

**Программа сотрудничества  
ЕС и России (бывш. Тасис)**

**Проект “Поддержка развития Калининградской области”  
EuropeAid/114287/C/SV/RU**

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ БЮЛЛЕТЕНЬ №2**

# Поддержка экспорта в Калининградской области



Проект финансируется ЕС



Проект реализуется консорциумом,  
возглавляемым компанией Инно



**КАЛИНИНГРАД**  
АГЕНТСТВО РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Партнер проекта

**Серия «Экономические бюллетени»**

**Поддержка экспорта в  
Калининградской области**

Публикация продолжает серию «Экономические бюллетени», выпускаемых в рамках одного из направлений реализации проекта Европейской Комиссии EUROPEAID/114287/C/SV/RU «Поддержка развития Калининградской области». Целью настоящего бюллетеня является распространение опыта и поиск механизмов и форм содействия развитию экспортной деятельности калининградских предприятий. Рассматривается возможный вклад Проекта и Агентства регионального развития в поддержку экспорта из Калининградской области.

Бюллетень подготовлен экспертами проекта Европейской Комиссии EUROPEAID/114287/C/SV/RU «Поддержка развития Калининградской области» и Агентства регионального развития: С.Клессова, А.Ершов, А.Усанов и А.Харин.

Издание предназначено для широкого круга специалистов.

*Данный материал опубликован при поддержке Европейского союза. Содержание публикации является предметом ответственности авторов и не отражает точку зрения Европейского союза.*

## Содержание

<b>Введение. Зачем развивать экспортную деятельность, если есть огромный российский рынок?</b> .....	3
<b>1. Анализ экспортных потоков из Калининградской области</b> .....	4
1.1. Динамика и основные тенденции экспорта из Калининградской области.....	4
1.2. Товарная и географическая структура экспорта из Калининградской области.....	5
<b>2. Диагностика основных проблем калининградских экспортеров</b> .....	8
<b>3. Государственная внешнеторговая политика и практика поддержки экспорта</b> .....	12
3.1. Политика и практика поддержки экспорта в Российской Федерации .....	12
3.2. Практика поддержки экспорта в субъектах Российской Федерации.....	16
3.3. Опыт поддержки экспорта в странах ЕС и кандидатах .....	17
3.3. Оценка применимости опыта поддержки экспорта в условиях Калининградской области....	19
<b>4. Рекомендации по поддержке и стимулированию экспорта в Калининградской области</b> ...	21
4.1. Рекомендации для бизнес-лидеров предприятий Калининградской области.....	22
4.2. Рекомендации для государственных органов и организаций поддержки бизнеса.....	23
<b>5. Польша и Литва: опыт стимулирования экспорта</b> .....	27
5.1. Польша .....	27
5.2. Литва.....	32
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 1</b> .....	34
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 2</b> .....	36

## **Введение. Зачем развивать экспортную деятельность, если есть огромный российский рынок?**

Оставим за пределами этого бюллетеня рассуждения о важности экспорта с макроэкономической точки зрения: интеграция в мировое хозяйство, сбалансированность региональной торговли. Постараемся взглянуть на проблему с позиций самих компаний, являющихся основными действующими лицами в процессе экспорта. Следует понимать, что основной вопрос для большинства компаний состоит не в том «нужно ли экспортировать?», а «как расширить рынки сбыта?». При этом, имеется в виду расширение как национального, так и международного рынков сбыта. Очевидно, что экспорт для компаний – не самоцель, он имеет смысл только в том случае, если экспортная деятельность помогает реализовать их цели.

Развитие новых рынков внутри России и за ее пределами является, строго говоря, одной из составляющих плана развития любой компании, обеспечивая её либо выживание, либо достойное существование. В большинстве случаев, компании сначала добиваются успеха на национальном рынке и укрепляют свои финансовые возможности, и только потом выходят на внешний рынок. Это происходит, прежде всего, потому, что конкуренция на внешнем рынке во много раз сильнее, чем на внутреннем рынке, а экспорт связан с дополнительными издержками и рисками.

Возникает закономерный вопрос – зачем калининградским компаниям нужно прилагать усилия для развития экспорта? Ответ на него не очевиден и вряд ли может основываться на опыте окружающих область стран. В ряде из них, например, в странах Балтии, внутренний рынок настолько мал, что для многих товаров и услуг экспорт является практически единственным способом выживания и/или развития компаний. Для калининградских же компаний, скорее всего, это не будет являться сильным аргументом: наличие большого и далеко не освоенного российского рынка не стимулирует поиск путей экспорта продукции.

Однако не нужно забывать, что экспорт связан с приобретением компаниями многих других дополнительных преимуществ, например таких как:

- расширение рынка и увеличение продаж;
- увеличение прибыли;
- увеличение жизненного цикла товаров и услуг, благодаря возможностям, которые открывают новые рынки, в то время как национальный рынок, возможно, уже насыщается;
- уменьшение затрат и увеличение производительности труда, в основном благодаря экономии от масштабов производства;
- поиск новых партнеров и, возможно, новых направлений деятельности;
- уменьшение рисков (например, риск потери клиентов или же риск, связанный с колебаниями экономической активности на национальном уровне).

Очевидно, что некоторые из вышеприведенных преимуществ вполне могут быть реализованы только за счет расширения деятельности на внутренних рынках. Однако, наиболее сильным преимуществом от экспортной деятельности является, на наш взгляд, усиление навыков и знаний экспортирующих компаний, поскольку экспорт требует концентрации усилий (внедрения систем качества, усиления маркетинговой деятельности компании и пр.). Такое усиление навыков повышает конкурентоспособность компании, что, в конечном счете, укрепляет ее позиции на внутреннем рынке.

Исследование, проведенное осенью 2003 г, проектом Европейд в Калининградской области, показало невысокую конкурентоспособность местных предприятий. Поэтому усилия калининградских компаний по выходу на экспорт, несомненно, повысят их конкурентоспособность, что, в свою очередь, окажет благоприятное воздействие на всю деятельность предприятий, в том числе и на российских рынках.

Целью нашего исследования является выработка практических рекомендаций всем участникам экспортной деятельности в Калининградской области. Хотя большинство из этих рекомендаций касается в той или иной мере расширения рынков в более широком понимании (международных и национальных), данный бюллетень рассматривает вопросы, связанные только с экспортом и с возможностями его роста. Этот выбор обусловлен тем что, по мнениям самих компаний (в частности, высказанных во время фокус-группы, проводимой проектом Европейд в декабре 2003 г), российские рынки являются для них существенно более знакомыми, чем рынки зарубежных стран.

Содержащиеся в бюллетене рекомендации совершенно не означают, что их авторы призывают калининградские компании срочно переориентировать свою деятельность на международные рынки. Более того, мы считаем, что такой подход привел бы к полному провалу, поскольку результаты исследования показывают низкий уровень готовности калининградских компаний к экспортной деятельности. Однако увеличение экспорта должно стать на ближайшие

годы одним из главных векторов развития региона. Это позволит уменьшить зависимость региональных предприятий от предпочтений Особой экономической зоны и повысит их конкурентоспособность и выживаемость в условиях открытой экономики.

## 1. Анализ экспортных потоков из Калининградской области

### 1.1. Динамика и основные тенденции экспорта из Калининградской области

Основными факторами, определяющими современную международную специализацию калининградской экономики, является её географическое положение, природно-ресурсный потенциал, а также имеющаяся в регионе производственная и транспортная инфраструктура. Территория области представляет собой один из немногих оставшихся у России прямых и относительно хорошо оборудованных транспортных выходов, к тому же она непосредственно граничит с основным рынком сбыта российских товаров – рынком европейских стран. Это определяет особую роль области в обеспечении российских внешнеторговых связей.

Другим важным конкурентным преимуществом, естественным образом определяющим сегодняшнее место Калининградской области в международном разделении труда является наличие в области низкотехнологичных материало-, энерго-, трудоемких и экологически опасных производств. Такие производства неэффективны в условиях большинства западных стран. Однако они являются необходимым элементом мировой экономики, обеспечивая эффективность других, высокотехнологичных отраслей.

В силу сложившейся специализации, собственный экспорт области состоит главным образом из сырьевых товаров или продуктов первого передела – нефти, целлюлозы, продукции металлообработки. Постепенная утрата преимуществ ресурсного фактора и прогрессирующее старение производственных фондов приносит элемент нестабильности в развитие калининградского экспорта, тем более что доля экспорта сырьевых ресурсов в мировой торговле имеет тенденцию к снижению, а мировые цены на них подвержены резким колебаниям.

Количественные показатели калининградского экспорта в течение последних восьми лет в целом развивались в русле общероссийских тенденций (см. рис. 1). Наиболее высокими темпами развитие калининградского экспорта происходило в первой половине 90-х годов. В этот период объем экспорта вырос более чем в 5 раз (с 91,4 млн. дол. в 1992 г. до 480 млн. дол. в 1996 г.). Причинами экспортного бума в регионе стали либерализация российской внешней и внутренней торговли в сочетании с действием таможенных льгот СЭЗ в Калининградской области. Последовавшие затем спады 1996-1998 гг., а также 2000-2001 гг. были обусловлены неблагоприятной конъюнктурой на мировых рынках сырьевых товаров, в первую очередь энергоносителей.

Общее увеличение экспорта товаров из Калининградской области в последние годы происходило главным образом за счет роста его физического объема. Так, в 1999-2002 годах объемы вывоза из региона основных экспортных товаров – нефти и целлюлозы возросли в натуральном выражении соответственно на 9 и на 38% (см. приложение 1, табл. 3).

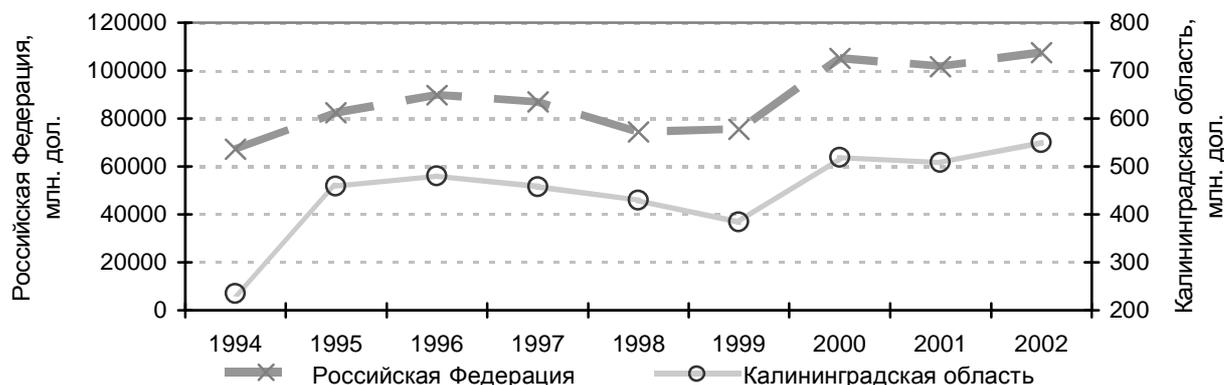


Рис. 1. Экспорт товаров из Российской Федерации и Калининградской области в 1992-2002 гг., млн. долларов США

Источник: Госкомстат РФ, Банк России

При анализе экспортных потоков следует учитывать методологическую разницу между данными Государственного таможенного комитета (ГТК) и Госкомстата. Источником при формировании таможенной статистики являются сведения, содержащиеся в грузовых таможенных

декларациях, заполняемых декларантами при таможенном оформлении товаров. Таможенная статистика ведет учет ввоза и вывоза товаров на основании «общей» системы учета внешней торговли (регистрация экспорта и импорта производится в то время, когда товар пересекает государственную границу) и не учитывает несколько видов трансграничных торговых потоков. Госкомстат же использует таможенную статистику и корректирует ее, включая торговые потоки со странами-членами Таможенного Союза (Белоруссия), покупку и продажу бункеровочного топлива, продажу рыбы и морепродуктов с российских судов за границей, часть торговли сырой нефтью, «челночную» торговлю в обоих направлениях, экспорт и импорт услуг, а также некоторые другие виды позиции внешнеторгового оборота, не охватываемого таможенной статистикой. При этом если в общероссийской статистике отклонение данных по экспорту, полученных из различных источников, не превышает 2%, то по Калининградской области показатели Госкомстата оказываются на 25-35% выше аналогичных ГТК (см. приложение 1, табл. 1). Это объясняется спецификой работы многих субъектов внешнеэкономической деятельности в Калининградской области. Главные элементы корректировки – экспорт морепродуктов, внешнеторговый оборот с Белоруссией (в котором превалирует экспорт), экспорт бункеровочного топлива, экспорт услуг составляют весьма весомую часть калининградского экспорта. Однако, учитывая более высокую информативность и оперативность данных ГТК, в дальнейшем в нашем анализе используются преимущественно данные этого источника, при необходимости, дополненные данными Госкомстата.

Общий объем экспорта из Калининградской области в 2002 году составил 547215,6 тыс. долларов США. Из них 470215,6 тыс. долларов США (86%) приходилось на продукцию и 76628 тыс. долларов США – на услуги (из которых 82% составляли транспортные услуги).

В 2001-2002 гг. показатель стоимости экспорта продукции из Калининградской области на душу населения соответствовал среднероссийским значениям (Россия – 0,4 тыс. дол./чел., Калининградская область – 0,5 тыс. дол./чел.), однако был существенно ниже показателей окружающих её стран (например, Литва – 1,4 тыс. дол./чел., Латвия – 1,3 тыс. дол./чел., Польша – 1,1 тыс. дол./чел., Германия – 7,7 тыс. дол./чел., Швеция – 12,2 тыс. дол./чел., Дания – 13,2 тыс. дол./чел.). К тому же по товарам собственно калининградского происхождения этот показатель составлял лишь 0,22-0,25 тыс. дол./чел.

Экономика области не играет сколь-либо существенной роли в российском экспорте. За первые 9 месяцев 2003 году доля Калининградской области в общем объеме российского экспорта не превысила 0,4% (что примерно соответствует вкладу калининградской экономики в ВВП страны). По этому показателю область значительно уступает большинству субъектов Северо-Запада России (см. приложение 1, табл. 4).

Несмотря на большой спектр субъектов внешнеэкономической деятельности, количество экспортеров в Калининградской области остается ограниченным. Так, согласно данным СЗТУ, в 2001 г. экспортно-импортные операции осуществляли 3608 участников ВЭС, из них экспортные операции оформляли только 367 участников, среди которых 51 были из других регионов России. Таким образом, экспортоориентированный сектор региональной экономики охватывает только 1% от общего числа хозяйствующих субъектов или около 4% калининградских предприятий, предоставляющих отчетность в органы госстатистики.

Распределение экспорта между участниками внешнеэкономической деятельности в Калининградской области крайне неравномерно. Его основная часть приходится на несколько организаций (ООО «Лукойл-Калининградморнефть», ОАО «СПИ-РВВК», ЗАО «Цепрусс», ЗАО «Газ-ойл», ЗАО «Судостроительное предприятие «Янтарь», ОАО «Советский целлюлозно-бумажный завод», ЗАО «Калининградская геологодобывающая нефтегазовая экспедиция», ЗАО «Швей», ООО «Неманский целлюлозно-бумажный комбинат». На долю этих предприятий приходится от 93 до 98% собственно калининградского экспорта.

Крупнейшим экспортером из других регионов России в 2001 году было ОАО «Дорогобуж» (Смоленская обл.) – производитель и экспортер минеральных удобрений.

## **1.2. Товарная и географическая структура экспорта из Калининградской области**

Экспорт из Калининградской области осуществляется в более чем 100 стран мира. На рис. 2 показано распределение экспорта из Калининградской области (с учетом сделок участников ВЭС из других регионов РФ) по регионам и группам стран мира. Основной поток экспортных поставок из Калининградской области (около 2/3 в целом за последние 5 лет) направляется на общеевропейский рынок и рынки стран-кандидатов на вступление в ЕС. Экспорт в страны СНГ и другие регионы и страны мира распределяется практически поровну. Среди стран СНГ крупнейшими импортерами продукции являются Белоруссия (68%) и Украина (около 19%). Причем

доля стран СНГ без экспорта в Белоруссию<sup>1</sup>, за период с 1999 по 2002 гг. оставалась крайне незначительной (в 1999 г. – 3,4%, в 2002 г. – 3,8% всего экспорта).

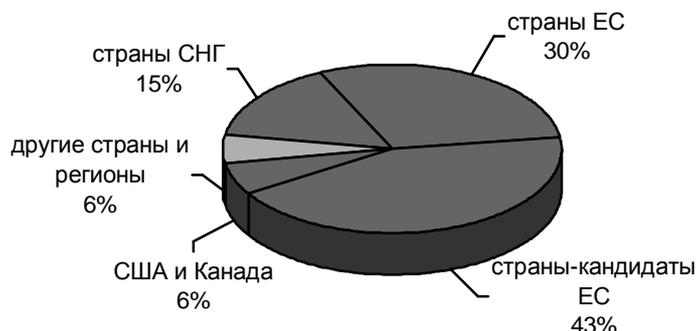


Рис. 2. Структура экспорта из Калининградской области в 1998-2002 гг. по регионам и группам стран мира

Источник: данные СЗТУ

Географическая структура экспорта из Калининградской области довольно диверсифицирована. Так, в 2000-2002 гг. поставки в сумме превышающие 5 млн. долларов США в год осуществлялись в более чем 20 стран мира. Однако при этом на долю восьми крупнейших стран-экспортеров приходилось около 70% всего объема экспорта из Калининградской области (см. рис. 3).



Рис. 3. Структура экспорта по основным странам-экспортерам из Калининградской области (за 2000-2002 гг.)

Источник: данные СЗТУ

Крупнейшими экспортными партнерами Калининградской области являются Польша (119305,3 тыс. долларов США в 2002 году), Германия (43080,4 тыс. дол.), Литва (26642,9 тыс. дол.). Динамика экспорта в эти страны отражена на рисунке 4. Однако в последние 2-3 года как абсолютные, так и относительные показатели объема экспорта в эти страны устойчиво снижаются. На фоне этого возрастает роль в калининградском экспорте стран – традиционных российских внешнеэкономических партнеров – США и Кипра. В 2002 году экспорт в США составил 34,8 млн. долларов и в 1,3 раза превысил объем экспорта в Литву. Прямым следствием этого является лидерство указанных стран и по объемам инвестиций в калининградскую экономику в 2002-2003 гг.

<sup>1</sup> Белоруссия входит в Таможенный союз, поэтому полная информация о торговых взаимоотношениях с хозяйствующими субъектами этого государства остается за пределами интересов таможенных органов.

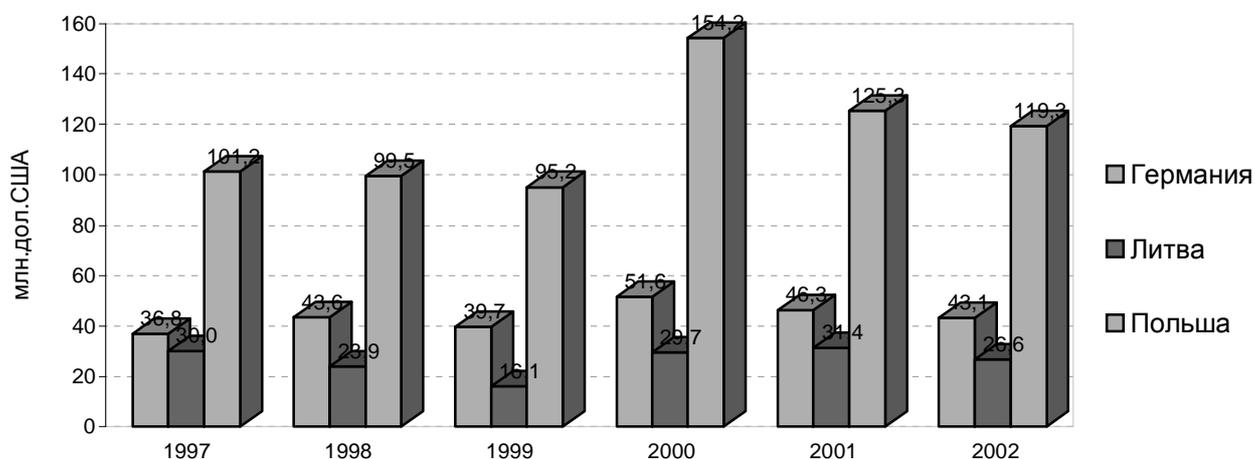


Рис. 4. Объемы экспорта по странам – основным торговым партнерам Калининградской области в 1997-2002 гг., млн. долларов США  
 Источник: Калининградский облгоскомстат

Товарная структура экспорта из Калининградской области представлена девятью группами товаров (по классификации ГТК). За период с 1999 по 2002 гг. основную часть экспорта из региона составляли продукция ТЭК (код ТНВЭД 27) – 35%, а также древесина и изделия из нее (коды 44, 47, 48) – более 12%. На долю машиностроительной продукции (коды 84-90) в 1999-2001 гг. приходилось около 17% экспорта (см. рис. 5).

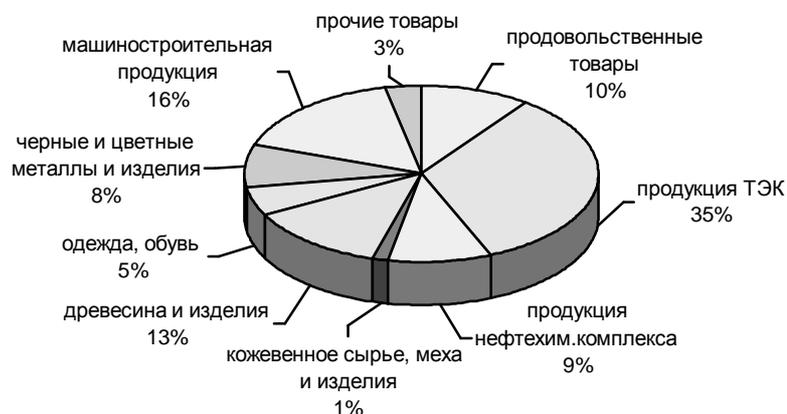


Рис. 5. Товарная структура экспорта из Калининградской области (за период с 1999 по 2001 гг.)  
 Источник: данные СЗТУ

Приведенный выше анализ охватывает весь объем российского экспорта, осуществляемого через территорию Калининградской области. Однако транзитный характер региона и малые размеры его экономики определяют незначительную долю собственной продукции калининградских предприятий в общем экспорте товаров из Калининградской области. В течение 1999-2002 гг. эта доля составляла 37-45% от всего объема экспорта.

По данным ГТК, стоимость экспорта собственно калининградской продукции (товаров, произведенных в ОЭЗ) в 2000 г. составляла 229 млн. дол., в 2001 году – 205,9 млн. дол., за 9 месяцев 2003 г. – 212,3 млн. дол.<sup>2</sup> В среднем за последние 2-3 года стоимость экспорта калининградской продукции не превышала 16% от объема ВРП области, что служит подтверждением вывода о «неэкспортном» характере калининградской экономики<sup>3</sup>.

В структуре калининградского экспорта доминирует сырая нефть (в 1999 г. – 68,5%, в 2001 г. – 60,5%), на долю продукции целлюлозно-бумажной промышленности (в основном это – сульфитная целлюлоза) приходится 12-15%, около 5% составляют отходы и лом черных и цветных металлов, вклад лесной и деревообрабатывающей отраслей не превышает 3%, а на долю спиртово-водочных изделий приходится 2% калининградского экспорта. Незначительную часть

<sup>2</sup> Источник: <http://www.customs.ru>

<sup>3</sup> Для сравнения в 2001-2002 гг. в Новгородской области этот показатель составлял около 35%, в России в целом – 37%, в Литве, Латвии – 40%, Польше – 26%.

составляет продукция торфяной промышленности, а также сырье для производства продуктов питания (рыба). Основным экспортным товаром калининградских машиностроительных предприятий в последние годы являются «Суда, лодки» (код ТНВЭД 89). Объем экспорта товаров этой группы в 2001 году составил 18,3 млн. долларов США, в 2001 году – 25,0 млн. долларов США.

Данная структура отражает сложившуюся международную специализацию калининградской экономики, в которой основу экспорта составляют сырьевые и низкотехнологические товары.

Калининградский экспорт носит сверхконцентрированный характер. По уровню концентрации экспорта Калининградская область значительно опережает как общероссийские показатели, так и показатели соседних стран (см. табл. 1). Причем в отличие, например, от Литвы, экспорт которой более чем на 1/3 представлен продукцией перерабатывающих отраслей, основу калининградского экспорта составляет сырье и технологические полуфабрикаты.

Таблица 1  
Уровень концентрации экспорта России и Калининградской области, %

Показатели	Калининградская область	Литва	Россия
3 основных товара (CR3)	90	51	38
5 основных товаров (CR5)	96	66	48
10 основных товаров (CR10)	100	85	57

Следствием сырьевого характера экспорта из Калининградской области является то, что его натуральные объемы почти в 1,5 раза превышают объемы импорта. При этом средняя цена экспортируемых товаров в 2001 году была 3,4 раза ниже импортной (соответственно 195,9 и 671,8 дол./т по всему кругу экспортных и импортных товаров).

Существующая товарная структура калининградского экспорта относительно стабильна и оставалась практически неизменной в течение последних 7-10 лет (см. приложение 1, таблица 2). Специфика составляющих её основу товаров такова, что к ним не предъявляется каких-либо особых требований, способных ограничить доступ этих товаров на западные рынки. Тем не менее, однобокая, преимущественно сырьевая направленность калининградского экспорта определяет сильную зависимость объемов поступления экспортной выручки (а вместе с этим и всей экономики области) от переменной и мало предсказуемой конъюнктуры на мировых сырьевых рынках.

## 2. Диагностика основных проблем калининградских экспортеров

Анализ основных проблем, возникающих перед калининградскими экспортерами, опирается на результаты опроса, проведенного в рамках проекта «Поддержка развития Калининградской области» в августе-сентябре 2003 г., а также на информацию, полученную сотрудниками Проекта из личных бесед и интервью с представителями калининградских предприятий-экспортеров и бизнес-ассоциаций.

Проведенное исследование выявило, что в целом калининградский бизнес имеет отчетливо выраженную внешнеторговую ориентацию. Из 112 опрошенных предприятий осуществляют или планируют осуществлять внешнеэкономическую деятельность 76%, а около 5% осуществляли такую деятельность в прошлом. Однако из предприятий, осуществляющих ВЭД, только 28% прямо или косвенно могут быть отнесены к числу экспортеров. Такое соотношение является свидетельством узости существующего экспортного потенциала калининградской экономики и, во многом, отражает сложившуюся в настоящее время специализацию калининградской экономики. Несмотря на то, что из опроса были исключены такие крупнейшие калининградские сырьевые экспортеры как «Лукойл-Калининградморнефть» и «Балтторф», экспорт исследуемых предприятий в основном представлен сырьевыми товарами или низкотехнологичными товарами, предназначенными для переработки (доработки) в странах-импортерах. Ограниченная номенклатура экспорта не требует наличия в регионе большого числа компаний-экспортеров.

Крайне узкий спектр и преимущественно сырьевой характер калининградского экспорта является в настоящее время ключевой проблемой, общей для всей региональной экономики. От решения этой проблемы во многом зависит достижение целей, поставленных в Стратегии социально-экономического развития региона. Указанная проблема имеет составной характер, причем её главные корни, безусловно, лежат вне рамок региона и требуют решений, прежде всего, на уровне государства.

Определяя в качестве долгосрочного стратегического приоритета для области экспортноориентированный путь развития её экономики, следует, прежде всего, понимать, что

мешает калининградским предприятиям экспортировать в настоящее время и какие трудности могут возникнуть перед калининградскими экспортерами в будущем. Главными причинами, препятствующими развитию экспортного потенциала области, как показали результаты исследования, являются:

**1. Низкий уровень конкурентоспособности местных предприятий.** Среди низкой конкурентоспособности калининградских экспортеров чаще всего называются: устаревшие технологии и оборудование, недостаточно высокая квалификация кадров, неэффективная маркетинговая стратегия.

Несмотря на то, что согласно опросу, подавляющее большинство участвовавших в исследовании предприятий располагают западным оборудованием, в целом состояние их технического потенциала невысоко. Так, в среднем по отраслям промышленности Калининградской области на начало 2002 г. уровень физического износа основных фондов составлял 50,4% (в СЗФО – 48,8%) и стабильно возрастал на 1-2% в течение нескольких последних лет. При этом мало изученным остается вопрос о степени функционального износа калининградских производств, который, по оценкам, является весьма существенным. Очевидно, что техническая и технологическая отсталость является в настоящее время одной из основных причин неконкурентоспособности калининградской промышленной продукции на мировых рынках. Оборудование и технологии, составляющие основу производственного потенциала перерабатывающих отраслей экономики региона, не способны обеспечить требуемого качества готовой продукции.

Отдельной, причем касающейся не только экспортной деятельности, слабой стороной калининградского бизнеса является недостаточное внимание, уделяемое вопросам маркетинга и продвижения своей продукции. Хотя, как показал опрос, большинство руководителей предприятий понимают необходимость маркетинга, специализированные маркетинговые подразделения имеются только на половине фирм, а на многих из них эта деятельность не носит систематического характера. В иностранных выставках участвуют только 1% опрошенных предприятий, а примерно 1/3 опрошенных не принимают участия и не хотят участвовать ни в отечественных, ни в иностранных выставках. Подобное игнорирование одной из важнейших компонент маркетинговой деятельности является, на наш взгляд, следствием ограниченных финансовых возможностей большинства калининградских предприятий. Так, 2/3 участников опроса готовы участвовать в таких выставках в случае компенсации им части расходов. Поэтому одной из эффективных форм поддержки экспорта на региональном уровне могло бы стать более активное содействие властных структур в этом вопросе.

Практика продвижения продукции на зарубежных рынках большинства калининградских предприятий ограничивается использованием личных связей и контактов, либо возможностей иностранных партнеров. Подтверждением этому служат результаты опроса, согласно которым руководители бизнеса первоочередной задачей консультационной поддержки экспорта считают помощь в поиске иностранных партнеров и клиентов<sup>4</sup>. Причем существующие в регионе структуры практически не оказывают содействия калининградским предприятиям в вопросах экспорта их продукции (помощью федеральных органов пользуются около 3%, а услугами местных бизнес-ассоциаций – менее 2% предприятий, специализированные консалтинговые фирмы, в силу низкой квалификации их сотрудников, подобных услуг почти не оказывают).

Калининградские экспортеры испытывают дефицит информации об условиях деятельности на западных рынках. Недостаток информированности осознается и самими предпринимателями. Так, считают необходимым получение дополнительной информации и консультаций по рынкам ЕС 42%, а информации по аспектам законодательства ЕС – 31% опрошенных руководителей калининградских фирм. Около 1/3 руководителей считают важной консультационную поддержку по экономическим вопросам экспорта. В связи с этим организация подобной помощи стала бы серьезным вкладом в обеспечение роста экспортного потенциала калининградской экономики. Опрос показал, что более половины руководителей видят необходимость в создании в Калининграде специальной структуры, оказывающей консультационные услуги по международному маркетингу и продвижению товаров и услуг.

**2. Ориентация калининградских производителей на отечественный рынок.** Наличие большого и емкого российского рынка не стимулирует калининградские предприятия искать пути для экспорта своей продукции. В отличие от стран Балтии, вынужденных экспортировать значительную часть своей продукции, предприятия Калининградской области располагают практически неограниченным внутренним рынком России. Это определяет

---

<sup>4</sup> Эту задачу считают приоритетной 2/3 опрошенных руководителей калининградского бизнеса.

приоритеты сбытовой политики калининградских фирм. Почти треть опрошенных руководителей считают наиболее перспективным для калининградских товаров внутренний рынок РФ (см. рис. 6).

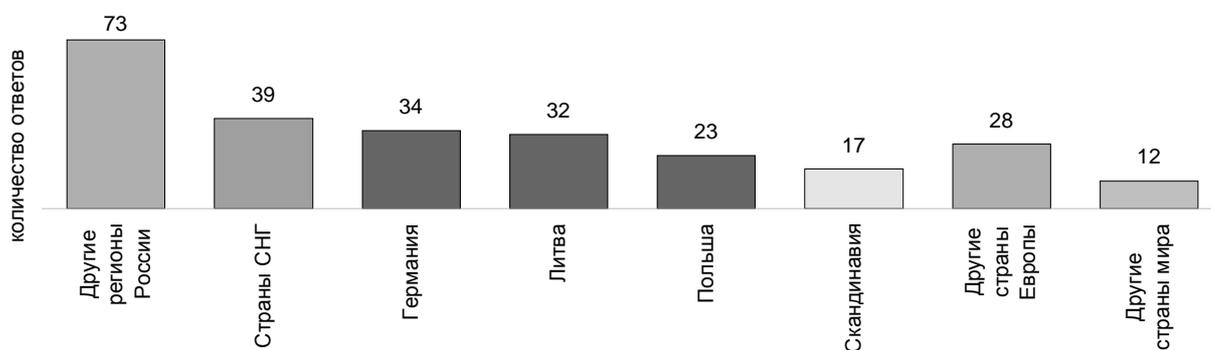


Рис. 6. Перспективные рынки для калининградских товаров (количество ответов)

Источник: данные опроса, проведенного в рамках проекта «Поддержка развития Калининградской области» в августе-сентябре 2003 г.

Несмотря на то, то вывоз товаров из области в другие регионы России связан с дополнительными издержками (транспортные расходы, затраты, связанные с пересечением границ), они все же меньше затрат, связанных с выходом на иностранные рынки (другой язык, законодательство, вкусы и привычки потребителей, система дистрибьюции и т.д.). Другим объяснением таких предпочтений может служить пессимизм в отношении возможностей для проникновения калининградских товаров на высоко конкурентные и хорошо защищенные западные рынки. Подтверждением этому служит неожиданно высокая оценка перспективности рынков стран СНГ (15% от общего числа оценок), хотя нынешняя доля калининградского экспорта в эти страны не превышает 4%.

Серьезной проблемой является дальнейшее сохранение слабой географической диверсификации калининградского экспорта. Хотя экспорт из области осуществляется почти в 100 стран мира, почти треть опрошенных руководителей по-прежнему считают приоритетными традиционные для калининградских товаров рынки Германии, Литвы и Польши, несмотря на то, что в последние годы прослеживается отчетливая тенденция снижения экспорта в эти страны. Рынки же других стран (кроме стран СНГ) считают приоритетными менее четверти респондентов. Впрочем, данный факт, во многом, объясняется дефицитом информации, которой располагают представители калининградского бизнеса<sup>5</sup>.

**3. Закрытость рынка ЕС, тарифные и нетарифные ограничения, препятствующие выходу на западные рынки.** Европейские страны умело используют легитимные возможности для защиты своих внутренних рынков. Причем со вступлением в ЕС центрально-европейских стран дискриминация российских товаров со стороны ЕС может еще больше усилиться. По мнению экспертов<sup>6</sup>, новые члены Евросоюза, будут добиваться повышения пошлин для своих восточных соседей, поскольку конкурируют на одних и тех же европейских рынках. При этом, по оценке ЕБРР, уже сейчас средний уровень тарифов, которыми облагается экспорт из России в ЕС, является одним из самых высоких в мире (7,1% по сравнению с 5,6% для китайских товаров и 3,1% - для турецких).

Для Калининградской области при сохранении нынешней структуры её экспорта изменение уровней тарифной защиты европейских рынков не должно принести к негативным последствиям, поскольку значительную часть калининградского экспорта составляет сырье и полусырьевые товары, к которым, как правило, применяются низкие импортные тарифы. В отношении же индустриального экспорта, в силу упомянутых выше причин, в настоящее время затруднительно сколь-либо достоверно прогнозировать последствия вступления России в ВТО и расширения ЕС.

Наряду с тарифными барьерами, негативное влияние на развитие калининградского экспорта в страны ЕС оказывают существующие нетарифные ограничения (так называемые технические барьеры). К ним, прежде всего, относятся различия в стандартах и системах соответствия товаров обязательным требованиям в РФ и ЕС, которые серьезно ограничивают доступ отечественных товаров на рынки указанных стран. Причем ожидающаяся в связи со

<sup>5</sup> Согласно данным опроса основными способами определения перспективных рынков служили самостоятельные исследования (60% ответов), а также интуиция (29%). Помощью специалистов для этих целей пользовалось не более 4% опрошенных предприятий.

<sup>6</sup> Федюкин И. На задворках мировой экономики. «Ведомости», 19 ноября 2003 г.

вступлением России в ВТО либерализация торговли не принесет сколь-либо существенных изменений. В определенной степени может быть увеличен экспорт только тех товаров, в отношении которых нет необходимости доказывать их соответствие европейским стандартам. Однако это – в основном сырьевые товары и товары с низкой степенью обработки (нефть и нефтепродукты, целлюлоза и продукция деревообработки, кожевенное сырье<sup>7</sup>), которые уже сейчас занимают львиную долю калининградского экспорта. Перспективы же расширения экспорта продукции переработки, по мнению опрошенных руководителей, сомнительны в силу ограничений, возникающих при поставках тех товаров, доступ которых на рынок ЕС регулируется гармонизированными европейскими стандартами.

Проблема технических барьеров для калининградского экспорта, как это ни странно, имеет и внутрироссийский аспект. Несмотря на то, что законом об ОЭЗ предусмотрены таможенные льготы для товаров, произведенных на территории ОЭЗ и экспортируемых в другие страны, на практике использование этих льгот связано с определенными трудностями. При этом, если для крупных экспортеров основная проблема заключается в отсутствии взаимопонимания с органами таможенного контроля, то для предприятий малого и среднего бизнеса сложной представляется сама процедура сертификации товара в соответствии с Порядком определения происхождения товаров из Особой экономической зоны в Калининградской области<sup>8</sup>, служащая основанием для получения льгот по уплате таможенных пошлин и платежей. Предприниматели считают неэффективной, приводящей к большим потерям времени, существующую систему выдачи сертификатов о происхождении товара, а часть из них считает чрезмерно завышенными требования к степени переработки товара для признания его произведенным в ОЭЗ. Даже с учетом поправки на неразвитую систему логистики на калининградских предприятиях, очевидно, что данная проблема представляет собой весьма существенный фактор, сдерживающий развитие экспорта, при этом решение данной проблемы находится целиком в компетенции российских властей.

К нетарифным барьерам, ограничивающим доступ российских товаров на западные рынки, относится угроза возбуждения против них процедур антидемпинговых расследований. Поскольку практически весь калининградский экспорт направляется на рынки с низким уровнем конкуренции, до сих пор антидемпинговые процедуры в отношении калининградских предприятий не возбуждались. Тем не менее, до вступления России в ВТО опасность проведения таких процедур для калининградских экспортеров сохраняется.

Серьезным препятствием для развития экспорта, особенно в сфере услуг, являются визовые барьеры. В настоящее время в случае необходимости срочного получения шенгенской визы дополнительные затраты могут достигать 80-100 долларов США на одного человека, что значительно осложняет деловые контакты между калининградскими и западными предпринимателями. Учитывая скорое устранение аналогичных визовых барьеров для основных конкурентов калининградского бизнеса на западных рынках – предпринимателей Польши и Литвы, эта проблема может привести к потерям экспортных возможностей региональной экономики. Вместе с тем следует понимать, что решение визового вопроса является во многом международной проблемой и лежит вне пределов компетенции региональных органов власти.

**4. Административные барьеры и отсутствие системы государственной поддержки экспорта.** Эта группа проблем лежит вне компетенции региональных властей. Ее составляющими являются: «неудобное» для экспортеров валютное законодательство, отсутствие системы финансовой и страховой поддержки экспорта со стороны государства.

До принятия нового закона «О валютном регулировании и валютном контроле», вступающим в силу 17 июня 2004 г., валютное законодательство РФ в большей мере соответствовало политике Банка России, чем интересам российских экспортеров. Действующие в настоящее время правила валютного регулирования и контроля устанавливают в отношении большинства внешнеэкономических операций жесткие ограничения, санкции за нарушение которых могут достигать 100% от суммы валютной выручки. Например, в случае банкротства покупателя российский экспортер теряет не только неполученную выручку от реализации товара, но и вынужден платить штраф на возврат этой выручки в размере 100% от суммы контракта.

Немаловажной причиной, ограничивающей конкурентоспособность калининградских экспортеров, является отсутствие системы государственного финансирования экспорта и страхования финансовых рисков. Причем основная часть экспортеров, в виду маломасштабности

<sup>7</sup> Данное утверждение не является бесспорным. Так, например, последовательно ужесточаются требования западных потребителей к продукции целлюлозно-бумажной отрасли.

<sup>8</sup> Распоряжение администрации Калининградской области №296-р, ГТК Российской Федерации №01-14/1365 от 31.12.1998 г. «Об утверждении порядка определения происхождения товаров из Особой экономической зоны в Калининградской области».

объемов сделок, не может рассчитывать на поддержку государства даже после принятия новой редакции закона «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности». Не имея возможности как-либо гарантировать защиту от недобросовестных клиентов, калининградские экспортеры вынуждены прибегать к услугам иностранных посредников, теряя при этом свои доходы, либо увеличивая цену продукции, закладывая в неё часть финансовых рисков.

**5. Плохой имидж России.** Отчасти трудности в продвижении калининградских товаров на западных рынках обусловлены негативным мнением, сформировавшимся в отношении российского бизнеса у западных обывателей. Товары российского происхождения ассоциируются с плохим качеством, а деятельность российских компаний – с нарушением обязательств и криминалом. Нередки случаи, когда западные заказчики стараются скрыть перед своими клиентами, что поставляемые им товары произведены в России.

Решение этой проблемы является общегосударственной задачей, тем не менее, определенная поддержка экспортерам на уровне региона может быть оказана посредством разработки и реализации стратегии регионального маркетинга, направленного на формирование позитивного имиджа области в глазах потенциальных иностранных экономических партнеров.

Исследование позволило выявить основные трудности, с которыми сталкиваются калининградские экспортеры, в совокупности образующие круг проблем, которые могут быть решены на уровне региона и, в случае их успешного решения, в определенной мере будут способствовать росту экспортного потенциала калининградской экономики. В наиболее общем виде эти проблемы могут быть сведены к вопросам маркетинга и продвижения продукции местных предприятий на иностранных рынках. Подавляющее число калининградских фирм – малые и средние предприятия, имеющие ограниченные организационные и финансовые возможности. В своей деятельности они вынуждены отказываться от многих важных компонентов экономической политики, которые могли бы повысить эффективность их экспорта.

Возможным направлением решения указанных проблем может стать создание в Калининграде постоянно действующей специальной организационной структуры, оказывающей информационно-консультационную помощь калининградским экспортерам. Помимо этого, одной из функций такой структуры могло стать взаимодействие с органами власти Калининградской области и иностранными партнерами в осуществлении мероприятий регионального маркетинга, способствующих формированию позитивного международного имиджа области.

### **3. Государственная внешнеторговая политика и практика поддержки экспорта**

#### **3.1. Политика и практика поддержки экспорта в Российской Федерации**

В настоящее время Россия занимает 17-е место в списке стран-экспортеров товаров и лишь 31-е место по объему экспорта услуг. При этом российский экспорт имеет, в основном сырьевую направленность – 78% его приходится на нефть, нефтепродукты, другие энергоносители, драгметаллы и целлюлозу, в то время как в структуре мирового экспорта сырьевые ресурсы занимают только 11%, и эта доля постоянно снижается. Поэтому одним из основных приоритетов в сфере структурной перестройки российской экономики является создание условий, обеспечивающих кардинальное увеличение несырьевого экспорта.

Формирование системы государственной поддержки экспорта в РФ началось в период с 1993 по 1996 год, когда был принят ряд нормативных актов, определивших основные направления государственной поддержки экспорта в Российской Федерации. Правовую основу для деятельности государства в этих направлениях составляет Федеральный закон от 13 октября 1995 г. №157-ФЗ «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности».

В 90-е годы в основном была сформирована инфраструктура поддержки экспорта. Важными элементами этой системы стали созданные в 1994 году Российский экспортно-импортный банк (Росэксимбанк) и в 1996 году – Российское экспортно-импортное страховое общество (Росэксимгарант), которые были призваны решить вопросы организации финансирования и страхования поставок экспортной продукции отечественных предприятий. Вместе с тем, по последнему времени деятельность этих организаций носила ограниченный характер ввиду отсутствия их реальной поддержки со стороны государства.

В этот период началось формирование основ финансового механизма поддержки российского экспорта. Впервые вопросы финансового обеспечения экспорта нашли отражение в

Федеральной программе развития экспорта<sup>9</sup>, согласно которой на эти цели предполагалось ежегодно выделять средства на уровне 0,3-0,35% от объема валового внутреннего продукта страны, рассчитанного на базе итогов года, предшествующего принятию федерального бюджета. Одновременно было принято решение при формировании проекта федерального бюджета на очередной год предусматривать отдельной строкой выделение необходимых средств для осуществления мер государственной поддержки экспорта. Согласно нормативам, заложенным в Программу, в 1996 году ассигнования на поддержку экспорта должны были составить около 900 млн. долл. США, а в 1997 году – порядка 1,1 млрд. долл. США. Предполагались ряд других мер государственной поддержки.

Однако средства, запланированные в Программе на поддержку экспорта в России, в полном объеме не выделялись. В 1996-1997 гг. по некоторым статьям, предусмотренные бюджетом суммы были в 4-10 раз меньше расчетных, а реально средств выделялось вдвое меньше предусмотренного. В бюджетах же 1998-2001 гг. средства по статье поддержки экспорта не планировались совсем. Более того, с принятием Бюджетного кодекса сама эта статья выпала из бюджетной классификации, и указать конкретные объемы средств, направляемых на финансирование экспорта, стало практически невозможно. В августе 2003 года правительство РФ приняло решение о прекращении реализации Федеральной программы развития экспорта.

Наряду с отсутствием финансовой поддержки другой важнейшей проблемой являются частые факты дискриминации российских экспортеров. Причина этого кроется в недостаточно широком участии России в международном переговорном процессе. По оценкам МЭРТ<sup>10</sup>, общие потери российских экспортеров вследствие антидемпинговых процедур и из-за установления квот в других странах на их продукцию составляют 2,3 млрд. долларов ежегодно. В 2001 году российский экспорт был ограничен, как минимум, по 120 позициям. В целом же на Россию приходилось около 3,5% всех возбужденных в мире антидемпинговых процедур при ее доле в мировом экспорте не более 1,7%.

В этой связи, в последнее время активизировались усилия по модернизации и повышению эффективности системы государственной поддержки российского экспорта. Процесс формирования этой системы еще не завершен, однако уже сейчас можно выделить ряд основных её звеньев. Так, на федеральном уровне к настоящему времени сформулировано концептуальное видение и имеются стратегические разработки в отношении государственной поддержки экспорта. К числу таких документов, прежде всего, относятся:

- Основные направления социально-экономического развития Российской Федерации на долгосрочную перспективу;
- Программа социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2003-2005 годы);
- Концепция развития государственной финансовой (гарантийной) поддержки экспорта промышленной продукции в Российской Федерации.

Перечисленные документы являются базисными и определяют магистральные направления внешней торговой политики России. Они, в частности, содержат основные принципы, приоритетные формы и методы стимулирования и поддержки российского экспорта.

Среднесрочной программой социально-экономического развития РФ определено, что важнейшим направлением деятельности государства в области стимулирования экспорта на ближайшие годы станет создание более благоприятных условий для доступа российских товаров на внешние рынки. В целях содействия экспорту в течение 2003-2005 гг. предполагается:

- обеспечить эффективное функционирование системы государственного страхования и гарантирования российских экспортеров и российских капиталовложений за рубежом от политических и долгосрочных коммерческих рисков;
- обеспечить поддержку участия российских организаций в сооружении промышленных объектов за рубежом и расширения поставок комплектного оборудования, в том числе на основе межправительственных соглашений с предоставлением кредитов;
- активизировать работу по привлечению российских предприятий к участию в международной выставочно-ярмарочной деятельности;
- активно содействовать продвижению российских товаров, услуг и капитала за рубежом, поддерживать участие российского бизнеса в перспективных международных проектах;
- обеспечить реализацию мероприятий по совершенствованию налогового регулирования в отношении российских экспортеров товаров и услуг;
- обеспечить поддержку отечественных предприятий в конкурсах на право участия в международных проектах;

<sup>9</sup> Одобрена Постановлением Правительства РФ от 8 февраля 1996 г. №123.

<sup>10</sup> АРН "Regions.ru/Россия.Регионы"

- обеспечить запуск системы внешнеторговой информации, объединяющей информационные массивы уполномоченных федеральных органов исполнительной власти, их региональных представительств, а также зарубежных торговых представительств России, обеспечивая доступ к ней в режиме реального времени заинтересованных участников внешнеэкономической деятельности.

Кроме того, в число приоритетов государства входит дальнейшее развитие системы поддержки экспорта, включающей организационные, торгово-политические, налогово-административные меры и меры валютного регулирования, а также финансовые, информационно-консультационные и промоционные меры.

Существенное значение имеет также развитие системы оказания экономического и технического содействия развивающимся странам, через механизмы которого осуществляется крупномасштабный экспорт российской продукции. В целях обеспечения такого содействия будет создан механизм долгосрочного кредитования экспортных поставок оборудования с длительным циклом изготовления.

В числе приоритетов внешнеэкономической деятельности Правительством РФ ставится задача добиться безусловного признания рыночного характера российской экономики странами, которые по-прежнему применяют свое антидемпинговое законодательство по отношению к России дискриминационным образом, а также обеспечить практическую реализацию признания рыночного статуса российской экономики, в частности со стороны США и ЕС, при проведении антидемпинговых расследований против российских экспортеров. Будет активизирована работа по отмене дискриминационных ограничений, сохраняющихся и вводимых в отдельных зарубежных странах в отношении российского экспорта, в том числе на основе принципа взаимности.

В конце 2003 года Правительство РФ одобрило Концепцию развития государственной финансовой (гарантийной) поддержки экспорта промышленной продукции в Российской Федерации<sup>11</sup>. Федеральным органам исполнительной власти при планировании и осуществлении мероприятий в области государственной поддержки экспорта промышленной продукции предписано учитывать положения этой Концепции.

Согласно Концепции, развитие государственной финансовой (гарантийной) системы поддержки экспорта промышленной продукции в Российской Федерации предусматривает реализацию мер, соответствующих международной практике государственной поддержки экспорта и направленных на формирование благоприятных экономических, организационных и правовых условий развития российского экспорта.

Главными целями государственной финансовой (гарантийной) поддержки экспорта промышленной продукции являются усиление конкурентных позиций российских экспортеров промышленной продукции на внешнем рынке и увеличение в структуре экспорта доли изделий с высокой степенью переработки.

Для достижения указанных целей Концепцией предполагается задействовать комплекс организационно-экономических мероприятий направленных на:

§ создание системы государственного гарантирования политических и долгосрочных коммерческих рисков при проведении экспортных операций;

§ расширение долгосрочного экспортного кредитования;

§ создание механизма возмещения части процентных ставок по экспортным кредитам российских кредитных организаций.

Меры в рамках **государственного гарантирования экспорта** промышленной продукции предполагают использование таких форм государственных гарантий, как:

- государственная гарантия для обеспечения платежных обязательств иностранного импортера (заемщика), правительства иностранного государства перед российским экспортером (банком-кредитором) при условии предоставления государственной гарантии иностранного государства в установленной форме;

- государственная гарантия для обеспечения платежных обязательств иностранного импортера (заемщика), правительства иностранного государства перед банком-агентом в связи с предоставлением им кредита правительству иностранного государства, иностранному импортеру (или его банку) при условии предоставления государственной гарантии иностранного государства в установленной форме;

- государственная гарантия для обеспечения обязательств банка-агента перед иностранными контрагентами в виде тендерных гарантий, гарантий возврата авансовых платежей и гарантий надлежащего исполнения контрактов, выданных им по обращениям российских экспортеров.

Другим направлением в системе государственной финансовой (гарантийной) поддержки экспорта промышленной продукции является **экспортное кредитование** за счет (с участием)

---

<sup>11</sup> Распоряжение Правительства РФ от 14 октября 2003 г. № 1493-р.

средств федерального бюджета. Экспортные кредиты за счет средств федерального бюджета будут предоставляться как правительствам иностранных государств, так и импортерам российской промышленной продукции или их банкам в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Согласно Концепции, в федеральном бюджете на соответствующий год должны предусматриваться объемы и условия предоставления экспортных кредитов. Предполагается, что импортерам российской промышленной продукции будут предоставляться экспортные кредиты за счет (с участием) средств федерального бюджета в размере до 85% стоимости экспортного проекта. В целях реализации приоритетных экспортных проектов Концепцией допускается и 100-процентное экспортное кредитование за счет средств федерального бюджета.

При определении условий экспортного кредитования за счет средств федерального бюджета установлено, что в зависимости от видов экспортируемых товаров периоды использования кредитов будут составлять от 6 месяцев до 3 лет, а длительность погашения – от 3,5 до 10 лет.

В целях обеспечения равных условий доступа на рынки третьих стран для российских и иностранных товаров (в части размера процентных ставок, привлекаемых для осуществления экспортных поставок кредитов) предполагается **возмещение за счет средств федерального бюджета части процентных ставок по кредитам**, предоставляемым российскими кредитными организациями следующим заемщикам:

- российским экспортерам – победителям международных конкурсов (тендеров);
- правительствам иностранных государств – импортеров российской промышленной продукции;
- импортерам (их банкам-кредиторам) российской промышленной продукции под государственные гарантии иностранных государств.

Создание финансовой (гарантийной) системы поддержки экспорта промышленной продукции, учитывающей нормы и правила Всемирной торговой организации и Организации экономического сотрудничества и развития, является важным направлением экономической политики, принимая во внимание предстоящее присоединение Российской Федерации к этим организациям. Государственная финансовая (гарантийная) поддержка позволит российским производителям более эффективно продвигать отечественную промышленную продукцию на внешний рынок, руководствуясь правовыми нормами, регламентирующими права и обязанности участников процесса экспортного кредитования и гарантирования.

Для реализации целей и задач государственной внешнеторговой политики в 2002-2003 гг. Минэкономразвития РФ был разработан и осуществлен ряд мер поддержки российского экспорта. Так, в рамках реализации Концепции в декабре 2003 г. на рассмотрение Правительства РФ был представлен проект закона «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности», в котором четко определены формы государственного регулирования (вмешательства) во внешнюю торговлю, дается исчерпывающий перечень возможных методов и инструментов. В проекте закона закреплено, что государство обязано содействовать продвижению отечественных товаров на внешние рынки и должно, в случае вмешательства учитывать интересы участников ВЭД.

Активизировались переговоры на уровне правительств по уменьшению антидемпинговых процедур и ограничения российского экспорта. Расширена практика использования возможностей международных организаций для продвижения интересов российских участников внешнеэкономической деятельности. Правительством РФ разрабатывается упрощенный порядок возврата НДС экспортерам.

В 2004 году будет возобновлено государственное финансирование российского экспорта. В Федеральном бюджете на текущий год впервые с 1997 года предусматриваются специальные расходы по поддержке экспорта. В этом году на поддержку российских экспортеров планируется выделить 90 млн. долларов.

В целях дальнейшего развития инфраструктуры поддержки экспорта Минэкономразвития выступило с инициативой создания при Правительстве России комиссии по поддержке экспорта, которая включала бы в себя представителей Минфина, Государственного таможенного комитета, Министерства иностранных дел и отраслевых министерств, имеющих отношение к внешнеэкономической деятельности. Задачей этой комиссии будет определение перечня приоритетных товарных групп, в экспорте которых заинтересована Россия. В этот список, по мнению руководителя Департамента поддержки экспорта министерства В. Зингмана<sup>12</sup>, должно входить не более 25 товарных позиций, которые, по его словам, будут представлять не сырьевую, а промышленную продукцию. Комиссия должна определять также страновую направленность

---

<sup>12</sup> РИА "Новости", 12.03.2003

российского

экспорта.

Еще одним этапом развития системы поддержки экспорта в России стала созданная в 2003 году под эгидой МЭРТ информационно-поисковая система "Экспортные возможности РФ", содержащая обновляемую информацию о продукции российских экспортеров, а также сведения о российском и международном внешнеторговом законодательстве<sup>13</sup>.

Дальнейшим развитием системы государственной поддержки экспорта станут рассматриваемые в настоящее время Правительством РФ меры по либерализации таможенного режима на таможенных территориях, либерализации в налоговой и валютной сферах в плане возврата валютной выручки (в частности, Минэкономразвития предлагается внести изменения в валютное законодательство, увеличив срок возврата валютной выручки экспортерами<sup>14</sup>).

В числе других предложений значится создание зон экспортного производства, а также скорейшее принятие закона о свободных экономических зонах. Специалисты МЭРТ также предлагают более эффективно использовать работу российских Экспортно-импортного банка (Росэксимбанк) и Импортно-экспортного страхового общества "Росэксимгарант". В этих целях предлагается передача 100% акций Росэксимгаранта в собственность правительства. При этом, как предполагается, Внешторгбанк будет введен в число акционеров Росэксимбанка с обеспечением паритетного участия в его капитале. Кроме того, на Росэксимбанк возлагается функция агента правительства по обслуживанию предоставленных правительством РФ кредитов правительствам иностранных государств, компаниям и фирмам под гарантии правительств этих государств. Все это будет осуществляться за счет средств федерального бюджета. В числе торгово-политических задач Минэкономразвития видит присоединение к Всемирной торговой организации с последующим устранением дискриминационных барьеров.

Минэкономразвития также предлагает кабинету министров усилить информационно-консультативные действия государства по информированию бизнес-сообщества, а также развивать поддержку российских товаров и услуг через рекламу.

### 3.2. Практика поддержки экспорта в субъектах Российской Федерации

В последнее время активизировалась деятельность по созданию системы поддержки экспорта на уровне субъектов Федерации. В частности, в сентябре 2003 года Законодательное собрание Ленинградской области одобрило в первом чтении проект областного закона "О государственной поддержке экспорта товаров, работ и услуг в сфере информационных технологий в Ленинградской области"<sup>15</sup>. В январе 2003 года в соответствии с поручением мэра Москвы начата разработка Концепции по поддержке экспорта московских предприятий<sup>16</sup>. Осенью 2003 года к разработке механизма поддержки экспорта на уровне субъекта Федерации, дополняющего систему федеральной поддержки, приступило Правительство Республики Татарстан<sup>17</sup>. Аналогичные проекты рассматриваются в Ростовской области, ряде других регионов

---

<sup>13</sup> <http://www.exportsupport.ru/>

<sup>14</sup> ИТАР-ТАСС, 27.09.2002

<sup>15</sup> Этим законом предполагается, что фирмы, у которых не менее половины выручки приходится на экспорт информационных технологий, смогут заключать договор с правительством области, в рамках которого они будут пользоваться минимальной ставкой налога на прибыль в части, зачисляемой в областной бюджет. Эти компании также получают субвенции в размере 50% ставки налога на имущество.

<sup>16</sup> Приоритетные цели этого проекта – разработка и внедрение системы поддержки экспорта и привлечения инвестиций «Московская экспортная инициатива» (МЭКСИ) и создание Московского агентства поддержки экспорта и привлечения инвестиций. Предполагается привлечение в качестве соисполнителей этого проекта таких специализированных международных организаций, как Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) и Международный торговый центр (МТЦ) ЮНКТАД/ВТО.

<sup>17</sup> По мнению Х. Салихова - министра торговли и внешнеэкономического сотрудничества РТ, механизм республиканского проекта по поддержке экспорта мог бы включать в себя, например, следующие меры:

- предоставление гарантий экспортерам под привлекаемые уполномоченными банками кредитные ресурсы для обеспечения оборотными средствами экспортных контрактов предприятий организаций;
- льготное кредитование экспорта продукции высокой степени обработки (предоставление государственных кредитов предприятиям и организациям для финансирования высокоэффективных, ориентированных на экспорт инвестиционных проектов и экспортных контрактов);
- страхование экспортных кредитов для защиты экспортеров от коммерческих (банковских) рисков;
- финансирование организационных и специальных мер стимулирования экспорта и обслуживание системы внешнеторговой информации, развитие ярмарочно-выставочной деятельности, экспертное сопровождение экспортеров.

В целом система стимулирования и поддержки экспорта в РФ в настоящее время находится в стадии формирования. При этом, если на федеральном уровне уже созданы необходимые правовые и институциональные условия, то на уровне субъектов Федерации в основном идет лишь выработка общих принципов и подходов функционирования такой системы.

Калининградская область, имеющая определенные предпосылки для развития собственного экспортного потенциала, относится к числу регионов России, практически не уделяющих внимания этой проблеме. Поддержка экспорта в регионе носит декларативный характер. Стратегия социально-экономического развития Калининградской области как региона сотрудничества на период до 2010 года содержит лишь общие слова о необходимости «трансформации экономической структуры региона в направлении экспортной ориентации» и не дает каких-либо ориентиров для разработки региональной экспортной политики. До последнего времени отсутствовали какие-либо практические меры, предпринимаемые исполнительной и законодательной властью области в этом направлении.

### **3.3. Опыт поддержки экспорта в странах ЕС и кандидатах**

В условиях усиления международной конкуренции становится актуальной роль государства в повышении конкурентоспособности промышленности и экономики в целом, продвижении национальных интересов на внешних рынках. В Европе, как и в целом в мире не существует единой успешной политики стимулирования экспорта. Страны используют различные стратегии в отношении государственного поощрения своего экспорта. Тип этих стратегий определяется состоянием экономики страны, этапом развития, на котором она находится, общей экономической и политической ситуацией в мире, а также множеством других факторов. Тем не менее, можно выделить ряд важных черт во внешнеэкономической политике европейских государств, которые привели к положительным результатам в росте их экспорта и совершенствовании его структуры.

Исследование и выводы относительно практики поддержки экспорта в европейских странах, содержащиеся в настоящем бюллетене, основываются на опыте таких стран-членов ЕС и кандидатов, как: Великобритания, Греция, Ирландия, Италия, Румыния, Сербия, Словения, Турция, Финляндия, Чехия и Швеция.

Опыт этих стран показывает, что стимулирование экспорта происходит двумя основными путями: через формирование благоприятного макроэкономического климата и создание для производителей и экспортеров необходимых стимулов к экспорту.

Первый путь является, безусловно, предпочтительным, поскольку он больше отвечает практике стран с рыночной экономикой и правилам регулирования торговли, разработанным и используемым в рамках ряда международных экономических организаций, занимающихся вопросами регулирования торговли товарами и услугами на многосторонней основе, и интеграционных союзов.

Вместе с тем, ситуация в стране может сделать невозможным быстрое проведение макроэкономических преобразований для создания благоприятной среды для производителей, инвесторов и экспортеров. В этих условиях эффективным способом решения проблемы развития экспортного производства и расширения экспорта является использование специальных стимулов по развитию экспорта.

В большинстве стран меры по стимулированию экспорта принимаются как на государственном уровне, так и в рамках региональных образований (в пределах полномочий последних). Такая практика, в частности, широко распространена в Великобритании, ряд регионов которой имеют собственные экспортные стратегии.

Основными элементами системы поддержки экспорта в европейских странах являются:

**1. Торгово-политические меры**, направленные на создание максимально благоприятных торгово-политических условий для экспорта товаров на основе заключения двух- и многосторонних соглашений (например, соглашения о свободной торговле ВТО и т.п.), участия правительств в разрешении торговых споров. В этих целях в ряде европейских стран существуют специальные государственные органы – правительственные комиссии и агентства.

**2. Меры налогово-административного и валютного регулирования** внешнеэкономической деятельности, предусматривающие упрощение налоговых процедур и ослабление требований валютного законодательства. Одной из форм поддержки экспорта, получившей распространение в частности в некоторых странах-кандидатах на вступление в ЕС, является деятельность специальных экспортно ориентированных экономических зон. Однако в

---

Ожидается, что финансовая поддержка экспортной деятельности должна найти отражение в бюджете республики и составлять 0,1 - 0,3% от объема валового регионального продукта, рассчитанного на базе итогов года, предшествующего принятию бюджета.

условиях унификации экономического законодательства европейских стран и негативного отношения к предоставлению каких-либо льгот и преимуществ отдельным территориям или группам хозяйствующих субъектов в рамках ЕС данные меры утрачивают свое значение и носят переходной характер. Считается, что такие методы нарушают нормальные условия конкуренции, одновременно оказывая негативный эффект на бюджет страны. Это привело к тому, что большинство стран-кандидатов в члены ЕС в последние годы отказались от их применения в своей политике поддержки экспорта.

**3. Финансовые меры стимулирования** экспортного производства, когда государство выступает в роли кредитора, гаранта, донора. Финансовая поддержка считается наиболее действенной мерой помощи экспорту и используется в большинстве европейских стран, хотя формы и степень участия государства могут быть различными.

**4. Информационно-консультативное содействие**, в рамках которого государство принимает на себя часть затрат на сбор необходимой бизнесу информации: предоставляет сведения об условиях деятельности зарубежом, проводит исследования экспортных рынков, выступает в роли посредника в поиске торговых партнеров.

**5. Промоционные меры** по продвижению национальных товаров и услуг на международные рынки. Наиболее распространенными формами такой помощи государства являются содействие (в том числе, финансовое) в организации выставок и ярмарок экспортной продукции, а также участие государства в деятельности экспортных торговых ассоциаций и коммерческих палат, организация рекламы за рубежом за счет средств госбюджета

Некоторые из перечисленных выше мер не требуют существенного ресурсного обеспечения (например, торгово-политическая поддержка), другие непосредственно связаны с расходами бюджета (финансовые меры). Поскольку финансовые меры принято считать наиболее действенной формой поддержки экспорта и, кроме того, они являются предметом наиболее острых дискуссий о степени допустимого вмешательства государства в регулирование экономических процессов, коротко охарактеризуем те из них, которые наиболее часто используются в практике европейских стран.

К числу наиболее распространенных в странах-членах и кандидатах в члены ЕС финансовых мер стимулирования экспорта относятся:

- Экспортные премии (субсидии) – финансовые льготы, предоставляемые правительством или частными институтами фирмам-экспортерам на вывоз определенных товаров за границу. Субсидии особенно широко используются при экспорте сельскохозяйственной продукции, и, в скрытой форме, ряда промышленных товаров, включая капиталоемкие изделия (авиационная промышленность, судостроение)<sup>18</sup>.

- Экспортные кредиты, которые распространяются в основном на готовую продукцию, главным образом на наиболее перспективные машиностроительные изделия и предоставляются как непосредственно экспортерам, так и их иностранным клиентам. Кредитование осуществляется путем выплат из специальных фондов, рефинансирования, субсидирования или страхования. Как правило, кредитование экспорта осуществляется через банки и межправительственные банковские организации, либо через специально созданные фонды.

- Страхование экспорта осуществляется через предоставление государственных гарантий банкам, кредитующим экспортные операции. Такое страхование покрывает не только традиционные коммерческие, но и политические риски. Необходимость участия государства в экспортном и инвестиционном страховании определяется наличием специфических рисков, которые, согласно мировой практике, коммерческие страховщики не страхуют или страхуют под очень высокие проценты. Как правило, государственное страхование экспортных сделок осуществляется через специальные учреждения, например такие как: Департамент гарантий экспортных кредитов (Великобритания), либо через частные или смешанные страховые компании, располагающие государственными средствами на эти цели (Германия, Бельгия).

Помимо перечисленных мер, составляющих основу финансовой поддержки экспорта европейских стран, в мировой практике известны примеры успешного применения:

- Налоговых и таможенных льгот, представляющих собой освобождение экспортеров от уплаты прямых или косвенных налогов. Формами этих льгот являются также снижение налога с фирм, создающих заграничные филиалы, исключение из налогообложения расходов на исследования, ведущие к созданию сбытовых филиалов за границей, освобождение от налогов на комплектующие и материалы, использованные в производстве экспортных товаров, создание

---

<sup>18</sup> Отметим, что прямое субсидирование промышленных товаров рассматривается нормами ВТО как протекционистская мера, влекущая применение антидемпинговых процедур. Соглашение о применении статьи VI ГАТТ (Антидемпинговый Кодекс) направлено против экспорта, осуществляемого по ценам ниже производства или себестоимости.

необлагаемых налогом денежных фондов развития экспорта, снижение и возврат таможенных пошлин.

- Политика гибкого валютного курса, целью которой является перераспределение ресурсов в экономике. В основном к искусственному занижению курса своих валют в целях стимулирования экспорта прибегают развивающиеся страны. Рост экспорта при этом является основным мерилom необходимой степени обесценения и одновременно эффективности такой политики. Однако для стран-членов ЕС и кандидатов этот инструмент во многом утратил свою актуальность. К тому же использование реального или заниженного курса национальной валюты в целях стимулирования экспорта, связано с потерями для производителей, ориентированных на внутренний рынок, среднего класса и ряда других участников экономического процесса.

Все из перечисленных выше мер в той или иной степени используются в современной практике стимулирования экспорта в различных странах. При этом значение каждой из этих мер в отдельные периоды времени или в практике отдельных стран на различных этапах развития было далеко не равноценным. Так, в современных условиях широко распространено страхование экспортных кредитов, тогда как несколько десятилетий назад не менее важным было кредитное субсидирование экспорта.

Значение некоторых, ранее широко используемых мер стимулирования экспорта, постепенно снижается под влиянием фискального давления, контрмер импортеров (антидемпинговые и компенсационные меры). В этом же направлении действуют усилия ВТО и ряда других международных организаций. К числу мер, постепенно утрачивающих свое значение, относятся экспортные субсидии. В рамках ВТО разработано понятие субсидий, определены их формы, меры по их сокращению. В частности, ВТО запрещает прямое субсидирование экспорта и дифференцированно относится к различным косвенным формам субсидирования. Такие меры рассматриваются в качестве нарушающих в ряде случаев условия торговли и препятствующих ее развитию с другими странами-членами ВТО<sup>19</sup>.

Вместе с тем нормы ВТО оставляют определенную свободу в отношении использования таких мер. Как правило, эти меры должны фиксироваться в момент вступления страны в ВТО, например, в торговле услугами в ее специфических обязательствах. В процессе переговоров с другими членами ВТО и ее органами проще закрепить такие меры, которые не являются избирательными (т.е. относятся ко всему экспорту в целом или его отдельным крупным составляющим, ко всем странам, ко всем предприятиям, районам, а не отдельным из них). Например, ВТО, определяя субсидии как финансовое содействие государства или государственных органов в пределах территории своей страны, выделяет 3 вида субсидий (запрещенные, влекущие подачу иска и не вызывающие подачу иска), которые регулируются различно. Главным объектом регулирования являются запрещенные субсидии, тогда как в отношении двух других видов государства располагают значительно более полной свободой действий. К запрещенным субсидиям относятся, в первую очередь, экспортные субсидии или связанные с использованием местных товаров в ущерб импортированным. Но и в отношении запрещенных субсидий меры могут быть приняты только в случае, если они являются «специфическими», т.е. предоставляются предприятиям отдельной отрасли производства или группе предприятий, предприятиям, расположенным в определенном географическом районе.

Широко субсидируемым в современном мире, как известно, является производство и экспорт сельскохозяйственной продукции. В соглашении по сельскому хозяйству, являющемся частью обязательных соглашений ВТО, поддержка национальных производителей регулируется за счет снижения показателя общего агрегатного измерения поддержки. Обязательства стран предусматривают как величину, так и срок снижения этого показателя в зависимости от того относится ли эта страна к развитым или развивающимся. Некоторые области поддержки исключены из данного соглашения (т.е. могут использоваться странами-членами ВТО на вполне законных основаниях).

### **3.3. Оценка применимости опыта поддержки экспорта в условиях Калининградской области**

В мировой практике известен и используется достаточно широкий набор методов и инструментов поддержки экспорта. Однако далеко не все они могут быть применены на уровне отдельного региона, каким является Калининградская область. Причинами этого являются:

---

<sup>19</sup> Различные формы нетарифных ограничений включены в группу «Участие государства во внешнеэкономических операциях (субсидирование производства и экспорта товаров)».

- правила международной торговли и, в частности, ВТО, ограничивающие возможности для селективной, на уровне отдельной территории страны, поддержки экспорта;
- закрепленное российским законодательством распределение полномочий между Центром и субъектами Федерации, согласно которому вопросы внешнеэкономической деятельности являются прерогативой органов центральной власти;
- хронический дефицит регионального бюджета, доходы которого не покрывают даже текущих потребностей социальной сферы и в обозримом будущем исключают какую-либо финансовую поддержку экспортеров;
- отсутствие в регионе четко формулированной промышленной политики, фокусирующей усилия власти и бизнеса на развитии ограниченного числа приоритетных направлений региональной экономики, в том числе, поддержке отдельных, наиболее перспективных, экспортоориентированных отраслей и видов деятельности;
- неподготовленность абсолютного большинства калининградских предприятий к работе на западных рынках, их невосприимчивость к мерам поддержки экспорта и, следовательно, низкая эффективность таких мер<sup>20</sup>.

Вместе с тем на уровне региона существует необходимость принятия мер по поддержке экспорта. Это определяется тем, что федеральные меры носят унифицированный характер и не учитывают специфику отдельных регионов, тем более, таких как Калининградская область. Предстоящее включение в единое европейское экономическое пространство рынков стран – основных торговых партнеров Калининградской области и ожидающееся присоединение России к ВТО, очевидно, поставят перед калининградской экономикой новые задачи, решение которых может быть обеспечено, в том числе, и за счет усиления её экспортного потенциала. Кроме того, меры, предпринимаемые на уровне государства в целом, ориентированы, прежде всего, на поддержку и стимулирование крупных национальных экспортеров. Ввиду малости калининградской экономики и незначительности её промышленного сектора, в число предприятий, которые смогут воспользоваться финансовой поддержкой государства, попадут считанные единицы калининградских экспортеров.

Исходя из этого, на уровне региона должна быть создана собственная система поддержки и стимулирования экспорта, призванная дополнить и усилить меры федеральной экспортной политики. Такая система, созданная в интересах всех калининградских экспортеров, должна, во-первых, опираться на систему приоритетов региональной промышленной политики, во-вторых, стимулировать развитие экспортного потенциала калининградской экономики, в-третьих, не противоречить и не дублировать федеральные меры, в-четвертых, носить низкозатратный, посильный для регионального бюджета, характер.

Учитывая вышеизложенное, в число мер, известных из мирового и российского опыта, которые, наш взгляд, могут быть успешно применены в условиях Калининградской области, входят:

- информационно-консультационная помощь;
- промоционные меры, то есть меры содействия в продвижении экспорта и установлении деловых контактов.

Необходимость информационно-консультационной помощи региональным экспортерам обусловлена существующим на уровне региона дефицитом специфической информации. Поэтому одним из существенных факторов повышения конкурентоспособности калининградских предприятий и экспортеров является эффективная работа по сбору информации о потребностях потенциальных контрагентов, их платежеспособности, а также оценка особых условий, присущих определенному региональному рынку, на стадии подготовки экспортных контрактов. Кроме того, существует определенный дефицит информации по основам российского законодательства и практике регулирования внешнеэкономической деятельности. Вышеозначенные факторы существенно снижают общую конкурентоспособность отечественных производителей экспортной продукции на мировом рынке. Но особенно подвержены влиянию этих факторов региональные предприятия, относящиеся к сектору малого и среднего бизнеса, которые не обладают ни организационными, ни финансовыми ресурсами на поиск соответствующей информации.

---

<sup>20</sup> Сформировавшиеся под влиянием механизма ОЭЗ модель региональной экономики в целом и стиль менеджмента на большинстве калининградских предприятий, ориентированы, прежде всего, на производство импортозамещающей продукции. Предприятия перерабатывающих отраслей изначально создававшиеся для работы на российском рынке ни технически, ни организационно не готовы к эффективной конкуренции на западных рынках высокотехнологичной продукции. В силу этого многие из мер государственной поддержки таких «экспортеров» не принесут сколь-либо ощутимых положительных результатов.

Данное обстоятельство определяет необходимость создания на уровне региона собственной информационной системы, ориентированной на обслуживание потребностей, в первую очередь, регионального бизнеса.

В рамках консультационного содействия калининградским экспортерам важным шагом могло бы стать внедрение в регионе программ обучения предпринимателей стандартам и методам управления качеством в соответствии с международными стандартами ISO серий 9000 и 14000, широко используемыми в ЕС. Сертификация компании в соответствии с указанными стандартами часто служит необходимым условием для размещения контрактов со стороны западных компаний. Возможной формой организационной поддержки в этом стало бы создание совместного центра России и ЕС по стандартизации и сертификации. Такой центр мог бы сертифицировать товары одновременно как для российского, так и для европейских рынков, что стало бы значительным шагом в деле реализации ОЕЭП.

Вторая группа мер, реализация которых может стать частью региональной системы поддержки экспорта, является промоушн содействие. Основная функция региональных органов поддержки экспорта в рамках этого направления должна состоять в координации усилий и помощи в организации и проведении рекламных акций в интересах калининградских экспортеров, содействие участию местных фирм в выставках и ярмарках.

Возможным инструментом реализации указанных мер поддержки может стать формирование в регионе специального совещательного и координирующего органа – объединения калининградских экспортеров, в который вошли бы представители основных групп экспортеров, органов федеральной и региональной власти. В соответствии с задачей по созданию условий и механизмов предоставления квалифицированной помощи по экспорту и с учетом мировой практики подобная структура могла бы выполнять такие информационно-консультационные и другие функции, как:

- координация деятельности калининградских экспортеров на внешних рынках и согласование условий выхода на рынки между заинтересованными членами объединения в интересах оптимального использования конъюнктуры и ресурсов экспортеров;
- сбор и распространение среди членов объединения информации о государственном регулировании внешней торговли в зарубежных странах и предоставление консультационных услуг начинающим экспортерам;
- сбор и распространение информации о состоянии и перспективах развития мировых товарных рынков, представляющих интерес для членов объединения;
- сбор и распространение информации о требованиях к качеству экспортируемых товаров за рубежом (с точки зрения интересов потребителя, безопасности изделий, соблюдения экологических и других обязательных норм) и содействие повышению качества этих товаров, удовлетворяющего всем таким требованиям.

#### **4. Рекомендации по поддержке и стимулированию экспорта в Калининградской области**

В разделе 2 данного бюллетеня были указаны основные барьеры, препятствующие развитию экспорта калининградских предприятий. На основании этого можно предположить, что рост экспорта в Калининградской области зависит от:

- инициативы и усилий самих предприятий по развитию экспортного потенциала, исходящих из осознания собственниками и менеджерами предприятий необходимости осуществления изменений в их бизнесе;
- поддержки, которая будет оказываться калининградским фирмам, делающим первые шаги по выходу на экспортные рынки<sup>21</sup>.

Наши рекомендации, адресуются, прежде всего, двум целевым группам:

1. Бизнес-лидерам (собственникам и топ-менеджерам) предприятий Калининградской области;
2. Структурам, отвечающим за комплексное развитие территории и оказывающим содействие предпринимательству, а именно федеральным органам, региональной и муниципальной власти, организациям инфраструктуры поддержки бизнеса, учреждениям, занимающимся профессиональной подготовкой.

---

<sup>21</sup> Мы не рассматриваем те формы поддержки, на которые невозможно повлиять в масштабе Калининградской области (валютное и таможенное регулирование, финансирование и страхование экспортных операций, процесс вступления в ВТО и пр.).

Кроме того, эти рекомендации могут быть учтены международными организациями (прежде всего, Европейской комиссией и билатеральными программами поддержки), которые оказывают содействие Калининградской области в развитии ее экономики. В целях оказания посильной практической поддержки по каждой группе рекомендаций предлагается потенциальный или уже осуществляемый вклад проекта Европайд в их реализацию.

Разрабатывая рекомендации, авторы исходили из того, что система поддержки, созданная в интересах всех калининградских экспортеров, должна:

- во-первых, опираться на систему приоритетов региональной промышленной политики,
- во-вторых, стимулировать развитие экспортного потенциала калининградской экономики,
- в-третьих, не противоречить и не дублировать федеральные меры,
- в-четвертых, носить низкзатратный, посильный для регионального бюджета, характер.

Общая логика всех рекомендаций соответствует подходу, изложенному в документе «Приоритеты программы экономического развития Калининградской области: рекомендации» (проект Европайд, ноябрь 2003 г.). Калининградская область похожа на большое количество «проблемных регионов» в Европе (Целевая группа 2 Структурных фондов ЕС), которые не имеют объективные уникальные конкурентные преимущества с точки зрения экономического развития. В таких «проблемных регионах» отсутствуют стартовые условия, обеспечивающие эффективное самостоятельное развитие экспортоориентированного бизнеса. Поэтому считается, что только постоянные, длительные, совместные и согласованные усилия со стороны государственных структур всех уровней и со стороны самого бизнеса, позволят компаниям достичь состояния устойчивого воспроизводства и развития их экспортного потенциала. В основу этого подхода положены три базовых принципа:

1. **Выделение и фиксация нескольких приоритетных мероприятий** (в данном случае – по усилению экспорта) и применение стратегии «много для немногих» (а именно – много для приоритетных направлений).

2. **Создание критической массы усилий** и ее направление на реализацию ограниченного числа приоритетов.

3. **Усиление навыков и знаний организаций**, ответственных за координацию приоритетных направлений.

Исходя из этих принципов, формулируются следующие рекомендации по поддержке экспорта в Калининградской области.

#### 4.1. Рекомендации для бизнес-лидеров предприятий Калининградской области

- Планируя выход на экспортные рынки, собственникам и менеджерам компаний, прежде всего, следует проанализировать свой бизнес на предмет:

- Есть ли у них стратегическое видение развития компании и какое место занимает экспортная деятельность в этом видении?
- По каким причинам компания еще не экспортирует или экспортирует недостаточно?
- Каковы внутренние и внешние барьеры, затрудняющие рост экспорта компании?
- Каковы пути дальнейшего увеличения конкурентоспособности производимых компанией товаров или услуг?

Ответы на эти вопросы позволят руководителям фирм понять входит ли экспорт в приоритеты их бизнеса, что препятствует развитию экспорта и какие действия необходимы для его увеличения.

- Следующим шагом должно стать изыскание ресурсов (временных и финансовых) для повышения квалификации ключевого персонала компании по вопросам организации или развития экспорта.

#### **ВОЗМОЖНАЯ ПОДДЕРЖКА СО СТОРОНЫ ПРОЕКТА Европайд «Содействие региональному развитию Калининградской области»**

На основании взаимодействия Проекта с фокус-группой, в которую вошли более 100 предприятий Калининградской области, стало очевидно, что компании прекрасно понимают внешние барьеры, затрудняющие их развитие (законодательство, налоги, визы и пр.), но мало задумывались над внутренними барьерами развития, зависящими от самих компаний и их руководителей. Подобная ситуация достаточно типична и для многих европейских компаний. Поэтому проект уже включил в план своей работы проведение семинаров по стратегическому планированию и экспортной подготовке компаний, в которых будут принимать участие европейские и российские консультанты.

- В плане работы компании должно быть выделено время (например, раз в год) для регулярной внутренней ревизии её стратегических установок, включая оценку стадии развития компании в настоящее время, планирование последующей стадии развития, определение места экспорта в деятельности фирмы и внутренних ограничений, препятствующих его развитию. В рамках этих работ проводится «экспортный аудит» предприятия и готовится план развития экспорта. Это может быть сделано, например:
  - Собственными силами;
  - С привлечением внешних консультантов (для этого можно воспользоваться уже существующей в области системой поддержки, например, программа BAS – Business Advisory Services, может оказать финансовую поддержку в размере до 50% затрат на услуги консультантов);
  - С привлечением на стажеров – студентов местных вузов, для проведения экспортного аудита и подготовки плана выхода компании на экспорт.

**ВОЗМОЖНАЯ ПОДДЕРЖКА СО СТОРОНЫ ПРОЕКТА  
Европейд «Содействие региональному развитию Калининградской области»**

Проект уже запланировал тренинги для представителей калининградского бизнеса по проведению экспортного аудита и готовности к экспорту, международному маркетингу.

- Важным шагом на пути развития экспортного потенциала местных предприятий может стать изучение и распространение опыта других компаний, успешно работающих на внешних рынках. Инструментом этого может стать объединение – «Ассоциация (клуб) калининградских экспортеров», куда войдут как представители как экспортирующих, так и стремящихся стать экспортерами предприятий. Целью такой организации должно стать содействие предприятиям в обсуждении проблем экспорта, а также поддержка «новичков в экспорте». Создание подобной структуры было бы возможным, в частности, в рамках Проекта, при участии ведущих предпринимательских объединений области.

- Развитию экспорта содействует объединение усилий нескольких компаний для реализации маркетинговых и/или промоционных мероприятий, непосильных для каждой отдельно взятой компании. К примеру, в Европе достаточно распространены т.н. кластерные промоционные мероприятия, когда несколько компаний, чаще всего одной отрасли, готовят совместный каталог для «первого знакомства», что значительно снижает затраты на его реализацию и распространение.

- Эффективной мерой информационного содействия экспорту, не требующей отвлечения ресурсов фирм, является мониторинг мероприятий поддержки, которые происходят в области по развитию экспорта.

**ВОЗМОЖНАЯ ПОДДЕРЖКА СО СТОРОНЫ ПРОЕКТА  
Европейд «Содействие региональному развитию Калининградской области»**

Проект предлагает Калининградским предприятиям, экспортирующим или планирующими выход на внешние рынки, зарегистрироваться в офисе проекта по контактному телефону (0112) 536 120, для того, чтобы:

- получать информацию (раз в два месяца) о мероприятиях проекта, в том числе касающихся торговых миссий, тренингов по поиску партнеров, освоению новых рынков и пр.;
- внести информацию о Вашей компании в базу данных активных предприятий Калининградской области, которая будет использоваться проектом для продвижения Вашей компании потенциальным партнерам (для этого необходимо согласие Вашей компании на проведение 45-минутного интервью с представителями проекта).

## **4.2. Рекомендации для государственных органов и организаций поддержки бизнеса**

### ***А. Федеральный уровень***

В данном разделе отсутствуют рекомендации общего характера, касающиеся макроэкономической политики и общегосударственных мер по стимулированию экспорта. Эти меры приводятся в разделе 3 бюллетеня, и можно было бы только приветствовать ускорение их введения в России.

**А.1. Содействие экономическим связям Калининградской области и ЕС в рамках пилотной (ускоренной) реализации ОЭЗ в Калининградской области.** В связи с этим возможными мерами федеральной поддержки калининградского экспорта являются:

- упрощение (или отмена) визового режима для жителей Калининградской области и граждан стран ЕС, желающих посетить область;
- адаптация и интеграция экономических норм ЕС в региональное законодательство и в федеральное законодательство, относящиеся к Калининградской области;
- активизация переговорного процесса с целью снижения торговых барьеров, ограничивающих доступ российских и калининградских товаров на рынки стран ЕС.

**А.2. Внесение изменений в Закон об Особой экономической зоне в Калининградской области** с целью корректировки ее механизма и изменения вектора развития региональной экономики. Эти изменения должны вести к постепенному отказу от поддержки импортозамещающих производств, основанных на использовании режима Особой экономической зоны и, прежде всего на ценовой конкуренции. Ключевой мерой в рамках этого направления действий может стать ужесточение критериев, согласно которым определяется происхождение товаров из ОЭЗ.

**А.3. Корректировка Федеральной целевой программы развития Калининградской области,** в частности, путем включения в нее конкретных и финансируемых мероприятий по поддержке развития предприятий с высоким экспортным потенциалом. Необходимость этой меры вызвана тем, что в действующей в настоящее время Программе, поддержка экспортно-ориентированных предприятий декларируется, как приоритет, но не финансируется.

В рамках корректировки ФЦП и других документов федеральной политики в отношении Калининградской области рекомендуется определение следующих приоритетов для инициирования частных (негосударственных) проектов:

- развитие промышленно-технологической инфраструктуры (создание транспортно-логистических сооружений, промышленных парков для компаний, занимающихся экспортом определенных видов продукции, центров маркетинга для приоритетных экспортных направлений и пр.);
- развитие инфраструктуры, поддерживающей деловые контакты (информационно-коммуникационной инфраструктуры, торговых офисов, гостиничной сферы)
- развитие человеческого капитала (поддержка программ обучения специалистов по внешнеторговой деятельности, государственная поддержка обучения/повышения квалификации специалистов по ключевым специальностям в компаниях, занимающихся экспортом).

**ВОЗМОЖНАЯ ПОДДЕРЖКА СО СТОРОНЫ ПРОЕКТА  
Европейд «Содействие региональному развитию Калининградской области»**

В настоящее время уже подготовлен первоначальный вариант рекомендаций по федеральной политике в отношении Калининградской области. Однако в этом направлении полномочия проекта ограничены только консалтинговой и аналитической поддержкой.

Приоритетом проекта является содействие компаниям с высоким потенциалом развития (в том числе, экспортно-ориентированным). К маю 2004 г. будут представлены рекомендации по улучшению Федеральной целевой программы развития Калининградской области, куда войдут и предложения о поддержке экспортно-ориентированных предприятий области.

**В. Региональный уровень**

**В.1. Создание Межведомственной рабочей группы по развитию экспорта.** Это может быть специальный совещательный и координирующий орган – объединение калининградских экспортеров, в который вошли бы представители основных групп экспортеров, органов федеральной и региональной власти. В соответствии с задачей по созданию условий и предоставлению квалифицированной поддержки местным экспортерам и с учетом мировой практики подобная структура могла бы выполнять ряд информационно-консультационных услуг и другие функции.

**В.2. Разработка региональной экспортной стратегии и программы содействия экспорту («Стратегия развития экспорта Калининградской области»),** с реальными целями, задачами и финансированием. В рамках данной стратегии, необходимо выделить по понятным критериям и продекларировать региональные кластеры с высокой экспортной ориентацией, а также определить специальные меры по поддержке экспорта предприятий данных кластеров.

**ВОЗМОЖНАЯ ПОДДЕРЖКА СО СТОРОНЫ ПРОЕКТА**  
**Европейд «Содействие региональному развитию Калининградской области»**

Проект уже провел исследование ряда калининградских компаний, которое включало оценку их экспортного потенциала. Начата работа с кластерами перспективных предприятий, ориентированная, прежде всего, на потребности бизнеса. Однако, в компетенцию проекта не входит разработка региональной экспортной стратегии.

**В.3. Бюджетное финансирование информационно-консультативного содействия компаниям Калининградской области.** В рамках реализации программы развития экспорта (см. выше) администрация области должна принять на себя часть затрат на подготовку общеэкономической информации об условиях деятельности на зарубежных рынках. Опыт (в том числе, зарубежный) показывает, что большинство компаний не готово платить за такую информацию. Поэтому одним из важных факторов повышения конкурентоспособности калининградских экспортеров является снабжение их информацией о потребностях и платежеспособности потенциальных контрагентов, сведениями об условиях деятельности на определенных рынках еще на стадии подготовки экспортных контрактов.

**ВОЗМОЖНАЯ ПОДДЕРЖКА СО СТОРОНЫ ПРОЕКТА**  
**Европейд «Содействие региональному развитию Калининградской области»**

Проект содействует открытию Центра деловой информации при АРР, начало работы которого намечено на июнь 2004 г. Основным направлением деятельности Центра, согласно опросу компаний, станет облегчение доступа к информации об экономическом законодательстве и специфике рынков стран ЕС. Однако, необходимо учитывать, что временные рамки проекта ограничены. Поэтому для продолжения работы Центра в будущем должны планироваться государственные средства.

**В.4. Промоционное содействие.** Напомним, что наиболее распространенными формами такой помощи со стороны государства являются содействие (в том числе, финансовое) в организации выставок и ярмарок экспортной продукции, торговых миссий, а также участие государства в деятельности экспортных торговых ассоциаций и коммерческих палат, организация рекламы за рубежом за счет средств госбюджета. Основной формой поддержки в рамках этого направления на уровне региона должна стать координация усилий и помощи в организации и проведении рекламных акций в интересах местных экспортеров, содействие участию калининградских фирм в выставках и ярмарках.

**ВОЗМОЖНАЯ ПОДДЕРЖКА СО СТОРОНЫ ПРОЕКТА**  
**Европейд «Содействие региональному развитию Калининградской области»**

Промоционное содействие экспорту, и торговле в целом, является одним из главных компонентов проекта. Проект предусматривает, в частности:

- организацию 8 мероприятий по содействию торговле и продвижению инвестиций, в том числе торговые миссии в страны ЕС, встречи с потенциальными инвесторами в Калининградской области и пр. В частности, в настоящее время проектом готовится три мероприятия, с датскими, финскими и литовскими партнерами;
- создание базы данных как минимум 50 компаний с предложениями о сотрудничестве;
- публикацию каталога «Предложения предприятий Калининградской области» (экспортная директория) и пр.

Поскольку администрация Калининградской области также имеет свой план продвижения региона (уже проводились миссии региона в Германии), представляется целесообразным объединение усилий проекта и администрации. Для этого, проект должен быть включен в график мероприятий администрации за рубежом, и, в рамках этого, мог бы отвечать за подготовку одной или нескольких бизнес-миссий калининградских предприятий (например, проведение тренинга специалистов предприятий до поездки, поиск потенциальных партнеров, поддержка во время переговоров, дебрифинг и др.).

***В.5. Концентрация промоционного содействия компаниям на ограниченном числе стран, рассматриваемых калининградскими компаниями как наиболее перспективные экспортные рынки.***

**ВОЗМОЖНАЯ ПОДДЕРЖКА СО СТОРОНЫ ПРОЕКТА  
Европейд «Содействие региональному развитию Калининградской области»**

На основе данных, полученных в результате опроса калининградских предприятий об их перспективных рынках, можно рекомендовать промоционное содействие компаниям в следующих направлениях: страны СНГ, Германия, Литва и Польша, возможно в Скандинавии.

***В.6. Концентрация усилий на создании условий для привлечения прямых иностранных инвестиций (ПИИ), а также на содействии уже работающим в регионе иностранным инвесторам.*** Поскольку привлечение ПИИ имеет прямое отношение к экспорту, многие компании с иностранным участием в Калининградской области являются активными экспортёрами и используют область как производственную площадку для снижения издержек.

**ВОЗМОЖНАЯ ПОДДЕРЖКА СО СТОРОНЫ ПРОЕКТА  
Европейд «Содействие региональному развитию Калининградской области»**

Проект уже предоставил рекомендации в администрацию области, в которых создание условий для привлечения ПИИ рассматривается как один из основных приоритетов. Кроме того, проект начал работу по созданию виртуального окна для инвесторов и по выпуску справочника для инвесторов, инициировал создание комитета по инвестициям и включил в базу данных для потенциальных партнеров информацию о 20 инвестиционных проектах. В дальнейшем предполагается подробно проанализировать 2 инвестиционных проекта. Проведен сбор и анализ информации о регионе, необходимой для инвесторов, планируется анализ законодательных актов, создающих условия для привлечения инвестиций, на основании которого будут предложены рекомендации. Наконец, 8 мероприятий проекта по продвижению торговли, также могут рассматриваться как содействие инвестициям.

***В.7. Внесение предложений в организационные структуры технической помощи и в федеральные органы по созданию специального фонда Развития калининградского экспорта,*** со смешанным российско-европейским финансированием. Проекты технической помощи – в частности, Policy advise programme, также могли бы быть задействованы в разработке механизма функционирования такого фонда.

***В.8. Развитие региональной инфраструктуры продвижения экспорта,*** включая ее частичное финансирование из средств регионального бюджета, за счет программ технической помощи или других внешних источников. В рамках этого направления следует, прежде всего:

- проанализировать реальную деятельность каждой из существующих инфраструктурных организаций, и подготовить «карту компетенций» инфраструктуры поддержки экспорта в Калининградской области;
- проанализировать потребности компаний (частично такая работа выполняется в рамках Проекта) и сравнить эти потребности с предложением;
- идентифицировать слабые или недостающие элементы региональной инфраструктуры;
- подготовить проект программы технической помощи экспортной инфраструктуре региона;
- обратиться в одну из стран, оказывающих техническую помощь, с инициативой реализации совместной программы по экспорту.

***В.9. Усиление «экспортной культуры»*** в регионе с тем, чтобы создать благоприятные условия для реализации всех других мер поддержки экспорта. Для этого, рекомендуется (с привлечением технической помощи):

- проанализировать потребности различных целевых групп в поддержке экспорта;
- организовать тренинг для тренеров;
- разработать программы по подготовке региональных предприятий к экспорту (особенно важным представляется тренинговая программа типа «Старт-экспорт») и передать их компетентным образовательным/тренинговым организациям области, способным обеспечить их выполнение;

- организовать тренинг для представителей прессы, чтобы обеспечить информационную поддержку реализации будущей экспортной программы области.

## 5. Польша и Литва: опыт стимулирования экспорта

Длительное существование в условиях командно-административной системы, близость уровня экономического развития и процессы адаптации к нормам ЕС предопределили сходство политики стимулирования экспорта в Польше и Литве. К числу других предпосылок, обусловивших специфику этой политики в обеих странах можно отнести также следующие:

- исходная ограниченность финансовых ресурсов, которые не позволяли широко применять прямое и косвенное субсидирование экспорта;
- ограниченность совокупного внутреннего спроса, что создает сильные импульсы для «выталкивания» продукции национальных производителей на внешние рынки;
- заниженные курсы злотого и лита, которые усиливали проэкспортную ориентацию производителей, но не создавали дополнительных стимулов для государственной поддержки экспорта.

В результате в обеих странах имеющиеся методы государственного стимулирования экспорта, и, прежде всего, финансовые инструменты, используются мало. Степень воздействия государственной политики на рост экспорта Польши и Литвы трудно оценить, но большинство экспертов склоняется к мнению, что пока она невелика. Воздействие других факторов на динамику внешней торговли (конъюнктура мировых рынков, валютный курс, прямые иностранные инвестиции и т.п.) несоизмеримо выше. Это особенно заметно не только на фоне стран Евросоюза, но в сравнении со многими другими странами – кандидатами в члены ЕС. Последнее из проведенных по данной проблеме исследований варшавского Института конъюнктуры и цен внешней торговли показывает, что в Польше в 1998 году только 4% экспорта пользовалось какой-либо финансовой поддержкой (страхование экспортных контрактов, дотации на выплату процентов по экспортным кредитам и т.п.). В том же году данный показатель в США составлял 45%, а в Евросоюзе – 35%. Весь арсенал поддержки экспорта обеспечивал от 12% прироста экспорта в Италии до 17% прироста экспорта США. В этот же период реальные расходы государства на поддержку производителей сократились.<sup>22</sup>

### 5.1. Польша

#### Основные факторы, влияющие на польский экспорт

Согласно исследованиям Института конъюнктуры и цен внешней торговли на темы роста польского экспорта решающее влияние оказывают следующие факторы<sup>23</sup>:

- повышение темпов роста ВВП Германии на 1 процентный пункт приводит – с временным лагом в 2 квартала – к увеличению темпов роста физического объема польского экспорта на 4,2 процентных пункта. Корреляция между ростом экономики Евросоюза в целом и ростом польского экспорта, по имеющимся оценкам, несколько ниже;
- повышение темпов роста ВВП России на 1 процентный пункт приводит – с временным лагом в 1 квартал – к увеличению темпов роста физического объема польского экспорта на 1,6 процентных пункта;
- снижение курса польского злотого на 1% (скорректированное по ППС) с временным лагом менее 3 месяцев приводит к приросту физического объема польского экспорта также на 1%;
- прирост объема иностранных инвестиций приводит – с временным лагом в 3 квартала – к приросту физического объема польского экспорта на 1,4%. Аналитики отмечают в данном случае низкую степень эластичности экспорта. К примеру, в Венгрии аналогичная корреляция между ростом иностранных инвестиций и экспорта в 3 раза выше.

Таким образом, из четырех вышеперечисленных факторов два первых относятся к категории внешних. Два последних можно отнести к числу внутренних. При этом ни один не задействован исключительно в инструментарии развития экспорта. Курсовая политика, равно как и политика привлечения иностранных инвестиций решают более широкие экономические задачи

<sup>22</sup> См. “Ekonometryczny model funkcjonowania gospodarki Polski ze szczególnym uwzględnieniem handlu zagranicznego w przededniu przystąpienia do UE”, Warszawa, IKCHZ, 2000.

<sup>23</sup> См. “Warunki działania sektora handlu zagranicznego...”, Warszawa, IKCHZ, grudzień 2002.

(сдерживание инфляции, стимулирование экономического роста, модернизация производственного потенциала и т.п.). Тем не менее, именно привлечение иностранных инвестиций создает самый ощутимый внутренний импульс для увеличения экспортных поставок.

К числу важнейших общеэкономических факторов, определяющих и динамику экспорта, необходимо отнести также ситуацию на национальном кредитном рынке. В Польше реальная учетная ставка держится на довольно высоком уровне (выше 5%), что существенно снижает заинтересованность хозяйствующих субъектов, в том числе экспортеров, в реализации долгосрочных и дорогостоящих программ развития производства. В условиях нехватки собственных средств, дорогой кредит тормозит процессы модернизации производства и повышения конкурентоспособности польских товаров на внешних рынках. В этой ситуации наблюдается тенденция привлечения зарубежных кредитов, что в силу очевидных причин более характерно для фирм с иностранным участием. Последнее обстоятельство еще более усиливает роль прямых зарубежных инвестиций как важнейшего внутреннего фактора роста польского экспорта.

Корреляция между ростом иностранных инвестиций и экспорта, пожалуй, наиболее очевидно проявляется в автомобилестроении (включая производство узлов и деталей). Именно эта отрасль продемонстрировала самые высокие темпы прироста экспорта в 2003 г. Только в первом полугодии 2003 г. в этот сегмент польской экономики поступило 407,5 млн. долл. прямых иностранных инвестиций. Одним из крупнейших польских экспортеров является Fiat Auto Poland, вывезших за рубеж в 2003 г. 81% своей продукции. Аналогичные пропорции складываются на автосборочном предприятии в Познани, где Volkswagen организовал производство новой модели "Transporter" (40 тыс. шт. в год). В Гливице пущено в эксплуатацию предприятие по сборке "Astra II" (40 тыс. шт. в год). Основная часть его продукции также предназначена на экспорт.<sup>24</sup>

#### **Специальные меры государственной поддержки экспорта**

Воздействие системы специальных мер государственной поддержки экспорта на объемы вывоза из страны практически не поддается точной количественной оценке. Тем не менее, можно утверждать, что ее нет среди основных факторов роста польского экспорта. В тоже время нельзя сказать, что здесь этой системе уделяется мало внимания. В сентябре 2003 г. была утверждена «Программа экономической экспансии Польши до 2005 г.»<sup>25</sup>. В этом документе объединены все ранее принятые проблемные и отраслевые программы стимулирования экспорта и намечены новые мероприятия по его дальнейшему развитию. Среди давно реализуемых программ можно назвать, в частности, программу по продвижению польской марки на мировые рынки, нацеленную на улучшение имиджа страны за рубежом и восстановление в Польше роли и значения торговых марок (реализуется с 1996 г.).

Важное место в программе занимает раздел, посвященный проблеме привлечения в страну прямых иностранных инвестиций как фактора серьезного расширения экспортного потенциала.

На малый и средний бизнес ориентирована программа «Развитие национального экспорта» (Program Phare 2000), реализуемая на уровне регионов страны. В этой программе предусмотрены, в частности, два проекта:

- «Введение в экспорт» – для мелких и средних предпринимателей, только начинающих внешнеторговую деятельность. Программой предусмотрено частичное покрытие расходов на обучение и повышение квалификации в области внешней торговли (в размере до 60% стоимости обучения, но не более 1000 евро).
- «Продвижение экспортных товаров» – для мелких и средних предпринимателей, уже ведущих экспортную деятельность. Предусмотрено частичное покрытие расходов на маркетинговые исследования, участие в выставках и ярмарках за рубежом, рекламную деятельность и т.п. (в размере 60%, но не более 10 тыс. евро).

Основное внимание в «Программе экономической экспансии Польши до 2005 г.» уделено совершенствованию уже существующих финансовых и технических инструментов государственной поддержки экспорта. К их числу относятся следующие:<sup>26</sup>

- страхование экспортных кредитов, гарантированное государством;
- дотации на выплату процентов по экспортным кредитам;

<sup>24</sup> "Rynki Zagraniczne", Nr3-4 6-9.01.2004r

<sup>25</sup> "Program promocji gospodarczej Polski do roku 2005", Warszawa, 2 wrzesnia 2003.

<sup>26</sup> Перечислены в соответствии со справочником «Formy wspierania eksportu», подготовленным в Министерстве экономики, труда и социальной политики Польши (Warszawa, 2003).

- гарантии и поручительства для инвестиционных проектов, направленных на увеличение экспорта товаров и услуг;
- финансирование национальных производителей по экспортным кредитам;
- организация ярмарочно-выставочной деятельности и дотирование участия в этих мероприятиях национальных экспортеров и зарубежных участников ярмарок и выставок, организованных в Польше;
- реализация Программы селективной поддержки экспорта (программа целевых дотаций на продвижение экспортных товаров в отдельных отраслях);
- содействие продвижению национального экспорта со стороны торгово-экономических отделов польских посольств;
- поддержка создания «Польских домов» за рубежом;
- реализация программы «Академия внешней торговли» (дотирование обучения и повышения квалификации в области внешней торговли);
- оказание финансовой помощи национальным экспортерам в получении международных сертификатов качества;
- система премий и призов за выдающиеся достижения в деле развития экспорта;
- дотирование рекламной и иной деятельности по продвижению национального экспорта (рекламные издания, проведение конференций и семинаров и т.п.).

Подробнее рассмотрим важнейшие из перечисленных инструментов.

#### ***а) Страхование экспортных кредитов***

Созданная в Польше в 1991 году Корпорация страхования экспортных кредитов (KUKE, S.A.) является акционерным обществом, в число учредителей которого входит Государственное казначейство, а также ряд коммерческих банков и две крупные внешнеторговые фирмы. Степень надежности корпорации считается равной степени надежности самого казначейства и Польского национального банка (уровень риска = 0%). На основании соответствующего закона (от 7.07.1994 г. с последними дополнениями и изменениями от 2 октября 2000 г.) KUKE, S.A. занимается страхованием экспортных кредитов и экспортных контрактов, прямых польских инвестиций за рубежом и затрат на освоение новых рынков сбыта экспортной продукции.

Масштабы деятельности KUKE, S.A. со времени ее создания заметно расширились. Однако по сравнению с объемом страховой деятельности зарубежных аналогов они невелики, как невелико и использование кредита в польском экспорте. Кредитованием охвачено не более 5% его объема, тогда как в Германии этот показатель составляет около 25%, а в Великобритании – до 50%.

В 2003 г. удельный вес сделок, страхуемых KUKE, S.A в общем объеме польского экспорта составил 3,3%. С учетом других инструментов доля KUKE, S.A в поддержке экспорта составляла 4,6%. В «Программе экономической экспансии Польши» намечено повысить этот показатель к 2005 г. до 5,2% (в том числе по страхованию экспортных кредитов – до 3,7%). Во многих странах – членах ОЕСР этот показатель в 2 – 4 раза больше. Удельный вес ближайших аналогов – чешского страховщика EGAP и венгерского MENIB – в поддержке экспорта своих стран уже сейчас существенно выше (8-10%).

#### ***б) Дотации на выплату процентов по экспортным кредитам***

Правовой основой использования данной формы поддержки экспорта является закон от 8.07.2001 г. «О дотациях на выплату процентов по экспортным кредитам с постоянными процентными ставками». С банками, желающими предоставлять подобные кредиты, подписывается соответствующее соглашение. Они получают дотации из госбюджета (через один из государственных банков – BGK) в целях фиксации процентов по кредитам на весь период кредитования поставки. Подобные кредиты могут быть предоставлены как зарубежному импортеру или его банку в целях финансирования поставок из Польши, так и национальному экспортеру в целях финансирования кредита, предоставленного им импортеру.

#### ***в) Поручительства и гарантии для инвестиционных проектов, направленных на увеличение экспорта товаров и услуг***

Правовой основой использования данной формы поддержки экспорта является закон от 8.05.1997 г. (с изменениями и дополнениями от 23.11.2002 г.) «О поручительствах и гарантиях, предоставляемых Государственным казначейством и некоторыми иными юридическими лицами». Данная форма поддержки предназначена для финансирования:

- инвестиционных проектов, обеспечивающих рост экспорта товаров и услуг;

- приобретения сырья, материалов и готовой продукции, необходимых для производства инвестиционных благ и их последующего экспорта в случае, если объем сделки превышает 10 млн. евро.

Максимальный размер гарантии не может превышать 80% стоимости кредита. При этом банк BGK вправе предоставить гарантии на сумму до 5 млн. евро, Министр финансов – на сумму от 5 до 30 млн. евро, а Совет министров – на сумму свыше 30 млн. евро.

#### **г) Финансирование национальных производителей по экспортным кредитам**

В Польше льготные экспортные кредиты государственными субъектами до настоящего времени не предоставляются. Подобные кредиты доступны лишь в коммерческих банках на рыночных условиях.

Не используется в Польше и такая форма стимулирования экспорта как льготные правительственные кредиты развивающимся странам, где душевой показатель ВВП не превышает определенного уровня. Соответствующие соглашения Польша заключила лишь с КНР (сентябрь 2000 г.), Сербией и Черногорией (октябрь 2002 г.) и Узбекистаном (июль 2003 г.). В настоящее время ведутся также переговоры о предоставлении правительственных экспортных кредитов Индонезии (до 135 млн. долл.), Филиппинам (до 140 млн. долл.) и Малайзии (до 80 млн. долл.).

#### **д) Ярмарочно-выставочная деятельность**

В данной области министерство экономики, труда и социальной политики использует следующие формы поддержки национального экспорта:

- дотирование участия польских предприятий в выставках и ярмарках, а также их выезда за рубеж;
- инициирование и содействие в организации ярмарок и выставок общенационального характера;
- организация польских экспозиций на зарубежных выставках, осуществляемая торгово-экономическими отделами посольств;
- дотирование приезда зарубежных участников ярмарок и выставок, организованных в Польше.

Квоты и нормы дотирования ежегодно устанавливаются министерством экономики по каждому мероприятию. В частности, максимальный размер на транспортировку выставочных экспонатов составляет 2,5 тыс. злотых (около 650 долл.), а на аренду площадей и их обустройство – 15 тыс. злотых (около 4 тыс. долл.). При этом среди выставок и ярмарок, проводимых за рубежом, выделяются две категории: «А» – мероприятия приоритетного значения для польской экономики, «В» – мероприятия важного отраслевого характера.

#### **е) Поддержка создания «Польских домов» за рубежом**

«Польские дома» создаются за рубежом инициативными группами польских предпринимателей, представляющих одну или несколько смежных отраслей. Они служат торгово-выставочными комплексами, представляющими экспортные возможности не только своих учредителей, но и других польских фирм. «Польские дома» являются коммерческими предприятиями и финансируются из средств учредителей. Министерство экономики, труда и социальной политики курирует эти начинания и может оказать им финансовую поддержку. На этапе создания домов она заключается в полном покрытии расходов на маркетинговые исследования, а также в частичном (до 50%) покрытии расходов на юридическую помощь и подготовку бизнес-плана. После начала коммерческой деятельности Министерство может покрыть до 60% расходов на участие в ярмарках и выставках, а также на проведение маркетинговых исследований, необходимых для продвижения на внешние рынки новых видов экспортной продукции.

#### **ж) Программы селективной поддержки экспорта**

Суть программы заключается в предоставлении целевых дотаций на реализацию отраслевых проектов продвижения продукции на внешние рынки. Данные проекты должны осуществляться группой, состоящей не менее чем из 5 предприятий, действующих в отраслях с хорошими экспортными перспективами. К таким отраслям отнесены: пищевая промышленность (все основные подотрасли); мебельная промышленность (включая производство полуфабрикатов, столярных изделий для строительства и деревянной тары); легкая промышленность, транспортное машиностроение (производство автомобилей, автомобильных кузовов, запчастей, мотоциклов и велосипедов), электронная промышленность, инструментальная промышленность, производство медицинского оборудования.

Целевая дотация в рамках данной программы предоставляется соответствующей комиссией Министерства экономики, труда и социального развития. Ее размер не может превышать 50% дотируемого проекта продвижения товара на внешние рынки. На 2003 г. максимальная сумма такой дотации для одного проекта была установлена в размере 50 тыс. злотых (около 16 тыс. долл.).

Таким образом, что для всех перечисленных направлений поддержки национального экспорта в Польше создана вполне достаточная нормативно-правовая база. Однако, как уже отмечалось, имеющиеся возможности используются недостаточно. Главная причина: для многих экспортеров мероприятия по продвижению своей продукции на мировые рынки оказываются слишком дорогостоящими даже при дотировании их со стороны государства в пределах 50%.

Это, в частности, подтверждает анкетирование примерно 300 экспортеров, проведенное Институтом конъюнктуры и цен внешней торговли в конце 2002 г.<sup>27</sup> Относительно популярным оказалось лишь страхование экспортных кредитов – этой форму поддержки использовали 19% анкетированных. Банковскими гарантиями на экспортные кредиты воспользовались 8% опрошенных. Практически невостребованными оказались дотации на выплату процентов по экспортным кредитам, возможности экспорта в рамках правительственных экспортных кредитов развивающимся странам, а также правительственные поручительства и гарантии для инвестиционных проектов, направленных на увеличение экспорта товаров и услуг (в последнем случае известны, однако, примеры использования данной формы предприятиями судостроительной промышленности).

По-разному представляются участникам анкетирования главные препятствия на пути использования отдельных финансовых инструментов государственной поддержки экспортеров. В отношении страхования экспорта большая группа участников анкетирования (34%) отметила высокие собственные затраты на использования данной формы. По многим иным финансовым инструментам от 22% до 33% респондентов высказали мнение об их бесполезности. Среди причин игнорирования государственной поддержки в продвижении экспортной продукции называлось незнание соответствующих нормативно-правовых актов и процедур. Так, на отсутствие информации по дотациям на выплату процентов по экспортным кредитам и правительственным кредитам для экспорта в развивающиеся страны указали 40% анкетированных.

Аналогичные результаты принесло анкетирование 1000 предприятий, проведенное Министерством экономики в конце 2001 г.<sup>28</sup> Лишь 10,6% анкетированных пользовались страхованием экспортных контрактов. По мнению 30,2% опрошенных, услуги KUKE слишком дороги, особенно для малых и средних предприятий. Было выявлено и плохое знание правовых актов. Так, с нормами закона о дотациях на выплату процентов по экспортным кредитам с постоянными процентными ставками были знакомы лишь 18,5% респондентов. Нередко именно плохое знание законодательства, по мнению экспертов, являлось причиной критических высказываний в отношении отдельных мер по государственной поддержке экспортеров.

Анketируемые (79,5%) весьма позитивно отнеслись к частичному покрытию со стороны Министерства экономики расходов на участие польских предприятий в выставках и ярмарках за рубежом. Положительно была оценена и концепция создания за рубежом «Польских домов» (65,3% опрошенных). В качестве стран, где наиболее выгодно размещать подобные организации чаще всего назывались: Россия – 31,1% опрошенных, Германия – 27,8%, Украина – 24,7%, страны Евросоюза – 12,4%, Литва – 10,3%.

### **з) Субсидирование сельскохозяйственного экспорта**

Особняком стоят меры по поддержке сельскохозяйственного экспорта. По-существу они не нацелены напрямую на рост экспорта страны, а решают общие задачи по стабилизации аграрного рынка. Координатором деятельности государства на этом направлении выступает Агентство аграрного рынка (AAP), в арсенале которого – выплачиваемые производителю дотации к закупочным ценам, интервенционные закупки сельхозпродуктов, их экспорт и дотации к экспорту. В 2003 г. Агентство проводило подобные операции на рынке пшеницы, ржи, свинины, пчелиного меда и табака.

Примером активной деятельности AAP может служить рынок свинины, производство которой в 2003 г. достигло рекордного уровня. В целях противодействия резкому падению цен на нее Агентство предприняло, в частности, следующие шаги:

- интервенционные закупки свинины в объеме до 70 тыс. т;
- дотации к экспорту свинины в объеме до 40 тыс. т.

<sup>27</sup> K.Marczewski, M.Jagełło, A.Wysocka, „Wyniki badania ankietowego eksporterów”. [w] “Warunki działania sektora handlu zagranicznego...”, Warszawa, IKCHZ, grudzień 2002.

<sup>28</sup> Wyniki badań ankietowych polskich eksporterów. Warszawa, Ministerstwo Gospodarki, luty, 2002.

На эти мероприятия было выделено более 462 млн. злотых (~125 млн. долл.). Резкое увеличение вывоза польской свинины вызвало ответную реакцию со стороны других стран, в том числе и Литвы, которая ввела ограничительные меры (30-процентную пошлину), которые будут действовать вплоть до вступления обеих стран в Евросоюз.

## 5.2. Литва

### Основные факторы, влияющие на литовский экспорт

Как и в Польше, определяющими факторами роста литовского экспорта являются

- конъюнктура основных экспортных рынков (Евросоюз, Россия и страны Балтии);
- динамика курса национальной валюты;
- рост прямых иностранных инвестиций в национальную экономику.

Роль последнего фактора в Литве, пожалуй, даже более значима, чем в Польше. Тем более что многие литовские предприятия с иностранным участием плотно «вмонтированы» в технологические и логистические цепочки, связывающие их с крупнейшими мировыми корпорациями.

Первоначально предполагалось, что прямые иностранные инвестиции в Литве помогут сформировать экспортноориентированные мощности в ряде традиционных отраслей пищевой и легкой промышленности в целях вывоза их продукции на рынок России и других стран СНГ. Пока эти отрасли лидируют в привлечении ПИИ и в экспорте страны. Примером могут служить инвестиции в пищевую промышленность. Так, американо-швейцарская компания “Kraft Jacobs Suchard” приобрела 67% акций Каунасской шоколадной фабрики. Предприятие пережило период сложностей в отношениях с литовскими властями. Они настаивали на обязательном использовании местного сырья, которое, однако, оказывалось дороже импортного. В результате достигнутого компромисса фирма получила легальную возможность использовать ввозное сырье, но только для производства продукции на экспорт (в основном в Россию). Аналогичная ситуация складывалась и с крупнейшим производителем молочных продуктов - фирмой “Mazeikiu pienas” контрольный пакет акций которой находится в собственности иностранных инвесторов.

Однако отраслевая специализация литовской экономики существенно меняется под влиянием зарубежных стратегических партнеров. Примером может служить мебельная промышленность Литвы. Пока она не входит в число лидеров экспорта, но в 2003 г. продемонстрировала самые высокие темпы его прироста.

Крупнейшее предприятие отрасли в республике – клайпедский мебельный комбинат *Klaipedos baldai*, 50,02% акций которого принадлежит концерну SBA. Доля экспорта в продукции составляет почти 90%. При этом 60% ее объема закупает шведский концерн Ikea. В истекшем году экспорт предприятия вырос почти на 40%. Следует отметить, что *Klaipedos baldai* через свое дочернее предприятие *Klaipedos baldu prekyba* контролирует еще четыре предприятия мебельной промышленности – *Kauno baldai*, *Akmena* и *Karige*, *Silutes baldai*. В свою очередь *Silutes baldai* является крупнейшим в стране производителем кухонной мебели. На внешний рынок идет 96% продукции, в т.ч. 60% закупает Ikea.

Другое крупное предприятие отрасли – вильнюсский мебельный комбинат *Vilniaus baldu kombinatas* поставляет на внешний рынок более 95% своей продукции, и 90% ее закупок также приходится на концерн Ikea.<sup>29</sup>

Влияние на динамику литовского экспорта оказывают и российские инвестиции. Так, в управлении российского концерна «Еврохим» находится крупнейший производитель фосфатных удобрений в странах Балтии – завод “Lifosa”. Около 90% производимого на заводе фосфата диамония реализуется на иностранных рынках через американскую компанию по торговле и производству удобрений “Cargill”<sup>30</sup>.

### Специальные меры государственной поддержки экспорта

В октябре 1998 г. Правительство Литовской Республики утвердило «Стратегию развития экспорта».<sup>31</sup> В дальнейшем она уточнялась и дополнялась, трансформировавшись в 2000 г. в «Стратегию развития продвижения экспорта». В ней был предусмотрен вполне стандартный набор мер, призванных способствовать экспортной экспансии национальных производителей.

Стратегия развития экспорта включала в себя:

<sup>29</sup> Baltic News Service, 06.01.2004.

<sup>30</sup> Baltic News Service, 14.01.2004

<sup>31</sup> Export Development Strategy (Official Gazette, No. 96-2669, 1998).

- создание благоприятных условий для роста экспорта (мероприятия в кредитно-финансовой сфере, в области законодательства и институционального обеспечения);
- создание системы обучения, повышения квалификации и информационного обеспечения экспортеров;
- повышение конкурентоспособности национальных производителей товаров и услуг;
- развитие сотрудничества и укрепление доверия между Правительством и бизнес-сообществом.

Стратегия экспортной экспансии предполагала:

- активизацию государственной политики по сохранению позиций на традиционных рынках и по освоению новых рынков сбыта продукции и услуг национальных производителей;
- создание привлекательного имиджа Литвы, ее хозяйствующих субъектов, товаров и услуг;
- развитие инфраструктуры для продвижения экспорта.

Среди реально действующих (хотя и недостаточно эффективно) механизмов поддержки экспорта – система его страхования. Им занимается созданное в декабре 1997 г. АО «Страхование экспорта и импорта Литвы» (LEID). 51% акций компании принадлежит государству в лице Министерства экономики. Вторым крупным акционером является «Вильнюсский банк», 1% акций принадлежит Конфедерации промышленников Литвы. LEID предоставляет следующие услуги:

- *Страхование экспортных кредитов.* Наиболее популярная услуга LEID (около 80% от общего объема страхования). Им страхуются банковские кредиты, выданные литовским экспортерам, которые из собственных средств должны инвестировать не менее 15% от суммы бизнес-проекта. При наступлении страхового случая LEID компенсирует банку, выдавшему кредит, от 80% до 100% его объема, без начисления процентов. В рамках программы поддержки экспорта государство компенсирует застрахованному 50% страховой премии (в рамках программы поддержки экспорта).
- *Страхование товарного кредита.* Этим видом страхования могут застраховаться предприятия, экспортирующие товары литовского производства. Им страхуется риск того, что иностр. покупатель продукции не рассчитается за нее. В этом случае СЭИЛ компенсирует от 20% до 80% стоимости доставленных товаров. Стоимость этого вида страхования зависит от уровня рисков (например, страны назначения). Государство компенсирует застрахованному 50% от величины страховой премии (в рамках программы поддержки экспорта).
- *Страхование политических рисков.* Этим видом страхования могут воспользоваться как литовские экспортеры, так и литовские предприятия, осуществляющие инвестиции за рубежом. LEID компенсирует 20-80% ущерба, понесенного в результате тех или иных политических событий в стране импортера (стране инвестирования).

Как и в Польше, расширению объемов страхуемого экспорта мешает недостаток собственных средств у литовских экспортеров. Даже с учетом государственных дотаций, страховые премии обуславливают серьезное повышение издержек экспортера.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Таблица 1

Объемы экспорта из Калининградской области в 1998-2002 гг. по данным ГТК и Госкомстата, млн. долларов США

Год	По данным ГТК	По данным Госкомстата	Отклонение, %
1998	297,5	429,3	44,3
1999	281,7	383,6	36,2
2000	430,7	519,0	20,5
2001	403,1	507,5	25,9
2002	408,5	547,2	33,9

Источник: КР СЗТУ, Калининградский облгоскомстат

Таблица 2

Изменения в товарной структуре экспорта в 1999-2002 гг., тыс. долларов США

Код ТН ВЭД	Наименование позиции товарной структуры	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.
01 – 24	Продовольственные товары	30503,6	36 054,3	46 852,6	-
27	Продукция топливно-энергетического комплекса	91725,2	159 059,4	133 033,1	163022,2
28-35, 37-40	Продукция нефтехимического комплекса	26800,3	33 881,4	44 423,5	-
41-43	Кожевенное сырье, меха и изделия	3789,6	5 185,9	7 270,1	6622,8
44, 47, 48	Древесина и изделия, включая печатную продукцию	28355,9	59 253,7	56 799,2	52494,8
61-64	Одежда, обувь	20337,5	19 705,7	21 157,5	-
72-81	Черные и цветные металлы, изделия из них	31037,0	35 810,1	21 262,0	28531,7
84-90	Машиностроительная продукция	47291,6	86 901,3	58 678,9	-
	Прочие товары	7903,8	17 004,4	13 590,4	-
	<b>ИТОГО:</b>	<b>287744,4</b>	<b>452 856,1</b>	<b>403 067,2</b>	<b>470587,6</b>

Источник: данные КР СЗТУ

Таблица 3

Динамика экспорта отдельных товаров из Калининградской области в 1998-2002 гг.

Виды товаров	1998	1999	2000	2001	2002
Рыба и ракообразные, тыс. т	65,4	24,3	30,4	47,4	
Молоко и молочные продукты, тыс. т	1,5	1,9	4,3	1,5	
Напитки алкогольные (100% спирта), тыс. л	3112	5028	4314	7122	8116
Нефть, тыс. т	727,7	692,1	742	736	755
Кокс, тыс. т	-	6,9	6,1	-	-
Торф, тыс. т	36,3	42,9	36,1	35,9	44,5
Удобрения, тыс. т	484,2	318,5	225,2	226,4	167,6
Кожевенное сырье, тыс. т	1,2	1,0	1,2	0,7	0,9
Пушнина и пушно-меховое сырье, тыс. шт.	267	203	236	296	372
Лесоматериалы обработанные, тыс. т	8,2	23,6	28,7	33,5	32
Целлюлоза древесная, тыс. т	55,9	68,2	97,5	92,6	93,8
Бумага, картон, тыс. т	4,8	1,3	28,1	23,6	32,1
Черные металлы и изделия, тыс. т	278,2	277,8	220	159,9	142,9
Цветные металлы и изделия из них, тыс. т	16,7	14,4	16,1	6,5	6

Источник: Калининградский облгоскомстат

Таблица 4

Экспорт из России и Северо-Западного федерального округа за 9 месяцев 2003 г., млн. долл. США

Федеральные округа и субъекты РФ	Дальнее зарубежье	Страны СНГ	ВСЕГО	в % к итогу
Российская Федерация, всего	51 923,8	5 636,0	57 559,8	100,0
Северо-Западный Федеральный округ	5 327,3	265,6	5 593,0	9,7
Архангельская область, из нее:	330,7	21,7	352,3	0,6
<i>Ненецкий автономный округ</i>	75,0	4,1	79,1	0,1
Вологодская область	756,1	30,0	786,1	1,4
Калининградская область	202,5	9,8	212,3	0,4
Город Санкт-Петербург	1 366,0	110,5	1 476,5	2,6
Ленинградская область	1 271,2	45,7	1 316,8	2,3
Мурманская область	269,5	0,6	270,2	0,5
Новгородская область	191,7	13,0	204,7	0,4
Псковская область	69,7	3,2	72,9	0,1
Республика Карелия	283,7	5,4	289,1	0,5
Республика Коми	586,3	25,8	612,1	1,1

**Примечания:** В связи с отменой с июля 1995 г. таможенного оформления товаров, перемещаемых через границу между Российской Федерацией и Республикой Белоруссия, сведения об экспорте и импорте субъектов Российской Федерации в торговле с Белоруссией не учитываются. Экспорт России в Белоруссию за 1 полугодие 2003 года составил 3,5 млрд. долл. США, импорт - 2,1 млрд. долл. США (по данным Государственного комитета Российской Федерации по статистике).

Итоги внешней торговли России распределены между субъектами Российской Федерации по месту регистрации участников внешнеэкономической деятельности.

**Перечень предприятий интервью с руководителями которых были использованы при подготовке бюллетеня.**

1. ООО «CS Trade» (разработка программного обеспечения)
2. ООО «Битрикс» (разработка программного обеспечения)
3. ООО «Балтрастком» (производство и сбыт семян дикорастущих растений)
4. ООО «Маркисоль» (производство строительных изделий)
5. ООО «Алексновалкениг» (проектные работы)
6. ЗАО «Цепрусс» (производство целлюлозно-бумажной продукции)

### **СПРАВКА О ПРОГРАММЕ СОТРУДНИЧЕСТВА**

Программа сотрудничества ЕС и России (ранее известная как ТАСИС) является инструментом практической реализации Соглашения о партнерстве и сотрудничестве. В рамках Программы осуществляется обмен опытом между Россией и странами-членами Европейского союза по широчайшему спектру самых актуальных направлений, включая ядерную безопасность, финансы, развитие малых и средних предприятий, реформу самоуправления и многие другие. Программа сотрудничества в настоящее время включает более 250 проектов и является крупнейшей на территории СНГ. В реализации проектов участвуют в равной степени как европейские, так и российские эксперты. С 1991 г. Было успешно реализовано более 1700 проектов на сумму около 2,6 млрд. евро.