Скрин
www.marketing.rbc.ru	РБК-Маркетинг (публикует результаты собственных исследований)

Англоязычные источники информации по внешнеэкономической деятельности:

www.intracen.org

Сайт Международного торгового центра (International Trade Center, ITC). Наиболее полный источник по международной торговле. Здесь содержатся:

- информация о мерах тарифного и нетарифного регулирования;
- физические и стоимостные объемы торговли между странами;
- данные о закупках по странам;
- данные о потенциальных объемах экспорта.

https://comtradeplus.un.org/

UN Comtrade - это база данных, разработанная и поддерживаемая Организацией Объединенных Наций, которая содержит информацию о международной торговле товарами и услугами. Она предоставляет доступ к обширным данным о торговых потоках между странами, включая экспорт и импорт товаров, а также данные о странах-партнерах, количестве, стоимости и классификации товаров.

https://www.wto.org/

Сайт ВТО (The World Trade Organization (WTO)) содержит информацию о договорённостях между странами-участницами в области регулирования международной торговли.

https://www.nationmaster.com/

Индексы и показатели стран мира по различным категориям.

https://iccwbo.org/business-solutions/incoterms-rules/

Сайт ICC, содержащий правила ИНКОТЕРМС.

www.iccwbo.ru

Международная торговая палата в России.

https://tradingeconomics.com/

В этой базе данных содержится информация по:

- финансовым рынкам,
- налогообложению,
- ВВП,
- рабочей силе,
- ценообразованию,
- участию в международной торговле,
- ведению бизнеса и т.д.

https://wits.worldbank.org/gptad.html

База данных международных преференциальных соглашений (Global Preferential Trade Agreement Database), содержит информацию по странам, мерам тарифной и нетарифной защиты и пр.

https://lpi.worldbank.org/international/global

Сайт The World Bank Group. Здесь содержится информация об индексе эффективности логистики. В расчет принимаются следующие взвешенные значения показателей:

- таможенное оформление (скорость, простота, предсказуемость таможенных формальностей);
- качество торговой и транспортной инфраструктуры (порты, железные дороги, автодороги, информационные технологии, торговые розничные цепи);
- простота организации и ценовая доступность поставок;
- компетенция транспортных операторов и таможенных брокеров.

https://www.oecd.org/

Организация по экономическому сотрудничеству и развитию – Organization of Economic Cooperation and Development (OECD). На сайте доступна база данных по странам – членам OECD.

Международные базы данных компаний и их коммерческих предложений:

- **www.supplierss.com**;
- **www.manufacturerss.com**;
- **www.exportbureau.com**.

Институты финансовой и нефинансовой поддержки экспортеров:

www.exportcenter.ru

Российский экспортный центр (РЭЦ)

www.exiar.ru

Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций (ЭКСАР)

www.eximbank.ru

Государственный специализированный Российский экспортно-импортный банк (Росэксимбанк)

https://minpromtorg.gov.ru/ministry/trade_mission/

Торговые представительства Российской Федерации в иностранных государствах

Материал для самостоятельной работы

Определение страны (стран), наиболее благоприятной для экспорта. На каждый вопрос можно ответить **«да», «нет»** или **«не имеет значения»**.

КРИТЕРИЙ	СТРАНА 1	СТРАНА 2	СТРАНА 3	СТРАНА 4
Наличие общей границы				
Удаленность от границы (потребность в транспортировке)				
Страна входит в ЕАЭС				
Страна входит в другие объединения вместе с РФ				
Наличие возможности доставить в страну товар тем же видом транспорта, что и при транспортировке по РФ				
Возможность онлайн-поставки				
Товар может потерять свои потребительские свойства во время транспортировки				

КРИТЕРИЙ	СТРАНА 1	СТРАНА 2	СТРАНА 3	СТРАНА 4
Товар требует особых условий транспортировки (специальная упаковка)				
Существует языковой барьер при общении с компаниями из этой страны				
Имеются существенные культурные различия				
Имеется собственный опыт работы с покупателями выбранной страны				
Известно о фактах успешного сотрудничества с покупателями у других компаний из вашего региона				
Большое количество компаний из нашего региона поставляют товары в рассматриваемую страну				
Имеется в наличии информация:				
■ о рынке вашего товара в стране				
■ о ценах на товар				
■ о конкурентах				
■ о покупательских предпочтениях				
■ об особенностях таможенно- тарифного регулирования				
■ достаточно ли российских сертификатов на продукцию для организации экспорта				
*				
*				
*				

*Вы можете дополнить таблицу критериями, которые, на ваш взгляд, являются важными для вашего товара.

Поиск иностранного покупателя 2.4

2.4.1. Способы поиска покупателя

Существует два способа поиска — активный и пассивный. Пассивный поиск подразумевает ожидание, пока покупатель найдет продавца сам, наличие сайта (обязательно двуязычного) и его продвижение в поисковых системах, а также прямую и контекстную рекламу. При активном подходе компания организует поиск покупателей, участвуя в выставочно-ярмарочных мероприятиях, бизнес-миссиях; проводит прямые переговоры или общается дистанционно посредством видеосвязи; совершает обзвоны и рассылки (Direct Mail).

2.4.2. Определение типа покупателя

Важно определить нужный тип покупателя: оптовый и розничный, конечный потребитель или посредник при продаже. Отличие оптового покупателя от розничного заключается в объемах поставок. Соответственно, экспортер формирует оптовую и розничную цену для разных типов покупателей и разные каналы продаж и продвижения своего товара. Определение типа покупателя также подскажет, какой способ экспортных продаж избрать: прямой (самостоятельный) или косвенный (через посредников). Этот выбор определит объемы затрат в экспортном проекте.

Прямой выход на рынок означает, что компания работает с иностранным контрагентом напрямую, то есть сделка заключается непосредственно с иностранным покупателем (потребителем) экспортного товара. Преимущество данного метода в том, что он обеспечивает максимальную прибыль экспортеру, в отличие от экспорта через посредников, требующего дополнительных затрат. Заметное ограничение при реализации данного метода заключается в том, что требуется больше времени для создания клиентской базы за рубежом, размещения товара на рынке и удержания позиций.

Многие экспортеры начинают работать на новом рынке **через посредников (косвенный выход на рынок)**. Посредник может выполнять функции по доставке и реализации продукции более эффективно, чем сами производители продукции при прямых поставках. А в некоторых странах и в некоторых сегментах рынка (например, в госзакупках) по закону иностранные компании напрямую работать не смогут.



2.4.3. Проверка надежности потенциального покупателя

Проверять покупателей целесообразно всегда, действует ли экспортер самостоятельно или через посредников. Посредник также является контрагентом, подлежащим проверке. Это сильно повысит вероятность того, что удастся дойти до последнего этапа проекта - «Получение валютных платежей» - с выгодой для своей компании. Необходимо обязательно удостовериться, что компания контрагента реальная и ее представитель имеет право подписывать контракты.

Проверить контрагента можно несколькими способами:

- прибегнуть к российскому онлайн-сервису;
- обратиться к торговому реестру соответствующей страны;
- заказать отчет о компании в международном кредитно-рейтинговом агентстве.

Российские онлайн-сервисы - www.egrul.ru или www.kontragenta.net. С их помощью в онлайн-режиме можно запрашивать информацию и документы компаний в более чем 150 странах мира. По полноте и актуальности сведения будут такими же, как при прямом обращении в торговый реестр другого государства, т.к. данный сервис напрямую связан с соответствующими реестрами. Получить базовую информацию о зарубежной фирме можно бесплатно. В частности, можно проверить, существует ли компания, ее адрес регистрации и т.д.

Анализ торгового реестра (этот способ проверки рекомендуют многие практикующие экспортеры). В каждой стране есть свой реестр, куда вносятся данные о юридических лицах, подобно российскому ЕГРЮЛ.

Например, Реестр субъектов предпринимательской деятельности (предприятий и индивидуальных торгово-промышленных хозяйств) в КНР ведет Главное государственное управление торгово-промышленной администрации КНР. Все компании, создаваемые на территории КНР, обязаны пройти регистрацию в органах Торгово-промышленной администрации и ежегодно представлять отчётность в регистрирующий орган (Закон «О компаниях»).

Отчёт (выписка) из Реестра юридических лиц Китайской Народной Республики содержит:

- наименование;
- основные регистрационные данные (в т.ч. регистрационный номер, дата создания);
- виды деятельности;
- адрес и контактные данные;
- руководство/менеджмент;
- капитал/акции (доли);
- участники/акционеры;
- наличие правонарушений и другие данные на момент формирования выписки.

Выписки предоставляются на китайском языке и могут быть переведены на русский (или любой другой) язык. Состав данных в выписке зависит от организационно-правовой формы организации и сведений, содержащихся в Реестре компаний Китая.

Третий вариант проверки — отправить запрос в **международное кредитно-рейтинговое агентство**, то есть заказать комплексный отчет. Например, это может быть агентство Dun & Bradstreet. В этом случае будет получено меньше сведений, чем из торгового реестра, и только те, которые являются необходимыми для оценки кредитной и экономической состоятельности компании, по мнению рейтинговой компании.

Альтернативным решением может быть обращение в следующие агентства:

https://www.equifax.com/business/,

https://www.data-axle.com/ и ряд других.

Необходимо помнить, что доступ к услугам некоторых иностранных агентств для российских пользователей закрыт.

Всеми инструментами можно пользоваться удаленно, за исключением случаев, когда торговый реестр соответствующей страны не предоставляет документы через интернет, и единственный способ их получения — по письменному заявлению. Важно использовать несколько методов проверки своего партнера по бизнесу, чтобы минимизировать возможные риски неисполнения обязательств с его стороны.

Более подробная информация о работе с данными представлена **в семинаре 2 «Маркетинг как часть экспортного проекта»**.

Материал для самостоятельной работы

Заполните таблицу для каждой целевой страны.

ШАГ	РЕЗУЛЬТАТ
Определить тип покупателя: ■ посредник / конечный потребитель ■ оптовый / розничный	
Определить тип поиска для разных видов покупателей: ■ активный / пассивный ■ как именно искать	
Проверка надежности: ■ российский онлайн-сервис ■ торговый реестр соответствующей страны ■ заказ отчета о компании в международном кредитно-рейтинговом агентстве	



5

Подготовка продукта к требованиям рынка и покупателя

Подготовка продукта к требованиям рынка и покупателя



3.1

Документы на вывоз товаров из РФ и ввоз в иностранное государство

После того как определена страна, куда будет экспортироваться товар, необходимо понять, как именно следует подготовиться с этому, какие документы нужно получить для вывоза товара из России и ввоза его на зарубежный рынок. Экспортер должен точно знать базовые требования к разрешительной документации. Это поможет правильно спланировать время на подготовку товара к экспорту и распределить задачи внутри команды. Получать разрешительную документацию придется и при вывозе товара с таможенной территории ЕАЭС, и при ввозе товара на территорию иностранного государства.

3.1.1. Документы на вывоз товара с территории ЕАЭС

Кроме базовых документов, необходимых для осуществления экспорта (контракта, инвойса, транспортных и пр. документов), понадобятся документы, подтверждающие разрешение на экспорт данного товара. Набор документов зависит от конкретного товара. К их числу относят:

- сертификат происхождения товара — экспортер получает его в России, для представления в таможне страны импорта для расчета ставки таможенной пошлины. Выдается этот документ ТПП РФ через действующие во всех регионах России территориальные палаты;

Экспортер должен точно знать базовые требования к разрешительной документации.

Сертификат страны происхождения товара является обязательным, если это требование установлено международным договором, участницей которого выступает Россия (т.е. между Россией и конкретной страной есть договор о взаимных преференциях) или имеется требование иностранного государства подтверждать страну происхождения ввозимых товаров. Однако с 2022 года Сертификат происхождения товара может потребоваться и непосредственно экспортеру для предъявления таможенным органам, если товар попадает в перечень Постановлений Правительства России N°N° 311, 312 от 10 марта 2022 года.

- документы, подтверждающие соблюдение запретов и ограничений на вывоз. К ним относятся различные сертификаты соответствия в отношении отдельных категорий товаров, ветеринарные, радиационные сертификаты и др.;
- фитосанитарные сертификаты, оформляемые экспортером для продукции растительного происхождения с целью подтверждения соответствия товара требованиям карантинного контроля и соответствия гигиеническим нормам, выдаются Россельхознадзором Российской Федерации или его территориальным органом. Сертификат прилагается к транспортным документам. Фитосертификат нужно получать на каждую партию, он имеет короткий срок действия — 14 и 15 суток;

Необходимость получения фитосанитарных сертификатов, экологических и других сертификатов, подтверждающих соответствие технологическим нормам, зависит от вида товара (например, продукты питания, животные, растения, прочие товары, содержащие токсические вещества, и т.п.). Для товаров двойного назначения потребуются дополнительные документы, такие как

- разрешение или лицензия Федеральной службы по техническому и экспортному контролю Российской Федерации (ФСТЭК РФ), подтверждающие, что товар не будет использован, например, для создания оружия массового поражения или для террористических целей. В отдельных случаях выдается лицензия, а не разрешение. Чтобы понять, подпадает ли ваш продукт под данные требования, рекомендуем изучить сайт ФСТЭК России: www.fstec.ru;
- в зависимости от категории товара может возникнуть необходимость в получении специальных разрешительных документов на экспорт. Так, например, металлолом требует оформления радиационного сертификата в Роспотребнадзоре (rospotrebnadzor.ru). Изделия народных промыслов (поделки из бересты типа туесков, лаптей и проч.), произведения искусства требуют документации на вывоз (временный вывоз) культурных ценностей, а также получения справок, подтверждающих, что вывозимые предметы не являются культурными ценностями. Обратиться за данными документами необходимо в территориальные управления Минкультуры России (mkrf.ru).

Разрешительные документы для экспорта (вывоза), соблюдение ограничений

1 Нетарифные меры



2 Меры экспортного контроля (в т.ч. в отношении продукции военного назначения)

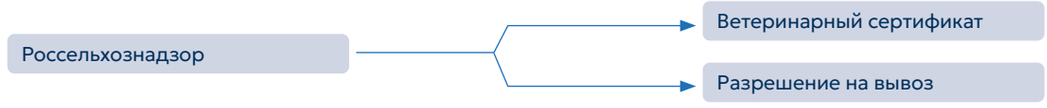


3 Меры технического регулирования

4 Карантинные фитосанитарные требования



5 Ветеринарные требования



3.1.2. Документы, необходимые при ввозе в страну экспорта

С требованиями, с которыми придется встретиться экспортеру на территории целевой страны, следует ознакомиться заранее. Сделать это можно, пользуясь навигатором по барьерам: https://navigator.exportcenter.ru/.

Из этого источника вы узнаете (опираясь на 6 знаков ТН ВЭД) размер ввозной пошлины на товар, а также наличие и содержание нетарифных барьеров.

Один из самых сложных вопросов – это прохождение так называемых технических барьеров.

Товар должен пройти процедуры оценки соответствия требованиям страны покупателя. Необходимо изучить законодательство и получить заключение о требованиях страны. Если страна входит в ЕАЭС, то нужно учесть и требования Союза.

По результатам оценки соответствия требованиям технических регламентов (директив) выдается или регистрируется третьей независимой стороной или непосредственно заявителем документ об оценке соответствия. Документы об оценке соответствия бывают следующими:

- декларация о соответствии (Declaration of Conformity);
- сертификат соответствия (Certificate of Conformity);
- или иной документ, предусмотренный процедурами оценки соответствия (например, свидетельство о государственной регистрации).

Процедуры направлены на оценку как самого товара, так и условий его производства, анализ состояния производства или сертификацию систем менеджмента. Некоторые процедуры оценки соответствия осуществляются до выпуска продукции в обращение на рынок (испытания, утверждение типа, декларирование соответствия, сертификация, государственная регистрация и т.д.). А другая часть процедур происходит во время обращения продукции на рынке (инспекция, госконтроль/надзор). Требования к продукции и процедурам оценки в каждой стране свои, и они различаются.

Многие страны требуют приводить продукт в соответствие нормам международной сертификации: ISO (Международная организация по стандартизации / International Organization for Standardization), МЭК (Международная электротехническая комиссия) и МСЭ (Международный союз электросвязи). Международная сертификация нужна для подтверждения соответствия качества продукции или услуги зарубежным стандартам качества, иным по сравнению с российскими. Процедура оформления международного сертификата соответствия ISO достаточно длительная и трудоемкая, и экспортер должен учитывать это при разработке экспортного плана. Важно учитывать, что срок действия международного сертификата соответствия ISO — три года.

Государства — участники ЕАЭС со своими партнерами подписали ряд соглашений для устранения барьеров при торговле внутри Союза. Принятие этих соглашений упростило и облегчило взаимную торговлю внутри ЕАЭС. Например, российским компаниям-экспортерам достаточно оформить на свою продукцию **Сертификат единого образца**, и эта продукция может быть поставлена в Белоруссию или Казахстан без необходимости повторной сертификации в этих государствах. Однако покупатель может потребовать подтверждение качества продукции в своей стране. Подробнее об этом в **семинаре 6 «Документационное сопровождение экспорта».**

3.2 Правовая охрана интеллектуальной собственности на внешних рынках

При подготовке товара к экспорту нужно подумать не только о разрешительных документах. Необходимо также защитить товар и технологии от возможных посягательств со стороны конкурентов. **Интеллектуальная собственность (ИС)** — это совокупность личных неимущественных и имущественных прав (интеллектуальные права) на результаты интеллектуальной деятельности, принадлежащих авторам, их наследникам и иным юридическим и физическим лицам согласно закону или договору. Юридическое оформление происходит в форме получения документов,

подтверждающих наличие законного права собственности у конкретного предприятия на результаты интеллектуальной деятельности. Производит юридическое оформление компетентный орган, который выдает документ, закрепляющий законные права за одним собственником или совокупность личных неимущественных и имущественных прав (интеллектуальные права) на результаты интеллектуальной деятельности, принадлежащих авторам, их наследникам и иным юридическим и физическим лицам согласно закону или договору.

Например, исключительное право на товарные знаки и наименования мест происхождения товаров возникает в момент государственной регистрации **Федеральной службой по ИС** (Роспатентом). Исключительное право на коммерческое обозначение — в момент приобретения известности на определенной территории. Юридическое или физическое лицо, которое первым произвело регистрацию и получило установленный законом документ, является единственным и законным обладателем интеллектуальных прав на объекты интеллектуальной собственности.

Защита интеллектуальной собственности означает охрану своих прав и запрет другим юридическим лицам их использовать. Например, компания, обладающая правами на товарный знак, может использовать его применительно к товарам либо услугам, для которых товарный знак был зарегистрирован. Правообладатель имеет право распоряжаться товарным знаком по своему усмотрению и налагать запрет на использование товарного знака теми, кто не имеет соответствующих прав.



3.2.1. Виды объектов ИС

В России в соответствии со ст. 1225 ГК РФ установлен исчерпывающий перечень объектов ИС, к ним относятся:

- произведения науки, литературы и искусства;
- программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ);
- базы данных;
- исполнения;
- фонограммы;
- сообщение в эфир или по кабелю радио- или телепередач (вещание организаций эфирного или кабельного вещания);
- изобретения;
- полезные модели;
- промышленные образцы;
- селекционные достижения;
- топологии интегральных микросхем;
- секреты производства (ноу-хау);
- фирменные наименования;
- товарные знаки и знаки обслуживания;
- наименования мест происхождения товаров;
- коммерческие обозначения.

Перечень объектов ИС можно разделить на 2 группы:

- результаты интеллектуальной деятельности (патенты, ноу-хау и объекты авторских прав);
- средства индивидуализации (товарные знаки, фирменные наименования компаний).

Важно помнить, что регистрация прав ИС в России защищает собственников исключительно на отечественной территории. Для того, чтобы недобросовестный «игрок» на зарубежном рынке не воспользовался вашим объектом ИС, необходимо зарегистрировать право на него на целевом рынке.

3.2.2. Способы международной правовой охраны

Для защиты торгового знака за рубежом необходимо пройти международную или национальную регистрацию товарного знака в отдельных странах. При выходе на иностранный рынок необходимо зарегистрировать свои права на ИС на территории конкретной страны по правилам ее внутреннего законодательства. Такая необходимость возникает при экспорте в каждую отдельно взятую страну. Сколько стран партнеров, столько свидетельств, патентов и других документов придется получить.

Для облегчения процедуры международной защиты товарного знака на территории нескольких стран существуют определенные системы защиты данного вида прав на ИС. Наиболее популярными среди российских компаний стали два способа обеспечения международной охраны товарных знаков:

1. **Регистрация товарного знака по Мадридской системе.**
2. **Прохождение национальной регистрации товарных знаков в каждом выбранном государстве.**

Мадридская система международной регистрации товарных знаков основана в 1891 году, функционирует в соответствии с Мадридским соглашением 1891 года и Мадридским протоколом 1989 года и находится в ведении Международного бюро Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) www.wipo.int. В настоящее время в Мадридском союзе насчитывается 114 членов, которые представляют 130 стран.

WIPO
WORLD
INTELLECTUAL PROPERTY
ORGANIZATION

На долю этих стран приходится более 80% мировой торговли. Если кратко, она обеспечивает международную регистрацию с помощью одной заявки, составляемой на одном языке и оплачиваемой в одной валюте.

Для защиты результатов интеллектуальной деятельности на мировой арене можно прибегнуть к **международному патентованию**. Это возможность получить патент на изобретение, патент на полезную модель или патент на промышленный образец в любой стране мира путем обращения в патентное ведомство каждого государства либо в ведомство государства, которое входит в состав стран, объединенных соглашением Patent Cooperation Treaty (PCT).

Международное соглашение PCT было заключено в 1970 году. В настоящее время в нем участвуют 157 государств. Для заявителя, целью которого является получение патента в нескольких странах, такой способ будет выгодным и значительно упрощающим весь процесс. Соглашение упрощает процедуру подачи заявки на патентование изобретений и полезных моделей и дает возможность получить патент в нескольких странах одновременно.

Важно помнить, что после подачи заявки на выдачу патента в России заявителю дается 12 месяцев, чтобы подать международную либо национальную заявку на защиту своего изобретения на территории иностранных государств. Возможны два пути подачи международной заявки: либо сначала подается российская заявка на выдачу патента в России, которая затем переводится на международную регистрацию, либо сразу подается международная заявка, которая затем в обязательном порядке переводится на патентование в РФ.

Согласно договору PCT, подается одна международная заявка в одно из национальных получающих патентных ведомств. Для российских заявителей таким ведомством является Роспатент. Заявка подается на русском или английском языке, в зависимости от выбора поискового органа (Роспатент – русский, Европейское патентное ведомство – английский). Через 18 месяцев с даты подачи происходит публикация заявки Международным бюро ВОИС. На основании заявки PCT возможно не только патентование в каждой отдельной стране, но и получение охранных документов в странах, объединенных региональным соглашением. Государственная регистрация торговой марки, логотипа и бренда в России обеспечивает правовую охрану только на территории РФ.

Преимущества для российского обладателя международного товарного знака:

- отсутствие риска запрета на использование компанией собственного товарного знака на территории государств, в которых пройдена регистрация;
- возможность пресечь незаконное использование товарного знака и получить компенсацию за такое использование;
- возможность получать дополнительную прибыль за счет передачи прав на использование товарного знака по лицензионным договорам и договорам франшизы.

Защита исключительных прав российских компаний в большинстве зарубежных стран поможет снизить риск недобросовестной конкуренции. Прибегая к регистрации в рамках международных систем защиты результатов интеллектуальной деятельности, предприятие использует экономически выгодные с точки зрения затрачиваемого времени механизмы, а также существенно упрощает последующее управление товарными знаками.

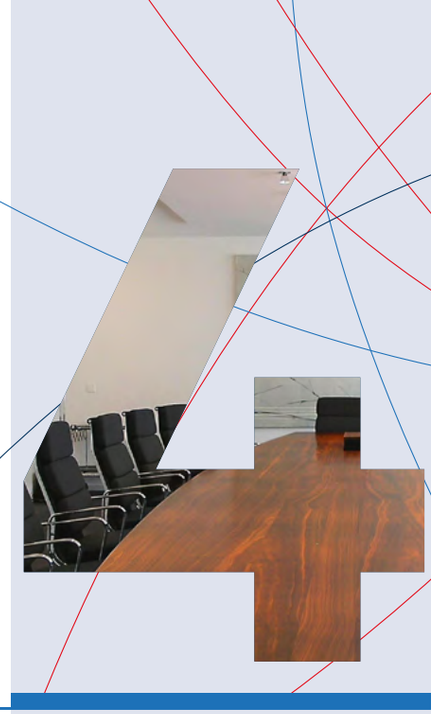
Подробнее об этом вопросе в **семинаре 4 «Правовые аспекты экспорта»**.



Переговоры с покупателем и заключение международного контракта

4

Переговоры с покупателем и заключение международного контракта



4.1

Международные переговоры: этапы подготовки

Подготовка к переговорам строится по нескольким направлениям: постановка задачи, сбор информации, анализ позиции партнера, выбор стратегии и тактики, определение концепции переговоров, решение организационных вопросов (где, когда и как проводить).

При сборе информации, анализе позиции потенциального партнера и определении концепции ведения переговоров необходимо ответить на следующие вопросы:

- полномочия партнера для принятия решений: требуется ли согласование с другими, более высокими инстанциями;
- приоритеты партнера: какой минимальный и реалистичный проект контракта их может устроить;
- насколько контрагенты компетентны;
- как у партнеров происходит процесс принятия решений?

При подготовке к международным переговорам особенное внимание следует уделить культурным традициям иностранных партнеров, особенностям национального менталитета и национального стиля ведения переговоров. При этом надо помнить основную цель переговоров — заключение выгодного контракта.

Решение организационных вопросов проведения переговоров должно определяться с учетом деловых, политических и психологических обстоятельств. Принимающая сторона всегда определяет время и темп проведения переговоров, что может стать серьезным психологическим преимуществом. Как правило, стороны

При подготовке к международным переговорам особенное внимание следует уделить культурным традициям иностранных партнеров, особенностям национального менталитета и национального стиля ведения переговоров

договариваются о попеременном проведении встреч на территории стран друг друга. Иногда для встречи выбирается нейтральная территория или территория посредника. Главным организационным моментом является определение повестки дня, регламента и уровня проведения переговоров.

Следует изучить типичные ошибки других российских компаний и не повторять их. Среди них — доминирующая роль лидеров российской делегации. Российская делегация чаще всего говорит одним голосом — своего руководителя. На бизнес-переговорах это генеральный директор, поддержку которому обычно оказывает начальник коммерческого отдела. Такой подход часто приводит к недооценке работы экспертов и рабочих встреч, где многие вопросы могут быть проработаны более тщательно.

Сами переговоры укрупнённо включают четыре основные стадии:

1. начало переговоров, обмен мнениями, первые предложения
2. дебаты
3. зона конкретных предложений
4. принятие решений и завершение переговоров

Подготовив четкий план и пригласив (при необходимости) профессионального переводчика, представители предприятия, безусловно, завершат переговоры с покупателем на выгодных для себя условиях.

Подробнее об особенностях деловой коммуникации в **семинаре 3 «Эффективная деловая коммуникация для экспортеров»**.

Материал для самостоятельной работы

Подготовка к переговорам. Заполните таблицу для каждой из рассматриваемых целевых стран.

ШАГ	РЕЗУЛЬТАТ
Постановка задач	
Сбор информации	
Анализ позиции контрагента	
Выбор стратегии и тактики, определение концепции переговоров	
Решение организационных вопросов (где, когда и как проводить)	

Подписание международного контракта: подготовка и заключение

4.2

После успешного проведения переговоров покупатель и продавец подписывают внешнеторговый контракт, который является юридической основой любого экспортного проекта. Контракт определяет роли и ответственность продавца и покупателя, служит базой для составления обеспечивающих договоров: перевозки, страхования, хранения и т.д. Помимо этого, документ подтверждает для контролирующих органов соответствие экспортной операции по купле-продаже товара требованиям национальных и международных правовых норм.

Грамотно и аккуратно составленный внешнеторговый контракт способствует экономии усилий при его выполнении, а также ясному и однозначному трактованию всех договоренностей, в том числе при обращении в суд (при появлении спорных вопросов). Все это приводит к гарантированному получению прибыли и помогает избежать дополнительных расходов, связанных с урегулированием конфликтных ситуаций при реализации внешнеторговых контрактов и сделок.

Внешнеторговый контракт – как правило, продукт серии встреч и переговоров. Определив для себя желаемого иностранного покупателя, продавец запускает процесс «договорной инициативы», то есть предлагает контрагенту или группе компаний заключить контракт. Одновременно с этим можно подготовить свой проект контракта для направления его продавцу и последующего обсуждения.

Предварительные договоренности сторон по результатам почтовой или онлайн- переписки, телефонных переговоров или во время личных встреч представителей могут быть зафиксированы в предваряющих контракт документах, имеющих для участников как обязательную (предварительный договор), так и необязательную силу (меморандум о намерениях сторон, соглашение о намерениях).

Они имеют несколько целей:

1. быстро и эффективно согласовать основные условия договора
2. закрепить на бумаге промежуточные результаты переговоров, т.к. сторонам будет сложнее отступать от достигнутых договоренностей, изложенных в письменной форме
3. заранее понять позиции сторон (без расходов на юридическую помощь)
4. помочь юридическим консультантам в подготовке основного контракта

Необходимо учитывать особенности национального договорного права участников, например, законодательства о качестве, упаковке (что может привести даже к запрету реализации экспортного товара за рубежом), отличия в таможенном, страховом, налоговом и финансовом законодательстве.

Стороны самостоятельно определяют, законодательством какой страны будут регулироваться их отношения. Если стороны не желают опираться в контракте на законодательные основы друг друга, они выбирают в качестве применимого право третьей страны (Швейцарии, Англии, Сингапура и др.). Эти вопросы прописывают в специальном разделе контракта – «Арбитражная оговорка».

Важно помнить, что в мире существует ряд наднациональных нормативно-правовых документов, единообразно определяющих те или иные вопросы торговли. Некоторые из них (конвенции) носят императивных характер, а некоторые (торговые обычаи) – рекомендательный.

Наиболее известным международным торговым обычаем является ИНКОТЕРМС.

ИНКОТЕРМС® (International commercial terms) — это международные правила в формате словаря, обеспечивающие однозначные толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области ВЭД, прежде всего относительно места и момента перехода ответственности от продавца к покупателю. Основные принципы, регулируемые в терминах ИНКОТЕРМС:

- распределение между продавцом (экспортером) и покупателем обязанностей и расходов, связанных с поставкой товара;
- момент перехода с продавца на покупателя рисков повреждения, утраты или случайной гибели груза.

Правила International Chamber of Commerce (Международная торговая палата) по использованию национальных и международных торговых терминов носят рекомендательный характер (не имеют силу закона), однако использование Инкотермс в контракте предполагает инкорпорирование этих терминов в текст договора, в связи с чем нарушение условий Инкотермс влечет за собой нарушение условий контракта.

ВАЖНО: Инкотермс не регламентирует переход права собственности на товар!

Примером Конвенции, регламентирующей вопросы договора международной купли-продажи, является Венская конвенция 1980 года (полное наименование «Конвенция ООН о международных договорах купли-продажи товаров»). Россия присоединилась к данной Конвенции.

Общее число участников Конвенции на 2023 год - 97 стран. Не все вопросы международного контракта оговорены Конвенцией, поэтому сохраняется необходимость применения национального права по вопросам, не урегулированным ей.



Перечень существенных условий внешнеторгового контракта

4.3

Внешнеторговый контракт считается заключенным, если между сторонами сделки достигнуто соглашение по всем его существенным условиям. Важно знать, какие условия являются существенными для внешнеторгового контракта.



Преамбула внешнеторгового контракта. В преамбуле обязательно должны быть указаны название, место, дата заключения контракта и его номер. Если стороны забыли либо не посчитали необходимым сделать оговорку о применимом праве, место заключения договора укажет на то законодательство, которым будут регулироваться отношения сторон, то есть сработает правило коллизионной нормы международного частного права, согласно которому право, регулирующее внешнеторговую сделку, определяется по месту заключения договора.



Полное и точное наименование сторон контракта. В практике нередки случаи, когда одна из сторон намеренно указывает не свое фирменное наименование, тем самым пытаясь уйти от ответственности за нарушение условий контракта и причинение убытков своему контрагенту.



Важно проверить полномочия лица, подписавшего контракт. В тексте контракта необходимо указать пункт, статью устава, в котором указаны полномочия представителя другой стороны, подписывающего контракт. Если полномочия указаны в доверенности или ином аналогичном документе, то обязательно оставьте у себя его подлинный экземпляр.



Предмет внешнеторгового контракта. Предметом внешнеторгового контракта обычно является экспортируемый товар, который имеет таможенную стоимость. Кроме количества поставленного товара, в контракте должны быть указаны соответствующие меры измерения, при этом меры измерения должны трактоваться сторонами одинаково.



В практике нередко возникают конфликты, связанные, например, с тем, что российские компании поставляют своим иностранным партнерам товары, которые, полностью соответствуя российским показателям качества для данных товаров, в то же время не соответствуют требованиям по качеству, которые предъявляют иностранные партнеры. Поэтому вопрос о **качественных характеристиках товара** должен быть согласован на переговорной стадии во избежание затягивания исполнения обязательства по поставке товара, в контракте необходимо установить и указать **срок и порядок передачи товара**.



Приемка товара. Порядок определения количества и качества. Обычно товар, поставляемый по внешнеторговому контракту, принимается по качеству и по количеству в том месте, где и когда происходит переход права собственности и риска его случайной гибели или повреждения с продавца на покупателя. Порядок проверки качества принятых товаров может определяться в контракте путем включения соответствующих условий о проверке (детальных условий) либо путем указания во внешнеторговом контракте нормативных документов по определению качества товаров (отечественных и зарубежных), устанавливающих порядок проверки. Обычно качество подтверждается следующими документами: сертификатом качества; ветеринарным или санитарным сертификатами.



Порядок расчетов по контракту: цена и валютная оговорка. В данном разделе контракта необходимо четко и однозначно определить валюту цены и валюту платежа (они могут не совпадать), курс конвертации при несовпадении валют, валютные оговорки, которые позволяют избежать курсовых потерь, и порядок расчетов между сторонами. Особенностью внешнеторговых контрактов также является то, что в данных контрактах существует так называемый валютный риск. Он связан с изменением реальной стоимости платежа, выраженного в иностранной валюте, в связи с колебанием ее курса. Наиболее часто применяется валютная оговорка, которая состоит в том, что в текст контракта включается такое условие: сумма платежа изменяется в той же пропорции, в какой происходит изменение валюты платежа по отношению к курсу валютной оговорки.

Такие оговорки бывают односторонними (действуют в интересах одной стороны) и двусторонними (в интересах обеих сторон). Одним из примеров двусторонней валютной оговорки может служить установление цены контракта в нескольких валютах, которые имеют тенденции к повышению и понижению.

Упаковка и маркировка товара. Данный раздел внешнеторгового контракта необходим для определения тех средств, которые соответствуют технологическим и потребительским качествам товара, исключающим повреждение товара при его погрузке, транспортировке и выгрузке.

Ответственность сторон. В раздел могут включаться штрафные санкции. Целесообразно использовать комплекс санкций, которые во взаимосвязи значительно ограничивают желание покупателя не выполнять свои обязательства.

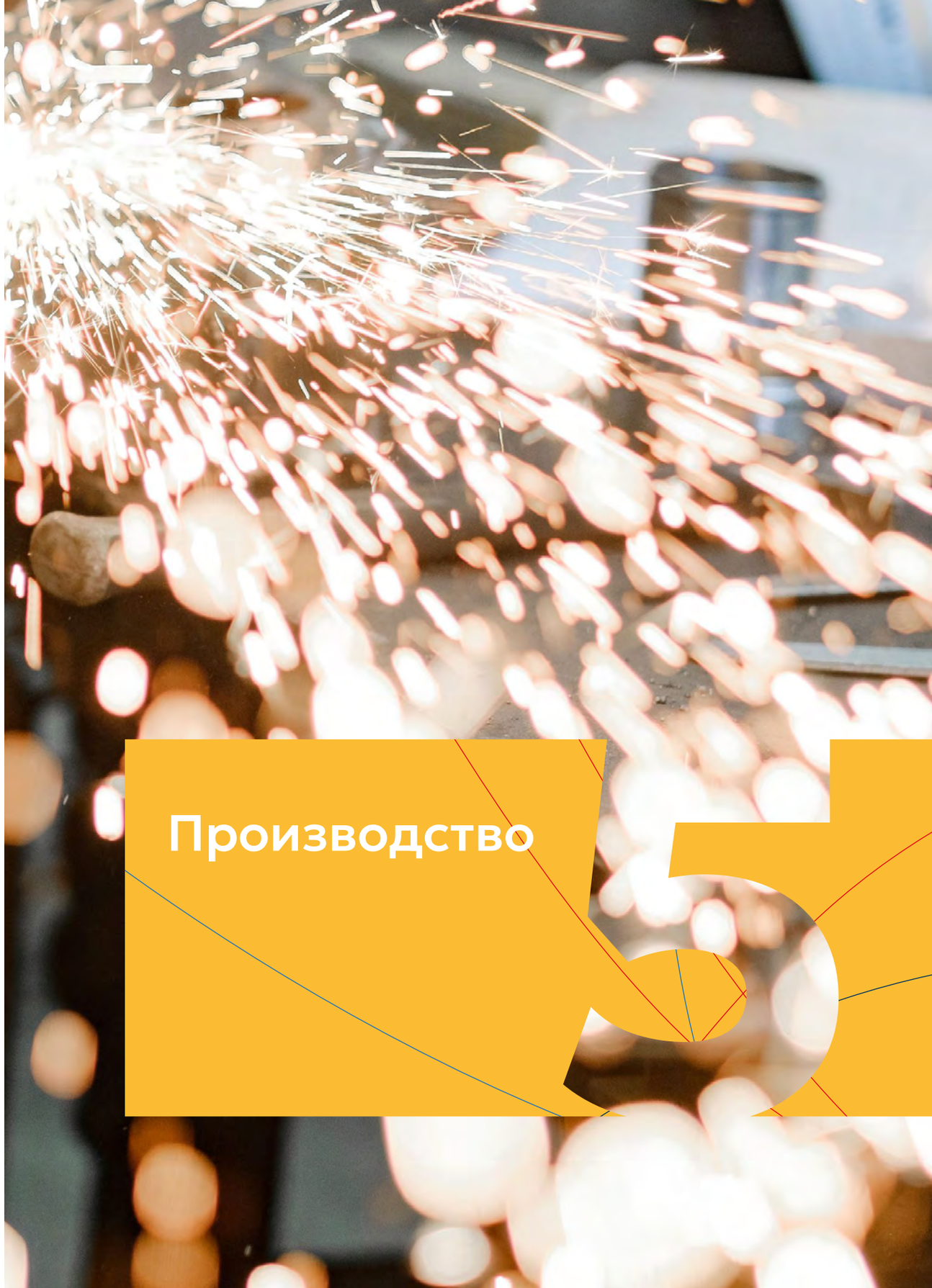
Форс-мажор включает перечень ситуаций, относящихся к разряду ситуаций непреодолимой силы, срок, в течение которого сторона должна оповестить другую о наступлении данного обстоятельства, и документы, подтверждающие такое событие. Рекомендуется подробно ознакомиться с форс-мажорной оговоркой ICC (Международной торговой палаты).

Арбитражная оговорка. Данный раздел контракта очень важен, поскольку определяет взаимоотношения сторон при наступлении разногласий относительно исполнения внешнеторгового контракта. Ценность арбитражного соглашения заключается в возможности исполнить решение того суда, которому стороны отдали предпочтение. Арбитражное соглашение устанавливается путем записи в контракте (арбитражная оговорка) или составлением отдельного документа, четко указывающего, какие споры, кто и с чьим участием будет разрешать (третейская запись). Участники внешнеторгового контракта в своем арбитражном соглашении также вправе определить, что споры между ними передаются на разрешение третейского суда.

Приложения. Если к контракту имеются приложения, то необходимо четко определить порядок согласования приложений к внешнеторговому контракту и порядок их подписания с указанием всей процедуры.

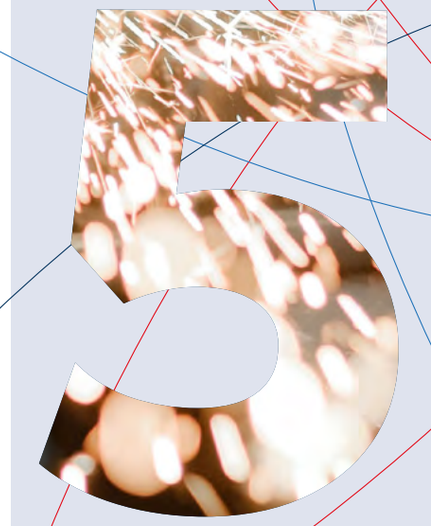
Проработав все условия внешнеторгового контракта, стороны составляют окончательный текст на языках сторон либо третьем (нейтральном) языке, например, английском. На этом этапе важно убедиться в четкости и грамотности перевода текста на иностранный язык, чтобы избежать впоследствии различного толкования текста согласно лингвистическим требованиям иностранного языка. Подписание контракта является его завершающей стадией. Может проходить как очно, так и путем последовательного подписания документов сторонами.

До подписания контракта необходимо ознакомиться с требованиями Центрального банка Российской Федерации к реквизитам и форме внешнеторговых контрактов, которые уполномоченные банки принимают у участников внешнеторговой деятельности при заключении экспортно-импортных сделок. Рекомендации содержатся в действующем **Письме Банка России от 15.07.1996 г. N° 300 «О Рекомендациях по минимальным требованиям к обязательным реквизитам и форме внешнеторговых контрактов».**



Производство

Производство



5.1

Оценка кадрового ресурса

Необходимо точно оценить, готова ли компания к выполнению контрактных обязательств. Алгоритм анализа готовности предприятия к экспорту, состоящий из 4 шагов, начинается с оценки ключевого ресурса любого бизнеса — людей.

Новые компетенции, которые понадобятся при экспорте:

- владение иностранными языками;
- владение инструментами международного маркетинга (особенности иностранных покупателей);
- умение ведения деловых переговоров с иностранными партнерами;
- владение специальными знаниями (финансы, таможня, логистика и т.д.);
- знание правовых аспектов ведения экспортной деятельности.

Специалисты, которые необходимы для ВЭД:

1. **Специалист по продажам/сбыту** (исследование рынка, продвижение продукта, ведение международных переговоров; должен владеть элементами продвижения продукции предприятия за рубежом).
2. **Юрист-международник** (подготовка и заключение внешнеторгового контракта, ведение переговоров по заключению внешнеторгового контракта, получение сертификатов

Недостаточно только оценить наличие необходимых компетенций, нужны сотрудники, готовые начать новый для них вид деятельности

соответствия, лицензий, разрешений; осуществляет работу, связанную с защитой прав на ИС, разрешение международных споров). Обязательно наличие практического опыта, который позволяет нивелировать все риски, связанные с практической реализацией внешнеэкономической сделки.

3. **Бухгалтер/финансист** (занимается вопросами привлечения внешних финансовых источников, оценкой финансовых рисков, связанных с заключением и исполнением внешнеэкономической сделки).
4. **Специалист по производству** (планирует, оценивает и при необходимости вносит изменения в продукт, предназначенный для экспорта). Должен иметь знания о необходимости модификации — адаптации товара с учетом новой стандартизации, разработке нового товара, устранении устаревшей продукции, о дизайне и качестве товара, о процессе производства, об упаковке для экспорта, о маркировке для экспорта, о брендах и торговых марках продукции, об обслуживании товара.

Перечислены ключевые сотрудники, которые понадобятся предприятию для экспорта. Конечно, в каждом конкретном случае компания корректирует необходимость той или иной штатной единицы. Недостаточно только оценить наличие необходимых компетенций, нужны сотрудники, готовые начать новый для них вид деятельности. Когда предприятие займется экспортом, возможно, потребуется перестройка привычных бизнес-процессов, налаживание новых контактов, соблюдение новых требований к стандартам качества продукта и деятельности и главное — способность учиться новому. Руководитель должен держать в центре внимания мотивацию сотрудников, помогать им с обучением, новыми методами планирования и расстановки приоритетов, заряжать их своим примером.

5.2

Оценка производственных мощностей

Необходимо оценить способность компании производить и накапливать произведенную продукцию. Предприятие должно быть готово к потенциальному увеличению объемов и быть способным выполнить заказы. Оптимально было бы загрузить используемые и свободные производственные мощности и площади, найти возможности увеличения производительности без дополнительных существенных затрат.

5.3

Оценка достаточности сырья, материалов, полуфабрикатов

Необходимо проверить и оценить, проработаны ли вопросы транспорта и упаковки, складирования, международной перевозки, наличия сырья для производства готовой продукции, соответствие упаковки товара международным стандартам (подлежит ли она повторному использованию), способна ли компания технически адаптировать свой продукт (упаковку, этикетки) в зависимости от потребностей и пожеланий покупателя, климатических и географических условий, действующих законодательных постановлений и норм на иностранном рынке и при наименьших затратах.

Пример из практики начинающего экспортера: компания производит паркетную доску. На выставке удалось заключить очень выгодный контракт с партнером из Китая. У россиянина мощности были загружены на 45–50% при производстве на внутренний рынок, теперь он мог бы загрузить оборудование на все 100%. Однако китайская сторона выдвинула требования

к более высокому качеству продукта. И экспортер столкнулся с дилеммой: изменять ли что-то в текущем производственном процессе, не меняя оборудование, или закупить новое, дающее требуемое качество? Производитель принял решение обратиться за финансовой поддержкой в Росэксимбанк для финансирования закупки нового оборудования: его выбор — закупить новое — был сделан для создания задела прочности производства с учетом прогноза по росту объема выпускаемой продукции.

5.4 Оценка финансовых ресурсов, которые понадобятся в производстве

В начале экспортной деятельности могут появиться дополнительные затраты: необходимость увеличения мощностей производства; средства для адаптации продукта к требованиям намеченного рынка; расходы на обучение персонала; поездки за рубеж; расходы на страхование рисков. До начала экспорта следует составить финансовый план, главной целью которого станет расчет объема финансовых ресурсов для покрытия будущих расходов как на внутреннем, так и на иностранном рынке.

Подробнее о финансовых инструментах для экспортеров в **семинаре 5 «Финансовые инструменты экспорта»**.

Материал для самостоятельной работы

Перечень основных вопросов при адаптации товара к стандартам иностранного рынка по направлениям. Проработайте предложенные вопросы, выявите нерешенные пока задачи.

ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНЫХ ВОПРОСОВ	ИЗВЕСТНО/НЕИЗВЕСТНО
Необходимость адаптации	
Какие существуют нормативные требования в стране экспорта (стандарты, нормы, сертификаты и т. д.)?	
Насколько продукт соответствует природно-климатическим условиям?	
Какие существуют ограничения с точки зрения здоровья населения, экологии, утилизации, энерго- и водопотребления, культурных особенностей?	
Как отличаются стандарты жизни иностранных потребителей?	

ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНЫХ ВОПРОСОВ	ИЗВЕСТНО/НЕИЗВЕСТНО
Создание торговой марки, упаковка, маркировка	
Какие существуют ограничения по использованию цвета и символов?	
Сколько и какие языки следует использовать на этикетках и для маркировки?	
Какие существуют требования по указанию информации о составе продукта?	
Какая используется мера весов?	
Какие существуют предпочтения по составу и дизайну не только у потребителя, но и у торговых посредников и перевозчиков?	
Какие требования по маркировке?	
Чем отличаются требования по упаковке?	
Какие символы приемлемы для упаковки, как следует использовать штрихкод?	
Как защищаются торговые марки в стране экспорта (авторские права, патенты)?	
Как потребитель воспринимает страну происхождения?	
Сборка товара	
Как будет поставляться продукт (в собранном или разобранном виде)?	
Где будет собираться продукт (в торговом зале, на складе и т.д.)?	
Кто будет заниматься сборкой продукта?	
Какие необходимы инструкции, чертежи?	
Как можно облегчить перемещение (колеса, подвески, упаковка и т. д.)?	
Потребуется ли обучение?	
Гарантийное обслуживание	
Какие существуют требования по гарантийному сроку?	
Каков должен быть срок гарантии? Важна ли гарантия для потребителя?	
Кто и как будет осуществлять гарантийное обслуживание?	
Послепродажное обслуживание	
Какие возможны поломки?	
Кто и как будет устранять поломки?	
Необходимо ли создавать собственные сервисные центры?	
Потребуется ли поставка запасных частей?	
Потребуется ли обучение?	

Материал для самостоятельной работы

Оценка готовности производства/предприятия к экспорту. Проработайте предложенные вопросы, определите готовность предприятия к началу экспорта.

СОДЕРЖАНИЕ ДЕЙСТВИЙ	ГОТОВНОСТЬ
Шаг 1. Оценка кадрового ресурса фирмы	
1. Оценка уровня готовности работников предприятия к ведению экспортной деятельности: ■ круг работников, имеющих опыт ведения экспортной деятельности (при наличии); ■ в каких областях знаний требуется провести повышение квалификации кадров; ■ требуется ли привлечение внешних специалистов (каких)?	
2. Оценка мотивации персонала к экспорту и соответствия новым функциональным обязанностям.	
Шаг 2. Оценка производственных мощностей	
Необходимо оценить, в состоянии ли текущее производство обеспечить сроки, качество, объемы для выполнения условий внешнеторгового контракта.	
Шаг 3. Оценка оборотных средств	
1. Возможности системы распределения продукции, раздельности ведения учета по товарам, реализуемым на внутреннем рынке и на экспорт, уровень транспортного обслуживания предприятия, вопросы упаковки, складирования, перевозки, наличия сырья для производства готовой продукции, соответствие упаковки товара международным стандартам (подлежит ли она повторному использованию), размер доли материально-технического обеспечения в отпускной цене.	
2. Способность предприятия технически адаптировать свой продукт (упаковку, этикетки) в зависимости от потребностей и пожеланий покупателей, климатических и географических условий, действующих законодательных постановлений и норм на иностранном рынке и при наименьших затратах.	
Шаг 4. Оценка оборотных средств и финансовых ресурсов	
Расчет объема финансовых ресурсов для покрытия расходов как на внутреннем, так и на иностранном рынке.	



Подготовка продукта к экспорту (таможня) и доставка (логистика)

Подготовка продукта к экспорту (таможня) и доставка (логистика)



6.1

Таможня: система процедур и законодательные требования

Таможенный кодекс ЕАЭС определяет экспорт как таможенную процедуру, при которой товары ЕАЭС вывозятся за пределы таможенной территории Союза и предназначаются для постоянного нахождения за ее пределами. При выполнении условий внешнеторговых контрактов необходимо изучение условий помещения товаров под таможенную процедуру экспорта, особенностей таможенного контроля и декларирования товаров на границе.

Таможенная процедура экспорта товаров может быть описана кратко: подготовить и оформить документы, оплатить пошлину. Несмотря на кажущуюся простоту, прохождение таможни строго регламентировано, а несоблюдение таможенных норм может повлечь незапланированные расходы на штрафы. Законодательством Российской Федерации предусмотрены следующие упрощения процедур при экспорте:

- сокращение и установление исчерпывающего перечня документов, представляемых экспортерами для помещения под таможенную процедуру экспорта товаров, к которым не применяются вывозные таможенные пошлины;
- сокращение предельных сроков выдачи разрешения на вывоз (выпуск товаров до трех (двух) часов в случае выпуска) товаров, к которым не применяются вывозные пошлины;

Таможенная процедура экспорта товаров может быть описана кратко: подготовить и оформить документы, оплатить пошлину

- отказ от предоставления таможенным органам сведений о стоимости товаров (кроме статистической стоимости), если к товарам не применяются вывозные пошлины;
- установление обязанности по уплате сборов за совершение таможенных операций только в случае, если товар облагается вывозной таможенной пошлиной.

В настоящее время таможенное декларирование осуществляется только в электронной форме. Декларант имеет возможность подать таможенную декларацию в электронном виде в любой таможенный орган вне зависимости от местонахождения товаров. Например, Барнаульский таможенный пост может принимать таможенные декларации на товары, находящиеся в регионе деятельности таможенных постов Читинской или Смоленской таможни, и производить их таможенное декларирование удаленно. Удаленный выпуск позволит бизнесу оптимизировать логистику поставок и снизить непроизводственные затраты.

Однако в отношении отдельных категорий товаров установлены специализированные места оформления (скоропортящиеся товары, товары, содержащие драгоценные камни и драгоценные металлы, продукты нефтепереработки и др.). Также в настоящее время активно используется система удаленного выпуска экспортируемых товаров.

Особая тема: самостоятельно или через посредников взаимодействовать с таможней? Профессионалы рекомендуют начинающим экспортерам пользоваться услугами таможенного представителя. На сайте ФТС РФ (www.customs.ru) есть реестр таможенных представителей. Представитель поможет собрать и заполнить все необходимые документы, а в случае привлечения экспортера к ответственности за административное правонарушение в области таможенного дела за недекларирование и/или недостоверное декларирование таможенный представитель также несет ответственность.

Таможенные документы требуют аккуратности и внимания, при первой экспортной поставке таможенному представителю предоставляются устав, свидетельство о постановке на налоговый учет, выписка из ЕГРЮЛ, свидетельство о включении компании в ЕГРЮЛ, документы о присвоении кодов ОКВЭД, подтверждение полномочий и паспортные данные генерального директора и главного бухгалтера, бухгалтерский баланс за последний отчетный период, договор аренды (права собственности на нежилое помещение) на адрес регистрации компании. Экспортеру важно учесть, что на сроки прохождения таможни влияют такие факторы:

- проведение либо отсутствие таможенного досмотра;
- при выпуске экспортируемых товаров - загруженность работы того или иного таможенного поста и т.д.;
- правильность оформления документов, необходимых для экспорта товаров, сроки их предоставления таможенному органу, правильность и оперативность действий таможенного представителя.

Если изучить систему таможенных процедур и опереться на помощь профессионалов, можно качественно выполнить все условия своего контракта с зарубежным партнером.

Подробнее об этом в **семинаре 7 «Таможенное регулирование экспорта»**.

Материал для самостоятельной работы

План подготовки к таможенному оформлению. Оцените готовность к выполнению перечисленных действий.

НЕОБХОДИМЫЕ ДЕЙСТВИЯ	ВЫПОЛНЕНИЕ
Заключение внешнеторгового контракта	
Получение документов, необходимых для соблюдения мер нетарифного регулирования (запретов и ограничений)	
Регистрация контракта и получение уникального идентификационного номера (УИН) в уполномоченном банке	
Заключение договора с таможенным представителем и логистической компанией	
Уплата вывозных таможенных пошлин	
Осуществление таможенного оформления вывозимого товара	



6.2

Логистика

Под логистикой понимается комплекс мер по доставке товара от экспортера (отправителя) до иностранного покупателя (получателя). Логистика — существенная статья расходов экспортера. Необходимо правильно подготовить груз к отправке, выбрать оптимальный маршрут и транспортные средства, а также правильно оформить пакет документов.

Морской транспорт, автотранспорт, железнодорожный, авиационный — у каждого из них свои преимущества и недостатки:

Виды перевозки	Плюсы	Минусы
Морем	▪ Низкая цена ▪ Высокая сохранность товара	▪ Длительные сроки
Автотранспорт	▪ Сравнительно недорого, особенно на небольших расстояниях ▪ Позволяет перевозить различные виды грузов (от 1 кг до крупногабаритных поставок)	▪ Не дает полную картину о состоянии рынка ▪ Иногда требует уточнения полученной информации из-за ее многообразия
Железнодорожный транспорт	▪ Предсказуемые сроки ▪ Любые габариты и размеры партий	▪ Разный размер колеи в России и других странах (т.е. дополнительные затраты на перегрузку)
Авиатранспорт	▪ Высокая надежность ▪ Сроки доставки	▪ Цена часто нестабильная и высокая ▪ Проблема перевозки негабаритного груза

В логистике есть профессиональное понятие — логистическая цепочка.

В звенья этой цепи входят и упаковка товара для транспортировки, и сбор необходимой документации для доставки товара, и выбор транспортной компании для осуществления самой доставки, и т.д.

Но особое внимание следует уделить вопросу страхования груза. При расчете расходов на логистику лучше не экономить на этом, так как в процессе перевозки есть много моментов, влияющих на сохранность грузов. Начинающие экспортеры часто надеются на везение, что играет со многими плохую шутку.

Возникает вопрос: самостоятельно или через посредника осуществлять логистику? Чем выше объемы экспорта и чем разнообразнее география, тем целесообразнее иметь логиста в штате. Современные технологии помогают успешно управлять логистической цепочкой в разных вариантах - как самостоятельно, так и через посредника.

Таможня и логистика — зона особого внимания при управлении сроками и переменными затратами. Это серьезный объем работ, который требует периодического анализа и корректировки. Если в компании нет специалистов в этой области, то, вероятно, следует обратиться к профессионалам.

Более подробная информация представлена в **семинаре 8 «Логистика для экспортеров»**.



Материал для самостоятельной работы

План подготовки к экспорту товара (логистика). Готово ли ваше предприятие к перечисленным действиям?

НЕОБХОДИМЫЕ ДЕЙСТВИЯ	ВЫПОЛНЕНИЕ
Подготовка упаковочного листа с указанием габаритов и веса упаковки каждого места	
Выбор маршрута	
Выбор транспорта (транспортной компании), заключение договора на транспортировку товара	
Подготовка счета (инвойса) для получателя с учетом всех расходов по условиям внешнеторгового контракта	

Оплата: платежи и риски



Оплата: платежи и риски

7.1

Валютные платежи

Во внешнеторговом контракте описаны обязанности продавца в части поставки товара покупателю и обязанность покупателя оплатить этот товар. В то же время в российском валютном законодательстве предусмотрена обязанность каждого экспортера получить оплату за товар. В противном случае экспортер может быть привлечен к ответственности. В процессе подготовки и подписания внешнеторгового контракта обязательно обсуждается вопрос о сроках и форме оплаты, а также о выборе валюты платежа.

Итак, сначала стороны должны договориться о валюте платежа, в которой будут производиться расчеты. Она может быть установлена в валюте страны экспортера, страны импортера либо в валюте третьей страны. Валюта платежа может совпадать или не совпадать с валютой цены. При несовпадении валюты цены и валюты платежа существенное значение имеет курс, по которому будет производиться соответствующий пересчет, а также дата пересчета. В настоящее время значительное количество сделок проводится в рублях.

Нужно ли экспортеру открывать валютный счет? Если все платежи будут поступать в рублях, то открытие валютного счета не потребуется. Если открывать валютный счет в том же банке, где уже открыт расчетный счет, то потребуется только заявление на открытие валютного счета и заполненный договор на его ведение.

В процессе подготовки и подписания внешнеторгового контракта обязательно обсуждается вопрос о сроках и форме оплаты, а также о выборе валюты платежа

Определившись с видом валюты, переходим к выбору формы расчетов. Выбор формы расчетов определяется по соглашению сторон и фиксируется в разделе «Условия платежа». В международных расчетах используются следующие формы: банковский перевод, инкассо, аккредитив, открытый счет, чеки и вексель. Выбор той или иной формы расчетов во многом зависит от степени взаимного доверия контрагентов и от особенностей национальных законодательств. Наиболее часто в практике применяются банковские переводы, инкассо и аккредитивы.

Банковский перевод (Remittance) представляет собой поручение одного банка другому выплатить перевод получателю на определенную сумму. В данном случае импортер оформляет в своем банке платежное поручение (заявление на перевод), на основании которого его банк совершает перевод в пользу получателя-экспортера. Эта форма расчетов наверняка широко применяется вами при поставке товаров внутри России.

Инкассо (Collection of payment) — поручение экспортера своему банку получить от импортера (плательщика) непосредственно либо через другой банк определенную сумму или подтверждение того, что эта сумма будет выплачена в назначенные сроки против предоставления товарных документов. В качестве таких документов могут выступать, например, товаросопроводительные документы.

При заключении контракта стороны оговаривают, через какие банки будут производиться расчеты. После этого экспортер совершает в соответствии с условиями контракта отгрузку товара. Получив от перевозчика транспортные документы, экспортер готовит комплект документов и представляет его при инкассовом поручении своему банку.

Инкассо больше подходит для проведения расчетов в случаях, если экспортер имеет доверительные отношения с импортером и может быть на 100% уверен в его платежеспособности, либо если экспортер использует механизмы, гарантирующие ему возврат средств (например, располагает документами, без которых импортер не вступит в право владения товаром).

Документарный аккредитив (Letter of Credit, L/C) — наиболее распространенный в международной коммерческой практике способ оплаты. Это обязательство банка произвести платежи по поручению импортера на основании товарных документов.

Рассмотрим схему аккредитива на примере: найден новый покупатель из Китая, который хочет купить пиломатериал. Покупатель не готов осуществлять 100%-ную предоплату, и российский продавец опасается, что после получения товара китайский партнер не оплатит поставку. Выходом из такой ситуации может послужить аккредитив. Аккредитив оформляет импортер и резервирует средства, необходимые для оплаты.

При этом покупатель из Китая дает указание своему банку списать деньги только после того, как в банк поступят транспортные и иные документы. Перечень этих документов должен быть согласован с поставщиком (инвойс, сертификат происхождения, фитосанитарный сертификат, товарно-транспортная накладная или другой транспортный документ). Российский поставщик готовит товар к поставке и представляет все необходимые документы в свой банк. А банк передает все документы в банк покупателя и перечисляет деньги поставщику.

Таким образом, китайский покупатель видит, что товар уже отгружен, а россиянин получает оплату за товар. Мы описали схему аккредитива с привлечением российского банка в качестве подтверждающего. Затраты, связанные с включением в схему аккредитива российского банка, как правило, ложатся на плечи российского экспортера.

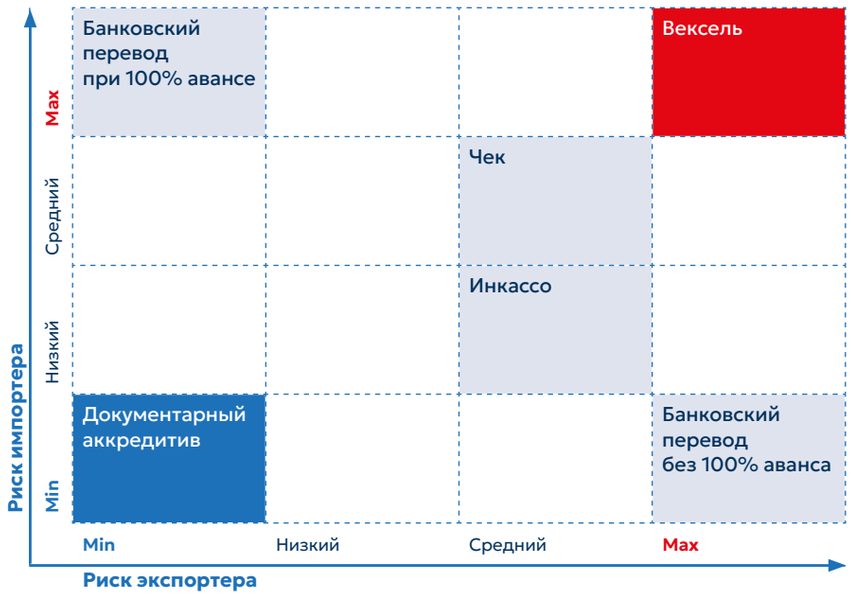
Вексель — безусловное, абстрактное, бесспорное денежное обязательство, облеченное в особую юридическую форму и дающее его владельцу (векселедержателю) право требовать по истечении срока указанную в нем сумму. В международной практике вексельное обращение регулируется в соответствии с правилами Конвенции о простых и переводных векселях (Женева, 1930 год), СССР присоединился в 1937 году.

Чек — это безусловный приказ чекодателя банку-плательщику оплатить по предъявлении определенную сумму чекодержателю или по его приказу за счет имеющихся у банка средств чекодателя. Обычно чек представляет собой заполненный необходимыми реквизитами бланк, подписанный чекодателем. Бланки брошюруются в чековые книжки.

Расчет по открытому счету (Open Account) — экспортер направляет импортеру не только сам товар, но и сопроводительные документы, минуя банк. При этом импортер зачисляет на открытый счет экспортера определенные суммы в сроки, оговоренные в контракте. Тем самым стороны избегают расходов на открытие аккредитива или инкассо.

Выбор формы международных расчетов

Распределение форм расчетов с точки зрения рисков экспортера и импортера



При выборе той или иной формы расчетов важно учитывать степень риска неполучения оплаты от покупателя, распределение форм расчетов с точки зрения рисков экспортера и импортера. Как мы определили выше, аккредитивная форма расчетов является наиболее безопасной и для импортера, и для экспортера. Рассмотрим подробнее достоинства и недостатки всех указанных выше форм расчетов.

Вид расчетов	Плюсы	Минусы
Банковские переводы	▪ Быстрота, простота и дешевизна	▪ Длительные сроки
Инкассо	▪ Высокая надежность платежа, т.к. до осуществления оплаты документы покупателю не выдаются ▪ Надежность доставки документов импортеру, т.к. их доставкой занимается банк, что гарантирует их полную сохранность	▪ Не гарантирует экспортеру 100% получения платежа, т.к. импортер может не иметь достаточно средств для оплаты или отказаться от платежа или акцепта. Поэтому экспортеры часто требуют у импортеров представления банковских гарантий
Аккредитив	▪ Гибкость в отношении условий платежа при неменьшей надежности ▪ Пригодность в качестве средства краткосрочного финансирования ▪ Высокая международная правовая защита	▪ Высокая стоимость ▪ Жесткие требования к оформлению документов и сложный документооборот
Открытый счет	Преимущество открытого счета для экспортера сомнительно, т.к. не содержит надежных гарантий для продавца и обычно применяется в расчетах между фирмами, имеющими доверительные и длительные отношения.	
Расчет чеками	Достаточно удобен по своей простоте и оперативности, однако редко применяется при товарных поставках. Причина очевидна: к моменту платежа лимит средств может быть уже израсходован плательщиком-чекодателем, а банк при этом ответственности не несет.	
Вексель	Удобство векселей состоит в том, что обладатель векселя может сделать на нем передаточную надпись (индоссамент) в пользу другого лица, которое, в свою очередь, сделает надпись в пользу третьего и т.д. Однако применение векселей при расчетах по кредитам за поставленные товары создает ряд неудобств, т.к. вексель ничем не обеспечен. При коммерческих расчетах применяются переводные векселя (тратты).	

Подробная информация представлена в **семинаре 5 «Финансовые инструменты экспорта»**.

Все вопросы, связанные с порядком осуществления оплаты, должны быть зафиксированы во внешнеторговом контракте.

Важно знать, что проведение валютных платежей связано с оформлением дополнительных документов. Если сумма контракта превышает 10 миллионов рублей (по курсу ЦБ на дату подписания контракта), то контракт необходимо поставить на учет в уполномоченном банке. Принципы валютного законодательства закреплены в Федеральном законе от 10.12.2003 № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле».

Материал для самостоятельной работы

План подготовки к международным платежам. Проработайте основные вопросы, обозначенные ниже.

ШАГ	РЕЗУЛЬТАТ
Определение **валюты платежа**	
Открытие **валютного счета** (выбор банка)	
Определение формы совершения международных расчетов (банковский перевод, инкассо, аккредитив, открытый счет, чек, вексель)	
Оформление **дополнительных документов валютного контроля**	

7.2 Экспортные риски

При осуществлении экспортной деятельности риски неизбежны. Джон Кеннеди однажды сказал: «У любого плана действий есть своя цена и свой риск. Но они значительно меньше, чем цена и риск комфортабельного ничегонеделания». Если же компания собирается выводить свой товар на экспорт, «ничегонеделанию» места быть не должно. Необходимо заранее проанализировать, с какими трудностями может столкнуться компания, чтобы полностью или частично минимизировать риски.

Выделяют следующие виды рисков:

- валютно-финансовые;
- маркетинговые;
- производственные;
- международные политические;
- международные юридические;
- обстоятельства непреодолимой силы, или форс-мажор.

При оценке вероятности **валютных и финансовых рисков** обычно оценивается:

- инфляция;
- сложившаяся ситуация по неплатежам в отрасли;
- колебание валютных курсов;
- невыполнение обязательств кредиторами;
- и другие факторы.

Подробная информация представлена в **семинаре 6 «Документационное сопровождение экспорта»**.

Материал для самостоятельной работы

План предварительной оценки рисков в отношении потенциального рынка (рынков):

ВИД РИСКА	ВЕРОЯТНОСТЬ ВОЗНИКНОВЕНИЯ	МЕТОД МИНИМИЗАЦИИ
Валютно-финансовые риски		
Маркетинговые риски		
Производственные риски		
Международные политические риски		
Международные юридические риски		
Обстоятельства непреодолимой силы (форс-мажор)		

Международные маркетинговые риски возникают по следующим причинам: неправильный выбор рынков сбыта продукции, неточный расчет емкости рынка и неправильное определение мощности производства. Для этого вида рисков (как и для производственных и международных политических рисков) ключевой задачей для минимизации является тщательный предварительный анализ, оценка тех факторов, которые влияют на вероятность попадания в неприятные ситуации по данным рискам.

Форс-мажор — из разряда рисков, вероятность возникновения которых оценивается с наибольшим трудом. Этот риск часто считается особым, отдельно прописываемым условием для оценки обязательности исполнения своих обязательств по контракту сторонами-подписантами.

В процессе подготовки экспортного проекта жизненно необходимо определить вероятность наступления международных рисков, предварительно оценить вероятный ущерб от их наступления, методы работы с ними.

Страхование риска. Созданы специализированные институты, которые страхуют экспортные проекты от политических и предпринимательских рисков (например, ЭКСАР, о котором мы расскажем ниже).

Лимитирование концентрации рисков — установление предельных сумм экспортных поставок, запасов на складе, привлечения заемных средств и выбор других ограничений. Лимитирование концентрации рисков является одним из наиболее распространенных механизмов защиты от рисков с помощью внутреннего менеджмента. При этом предприятие определяет для себя, на какие потери оно готово пойти без значительного ущерба для своей деятельности.

Распределение рисков обычно направлено на минимизацию экспортных рисков на их частичной передаче партнерам, участвующим в экспортных операциях. Чаще всего это риски, связанные с потерей (порчей) товаров в процессе их транспортирования и/или осуществления продажи. Такие риски, как и форс-мажор, важно оговаривать непосредственно в контракте.

Хеджирование используется для страхования экспортных рисков обычно в отношении валюты и изменения цены на товар. Проще говоря, это фиксация курса в контракте, который, например, будет исполнен через некоторое время. За это платят комиссию. Характерно для взаимодействия со странами, где получение оплаты за товар приходится ожидать длительное время (например, страны Центральной Африки, Куба, Иран), либо когда цены на товар нестабильны (например, в сельском хозяйстве). Иногда во время заключения контракта вы еще не знаете точно, какой будет цена на ваш товар, например, в момент сбора урожая, а контракт вы заключаете до того, как урожай созрел. Для проведения процедуры хеджирования необходимо обратиться к брокеру на валютную или товарную биржу.

Причины возникновения одних и тех же рисков могут быть разными. А значит, искать эффективный способ минимизации нужно после всестороннего анализа.

	ЛИМИТИРОВАНИЕ	РАСПРЕДЕЛЕНИЕ	СТРАХОВАНИЕ	ХЕДЖИРОВАНИЕ
Валютно-финансовые риски		●	●	●
Маркетинговые риски		●		
Производственные риски	●		●	
Международные политические риски	●	●		●
Международные юридические риски	●	●		
Обстоятельства непреодолимой силы (форс-мажор)	●	●		

Для каждого вида риска может быть выбран не один способ минимизации, важно не забывать о необходимости анализа вероятности рисков на каждом этапе жизненного цикла проекта.

Материал для самостоятельной работы

Поэтапный план подготовки экспортного проекта предприятия:

ВПИСАТЬ ПРИМЕНИТЕЛЬНО К ТОВАРУ ПРЕДПРИЯТИЯ	НЕОБХОДИМЫЙ РЕСУРС
Этап 1. Выбор рынка и поиск покупателя.	
1. Рынок и обоснование выбора, использованные источники.	
2. Тип покупателя и обоснование выбора, использованные источники.	
3. Активный или пассивный способ поиска покупателя.	
Этап 2. Подготовка товара к требованию рынка и/или покупателя.	
1. Перечень разрешительных документов, необходимых для экспортной поставки вашего продукта.	

ВПИСАТЬ ПРИМЕНИТЕЛЬНО К ТОВАРУ ПРЕДПРИЯТИЯ	НЕОБХОДИМЫЙ РЕСУРС
Этап 2. Подготовка товара к требованию рынка и/или покупателя.	
2. Способы защиты интеллектуальной собственности на зарубежном рынке.	
Этап 3. Переговоры с покупателем и заключение внешнеторгового контракта.	
1. Подготовка переговоров с учетом выбранного рынка и типа покупателя.	
2. Способы защиты интеллектуальной собственности на зарубежном рынке.	
Этап 4. Подготовка производства к экспорту.	
1. Результаты оценки персонала – нужно обучение или наем новых сотрудников (каких именно).	

ВПИСАТЬ ПРИМЕНИТЕЛЬНО К ТОВАРУ ПРЕДПРИЯТИЯ	НЕОБХОДИМЫЙ РЕСУРС
Этап 4. Подготовка производства к экспорту.	
2. Оценка возможностей увеличения объема производства и внесения изменений в продукт в кратчайшие сроки.	
3. Оценка необходимых для увеличения объема производства ресурсов.	
Этап 5. Таможенное оформление при экспорте товара.	
1. Оценка необходимости привлечения таможенного представителя.	
2. Основные шаги для подготовки таможенного оформления товара.	

ВПИСАТЬ ПРИМЕНИТЕЛЬНО К ТОВАРУ ПРЕДПРИЯТИЯ	НЕОБХОДИМЫЙ РЕСУРС
Этап 6. Доставка товара (логистика).	
1. Оценка необходимости привлечения логистического оператора.	
2. Определение типа транспорта для доставки товара в выбранную страну.	
Этап 7. Оплата за получение товара покупателем (валютные платежи).	
Выбор способа расчета с покупателем и обоснование выбора.	
Этап 8. Валютные риски.	
Оценка возможных рисков и способы их минимизации.	



Государственная поддержка экспортно ориентированных предприятий

8

Государственная поддержка экспортно ориентированных предприятий



8.1

Ключевые организации

Одним из основных направлений государственной политики РФ в отношении ВЭД является увеличение объемов экспорта российских товаров и услуг в зарубежные страны. Особое внимание государство уделяет повышению экономической устойчивости и конкурентоспособности малого и среднего предпринимательства (МСП). Для снятия барьеров, которые препятствуют началу экспортной деятельности, создана государственная система поддержки несырьевого экспорта.

Ключевой функцией государственной системы поддержки экспорта является вовлечение субъектов МСП во внешнеэкономическую деятельность, содействие в выходе на зарубежные рынки и повышение их конкурентоспособности.

Механизмы и инструменты системы поддержки экспорта помогают на определенных этапах экспортного проекта решать целый ряд финансовых и нефинансовых вопросов, осложняющих выход российских товаров и услуг на внешние рынки.

Государство активно нарабатывает механизмы стимулирования экспорта малого и среднего предпринимательства, и важно, чтобы компании как можно больше знали о том, что может помочь им пройти свой экспортный путь с максимальной отдачей и наименьшими затратами.

Рассмотрим государственную систему поддержки экспорта МСП: какие услуги и с чьей помощью можно получить на каждом

Государство активно нарабатывает механизмы стимулирования экспорта малого и среднего предпринимательства

из этапов экспортного проекта. В систему поддержки экспорта входит целый ряд организаций, деятельность которых полностью либо частично направлена на оказание нефинансовой и финансовой помощи предприятиям, ориентированным на экспорт.

Ключевые организации, о которых следует знать МСП:

- Российский экспортный центр;
- Центры поддержки экспорта в регионах;
- Торговые представительства Российской Федерации в иностранных государствах.

АО «Российский экспортный центр» (РЭЦ) — государственный институт поддержки несырьевого экспорта, предоставляющий российским экспортерам широкий спектр финансовых и нефинансовых мер поддержки. Взаимодействие с профильными министерствами и ведомствами, а также сотрудничество с ключевыми отраслевыми и деловыми организациями позволяют РЭЦ совершенствовать условия ведения экспорта в России и нивелировать действие существующих барьеров при осуществлении внешнеэкономической деятельности.

РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР
ЭКСАР
РОСЭКСИМБАНК

Российский экспортный центр входит в группу **ВЭБ.РФ**. Правовой статус Группы РЭЦ закреплен **Федеральным законом № 164-ФЗ** «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» и рядом подзаконных актов Правительства РФ.

В группу Российского экспортного центра интегрированы Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций (**АО «ЭКСАР»**) и Государственный специализированный российский экспортно-импортный банк (**АО «РОСЭКСИМБАНК»**), что позволило оптимизировать ресурсы и создать эффективные бизнес-процессы по предоставлению комплексных услуг экспортно ориентированным компаниям.

В РЭЦ создано более 100 нефинансовых и финансовых продуктов по ключевым аспектам внешнеэкономической деятельности, которые предоставляются в виде консультационных услуг и сервисов. Помимо консультационных услуг, РЭЦ предоставляет экспортную поддержку в рамках специальных программ.

Финансовая поддержка может быть оказана в кредитной, страховой или гарантийной форме как для исполнения экспортерами обязательств по внешнеторговым контрактам, так и для обеспечения оплаты поставки со стороны иностранного покупателя.

И если кредитная и гарантийная поддержка может быть знакома компаниям по финансовым операциям на внутреннем рынке, то со страхованием экспортных поставок от политических и предпринимательских рисков сталкивались немногие. В то же время именно этот инструмент государственной поддержки позволяет закрыть до 95% политических и до 90% коммерческих рисков при выходе экспортера на зарубежный рынок.

РЭЦ активно развивает свое региональное и зарубежное присутствие. Перечень офисов в регионах и за рубежом представлен в разделе 9 «Дополнительная информация».
АНО ДПО «Школа экспорта Акционерного общества «Российский экспортный центр» (Школа экспорта РЭЦ) создана в структуре РЭЦ в качестве специализированной организации для оказания нефинансовой услуги по обучению компаний МСП основам экспортной деятельности. Школа экспорта имеет лицензию на образовательную деятельность и выступает в качестве оператора образовательных и акселерационных программ РЭЦ.

Региональные центры поддержки экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства (Региональные ЦПЭ) создаются в регионах РФ для информационно-аналитической, консультационной и организационной поддержки внешнеэкономической деятельности субъектов МСП и содействия выходу экспортно ориентированных субъектов МСП на иностранные рынки. ЦПЭ входят в систему Министерства экономического развития Российской Федерации.

ЦПЭ созданы в 82 регионах Российской Федерации, перечень представлен в разделе 9 «Дополнительная информация».

Торговые представительства Российской Федерации в иностранных государствах (Торговые представительства) являются государственными органами, которые обеспечивают создание конкурентных преимуществ для российских предприятий, а также предоставляют аналитическо-справочную информацию по аспектам ведения бизнеса в государстве пребывания. Торгпредства входят в систему Министерства промышленности и торговли Российской Федерации.

Торгпредства сегодня открыты в 57 странах мира, перечень представлен в разделе 9 «Дополнительная информация».

8.2 Этапы экспортного проекта. Господдержка на каждом из этапов

РЭЦ, региональные ЦПЭ и торговые представительства Российской Федерации оказывают консультирование о существующих мерах государственной и негосударственной поддержки экспорта, предоставляют экспортерам и экспортно ориентированным предприятиям поддержку и услуги по вопросам экспортной деятельности.

РЭЦ оказывает консультирование и предоставляет услуги самостоятельно и/или с привлечением аккредитованных сервисных партнеров и торговых советников. Уточнить условия можно любым удобным способом: позвонить в РЭЦ на горячую линию 8-800-550-01-88, оставить запрос на сайте www.exportcenter.ru либо направить на электронный адрес info@exportcenter.ru. Также можно обратиться в региональные и зарубежные представительства РЭЦ.

Важным источником получения как информации, так и самих услуг стал портал «Мой экспорт» (https://myexport.exportcenter.ru/).

Школа экспорта РЭЦ предоставляет поддержку начинающим предприятиям-экспортерам очно и дистанционно. Очные семинары Школы экспорта РЭЦ реализуются в регионах РФ местными операторами, определенными органами региональной власти. Перечень регионов — участников образовательной программы Школы экспорта РЭЦ представлен на сайте www.exportedu.ru, в разделе «О Школе экспорта». Все представители региональных операторов прошли соответствующую подготовку в Школе экспорта РЭЦ.

Дистанционное обучение можно пройти на сайте Школы экспорта РЭЦ по программе «Старт экспортной деятельности: 10 шагов к успеху». Там же в разделе «Библиотека» экспортерам доступны учебные пособия по актуальным вопросам внешнеторговой деятельности.

Подать заявку на обучение в своем регионе можно на сайте www.exportedu.ru или обратившись к региональному оператору.

Контакты: edu@exportcenter.ru; info@exportedu.ru.

Региональные ЦПЭ предоставляют консультации и услуги самостоятельно и/или посредством привлечения сторонних профильных экспертов. Уточнять условия необходимо в каждом региональном ЦПЭ индивидуально. Обратиться за поддержкой в региональные ЦПЭ можно по контактам, размещенным на индивидуальных сайтах региональных ЦПЭ.

Обращение в Торговые представительства за консультацией по вопросам экпортной деятельности в онлайн-режиме возможно через сервис запросов на сайте Министерства промышленности и торговли Российской Федерации http://minpromtorg.gov.ru/ministry/trade_mission/request_support_export/. Торговые представительства Российской Федерации оказывают поддержку на безвозмездной основе.

Экспортеры могут воспользоваться необходимыми услугами государственной поддержки на каждом этапе экспортного проекта.

1 ЭТАП Выбор рынка сбыта и поиск иностранного покупателя

На первом этапе экспортного проекта экспортер может получить в рамках господдержки следующие услуги:

- проведение исследований;
- поиск потенциальных покупателей;
- адаптация материалов;
- участие в выставочно-ярмарочных мероприятиях и деловых миссиях;
- электронная торговля;
- международные тендеры.

Проведение исследований

Исследование рынка – важная и необходимая составляющая при разработке стратегии выхода на внешние рынки. Проведение глубокого, всестороннего анализа зарубежных отраслевых и страновых рынков является одной из важнейших задач как на этапе принятия решения о выходе на них, так и в дальнейшем, при формировании стратегии позиционирования компании и ее продукции за рубежом.

Маркетинговые услуги и услуги по проведению аналитических исследований рынка оказывают РЭЦ, региональные ЦПЭ и торговые представительства.

РЭЦ сформировал уникальные компетенции по аналитике и исследованиям экспортной тематики и предлагает два формата продуктов по аналитике и исследованиям: готовые онлайн-отчеты и интерактивные аналитические продукты.

Данные продукты помогут экспортерам получить актуальную аналитическую информацию по следующим направлениям:

Готовые онлайн-отчеты

- Ежемесячный обзор экспорта России;
- Экспорт по выбранной отрасли;
- Экспорт по выбранному товару;
- Товарно-страновой профиль со списком потенциальных покупателей;
- Экспорт в выбранный регион мира;
- Экспорт в выбранную страну;
- Экспорт выбранного федерального округа России;
- Экспорт выбранного региона России.

Интерактивные аналитические продукты

- Навигатор по барьерам;
- Поиск рынков сбыта.

По индивидуальным запросам в проведении маркетинговых исследований рынков в субъектах Российской Федерации компаниям МСП оказывают поддержку **региональные ЦПЭ**:

- Анализ конкурентоспособности продуктовой линейки и выбор перспективного продукта для международного рынка;
- Выбор страны;
- Оценка зарубежных рынков.

Адресное содействие в проведении маркетинговых исследований – сбор, накопление и анализ данных о состоянии и тенденциях изменения рынков, сегментов и отдельных их участников и институтов - поможет МСП получить информацию, которая станет основанием для принятия маркетинговых и управленческих решений относительно выхода конкретного продукта и/или субъекта МСП на иностранный рынок.

Торговые представительства Российской Федерации в иностранных государствах оказывают следующие услуги российским предприятиям:

- Анализ информации о потенциальном спросе на российские товары, услуги, включая торговлю информацией и объектами ИС;
- Подготовка по запросам предпринимателей материалов, справок о состоянии рынка страны пребывания, торговом режиме в отношении российского товара (услуги).



Поиск потенциальных покупателей

Поиск партнера и иностранного покупателя является одной из наиболее востребованных мер поддержки.

Для успешного продвижения на внешних рынках российскому производителю или поставщику нужно иметь представление о потенциальных потребителях его продукции за рубежом. Получить эти сведения самостоятельно можно, но в большинстве случаев непросто.

РЭЦ осуществляет формирование списков (лонг-листов) потенциальных покупателей за рубежом и передает контактную информацию по найденным иностранным контрагентам.

Также РЭЦ осуществляет поиск потенциальных иностранных покупателей, включая предварительный контакт и проверку интереса и по результатам формирует перечень потенциальных покупателей, проявивших интерес к сотрудничеству и готовых вступить в предметные переговоры. Услуги РЭЦ по данному направлению включают:

- составление предварительного списка потенциальных партнеров на целевом рынке;
- проведение поиска дополнительной информации для уточнения профиля потенциальных торговых партнеров и оценки возможного интереса к продукции и сотрудничеству;
- осуществление рассылки презентационных материалов, проведение мониторинга обратной связи в рамках первичных переговоров с выбранными потенциальными торговыми партнерами для определения и подтверждения интереса к сотрудничеству и переговорам.

После проработки данного отчета РЭЦ готов оказывать содействие в сопровождении предметных переговоров с обозначенными заинтересованными партнерами вплоть до выхода на согласование существенных условий экспортной сделки.

Кроме того, клиентам РЭЦ доступны консультации зарубежных представителей РЭЦ по различным аспектам ведения бизнеса в целевой стране (как в рамках регулярных вебинаров, так и индивидуально). О расписании страновых и отраслевых вебинаров можно узнать по ссылке: **https://www.exportcenter.ru/events/** (требуется предварительная запись и подтверждение участия).

Зарубежные представители оказывают содействие в поиске партнеров для российских поставщиков, организации деловых миссий, проработке перспективных направлений развития торговли и в решении на местах текущих вопросов, связанных с особенностями ведения бизнеса в той или иной стране, включая:

- внутренние барьеры, пошлины, налоги, иные ограничения ведения бизнеса;
- предварительная оценка востребованности российских товаров/услуг на зарубежном рынке;
- валютное законодательство;
- аспекты таможенного оформления, логистики и сертификации в стране;
- общие вопросы по возможностям регистрации юридического лица;
- деловая этика страны.

Региональные ЦПЭ предоставляют поиск и подбор иностранного партнера, в т.ч. налаживание связи с потенциальными иностранными партнерами, включая ведение коммерческой корреспонденции, первичные переговоры, проверку деловой репутации потенциального партнера.

Совместно **РЭЦ и региональные ЦПЭ** оказывают содействие по поиску российских товаров (работ, услуг) по запросам иностранных контрагентов.

Данный сервис ориентирован на иностранных покупателей и заказчиков, обратившихся в РЭЦ или ЦПЭ с целью нахождения поставщиков определенных российских товаров, работ и услуг. Ключевая ценность данной услуги – быстрый выход на переговоры заинтересованных в сотрудничестве сторон.

Торговые представительства оказывают содействие в подборе партнеров для реализации совместных проектов в государстве пребывания. В рамках обращения в торговые представительства можно сформировать запрос на поиск потенциальных партнеров в данной стране и передачу контактных данных иностранных организаций.

Также торговые представительства предоставляют основные данные об иностранной организации, в том числе осуществляют проверку благонадежности потенциальных иностранных партнеров.



Адаптация материалов

С целью правильного позиционирования на зарубежных рынках, успешного поиска покупателей/партнеров и проведения переговоров требуется адаптация сервисов и материалов: создание иностранной версии сайта, подготовка презентаций, писем о сотрудничестве и коммерческих предложений на иностранных языках.

ЦПЭ оказывает поддержку субъектам МСП по следующим направлениям:

- подготовка и перевод на иностранные языки презентационных и других материалов (описания товаров, технической документации, текста договора, рекламного проспекта, презентации компании, текста сайта, каталога, текста упаковки и т.п.) в электронном виде, в том числе поддержка по адаптации и переводу упаковки товара;

- создание на иностранном языке нового и (или) модернизация уже существующего интернет-сайта субъектов предпринимательства, в т.ч. разработка разделов и размещение информации о производимых товарах (выполняемых работах, оказываемых услугах) на иностранном языке.

Участие в выставочно-ярмарочных мероприятиях и деловых миссиях

Отдельно стоит выделить активность на **выставках-ярмарках** и в **деловых миссиях**. Несмотря на общую цель и назначение, формат участия в данных мероприятиях различается.

Международная выставка — эффективная площадка для позиционирования своей компании и продукции, поиска потенциальных покупателей и проведения первичных переговоров.

Предприятию предоставляется финансовая поддержка в проведении российских экспозиций. Современная выставка — это гибкий инструмент, предлагающий экспоненту широкий спектр продвижения: экспозиция, деловая программа, шоу-мероприятия, выставочные издания (каталог, пресс-бюллетени, спецвыпуски газет), интерактивные сайты, возможности пред- и поствыставочной рекламы и PR.

Этот маркетинговый инструмент позволяет налаживать коммуникации и получать обратную связь от потребителей. Кроме того, это возможность оценить конкурентов, определить свое положение на рынке, провести анализ потенциального спроса на продукцию.

Каждая выставка по-своему уникальна и требует специальной подготовки для эффективного использования ее возможностей. Важно определить целесообразность участия в той или иной выставке, оценить ее возможности с точки зрения реализации экспортных задач предприятия.

РЭЦ, обладая значительными компетенциями в области экспорта, совместно с федеральными органами исполнительной власти и ключевыми отраслевыми ассоциациями анализирует главные международные и отраслевые мероприятия и на регулярной основе составляет перечень наиболее востребованных выставок и мероприятий в различных зарубежных странах.

На этих выставках будут организованы стенды российских экспортеров под брендом РЭЦ и «Made in Russia». Данная программа предполагает участие компаний в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях за рубежом (в формате группового или индивидуального стенда); а также в крупных международных мероприятиях, проводимых на территории Российской Федерации. На этих стендах компании получают возможность презентовать свою продукцию, оценить спрос на нее и наладить деловые контакты с перспективными зарубежными партнерами.

Экспортеры и экспортно ориентированные предприятия могут получить софинансирование части затрат на аренду площадей, застройку и сопровождение выставочных стендов, доставку выставочных образцов (в т.ч. затраты на их таможенное оформление и страхование), услуги переводчиков.

Календарь мероприятий доступен на портале «Мой экспорт» (https://myexport.exportcenter.ru/events/) и на регулярной основе обновляется. Для удобства использования предусмотрена фильтрация по отраслям, странам, датам.

Также РЭЦ разработал памятку участникам конгрессно-выставочных мероприятий, в которой можно получить информацию, как подать заявку на участие в конгрессно-выставочных мероприятиях; как выглядит процесс подачи и рассмотрения заявки; какие затраты на участие подлежат софинансированию и в каком объеме.

РЭЦ также реализует особые мероприятия, направленные на участие продукции российских экспортеров АПК в дегустационно-демонстрационных мероприятиях по продвижению и стимулированию потребления продукции, включая мероприятия по популяризации национальной кухни. А ключевой функцией РЭЦ в данной специальной программе является создание (управление и содержание) действующих дегустационно-демонстрационных павильонов российских продуктов питания в иностранных государствах (далее - павильоны).

Основная цель павильонов — создание условий для проведения эффективной бизнес-коммуникации с потенциальными потребителями продукции и эффективного маркетингового продвижения с упором на созданную инфраструктуру присутствия российских производителей за рубежом.

В настоящее время павильоны действуют на территории КНР, Египта, Турции, Вьетнама, ОАЭ и Саудовской Аравии.

Размещение продукции компании в павильоне позволяет представить продукцию потенциальным покупателям за рубежом, наладить B2B-контакты и повысить узнаваемость компании среди иностранных покупателей.

Основные преимущества для российских компаний при размещении продукции в павильонах:

- бесплатная инфраструктура павильонов (площади, оборудование, содержание павильона, стендов и иного оборудования);
- продвижение и маркетинговая поддержка павильонов со стороны РЭЦ;
- поиск потенциальных покупателей продукции со стороны РЭЦ;
- помощь в проведении промоакций со стороны РЭЦ в рамках павильона.

Обратившись в **региональные ЦПЭ**, можно получить информацию о перечне выставочно-ярмарочных мероприятий и соответствующую поддержку. Региональные ЦПЭ оказывают поддержку в организации участия в выставочно-ярмарочном мероприятии в иностранном государстве и на территории Российской Федерации. В рамках данной услуги субъект предпринимательства может подать заявку как на участие в коллективном стенде экспортеров региона, так и на организацию индивидуального стенда.

Организация участия со стороны регионального ЦПЭ включает в себя аренду выставочных площадей и оборудования; застройку и сопровождение стенда, в том числе включая разработку дизайн-проекта; организацию доставки выставочных образцов, в том числе затраты на их таможенное оформление и страхование; аренду площадей для обеспечения деловых мероприятий, включая аренду переговорного комплекса; оплату регистрационных сборов за представителей субъектов малого и среднего предпринимательства, техническое и лингвистическое сопровождение переговоров; подготовку презентационных материалов.

Торговые представительства за рубежом предоставляют информацию о возможностях и условиях участия в выставочно-ярмарочных мероприятиях в стране пребывания.

Международная деловая миссия – это комплекс мероприятий, проводимых за пределами Российской Федерации и на территории Российской Федерации, направленных на продвижение российских товаров (работ, услуг) на зарубежных рынках и заключение внешнеэкономических сделок, в том числе презентацию продукции российских компаний потенциальным иностранным потребителям российской продукции, а также организацию двусторонних и многосторонних встреч в различных формах.

Деловая миссия – официально организованный выезд бизнес-делегации (предпринимателей) в страну интереса взаимного сотрудничества. В рамках деловых миссий предприятия получают возможность познакомиться и напрямую пообщаться с потенциальными зарубежными партнерами, которые проявили интерес к подобной встрече. Деловые миссии позволяют собрать в одном месте профильные зарубежные организации, которые заинтересованы в сотрудничестве с российскими предприятиями. Участие в деловых миссиях способствует выходу на экспортные заказы на поставку товаров, работ и услуг и развитию торговых связей.

В рамках деловой миссии можно не только познакомиться с подобранными под запрос экспортера и производимую продукцию (работы, услуги) потенциальными покупателями, убедиться в их надежности, определить степень заинтересованности, но даже посетить предприятие покупателя и познакомиться очно с его требованиями, условиями работы и т.д.

РЭЦ оказывает содействие в организации участия в деловых миссиях. Поддержка заключается в организации и проведении за рубежом и на территории Российской Федерации международных деловых миссий, в том числе:

- подготовительные мероприятия по идентификации и поиску релевантных российских и иностранных участников деловых миссий;
- организация обмена необходимой информацией между участниками предстоящей деловой миссии об участнике деловой миссии и поставляемой/потребляемой продукции;
- организация и проведение двусторонних и многосторонних B2B-встреч и переговоров с зарубежными партнерами;
- презентация продукции или услуг российских компаний;
- сбор предложений от заинтересованных участников;
- содействие в подписании в рамках деловых миссий двусторонних документов о намерениях Memorandum of Understanding (MoU) или поставке российской продукции (контрактов).

Выездные мероприятия для экспортеров – один из самых эффективных инструментов продвижения своей продукции за рубежом. Но также можно принять участие в подобных мероприятиях и дистанционно – в формате видео-конференц-связи. Дистанционный формат деловых миссий не предполагает дополнительных затрат со стороны компаний и может стать эффективным инструментом для поиска партнера, площадкой для переговоров.

Дополнительную информацию вы можете получить, изучив видеокурс «Подготовка предприятия к участию в специализированных бизнес-миссиях», размещенный на официальном сайте **Школы экспорта РЭЦ**. Данный курс посвящен различным аспектам участия в деловых миссиях, в том числе вопросам деловой коммуникации с учетом специфики стран. Видеокурс доступен обучающимся по программе «Старт экспортной деятельности: 10 шагов к успеху».

Региональные ЦПЭ оказывают услуги по организации и проведению международных, межрегиональных и реверсных деловых миссий для субъектов МСП.

Поддержка региональных ЦПЭ заключается в проведении мероприятия с организационной подготовкой, включающей определение потенциальных интересантов, степени заинтересованности в сотрудничестве и получение отклика, подготовку необходимых презентационных и рекламных материалов и проведение двусторонних деловых переговоров. Помощь оказывается в планировании участия в деловых миссиях с проведением предварительной маркетинговой и организационной подготовки. Для этого анализируются условия выхода на определенный сегмент иностранного рынка, определяются потенциальные интересанты, при необходимости организуются экспонирование и показ товаров для продвижения,

определяется степень заинтересованности в сотрудничестве. ЦПЭ также помогает в непосредственной организации деловых миссий, в т.ч. в оплате аренды помещения для переговоров, техническом и лингвистическом сопровождении переговоров, перевозке участников.

Региональные ЦПЭ также оказывают поддержку по организации и проведению межрегиональных и реверсных деловых миссий.

Реверсная деловая миссия – прием иностранной делегации с целью организации встреч и переговоров между субъектами МСП региона и потенциальными иностранными покупателями российских товаров (работ, услуг).

Межрегиональная деловая миссия – коллективная поездка представителей МСП региона в другие субъекты Российской Федерации с предварительной организационной подготовкой (включая определение потенциальных интересантов, степени заинтересованности в сотрудничестве и получение обратного отклика, подготовку необходимых презентационных и рекламных материалов и проведение двусторонних деловых переговоров) в случае прибытия делегации иностранных покупателей в другой субъект Российской Федерации.

Торговые представительства за рубежом предоставляют информацию о возможностях и условиях участия в деловых миссиях в стране пребывания.



Электронная торговля

Глобальный рынок интернет-торговли является динамично развивающейся сферой бизнеса и на протяжении многих лет демонстрирует непрерывный рост. Экспорт по каналам электронной торговли дает возможность как малым, так и крупным компаниям представить свой товар целевой аудитории со всего мира, что в большинстве случаев является менее затратным и более эффективным способом продвижения товаров в сравнении с форматом классических экспортных продаж.

РЭЦ сотрудничает с крупнейшими зарубежными партнерами-маркетплейсами, такими как AliBaba.com, Tmall.hk, JD. Ведется активная работа с платежными системами для образования тарифной сетки, выгодной для российских потребителей.

РЭЦ консультирует экспортеров по способам организации экспортной интернет-торговли:

- определение оптимальных путей развития экспорта с использованием инструментов электронной торговли;
- подбор наиболее подходящей онлайн-площадки;
- размещение в национальном магазине РЭЦ на некоторых торговых площадках;
- информация о процедурах регистрации на выбранной электронной площадке;
- подготовка документов, необходимых для листинга товаров.

РЭЦ также разработал дополнительные материалы: методическое пособие по электронной торговле на B2C- и B2B-площадках и онлайн-маршрутизатор (бот) по подбору маркетплейса. В этих материалах представлена основная информация, которая необходима для старта экспорта онлайн.

Основным аспектам онлайн-экспорта посвящено учебное пособие **Школы экспорта РЭЦ** «Возможности онлайн-торговли для экспортеров». Цель данного пособия – ознакомить представителей экспортно ориентированных предприятий с возможностями трансграничного онлайн-экспорта, основными теоретическими инструментами и практическими рекомендациями для его реализации.

РЭЦ совместно с **региональными ЦПЭ** разработал программу по поддержке размещения продукции на электронных торговых площадках. Благодаря программе МСП могут частично компенсировать затраты, связанные с организацией электронной экспортной торговли (размеры господдержки необходимо уточнять дополнительно).

Региональные ЦПЭ также предоставляют консультации о возможностях экспортной электронной торговли, а также содействие в размещении субъектов МСП на международных торговых площадках, а именно:

- привлечение сервисного партнера;
- регистрация и продвижение на электронной площадке.

Такая поддержка позволяет решить частные вопросы при осуществлении экспортной деятельности по электронным каналам продаж.

Международные тендеры

Один из эффективных способов продвижения компании-экспортера на международном рынке — участие в зарубежных проектах и тендерах. С учетом объективных факторов развития государственных и коммерческих систем закупок и субъективных факторов, связанных со степенью готовности массового российского экспортера к участию в международных конкурентных торгово-закупочных процедурах, **РЭЦ** сконцентрировался на тендерах, финансируемых на средства международных институтов развития: ООН и Всемирного банка.

Данные тендеры отличаются высокой степенью транспарентности, они предоставляют возможность экспортерам разных стран вести равную конкуренцию. **РЭЦ** разработал аналитический и методический материал, отвечающий на вопросы, как оценить целесообразность регистрации, зарегистрироваться и пользоваться закупочной площадкой.

Система закупок в рамках проектной деятельности Всемирного банка

Система закупок ООН

В ряде случаев необходимым условием участия в международном тендере является наличие в комплекте тендерной документации тендерной гарантии. Чаще всего тендерная гарантия требуется в случаях, когда конкурс на поставку товаров / оказание услуг объявляет государственная компания либо компания с государственным участием. **Тендерная гарантия** – это гарантия, предоставляемая участникам тендера (экспортерам) в обеспечение выполнения обязательств победителя на условиях, которые были заявлены в ходе конкурса. Тендерная гарантия покрывает следующие риски: отказ участника от выполнения своих обязательств по поставкам или предоставлению услуг, отзыв предложения, участвующего в тендере, отказ стороны, за которую выдана гарантия, от подписания договора в случае победы в тендере. РОСЭКСИМБАНК готов оказать гарантийную поддержку экспортерам в части выдачи тендерных гарантий.

2 ЭТАП Подготовка товара к экспорту; получение разрешительной документации на вывоз и на ввоз



На втором этапе экспортного проекта экспортер может получить в рамках господдержки услуги по следующим направлениям:

- сертификация и оценка соответствия продукции требованиям внешнего рынка;
- патентование и защита объектов интеллектуальной собственности (ОИС).

Сертификация и оценка соответствия продукции требованиям внешнего рынка

Один из самых сложных и затратных аспектов экспортной деятельности – сертификация продукции в соответствии с требованиями страны поставки.

РЭЦ оказывает консультирование о требованиях, установленных на внешних рынках, которым необходимо обеспечить соответствие российской продукции для выпуска в обращение на внешние рынки, в т.ч. определение органа по оценке соответствия, способного выдать требуемый на внешнем рынке документ об оценке соответствия.

На территории России РЭЦ сотрудничает с государственными органами, курирующими вопросы соответствия товаров стандартам качества, такими как Росстандарт, Росаккредитация, Минздрав России, Росздравнадзор, Роспотребнадзор, а также с организациями, оформляющими документы по сертификации: Центр стандартизации и метрологии Росстандарта, Торгово-промышленная палата Российской Федерации, Всесоюзный НИИ сертификации (ВНИИС).

Для упрощения работы экспортеров РЭЦ подготовил полезные информационные материалы, которые позволят компаниям самостоятельно разобраться в некоторых вопросах – Справочник «Требования по оценке соответствия продукции».

Еще одна услуга РЭЦ – «Сертификат свободной продажи» (free sale certificate), который подтверждает, что отечественный продукт, ввозимый на иностранный рынок, соответствует установленным обязательным требованиям безопасности в рамках законодательства Российской Федерации и в настоящее время свободно обращается на рынке России. Данный сертификат, как правило, актуален в развивающихся странах. Так, например, его обычно требуют

при экспорте пищевой продукции, косметики, бытовой химии, лекарственных препаратов, медицинской техники в страны Юго-Восточной Азии, Латинской Америки и Африки.

РЭЦ также запустил специальную программу по компенсации части затрат, связанных с сертификацией промышленной продукции и продукции АПК на внешних рынках. В рамках данной программы компенсируется часть расходов, связанных с проведением процедуры сертификации (проведение ветеринарно-санитарных и фитосанитарных мероприятий; транспортировка, хранение, испытание и утилизация испытательных образцов). Данные программы позволяют компенсировать от 50% до 80% понесенных затрат. Актуальные размеры компенсации необходимо уточнять (сайт РЭЦ, раздел «Услуги» («Меры государственной поддержки»).

Региональные ЦПЭ оказывают услуги по содействию в приведении продукции в соответствие с обязательными требованиями, предъявляемыми на внешних рынках для экспорта товаров, работ, услуг (стандартизация, сертификация, необходимые разрешения), а именно содействие в получении комплекса работ (мероприятий), осуществляемых в целях оценки соответствия продукции обязательным требованиям, предъявляемым на внешних рынках, включающими, в том числе, подготовку (разработку, доработку, перевод) технической документации на продукцию, транспортировку, хранение, испытания и утилизацию испытательных образцов.

Торговые представительства за рубежом предоставляют информацию о необходимых разрешительных документах, которые требуются в стране пребывания.

Патентование и защита объектов интеллектуальной собственности (ОИС)

РЭЦ консультирует экспортеров об имеющихся на зарубежных рынках рисках, связанных с нарушением интеллектуальных прав, о возможностях правовой охраны за рубежом изобретений и иных охраняемых результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации. Патентная охрана изобретения в зарубежных странах позволяет экспортеру пользоваться исключительными правами на запатентованное изобретение, а также заключать лицензионные соглашения с зарубежными компаниями на использование своего изобретения.

РЭЦ подготовил полезные информационные материалы – справочник «Интеллектуальная собственность», где экспортер найдет информацию о подходах к регистрации прав на ИС за пределами России.

Региональные ЦПЭ оказывают услуги по организации индивидуальных патентных исследований, включая разработку патентных ландшафтов и проведение патентной технологической разведки исследования иностранных рынков по запросу субъекта предпринимательства.

Патентное исследование включает в себя сбор, накопление и анализ данных в целях определения текущей патентной ситуации на иностранных рынках в отношении планируемой к экспорту продукции, в том числе проверку возможности свободного использования данной продукции без риска нарушения действующих патентов; анализ для определения потенциальных контрагентов и конкурентов, выявления и отбора объектов лицензий, приобретения патента.

3 ЭТАП Переговоры с иностранным покупателем и заключение внешнеторгового контракта

На третьем этапе экспортного проекта экспортер может получить в рамках господдержки следующие услуги:

- содействие в переговорном процессе;
- подготовка экспортного контракта.

Содействие в переговорном процессе

На этапе организации переговоров с иностранным покупателем необходимы тщательная подготовка и учет особенностей кросс-культурных коммуникаций.

Поддержку в подготовке предварительной переписки, организации встреч, сопровождении переговоров и консультировании по организации презентации продукции иностранным покупателям оказывают РЭЦ, ЦПЭ и торговые представительства. Основная цель и задача – заключение экспортного контракта и вывод экспортеров и экспортно ориентированных предприятий на зарубежные рынки.

РЭЦ оказывает поддержку в сопровождении переговорного процесса как на территории Российской Федерации, так и за рубежом (в том числе в дистанционной презентации экспортной продукции потенциальному иностранному заказчику/покупателю); в организации переговоров от лица компании или совместно с представителями компании.

За содействием в переговорном процессе можно обратиться к зарубежным представителям РЭЦ. В этом случае презентацию продукции и непосредственно переговоры можно провести на площадке зарубежного представительства РЭЦ, получить организационное и лингвистическое сопровождение переговорного процесса.

Учебные пособия Школы экспорта РЭЦ «Деловая коммуникация в экспортной деятельности» и «Как работать с представителями разных культур» помогут освоить инструменты эффективных деловых коммуникаций (в том числе с учетом кросс-культурных особенностей), которые позволят успешно реализовать весь жизненный цикл экспортного проекта.

Региональные ЦПЭ оказывают содействие в налаживании связей с потенциальными иностранными партнерами, включая ведение коммерческой корреспонденции, первичные телефонные переговоры и (или) переговоры с использованием видеоконференцсвязи. ЦПЭ оказывают поддержку в организации индивидуальных поездок субъекта МСП за рубеж с целью проведения переговоров с потенциальным заказчиком/покупателем товаров (работ, услуг) и заключения экспортного контракта.

Также ЦПЭ в рамках реверсных бизнес-миссий организуют встречи и переговоры российским предприятиям с иностранными предпринимателями на территории субъекта РФ, проводят встречи и переговоры по вопросам делового, технологического и научно-исследовательского сотрудничества между российскими и иностранными предпринимателями. Региональные ЦПЭ предоставляют помещения для переговоров, осуществляют организационное, техническое и лингвистическое сопровождение переговоров, в ряде случаев оплачивают расходы на проживание и проезд иностранных партнеров к месту проведения переговоров.

Торговые представительства также оказывают содействие российским компаниям в переговорах с потенциальными заказчиками/покупателями в стране пребывания; оказывают содействие в выходе на контакт с местными органами власти по вопросам участия в крупных инфраструктурных проектах.

Подготовка экспортного контракта

Контракт – это правовая основа экспортного проекта. Для того чтобы минимизировать риски при заключении контракта с зарубежным покупателем, очень важно уделить внимание всем аспектам именно на этапе подготовки внешнеторгового контракта и согласования его условий с контрагентом.

Проект экспортного контракта на поставку товаров представляет собой текст соглашения с иностранным покупателем, которое экспортер адаптирует под условия конкретной внешнеторговой сделки.

РЭЦ подготовил онлайн-проект экспортного контракта на поставку товаров. Скачать проект контракта можно на сайте РЭЦ (раздел «Услуги» («Юридические услуги»)). Проект содержит положения, типичные для соглашений, которые заключают экспортёры при совершении сделок. Проект экспортного контракта подготовлен так, что стороны сделки могут принять его как основу для соглашения. При достижении дополнительных договоренностей в него можно вносить все необходимые изменения. Для удобства экспортера подготовлены комментарии о порядке внесения в проект контракта необходимой информации.

Школа экспорта РЭЦ разработала учебное пособие Правовое обеспечение экспортной деятельности», цель которого - помочь малым и средним предприятиям повысить эффективность их работы при подготовке, заключении и исполнении внешнеторгового контракта, а также при обеспечении защиты своих прав на интеллектуальную собственность за рубежом.

Региональные ЦПЭ оказывают услуги по подготовке, экспертизе и сопровождению экспортного контракта. Услуга предоставляется сторонними специализированными юридическими организациями.

Правовая экспертиза международных контрактов – это проверка контрактов и соглашений на соответствие законодательству, логике сделки и вашим коммерческим интересам. Правовая проверка договора является необходимым этапом заключения сделки.

Также ЦПЭ оказывают консультирование по правовым аспектам экспортной деятельности.

Торговые представительства оказывают консультационную поддержку по общим вопросам национального законодательства, проверяют надежность потенциального покупателя и рекомендуют консалтинговые фирмы, специализирующиеся на правовых, финансовых и налоговых вопросах.

4 ЭТАП Производство товара

На четвертом этапе экспортного проекта экспортеру могут быть предоставлены услуги по обучению и финансовой поддержке.

По результатам оценки персонала может возникнуть необходимость в повышении квалификации. Организации, оказывающие государственную поддержку по повышению квалификации (обучению) МСП в сфере экспорта, - Школа экспорта РЭЦ и ЦПЭ.

Образовательная программа **Школы экспорта РЭЦ** состоит из 11 курсов, причем каждый курс посвящен отдельному этапу экспортного проекта. Обучение по программе Школы экспорта РЭЦ (очное и дистанционное) проводится на безвозмездной основе.

Содержание программы Школы экспорта РЭЦ «Организация экспортной деятельности российских предприятий»:

Курс 1. Введение в экспорт. Жизненный цикл экспортного проекта.Государственная поддержка экспортно ориентированных предприятий.

Школа экспорта РЭЦ
РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

Курс 2. Эффективный маркетинг для экспортеров.

Курс 3. Деловая коммуникация в экспортной деятельности.

Курс 4. Правовое обеспечение экспортной деятельности.

Курс 5. Управление финансовыми ресурсами для экспортеров.

Курс 6. Документационное обеспечение экспортной деятельности.

Курс 7. Таможенное оформление экспортных операций.

Курс 8. Логистика в экспортной деятельности.

Курс 9. Возможности онлайн-торговли для экспортеров.

Курс 10. Налоговые аспекты экспортной деятельности.

Курс 11. Продукты Группы Российского экспортного центра.

ЦПЭ занимаются организацией вебинаров, круглых столов, конференций, форумов, семинаров, мастер-классов и иных публичных мероприятий по тематике экспортной деятельности для субъектов МСП.

По результатам оценки готовности производства к экспортной деятельности может возникнуть необходимость в привлечении внешних финансовых ресурсов на приобретение сырья, материалов, оплаты услуг субподрядчиков для исполнения обязательств по внешнеторговому контракту. Существует ряд организаций, оказывающих государственную финансовую поддержку экспортно ориентированным МСП.

РОСЭКСИМБАНК.

Кредитная поддержка

«Экспортный стандарт» для сегмента МСП. Кредит для пополнения оборотных средств экспортера в рамках заключенных экспортных контрактов на сумму до 10 млн рублей (не более 80% экспортного контракта) по ускоренной процедуре.

РОСЭКСИМБАНК
ГРУППА РОССИЙСКОГО ЭКСПОРТНОГО ЦЕНТРА

Условия получения кредита:

- компания-заемщик является резидентом Российской Федерации;
- компания является субъектом МСП (в соответствии с Федеральным законом от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ), деятельность которых связана с осуществлением экспорта с территории РФ;
- срок ведения хозяйственной деятельности – не менее 18 месяцев;
- общая система налогообложения;
- опыт реализации не менее одного исполненного экспортного контракта на сумму не менее 6 млн рублей (при сумме кредита менее 6 млн рублей – наличие продолжительного опыта реализации контрактов на сумму не менее суммы кредита);
- предмет экспорта – товары, относящиеся к несырьевому неэнергетическому экспорту;
- обеспечение кредита: залог прав на получение экспортной выручки и поручительства владельцев бизнеса.

Подробнее:

Предэкспортное финансирование (финансирование расходов на приобретение сырья, материалов, оплату услуг субподрядчиков для исполнения обязательств по внешнеторговому контракту).

Условия получения кредита:

- доля российской составляющей (стоимость сырья, материалов, комплектующих, работ и услуг, произведенных на территории РФ) в общей стоимости внешнеторгового контракта — не менее 30%;
- кредит предоставляется в размере до 88% от суммы внешнеторгового контракта;
- кредит выдается в российских рублях или валюте внешнеторгового контракта;
- срок кредита — до 5 лет (для СМСП – до 2 лет);
- обеспечение кредита: под залог прав требования на получение экспортной выручки по внешнеторговому контракту и (или) по договору страхования ЭКСАР.

Подробнее:

Кредит «Деньги на экспорт» - специальная программа кредитования для производителей высокотехнологичного экспорта. Кредитование доступно в рублях.

Условия получения:

- товары или услуги, производимые или экспортируемые организацией, относятся к высокотехнологичному экспорту;
- предприятие может проверить свое соответствие по приказу Министерства промышленности и торговли РФ № 3092 от 16.09.2020;
- срок ведения хозяйственной деятельности – не менее 18 месяцев;
- резиденты РФ - экспортеры продукции ВТП с выручкой до 5 млрд рублей.

Подробнее:

РОСЭКСИМБАНК. Гарантийная поддержка

Гарантия возврата авансового платежа. Если условиями внешнеторгового контракта предусмотрено предоставление авансового финансирования, а иностранный покупатель готов перечислить авансовый платеж под гарантию банка, Росэксимбанк обеспечит обязательства предприятия по возврату авансового платежа.

Условия предоставления гарантии:

- размер гарантии: лимит обязательства по гарантии ограничивается суммой полученного экспортером аванса и может быть уменьшен по мере исполнения экспортером контрактных обязательств и с учетом финансового состояния экспортера;
- валюта гарантии — российский рубль или валюта внешнеторгового контракта;
- срок гарантии определяется в соответствии с условиями внешнеторгового контракта;
- гарантии могут быть выданы в рамках документарных лимитов либо с предоставлением дополнительного обеспечения.

Подробнее:

Основное условие предоставления гарантии:

- предоставление проекта или заключенного договора поставки.

Гарантия платежа. Если для исполнения экспортных обязательств предприятию необходимо задействовать субподрядчиков, оно может воспользоваться гарантией банка по оплате данного контракта.

Условия предоставления гарантии:

- размер гарантии определяется исходя из заключенного контракта и с учетом финансового состояния экспортера;
- валюта гарантии — российский рубль или валюта контракта;
- срок гарантии определяется условиями контракта и структурирования сделки;
- гарантии могут быть выданы в рамках документарных лимитов либо с предоставлением дополнительного обеспечения.

Подробнее:

Основное условие предоставления гарантии:

- предоставление проекта или заключенного договора поставки.

ЭКСАР. Страховая поддержка

ЭКСАР
ГРУППА РОССИЙСКОГО ЭКСПОРТНОГО ЦЕНТРА

Страхование экспортного контракта

Продукт предназначен для защиты российских экспортеров (а также финансирующих их банков) от риска неплатежа иностранного покупателя. Покрытие распространяется на отдельные поставки, осуществляемые на условиях отсрочки платежа.

Условия страхования:

- объект страхования: отдельный внешнеторговый контракт (проект);
- страхователь (выгодоприобретатель): экспортер по внешнеторговому контракту. Выгодоприобретателем выступает банк, предоставляющий финансирование экспортеру;
- срок заключения договора страхования соответствует периоду действия внешнеторгового контракта;
- застрахованная доля – до 95% контракта.

Подробнее:

Договор страхования покрывает до 95% от суммы неисполненных обязательств иностранного покупателя, и позволяет экспортёру обезопасить свою внешнеторговую деятельность, расширить объем и географию поставок, а также исполнить свою обязанность по репатриации валютной выручки (п. 4 ст. 19 173-ФЗ от 10.12.2003 г.).

За финансовой поддержкой можно обратиться в службу «единого окна» РЭЦ на сайте exportcenter.ru, получить дополнительную информацию об условиях получения - на сайтах Росэксимбанка www.eximbank.ru и ЭКСАР www.exiar.ru.

5 ЭТАП Таможня

На пятом этапе экспортного проекта при подготовке товара к прохождению таможенных процедур можно рассчитывать на следующую поддержку со стороны государственных организаций.

Все ключевые услуги, связанные с внешнеэкономической деятельностью, такие как принятие предварительных решений по классификации товаров по единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Таможенного союза, ведение реестров, принятие предварительного решения о стране происхождения товара и т.д., оказываются Федеральной таможенной службой (ФТС России).

РЭЦ предоставляет экспортерам информацию и разъяснения о порядке и требованиях законодательства при проведении таможенного оформления экспортируемых товаров, обязательных документах и формах осуществления таможенного контроля.

В рамках таможенных процедур РЭЦ оказывает поддержку компаниям, использующим импортное сырье и/или комплектующие для производства экспортной продукции, в получении в таможенном органе разрешения на переработку на таможенной территории для освобождения от уплаты от ввозной таможенной пошлины и ввозного НДС.

Также в процессе декларирования товаров, к которым применяются запреты или, например, ограничения на ввоз или вывоз государствами, может потребоваться выдача лицензии и разрешения на экспорт товаров. Экспортеры, осуществляющие экспорт определенных видов товаров, имеют возможность подать заявление на выдачу лицензии на экспорт и пакет документов через РЭЦ и его региональные подразделения для последующей экспертизы. После экспертизы пакета документов РЭЦ направляет экспертное заключение в Минпромторг РФ и после принятия положительного решения оказывает помощь экспортеру в получении лицензии на бумажном носителе. Лицензию непосредственно выдает Минпромторг РФ.

Школа экспорта РЭЦ подготовила учебное пособие «Таможенное регулирование экспорта», которое поможет сформировать систему знаний по порядку совершения таможенных операций применительно к экспортной деятельности с точки зрения таможенного законодательства.

Региональные ЦПЭ также проводят индивидуальные консультации по вопросам таможенного оформления и лицензирования.

Торговые представительства за рубежом предоставляют информацию о необходимых разрешительных документах, которые требуются в стране пребывания.

6 ЭТАП Логистика

На шестом этапе экспортного проекта организация перевозки груза является важным элементом в процессе подготовки к осуществлению экспортной поставки.

РЭЦ оказывает консультационные услуги по вопросам логистики при экспорте российских товаров в форме вебинаров.

РЭЦ также предоставляет экспортерам помощь в рамках специальных программ субсидиарной поддержки, благодаря которым компании имеют возможность существенно минимизировать затраты по одной из самых значимых статей расходов – логистике.

Специальная программа поддержки производителей промышленной продукции предоставляет возможность экспортерам компенсировать понесенные затраты при транспортировке своей продукции

на внешние рынки. Объем компенсации затрат на транспортировку зависит от установленных лимитов, коэффициентов и перечня компенсируемых затрат и может составлять до 80% фактических затрат организации.

Также действует специальная программа поддержки производителей и поставщиков продовольствия и продукции сельского хозяйства. Объем компенсации затрат на транспортировку зависит от установленных лимитов, коэффициентов и перечня компенсируемых затрат и может составлять до 25% фактических затрат организации по транспортировке.

Учебное пособие **Школы экспорта РЭЦ** «Логистика экспортной деятельности» поможет начинающим экспортерам разобраться, как выбор транспорта влияет на стоимость экспортируемого товара, как повысить скорость и сохранность доставки, на что обратить внимание при выборе логистического провайдера и как контролировать его деятельность для максимизации эффективности экспортного проекта.

В учебном пособии «Практические аспекты Инкотермс» на примере кейсов рассматриваются выбор условий поставки и как этот выбор может повлиять на эффективность экспортного проекта.

Региональные ЦПЭ также проводят индивидуальные консультации по вопросам логистики и способам доставки товаров на внешние рынки. В ряде регионов работают локальные программы по логистике. О размерах и условиях региональных программ необходимо узнавать в местных ЦПЭ.

7 ЭТАП Валютные платежи

На седьмом этапе поддержку оказывают РЭЦ и региональные ЦПЭ.

Школа экспорта РЭЦ подготовила для компаний серию материалов, в том числе семинаров, по вопросам осуществления валютных платежей и валютному контролю.

Важным аспектом седьмого этапа является получение платежа на условиях отсрочки (что оговаривается в контракте). Рассмотрим предложения организаций системы РЭЦ в части финансирования и страхования отсроченных платежей.

РОСЭКСИМБАНК. Кредитная поддержка

Финансирование дебиторской задолженности.
По запросу компании Росэксимбанк предоставляет финансирование, если оплата по внешнеторговому контракту осуществляется с отсрочкой/рассрочкой после отгрузки товара (оказания услуг, осуществления работ).

Условия получения:

- доля российской составляющей (стоимость сырья, материалов, комплектующих, работ и услуг, произведенных на территории РФ) в общей стоимости вашего внешнеторгового контракта — не менее 30%;
- кредит предоставляется в размере до 85% от суммы представленных к оплате отгрузочных документов;

Подробнее:

- кредит выдается в российских рублях или валюте внешнеторгового контракта;
- срок кредита — до 5 лет;
- обеспечение кредита: под залог прав требования на получение экспортной выручки по внешнеторговому контракту и/или по договору страхования ЭКСАР.

Экспортный факторинг.
Это финансирование клиентов-экспортеров со стороны факторинговых компаний под будущую выручку от экспорта.

При факторинге происходит уступка дебиторской задолженности – экспортер получает деньги сразу, а фактор (банк или компания) получает оплату от иностранного покупателя по окончании отсрочки, прописанной в экспортном контракте.

Есть два основных вида факторинга: с регрессом и без регресса.

При факторинге с регрессом экспортер уступает дебиторскую задолженность, получает от фактора денежные средства, но, если покупатель не платит фактору, то экспортер возвращает фактору деньги, которые получил от него при оформлении уступки.

При факторинге без регресса дебиторская задолженность продается фактору, и дальше он самостоятельно разбирается с иностранным покупателем. По сути, это аналог страхования от риска неплатежа в сочетании с финансированием дебиторской задолженности.

Экспортный факторинг решает проблему финансирования дебиторской задолженности сроком до 12 месяцев, покрытия кредитного риска (если речь идет о факторинге без регресса), а также проблему, связанную с требованиями валютного законодательства о репатриации экспортной выручки.

Условия получения:

- доля российской составляющей (стоимость сырья, материалов, комплектующих, работ и услуг, произведенных на территории РФ) в общей стоимости вашего внешнеторгового контракта — не менее 30%;
- отсутствие аффилированности между экспортером и иностранным покупателем;
- сумма: до 100% планируемой дебиторской задолженности иностранного покупателя;
- срок до 12 месяцев, также возможно рассмотрение проектов с более длительной отсрочкой платежа;
- валюта – валюта экспортного контракта.

Подробнее:

Прямой кредит иностранному покупателю.
Поможет иностранному покупателю оплатить товары или услуги предприятия-экспортера.

Условия получения кредита:

- заемщик — иностранный покупатель или заказчик несырьевых товаров или услуг российской компании;
- доля российской составляющей в общей стоимости внешнеторгового контракта — не менее 30%;
- кредит иностранному покупателю предоставляется в размере до 100% от суммы внешнеторгового контракта и /или при наличии страхового покрытия ЭКСАР;

Подробнее:

- кредит выдается в российских рублях или валюте внешнеторгового контракта;
- срок кредита — до 12 лет;
- обеспечение кредита: банковская или государственная гарантия по обязательствам заемщика (бенефициар — Росэксимбанк) и/или договор страхования ЭКСАР;
- заемщик (иностранный покупатель) может использовать средства только для оплаты по заключенному внешнеторговому контракту.

Финансирование через подтвержденный аккредитив.
Этот кредит обеспечит зарубежному покупателю экспортера доступ к финансированию оплаты по внешнеторговому контракту через аккредитив, выпущенный иностранным банком и подтвержденный Росэксимбанком.

Условия получения:

- заемщик — иностранный банк — эмитент аккредитива;
- предприятие экспортирует или производит несырьевые товары или услуги;
- доля российской составляющей в общей стоимости внешнеторгового контракта – не менее 30%;
- кредит предоставляется в размере до 100% от суммы аккредитива;
- кредит выдается в российских рублях или валюте внешнеторгового контракта;
- срок кредита — до 5 лет;
- при необходимости Росэксимбанк может предоставить постфинансирование в валюте, отличной от валюты аккредитива;
- обеспечение кредита: по договору страхования подтвержденного аккредитива, который ЭКСАР заключит с Росэксимбанком.

Подробнее:

Кредит банку иностранного покупателя.
Если иностранному покупателю нужны дополнительные средства для оплаты товаров или услуг российского экспортера, Росэксимбанк может предоставить необходимую сумму его банку-кредитору за рубежом.

Условия получения кредита:

- заемщик — иностранный банк покупателя или заказчика несырьевых товаров или услуг российской компании;
- доля российской составляющей в общей стоимости внешнеторгового контракта — не менее 30%;
- кредит предоставляется в размере до 100% от стоимости внешнеторгового контракта, за исключением аванса, и/или до 100% страховой премии для оплаты по договору страхования с ЭКСАР (см. в разделе «Риски»);
- кредит выдается в российских рублях или валюте внешнеторгового контракта;
- срок кредита — до 15 лет;
- обеспечение кредита: по договору страхования кредита иностранному покупателю, который ЭКСАР заключит с Росэксимбанком;
- заемщик (иностранный покупатель) может использовать средства только для оплаты по заключенному внешнеторговому контракту и оплаты страховой премии по договору экспортного страхования.

Подробнее:

Если предприятию-экспортеру необходима гарантия надлежащего исполнения обязательств по заключенному внешнеторговому контракту, можно воспользоваться гарантийной поддержкой.

РОСЭКСИМБАНК.
Гарантийная поддержка

Гарантия надлежащего исполнения выдается в обеспечение обязательств экспортера перед импортером.

Условия гарантии:

- размер гарантии определяется исходя из заключения внешнеторгового контракта;
- валюта гарантии – российский рубль или валюта внешнеторгового контракта;
- срок гарантии определяется в соответствии с условиями структурирования сделки;
- гарантии могут быть выданы в рамках документарных лимитов либо с предоставлением дополнительного обеспечения.

Основные условия предоставления гарантии:

- предоставление проекта или заключенного экспортного контракта;
- наличие опыта реализации аналогичных контрактов.

Подробнее:

Российские предприятия, поставляющие экспортные несырьевые товары и услуги, могут рассчитывать на получение страховой поддержки от риска неплатежей по внешнеторговым контрактам. Страховая поддержка оказывается как на предэкспортной, так и на постэкспортной стадиях.

ЭКСАР.
Страхование для экспортеров

Страхование экспортного контракта.

Продукт предназначен для защиты российских экспортеров (а также финансирующих их банков) от риска неплатежа иностранного покупателя. Покрытие распространяется на отдельные поставки, осуществляемые на условиях отсрочки платежа.

- объект страхования: отдельный внешнеторговый контракт (проект);
- страхователь (выгодоприобретатель): экспортер по внешнеторговому контракту. Выгодоприобретателем выступает банк, предоставляющий финансирование экспортеру;
- срок заключения договора страхования соответствует периоду действия внешнеторгового контракта;
- застрахованная доля – до 95% контракта.

Подробнее:

Договор страхования покрывает до 95% от суммы неисполненных обязательств иностранного покупателя и позволяет экспортёру обезопасить свою внешнеторговую деятельность, расширить объем и географию поставок, а также исполнить свою обязанность по репатриации валютной выручки (п. 4 ст. 19 173-ФЗ от 10.12.2003 г.).

Страхование краткосрочной дебиторской задолженности.

Страховой продукт предназначен для защиты российских компаний (а также банков, предоставляющих им финансирование) от риска неплатежа иностранных покупателей. Страховое покрытие распространяется на регулярные поставки однородных товаров, осуществляемые на условиях отсрочки платежа (длительностью не более 360 дней), постоянным покупателям за рубежом.

- объект страхования — весь портфель внешнеторговых контрактов страхователя с отсрочкой платежа;
- страхователь (выгодоприобретатель): страхователем выступает экспортер, выгодоприобретателем может выступать банк, предоставляющий финансирование экспортеру;
- застрахованная доля – до 90% контракта;
- срок заключения договора страхования — 1 год.

Подробнее:

Договор страхования покрывает до 90% от суммы неисполненных обязательств иностранного покупателя и позволяет экспортёру обезопасить свою внешнеторговую деятельность, расширить объем и географию поставок, а также исполнить свою обязанность по репатриации валютной выручки (п. 4 ст. 19 173-ФЗ от 10.12.2003 г.).

Продукт предусматривает возможность заключения рамочного договора страхования, в период действия которого экспортер имеет возможность расширять свой портфель иностранных покупателей, включая новых контрагентов в действующий договор страхования на установленных в договоре условиях.

Страхование отсрочки платежа для МСП.

Программа страхования отсрочки платежа для клиентов сегмента МСП позволяет экспортёрам сегмента малого и среднего предпринимательства в режиме онлайн страховать риски, возникающие при работе с иностранными покупателями на условии отсрочки платежа. Продукт доступен для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, зарегистрированных в Едином Реестре субъектов МСП.

- объект страхования — имущественные интересы страхователя по экспортному контракту на условиях отсрочки платежа;
- страхователь (выгодоприобретатель): страхователем выступает экспортер, выгодоприобретателем может выступать банк, предоставляющий финансирование экспортеру;
- застрахованная доля – до 70% контракта;
- срок заключения договора страхования — 1 год.

Подробнее:

Требования к клиенту:

- Экспортер зарегистрирован в качестве юридического лица или индивидуального предпринимателя более 2 лет.
- Экспортер зарегистрирован в Едином Реестре субъектов малого и среднего предпринимательства (https://rmsp.nalog.ru/).
- Покупатель зарегистрирован в качестве юридического лица (не индивидуального предпринимателя) более 2 лет.
- Применимое право по экспортному контракту – российское.

Договор страхования покрывает 70% от суммы неисполненных обязательств иностранного покупателя и позволяет экспортёру обезопасить свою внешнеторговую деятельность, расширить объем и географию поставок, а также исполнить свою обязанность по репатриации валютной выручки (п. 4 ст. 19 173-ФЗ от 10.12.2003 г.).

ЭКСАР. Страхование для банков (покупателей)

Значительный набор продуктов разработан для финансовых институтов. В том числе:

- **Страхование подтвержденного аккредитива.**
- **Страхование кредита иностранному покупателю.**
- **Страхование экспортного факторинга и другие.**

Подробнее: https://www.exiar.ru/products/

Региональные ЦПЭ оказывают услуги по базовому консультированию по процедурам валютного контроля и налогообложения.

Общая схема государственной поддержки

1.	Выбор рынка и поиск иностранного покупателя	Проведение исследований: РЭЦ, ЦПЭ, ТП	Поиск покупателей: РЭЦ, ЦПЭ, ТП	Адаптация материалов: ЦПЭ	Выставки и деловые миссии: РЭЦ, ШЭ, ЦПЭ, ТП	Электронная торговля: РЭЦ, ШЭ, ЦПЭ	Международные тендеры: РЭЦ	Специальные программы: РЭЦ
2.	Подготовка товара к требованиям рынка	Сертификация: РЭЦ, ЦПЭ, ТП	Защита прав интеллектуальной собственности: РЭЦ, ЦПЭ					Специальные программы: РЭЦ
3.	Переговоры и заключение внешнеторгового контракта	Организация переговоров: РЭЦ, ШЭ, ЦПЭ, ТП	Контракт (подготовка, структура, экспертиза): РЭЦ, ШЭ, ЦПЭ, ТП					
4.	Производство	Обучение экспорту: ШЭ, ЦПЭ	Предэкспортное финансирование: Группа РЭЦ, РЭБ, ЭКСАР					Специальные программы: РЭЦ
5.	Подготовка к экспорту/таможня и логистика	Таможенное оформление: РЭЦ, ЦПЭ, ТП	Логистика: РЭЦ, ЦПЭ					Специальные программы: РЭЦ
6.	Валютные платежи	Валютный контроль: ШЭ, ЦПЭ	Постэкспортное финансирование: Группа РЭЦ, РЭБ, ЭКСАР					Специальные программы: РЭЦ

Подробнее о мерах нефинансовой и финансовой поддержки - в материалах **Курса 11 «Поддержка экспортеров: продукты Группы Российского экспортного центра»**.



Перечень региональных и зарубежных представительств АО «Российский экспортный центр»

Региональная сеть:

https://www.exportcenter.ru/contacts/regions/

Собственная региональная сеть РЭЦ представлена в 16 субъектах Российской Федерации:

- Москва;
- Санкт-Петербург;
- Нижний Новгород;
- Ростов-на-Дону;
- Новосибирск;
- Владивосток;
- Калининград;
- Белгород;
- Краснодар;
- Ставрополь;
- Самара;
- Уфа;
- Екатеринбург;
- Красноярск;
- Иркутск;
- Хабаровск.

Зарубежная сеть:

https://www.exportcenter.ru/contacts/world/

- Азербайджан;
- Беларусь;
- Индия;
- Казахстан;
- Китай;
- Таджикистан;
- Турция;
- ОАЭ;
- Узбекистан;
- Вьетнам;
- Армения;
- Киргизия;
- Иран (план).

Перечень региональных Центров координации поддержки экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства

1.	Алтайский край	https://xn--22-9kcqjffxnf3b.xn--p1ai/tsentr-podderzhki-eksporta/
2.	Амурская область	https://amurexport.ru/
3.	Архангельская область	https://msp29.ru/ru/main_centers/tsentr-podderzhki-eksporta/
4.	Астраханская область	https://centerexport30.ru/
5.	Белгородская область	https://export31.ru/
6.	Брянская область	http://32export.ru/
7.	Владимирская область	http://export33.ru/
8.	Волгоградская область	http://cpe.it-face.com/
9.	Вологодская область	https://export35.ru/
10.	Воронежская область	http://export36.ru/
11.	Еврейская автономная область	https://jarexport.ru/
12.	Забайкальский край	http://export75.ru/
13.	Ивановская область	https://www.xn--37-9kcqjffxnf3b.xn--p1ai/mery-gospodderzhki/eksport/
14.	Иркутская область	https://export38.com/
15.	Кабардино-Балкарская Республика	https://exportkbr.ru/
16.	Калининградская область	https://exportkld.ru/
17.	Калужская область	https://kalugaexport.ru/
18.	Камчатский край	https://www.kamexport41.ru/
19.	Карачаево-Черкесская Республика	https://exportkchr.com/
20.	Кемеровская область	https://export42.ru/
21.	Кировская область	http://exportkirov.ru/
22.	Костромская область	http://exportcenter44.ru/
23.	Краснодарский край	http://kubanexport.ru/

24.	Красноярский край	https://xn---24-9cdulgg0aog6b.xn--p1ai/sections/podderzhka-eksporta/
25.	Курганская область	https://export45.com/
26.	Курская область	https://export46.ru/
27.	Ленинградская область	https://crplo.ru/export
28.	Липецкая область	http://export48.ru/
29.	Республика Мордовия	https://www.mordoviaexport.ru/
30.	Московская область	https://exportmo.ru/
31.	Мурманская область	http://www.export51.ru/
32.	Ненецкий автономный округ	https://fond83.ru/centers/centers-export/
33.	Нижегородская область	http://export-nn.ru/
34.	Новгородская область	https://www.ncpe.ru/
35.	Новосибирская область	https://msp.nso.ru/page/28
36.	Омская область	http://ved55.ru/
37.	Оренбургская область	http://orbexport.ru/
38.	Орловская область	https://export57.ru/
39.	Пензенская область	https://export.mbpenza.ru/
40.	Пермский край	https://perm-export.ru/
41.	Приморский край	https://xn--25-9kcqjffxnf3b.xn--p1ai/structure/cpe/
42.	Псковская область	https://export60.ru/
43.	Республика Адыгея	https://export01.ru/
44.	Республика Алтай	https://test.export04.ru/
45.	Республика Башкортостан	https://bashexport.com/
46.	Республика Дагестан	https://export05.ru/
47.	Республика Ингушетия	https://ingexport.ru/
48.	Республика Калмыкия	https://export08.ru/
49.	Республика Карелия	https://export10.ru/en/

50.	Республика Крым	https://exporteram.com/
51.	Республика Марий Эл	https://export12.com/
52.	Республика Саха (Якутия)	http://yakutiaexport.com/
53.	Республика Северная Осетия-Алания	https://fpprso.ru/czentr-podderzhki-eksporta/
54.	Республика Татарстан	http://export-rt.ru/
55.	Республика Тыва	https://xn--17-9kcqjffxnf3b.xn--p1ai/czentr-podderzhki-eksporta/
56.	Республика Хакасия	https://xn--19-9kcqjffxnf3b.xn--p1ai/export_support
57.	Республика Бурятия	https://export03.ru/
58.	Ростовская область	http://www.export161.ru/
59.	Рязанская область	https://exportcenter62.ru/
60.	Самарская область	https://mybiz63.ru/organizations/3
61.	Санкт-Петербург	https://spbexport.ru/
62.	Саратовская область	https://export64.ru/
63.	Сахалинская область	https://export65.ru/
64.	Свердловская область	https://sofp.ru/o-nas/nashi-podrazdeleniya/czentr-podderzhki-eksporta/
65.	Смоленская область	https://export67.com/
66.	Ставропольский край	https://export.fppsk26.ru/ru/
67.	Тамбовская область	https://xn---68-9cdulgg0aog6b.xn--p1ai/napravleniya/czentr-podderzhki-eksporta/informacziya-o-czentre.html
68.	Тверская область	https://export-69.ru/
69.	Томская область	https://ved.tomsk.ru/
70.	Тульская область	https://export71.ru/
71.	Тюменская область	http://tecrus.ru/
72.	Удмуртская Республика	https://madeinudmurtia.ru/udm/export/
73.	Ульяновская область	http://ved73.ru/

74.	Хабаровский край	http://khabexport.com/
75.	Ханты-Мансийский автономный округ — Югра	http://www.export-ugra.ru/
76.	Челябинская область	https://www.exportchel.ru/
77.	Чеченская Республика	https://www.export95.ru/
78.	Чувашская Республика	https://ved21.ru/
79.	Ярославская область	https://exportcenter76.ru/
80	Республика Коми	https://export11.info/
81.	Чукотский автономный округ	https://chukotkaexport.ru/
82.	Севастополь	https://export.mb92.ru/

Подробнее:

Перечень торговых представительств Российской Федерации в иностранных государствах:

1.		**Абхазия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Абхазия** Адрес: г. Сухум, ул. Лакоба, д. 45, Abkhazia Телефон: + 7 (840) 226-36-93, + 7 (840) 226-04-91 Эл. почта: sukhum@minprom.gov.ru https://abh.minpromtorg.gov.ru
2.		**Австрия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Австрийской Республике** Адрес: Argentinierstrasse 25-27, Wien 1040, Austria Телефон: + 43 (1) 505-44-58 Факс: + 43 (1) 505-81-98 Эл. почта: vienna@minprom.gov.ru https://at.minpromtorg.gov.ru/
3.		**Азербайджан**	**Торговое представительство Российской Федерации в Азербайджанской Республике** Адрес: AZ 1025, Baku, Nobel Avenue, 25 Телефон: + 994 (12) 488-10-52 Эл. почта: baku@minprom.gov.ru https://aze.minpromtorg.gov.ru
4.		**Алжир**	**Торговое представительство Российской Федерации в Алжирской Народной Демократической Республике** Адрес: 6 Avenue Ali Khodja, El Biar, 16030, Alger, Algerie Телефон: + 213 (23) 38-92-43 Факс: + 213 (23) 38-92-43 Эл. почта: algeria@minprom.gov.ru https://dz.minpromtorg.gov.ru/
5.		**Аргентина**	**Торговое представительство Российской Федерации в Аргентинской Республике** Адрес: Dragones 2350, (1428) Capital Federal, Republica Argentina Телефон: + 54 (11) 4787-0225 Эл. почта: buenosaires@minprom.gov.ru https://arg.minpromtorg.gov.ru/

6.		**Армения**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Армения** Адрес: 4/7 Amiryan St., Yerevan 0010, Armenia Телефон: + 374 (60) 75-57-99 / 75-57-88 Эл. почта: erevan@minprom.gov.ru https://arm.minpromtorg.gov.ru/
7.		**Беларусь**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Беларусь** Адрес: г. Минск, ул. Гвардейская, д. 5А Телефон: + 375 (17) 222-71-22 Факс: + 375 (17) 222-71-23 Эл. почта: minsk@minprom.gov.ru https://blr.minpromtorg.gov.ru
8.	 	**Бельгия и Люксембург**	**Торговое представительство Российской Федерации в Королевстве Бельгия и Великом Герцогстве Люксембург** Адрес: Dreve de Lorraine 45, 1180 Uccle, Belgium Телефон: + 32 (2) 375-40-20 Факс: + 32 (2) 375-74-10 Эл. почта: brussels@minprom.gov.ru https://bel.minpromtorg.gov.ru
9.		**Болгария**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Болгария** Адрес: ul. Frederic Joliot-Curie 23, 1113 g.k. Izgrev, Sofia, Bulgaria Телефон: + 359 (2) 963-08-88 Факс: + 359 (2) 963-04-28 Эл. почта: sofia@minprom.gov.ru https://bg.minpromtorg.gov.ru
10.		**Бразилия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Федеративной Республике Бразилии** Адрес: SHIS QI 5, Chacara 12, Lago Sul, Brasilia-DF, Brasil, CEP 71600-520 Телефон: + 55 (61) 3248-0766 Факс: + 55 (61) 3248-0962 Эл. почта: brasilia@minprom.gov.ru https://bra.minpromtorg.gov.ru **Отделение Торгового представительства Российской Федерации в Федеративной Республике Бразилия в г. Сан-Паулу** Адрес: Rua Traipu, 831, Perdizes, Sao Paulo, Brasil, CEP 01235-000 Телефон: + 55 (11) 3865-1140 Факс: + 55 (11) 3865-5781 Эл. почта: saopaulo@minprom.gov.ru

			Отделение Торгового представительства Российской Федерации в Федеративной Республике Бразилия в г. Рио-де-Жанейро Адрес: AV. Visconde de Albuquerque 466, (Leblon), Rio de Janeiro, Brasil, CEP 22450-030 Телефон: + 55 (21) 2274-0099 Эл. почта: riodejaneiro@minprom.gov.ru
11.		**Великобритания**	**Торговое представительство Российской Федерации в Соединенном Королевстве Великобритании и Северной Ирландии** Адрес: 32-33 Highgate West Hill, London, N6 6NL, Great Britain Телефон: + 44 (20) 8340-1907 / 8340-4491 Эл. почта: london@minprom.gov.ru https://gbr.minpromtorg.gov.ru
12.		**Венгрия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Венгрии** Адрес: 1062 Budapest, Bajza u., 42 Телефон: + 36 (1) 353-46-85 Факс: + 36 (1) 353-32-46 Эл. почта: budapest@minprom.gov.ru https://hun.minpromtorg.gov.ru
13.		**Вьетнам**	**Торговое представительство Российской Федерации в Социалистической Республике Вьетнам** Адрес: 191 La Thanh, Hanoi, Vietnam Телефон: + 84 (24) 3833-0755 Факс: + 84 (24) 3834-0060 Эл. почта: hanoi@minprom.gov.ru https://vn.minpromtorg.gov.ru **Отделение Торгового представительства Российской Федерации в Социалистической Республике Вьетнам в г. Хошимине** Адрес: 40, Ba Huyen Thanh Quan, District 3, Ho Chi Minh, Vietnam Телефон: + 84 (24) 3933-0923 Факс: + 84 (24) 3930-1966 Эл. почта: minh-city@minprom.gov.ru

14.		**Германия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Федеративной Республике Германии** Адрес: Unter den Linden 55-61, 10117 Berlin, Germany Телефон: + 49 (30) 229-03-86 / 229 03-88 Факс: + 49 (30) 229-03-90 Эл. почта: berlin2@minprom.gov.ru https://de.minpromtorg.gov.ru **Отделение Торгового представительства Российской Федерации в Федеративной Республике Германии в г. Бонне** Адрес: Waldstrasse 42, 53177 Bonn, Germany Телефон: + 49 (228) 377-77-32 Эл. почта: bonn@minprom.gov.ru
15.		**Дания**	**Торговое представительство Российской Федерации в Королевстве Дания** Адрес: Vigerslev Alle 161, 2500, Valby, Copenhagen, Denmark Телефон: + 45 (36) 46-28-11 / 46-27-41 / 46-27-05 Факс: + 45 (36) 46-29-82 Эл. почта: copengagen@minprom.gov.ru https://dk.minpromtorg.gov.ru
16.		**Египет**	**Торговое представительство Российской Федерации в Арабской Республике Египет** Адрес: 19 Aziz Abaza st., Zamalek, Cairo, Egypt Телефон: + 20 (2) 2736-13-85 Факс: + 20 (2) 2736-29-96 Эл. почта: kair@minprom.gov.ru https://eg.minpromtorg.gov.ru
17.		**Индия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Индии** Адрес: Plot No 6&7, Block 50-E, Nyaya Marg, Chanakyapuri, New Delhi, 110 021, India Телефон: + 91 (11) 2688-9153 / 2687-3195 Факс: + 91 (11) 2687-3189 Эл. почта: delhi@minprom.gov.ru https://ind.minpromtorg.gov.ru **Отделение Торгового представительства Российской Федерации в Республике Индии в г. Мумбаи** Адрес: World Trade Centre, Cuffe Parade, Colaba, Mumbai, 400 005, India Телефон: + 91 (22) 2218-2705, + 91 (22) 2218-5845 Эл. почта: mumbai@minprom.gov.ru

18.		**Индонезия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Индонезия** Адрес: Jl. Imam Bonjol 60, Menteng, Jakarta, 10310, Indonesia Телефон: + 62 (21) 390-40-51 Факс: + 62 (21) 390-50-761 Эл. почта: jakarta@minprom.gov.ru https://id.minpromtorg.gov.ru
19.		**Иран**	**Торговое представительство Российской Федерации в Исламской Республике Иран** Адрес: Pamenar Ave 366, Tehran, Iran Телефон: + 98 (21) 3311-2381 Факс: + 98 (21) 3311-2865 Эл. почта: tehran@minprom.gov.ru https://iran.minpromtorg.gov.ru
20.		**Испания**	**Торговое представительство Российской Федерации в Королевстве Испания** Адрес: 8 Carbonero y sol, 28006 Madrid, Spain Телефон: + 34 (91) 562-44-49 Факс: + 34 (91) 137-57-62 Эл. почта: madrid@minprom.gov.ru https://esp.minpromtorg.gov.ru
21.		**Италия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Итальянской Республике** Адрес: Via Clitunno 46, 00198 Roma, Italy Телефон: + 39 (06) 855-54-56 / 841-34-69 / 884-21-87 Факс: + 39 (06) 884-82-96 Эл. почта: roma@minprom.gov.ru https://ita.minpromtorg.gov.ru
22.		**Казахстан**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Казахстан** Адрес: Beibitshilik Street 14, Nur-Sultan 010000, Kazakhstan Телефон: + 7 (7172) 76-89-10 Эл. почта: astana@minprom.gov.ru https://kz.minpromtorg.gov.ru

23.		**Канада**	**Торговое представительство Российской Федерации в Канаде** Адрес: 95, Wurtemburg Street, Ottawa, Ontario, K1N 8Z7, Canada Телефон: + 1 (613) 789-12-22 / 789-10-66 Факс: + 1 (613) 789-29-51 Эл. почта: ottawa@minprom.gov.ru https://can.minpromtorg.gov.ru **Отделение Торгового представительства Российской Федерации в Монреале** Адрес: 4370, Pie-IX Blvd., Montreal, Quebec, H1X 2B3, Canada Эл. почта: monreal@minprom.gov.ru
24.		**Киргизия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Киргизской Республике** Адрес: г. Бишкек, ул. Игембердиева, д. 1, 7 этаж (БЦ «Аврора»), Kyrgizstan Телефон: + 996 (312) 59-20-93 Эл. почта: bishkek@minprom.gov.ru https://kgz.minpromtorg.gov.ru/
25.		**Китай**	**Торговое представительство Российской Федерации в Китайской Народной Республике** Адрес: 4 Dongzhimen Beizhongjie, Dongcheng District, Beijing, 100600 China Телефон: + 86 (10) 6532-4627 / 6532-5418 / 6532-5272 / 6532-4656 Факс: + 86 (10) 6532-5398 Эл. почта: beijing@minprom.gov.ru https://chn.minpromtorg.gov.ru/ **Отделение Торгового представительства Российской Федерации в Китайской Народной Республике в г. Шанхае** Адрес: 20 Huangpu Road, Hongkou District, Shanghai, 200080 China Телефон: + 86 (21) 6324-0026 Факс: + 86 (21) 6324-0029 Эл. почта: shanghai@minprom.gov.ru

26.		**Куба**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Куба** Адрес: 5ta Ave, e/ 76 y 80, Centro de Negocios Miramar, Edif. Santiago de Cuba, of. 111, Miramar, Playa, La Habana, Cuba, 11300 Телефон: + 53 (7) 206-03-50 Эл. почта: habana@minprom.gov.ru https://cuba.minpromtorg.gov.ru
27.		**Малайзия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Федерации Малайзия** Адрес: 5 Jalan Nipah TMN Ampang Hilir, 55000 Kuala Lumpur, Malaysia Телефон: + 60 (3) 4256-6646 / 4256-6444 Факс: + 60 (3) 4256-6546 Эл. почта: kualalumpur@minprom.gov.ru https://my.minpromtorg.gov.ru/
28.		**Марокко**	**Торговое представительство Российской Федерации в Королевстве Марокко** Адрес: 9, Rue Ketama, 4 km avenue Mohammed VI, Rabat, Morocco Телефон: + 212 (5) 3775-4481, +7 499 3460439 (доб. 27220) Факс: + 212 (5) 3775-2106 Эл. почта: rabat@minprom.gov.ru https://mar.minpromtorg.gov.ru/
29.		**Мексика**	**Торговое представительство Российской Федерации в Мексиканских Соединенных Штатах** Адрес: Maestro José Vasconcelos 204, Hipódromo Condesa, 06140 Cuauhtémoc, CDMX Телефон: + 52 56 4408 9951
30.		**Молдавия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Молдова** Адрес: Strada Toma Ciorba 10C, Chisinau 2004, Moldova Телефон: + 373 (22) 23-56-23 Факс: + 373 (22) 23-56-23 Эл. почта: kishinev@minprom.gov.ru https://mda.minpromtorg.gov.ru

31.		**Монголия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Монголии** Адрес: Enkh Tayvan avenue 91/1, Ulan-Bator, Mongolia, 210351 Телефон: + 976 93-11-99-44 Эл. почта: ulanbator@minprom.gov.ru https://mng.minpromtorg.gov.ru/
32.		**Мьянма**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Союз Мьянма** Адрес: Sagawa Street 38, Yangon, the Republic of the Union of Myanmar Телефон: + 959-517-24-64 Эл. почта: Myanmar@minprom.gov.ru
33.		**Нидерланды**	**Торговое представительство Российской Федерации в Королевстве Нидерландов** Адрес: Museumplein 13/15, 1071 DJ Amsterdam Телефон: + 31 (20) 644-66-66 Факс: + 31 (20) 644-66-43 Эл. почта: amsterdam@minprom.gov.ru https://nl.minpromtorg.gov.ru/
34.		**Никарагуа**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Никарагуа** Адрес: Managua, Las Colinas, Calle Vista Alegre, 220A Телефон: + 505 (2) 276-28-71 Эл. почта: managua@minprom.gov.ru https://nic.minpromtorg.gov.ru/
35.		**Норвегия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Королевстве Норвегия** Адрес: 17 Froyas Gate, Oslo, 0273, Norway Телефон: + 47 (22) 44-40-25 Факс: + 47 (22) 55-35-78 Эл. почта: oslo@minprom.gov.ru https://no.minpromtorg.gov.ru/
36.		**Объединенные Арабские Эмираты**	**Торговое представительство Российской Федерации в Объединенных Арабских Эмиратах** Адрес: Abu Dhabi, P.O. Box 8211, Breakwater district, Marina Village A-10 Телефон: + 971 (2) 447-89-91 Эл. почта: abudhabi@minprom.gov.ru https://are.minpromtorg.gov.ru/

37.		**Пакистан**	**Торговое представительство Российской Федерации в Исламской Республике Пакистан** Адрес: 8 Street 62, Islamabad, Pakistan Телефон: + 92 (51) 227-82-30 Факс: + 92 (51) 227-82-31 Эл. почта: islamabad@minprom.gov.ru https://pak.minpromtorg.gov.ru **Отделение Торгового представительства Российской Федерации в Исламской Республике Пакистан в г. Карачи** Адрес: 68 Shahra-e-Iran, Clifton, Karachi, Pakistan Телефон: + 92 (213) 587-44-18 Факс: + 92 (213) 587-43-93 Эл. почта: karachi@minprom.gov.ru
38.		**Перу**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Перу** Адрес: Jr. Mariscal La Mar 991, Piso 4, Magdalena del Mar, Lima, Peru Телефон: + 51 (1) 654-85-963 Факс: + 213 (23) 38-92-43 Эл. почта: lima@minprom.gov.ru https://pe.minpromtorg.gov.ru/
39.		**Польша**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Польша** Адрес: 00-761 Warszawa, ul. Belwederska 25 Телефон: + 48 (22) 849-58-17 / + 7 (495) 539-22-44 Факс: + 48 (22) 849-04-63 Эл. почта: warsaw@minprom.gov.ru https://pol.minpromtorg.gov.ru
40.		**Южная Корея**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Корея** Адрес: 5 Fl., 89-31 (N Building), Seosomun-ro, Jung-gu, Seoul, Republic of Korea, 04516 Телефон: + 82 (2) 737-87-04 Факс: + 82 (2) 737-64-04 Эл. почта: seoul@minprom.gov.ru https://korea.minpromtorg.gov.ru/
41.		**Саудовская Аравия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Королевстве Саудовская Аравия** Адрес: «Home Offices» Business Park, office 6-10, Al Urubah Road, Riyadh, KSA Телефон: + 966 55 819 87 06 Эл. почта: riyadh@minprom.gov.ru https://sau.minpromtorg.gov.ru/

42.		**Сербия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Сербия** Адрес: Katiceva 8-10, 11000 Belgrade, Serbia Телефон: + 381 (11) 264-16-56 Факс: + 381 (11) 264-16-56 Эл. почта: belgrad@minprom.gov.ru https://srb.minpromtorg.gov.ru/
43.		**Сингапур**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Сингапур** Адрес: 51 Nassim Road, Singapore, 258439 Телефон: + 65 6235-1832 / 6235-1834 Эл. почта: singapore@minprom.gov.ru https://sg.minpromtorg.gov.ru/
44.		**Сирия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Сирийской Арабской Республике** Адрес: Omar Ben Al Khattab st., Adawi, Damascus, Syrian Arab Republic, P.O.Box No. 3153 Телефон: + 963 96 595-59-991 Эл. почта: damascus@minprom.gov.ru https://syr.minpromtorg.gov.ru/
45.		**Словакия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Словацкой Республике** Адрес: ul. Zrinskeho 17, 811 03 Bratislava, Slovakia Телефон: + 421 (2) 5441-4024 Факс: + 421 (2) 5441-4049 Эл. почта: bratislava@minprom.gov.ru https://sk.minpromtorg.gov.ru/
46.		**Таджикистан**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Таджикистан** Адрес: Loiq Sherali St. 17, Dushanbe, Tajikistan Телефон: + 992 (37) 224-16-19 Факс: + 992 (37) 224-83-73 Эл. почта: dushanbe@minprom.gov.ru https://tjk.minpromtorg.gov.ru/
47.		**Таиланд**	**Торговое представительство Российской Федерации в Королевстве Таиланд** Адрес: Charn Issara Tower II, 2922/203 New Petchburi Rd., Bangkok, 10500 Thailand Телефон: + 66 (2) 308-27-51 Факс: + 66 (2) 308-27-55 Эл. почта: bangkok@minprom.gov.ru https://tha.minpromtorg.gov.ru

48.		**Туркменистан**	**Торговое представительство Российской Федерации в Туркменистане** Адрес: Myati Kosayew St. 64B, Ashgabat, 744000, Turkmenistan Телефон: + 993 (12) 93-43-77 Факс: + 993 (12) 93-48-25 Эл. почта: ashgabat@minprom.gov.ru https://tkm.minpromtorg.gov.ru/
49.		**Турция**	**Торговое представительство Российской Федерации в Турецкой Республике** Адрес: Ataturk Bul., No 106, 06692, Ankara, Turkey Телефон: +7 (495) 870-29-21, доб. 27411 / + 90 (312) 425-46-90 Факс: + 90 (312) 418-39-91 Эл. почта: ankara@minprom.gov.ru https://tur.minpromtorg.gov.ru **Отделение Торгового представительства Российской Федерации в Турецкой Республике в г. Стамбуле** Адрес: Süzer Plaza, Asker Ocağı Cad., No: 6, Kat: 16, Ofis No: 1604, Elmadağ, Şişli, İstanbul, Türkiye, 34367 Телефон: + 90 (212) 244-35-87 Факс: + 90 (212) 244-35-53 Эл. почта: istanbul@minprom.gov.ru
50.		**Узбекистан**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Узбекистан** Адрес: Minglar St. 14, Tashkent 100015, Uzbekistan Телефон: + 998 (71) 281-42-43 / 255-26-35, + 998 (78) 120-47-47 Эл. почта: tashkent@minprom.gov.ru https://uzb.minpromtorg.gov.ru/
51.		**Филиппины**	**Торговое представительство Российской Федерации в Республике Филиппины** Адрес: 1245 Acacia Road, Dasmarinas Village, Makati City, Metro Manila Republic of Philippines Телефон: + 63-945-120-80-89, + 63-956-703-48-92 Факс: + 63-2-810-9581 Эл. почта: manila@minprom.gov.ru

52.		**Финляндия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Финляндской Республике** Адрес: Tehtaankatu 1C, 00140, Helsinki, Suomi Телефон: + 358 (9) 659-300 Эл. почта: helsinki@minprom.gov.ru https://fin.minpromtorg.gov.ru/
53		**Франция**	**Торговое представительство Российской Федерации во Французской Республике** Адрес: 49 Rue de la Faisanderie, 75116 Paris, France Телефон: + 33 (1) 45-53-33-50 / 47-27-41-39 Факс: + 33 (1) 45-53-68-56 Эл. почта: paris@minprom.gov.ru https://fra.minpromtorg.gov.ru/
54.		**Чехия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Чешской Республике** Адрес: Sibirske nam. 1027, 16000 Praha 6, Czechia Телефон: + 420 224-313-553 Факс: + 420 224-311-270 Эл. почта: praha@minprom.gov.ru https://cz.minpromtorg.gov.ru
55.		**Швейцария**	**Торговое представительство Российской Федерации в Швейцарской Конфедерации** Адрес: Schanzeneckstrasse 19, 3012 Bern, Schweiz Телефон: + 41 (31) 301-18-71 / 301-01-26 Эл. почта: bern@minprom.gov.ru https://swiss.minpromtorg.gov.ru/
56.		**Швеция**	**Торговое представительство Российской Федерации в Королевстве Швеция** Адрес: Ringvagen 1, 181 34 Lidingo, Sweden Телефон: + 46 (8) 765-11-80 / 765-97-70 / 765-14-65 Факс: + 46 (8) 765-99-59 Эл. почта: stockholm@minprom.gov.ru https://swe.minpromtorg.gov.ru
57.		**Эфиопия**	**Торговое представительство Российской Федерации в Федеративной Демократической Республике Эфиопии** Адрес: Yeka Kifle Ketema, Kebele 08, Comoros Street, Addis Ababa, Ethiopia Телефон: + 251-992-86-82-82 Факс: + 251 (11) 661-37-95 Эл. почта: addis@minprom.gov.ru

58.		**ЮАР**	**Торговое представительство Российской Федерации в Южно-Африканской Республике** Адрес: 135 Daisy Street, Sandown, Sandton, Johannesburg, 2031, RSA Телефон: + 27 (11) 326-67-47 Факс: + 27 (11) 326-67-44 Эл. почта: johannesburg@minprom.gov.ru https://za.minpromtorg.gov.ru
59.		**Япония**	**Торговое представительство Российской Федерации в Японии** Адрес: 4-6-9 Takanawa, Minato-ku, Tokyo 108-0074, Japan Телефон: + 81 (3) 3447-3201 / 3447-3281 Факс: + 81 (3) 3447-3221 Эл. почта: tokyo@minprom.gov.ru https://jpn.minpromtorg.gov.ru/

ГЛОССАРИЙ

А

Аккредитив документарный – разновидность аккредитива, по условиям которого банк обязуется выплачивать согласно поручению покупателя товара определенную сумму продавцу при предъявлении им товарно-транспортных документов.

Аккредитив – любое соглашение, как бы оно ни было названо или обозначено, которое является безотзывным и представляет собой твердое обязательство банка-эмитента.

Арбитражная оговорка – договорное или отделенное от договора соглашение, принимаемое сторонами при заключении международного коммерческого контракта, в котором оговариваются вопросы урегулирования возможных споров, возникающих между сторонами при исполнении контракта.

Арбитражная оговорка должна быть сформулирована таким образом, чтобы однозначно определялись вопросы урегулирования возможного спора: доарбитражный порядок или претензионный порядок урегулирования и предмет спора (указание на контракт или иное соглашение сторон), материальное право, применимое к спору между сторонами (либо гражданское законодательство, которое включает в себя также гражданское процессуальное законодательство, в части регулирования предъявления иска), место арбитража, орган или образование, имеющее право рассматривать спор (в том числе вид арбитража), количество арбитров, язык арбитражного разбирательства и язык документов, представляемых арбитрам и сторонам. Указание регламента, в соответствии с которым будут назначаться арбитры и рассматриваться споры. Арбитражная оговорка имеет автономный характер, то есть этот раздел контракта имеет самостоятельный юридический характер, независимо от того, будет признан контракт действительным или нет. Это важный принцип международного коммерческого права.

Арбитражная оговорка должна соответствовать следующим требованиям:

1. добровольность;
2. явно выраженное намерение сторон передать спор на рассмотрение арбитража;
3. определенность в отношении арбитражной процедуры;
4. наличие у сторон правоспособности;
5. надлежащая форма арбитражного соглашения;
6. указание на конкретные правоотношения, применительно к которым действует арбитражное соглашение;
7. арбитрабельность споров, отнесенных на разрешение арбитража.

Б

Банки уполномоченные – кредитные организации, созданные в соответствии с законодательством Российской Федерации и имеющие право на основании лицензий Центрального банка Российской Федерации осуществлять банковские операции со средствами в иностранной валюте.

В

Валютная оговорка – условие, которое включается в международные кредитные, платежные, внешнеторговые и другие контракты для страхования кредитора и экспортера от риска падения курса валюты платежа с момента заключения контракта до момента его оплаты.

Обычно применяют два вида валютной оговорки:

а) включение в соглашение о цене товара (сумме кредита) устойчивой валюты в качестве валюты сделки: при понижении курса валюты платежа общая стоимость в валюте платежа соответственно увеличится;

б) включение условия об изменении цены товара (или суммы кредита) в такой же пропорции, в какой изменится курс валюты платежа по сравнению с курсом валюты сделки.

Валюта платежа – валюта, в которой производятся расчеты по контракту.

Вексель – безусловное, абстрактное, бесспорное денежное обязательство, облеченное в особую юридическую форму и дающее его владельцу (векселедержателю) право требовать по истечении срока указанную в нем сумму.

Валютные риски представляют собой опасность валютных потерь, связанных с изменением курса одной иностранной валюты по отношению к другой при проведении внешнеэкономических, кредитных и других валютных операций.

Г

Гармонизированная система описания и кодирования товаров (англ. Harmonized Commodity Description and Coding System (сокр. Harmonized System, HS) – система описания и кодирования товаров (стандартизированная система классификации товаров в международной торговле); товары классифицируются как по назначению (одежда, оружие и т. д.), так и по отраслям экономики (текстильная продукция, животные и продукция животноводства и т. д.).

Д

Декларация соответствия подтверждает качество продукции, а процедура оформления называется декларированием, то есть декларация соответствия служит альтернативным подтверждающим документом со стороны продавца или производителя.

Дистрибьютор (англ. distributor — распространитель) — независимая посредническая организация, осуществляющая сбыт продукции розничным торговцам и предприятиям на основе оптовых закупок у крупных промышленных фирм-производителей с целью последующего сбыта этих товаров реселлерам или дилерам на региональных рынках.

Помимо выполнения функции торгового посредника, дистрибьютор может также оказывать маркетинговые услуги, услуги по монтажу и наладке оборудования, а также проводить обучение по эксплуатации последнего.

Е

Емкость рынка – это объем тех товаров или услуг, которые предлагаются и приобретаются на рынке той или иной страны.

И

Инкассо (Collection of payment) – поручение экспортера своему банку получить от импортера (плательщика) непосредственно либо через другой банк определенную сумму или подтверждение того, что эта сумма будет выплачена в назначенные сроки против предоставления товарных документов.

ИНКОТЕРМС – сборник международных торговых терминов с толкованиями, составленный на основании опыта мировой торговой практики.

Инфляционный риск – риск того, что при росте цен получаемые денежные доходы обесцениваются с точки зрения реальной покупательной способности быстрее, чем растут.

Исследование полевое (field research) – маркетинговое исследование, специфика которого заключается в непосредственном и всестороннем изучении маркетингового объекта исследования в реальных рыночных условиях. Предполагает сбор первичной информации, оперативных данных об условиях продаж конкретного товара на определенном рынке, а также о реакции покупателей на предлагаемые изделия и об их отношении к фирмам-производителям.

Исследование кабинетное (desk research) – сбор, изучение, систематизация и анализ вторичной маркетинговой информации о рынке, полученной из доступных источников, т. е. данных, определенным образом обработанных и содержащихся в основном в официальных и иных печатных источниках: периодике, экономических изданиях, статистических справочниках, внутрифирменных отчетах и т. д.

М

Мадридская система регистрации товарных знаков создана в 1891 году и функционирует в соответствии с Мадридским соглашением о международной регистрации знаков (Мадридское соглашение) от 1891 года и Протоколом к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков (Мадридский протокол) от 1989 года. Административное управление Мадридской системой осуществляет Международное бюро Всемирной организации интеллектуальной собственности. Мадридская система предоставляет владельцам товарных знаков возможность охраны принадлежащих им знаков в нескольких странах – членах Мадридского союза путем подачи одной заявки непосредственно в национальное ведомство по товарным знакам своей страны. Мадридская система также в значительной мере упрощает последующее управление товарным знаком, поскольку имеется возможность внесения записи о последующих изменениях или о продлении регистрации путем одного процедурного действия. Впоследствии могут быть также указаны дополнительные страны.

П

Политический риск – возможность возникновения убытков или сокращения размеров прибыли, являющихся следствием государственной политики при осуществлении экспортной операции.

Производственный риск – потенциальные потери компании, вызванные ошибками либо непрофессиональными (противоправными) действиями персонала компании, а также сбоями в работе оборудования.

Т

Торговая марка — оригинально оформленный специальный отличительный знак торгового предприятия, торговой фирмы, который производители вправе размещать на продаваемых товарах, изготовленных по заказу данной фирмы. Чаще всего торговая марка представлена графическим изображением, оригинальным названием, особым сочетанием знаков, букв, слов.

Товарный знак — обозначение (словесное, изобразительное, объемное или иное, а также их комбинации), служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей.

Торговый реестр — список, перечень торговых фирм, в который вносятся официально зарегистрированные фирмы. Торговый реестр содержит сведения о наименовании фирмы, ее местонахождении, направлении деятельности, данные об основном капитале и владельцах фирмы.

ТН ВЭД — Единая Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза — является системой описания и кодирования товаров, которая используется для классификации товаров в целях применения мер таможенно-тарифного регулирования, вывозных таможенных пошлин, запретов и ограничений, мер защиты внутреннего рынка, ведения таможенной статистики.

У

Упаковка — любая продукция, изготовленная из любых материалов любого происхождения, которая используется для сохранения, защиты, погрузки, доставки и представления товаров от сырья до готовой продукции и от производителя до пользователя или потребителя.

Ч

Чек — безусловный приказ чекодателя банку-плательщику оплатить по предъявлении определенную сумму чекодержателю или по его приказу за счет имеющихся у банка средств чекодателя.

Ф

Форма расчета — исторически сложившийся в международной практике способ оформления, передачи, обработки платежных и товарораспорядительных документов и осуществления платежей.

Э

Экспорт (от лат. exporto — вывожу) (англ. Export) – вывоз за границу товаров, проданных иностранному покупателю или предназначенных для продажи на иностранном рынке. Российское законодательство определяет экспорт как «вывоз товара, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности, в том числе исключительных прав на них, с таможенной территории Российской Федерации за границу без обязательства об обратном ввозе».

Законодательство Евразийского экономического союза определяет экспорт как «вывоз товара с таможенной территории Союза на территорию третьих стран без обязательства об обратном ввозе» (Договор о Евразийском экономическом союзе от 29.05.2014).

Таможенное законодательство ЕАЭС определяет таможенную процедуру экспорта как «таможенная процедура, применяемая в отношении товаров Союза, в соответствии с которой такие товары вывозятся с таможенной территории Союза для постоянного нахождения за ее пределами (Таможенный кодекс Евразийского экономического союза, приложение N 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза).

Экспорт услуг — «услуги, оказанные резидентами национальной экономики для нерезидентов» (приказ Росстата от 29.12.2012 № 677 «Об утверждении Методологических положений по организации статистического наблюдения за внешней торговлей услугами»).

Экспорт капитала — вывоз, размещение капитала за рубежом в денежной или товарной форме с целью его более эффективного использования, приобретения собственности в других странах, вложения денег в производственные объекты, здания, сооружения, ценные бумаги, обещающие принести высокие доходы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. ВЭД и международный бизнес / Институт экономики и финансов «СИНЕРГИЯ» Школа МВА. Д.э.н., проф. Воронова Т. А., М., 2010.
2. Долгова И. В. Малышев А. А. Практика ведения внешнеторговых переговоров / И. В. Долгова, А. А. Малышев. М.: Магистр: ИНФРА-М, 2010. 368 с.
3. Дегтярева О. И. Управление рисками в международном бизнесе: учебник / О. И. Дегтярева. М.: ФЛИНТА, 2014. 3-е изд., стер. 342 с.
4. Дополнительные информационные материалы по МПК на английском, французском и испанском языках также расположены на сайте ВОИС по адресу: www.wipo.int/classifications/ipc/en/.
5. Инкотермс 2020. Публикация ICC № 723 R. M.:ICC Russia, пер. с англ.Н. Г. Вилковой.
6. Кеннеди Гэвин. Переговоры. Полный курс = On Negotiation. М.: Альпина Паблишер, 2011. 392 с.
7. Международные переговоры в бизнесе и политике: стратегия, тактика, технологии: учеб. пос. / И. А. Василенко. М.: Восток-Запад. 2011.
8. Международная патентная классификация (МПК) / www1.fips.ru/wps/wcm/ connect/content_ru/ru/inform_resources/international_classification/inventions.
9. Рамберг Ян. Международные коммерческие транзакции / Публикация ICC № 711. = International Commercial Transactions. Jan Ramberg. Fourth Edition. ICC Publication № 711E / Ян Рамберг, пер. с англ. под ред. Н. Г. Вилковой. М.: Инфотропик Медиа, 2011. 4-е изд. 896 с. ISBN 978-5-9998-0090-9.
10. Типовой контракт международной купли-продажи товаров (публикация № 556E Международной торговой палаты).
11. Технологии внешнеторговых сделок: учебник / под общ. ред. К. В. Холопова и Ю. А. Савинова. 2-е изд. М.: ВАВТ, 2012. 694 с.
12. Шив Ч. Д. Курс MBA по маркетингу / Чарльз Д. Ши, А. У. Хайэм; пер. с англ. 4-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2012.
13. Эталонная версия МПК в электронном виде публикуется на сайте ВОИС по адресу: www.wipo.int/ipcpub (на английском и французском языках). Эта публикация представляет собой официальную публикацию МПК.



Школа
экспорта РЭЦ

РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

edu@exportcenter.ru
info@exportedu.ru

www.exportedu.ru