

Б. Г. Хаиров, А. А. Бердов, А. М. Куничкин
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РОЛИ АО «РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР» В ПРОЦЕССЕ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ

Целью проведенного авторами исследования является разработка предложений по совершенствованию роли акционерного общества «Российский экспортный центр» в процессе развития инфраструктуры продвижения отечественной продукции и услуг на внешние рынки. Предметом исследования выступает деятельность «Российского экспортного центра». Рассматриваемая авторами организация является инструментом эффективного сотрудничества государственных структур и экспортеров, её деятельность способствует поиску потенциальных покупателей для экспортеров на внешних рынках, подготовке маркетинговых материалов, участию бизнеса в международных выставках и бизнес-миссиях. Авторами исследования были представлены направления совершенствования роли «Российского экспортного центра» в процессе развития инфраструктуры продвижения отечественной продукции и услуг на внешние рынки: развитие механизма «единого окна» через создание информационной системы, которая бы способствовала обеспечению взаимодействия участников внешнеэкономической деятельности и субъектов международной торговли с органами государственной власти, запуск информационной системы «Реестр экспортеров»; организация сети представительств «Российского экспортного центра» за рубежом для продвижения бренда «Сделано в России»; применение разработанной авторами методики оценки экономической эффективности проводимых конгрессно-выставочных мероприятий. При написании статьи использовались методы системного и сравнительного анализа, экспертных оценок, обобщения. Областью применения результатов являются управленческие процессы принятия решений в части выбора направлений и способов по продвижению российской продукции и услуг на внешние рынки. Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных ассигнований в рамках выполнения государственного задания Финансовому университету при Правительстве Российской Федерации.

Ключевые слова: макроэкономика, международная торговля, экспорт, «единое окно», представительство, конгрессно-выставочная деятельность, продвижение продукции.

В Российской Федерации государственным институтом поддержки несырьевого экспорта по предоставлению отечественным организациям-экспортерам различного спектра нефинансовых и финансовых мер поддержки является АО «Российский экспортный центр» (далее – Российский экспортный центр). К его ключевым функциям относят:

- оказание поддержки в рамках единого института поддержки экспорта, а именно финансовой (страховой, гарантийной и иной), нефинансовой поддержки экспортерам и экспортно-ориентированным предприятиям (поиск партнеров, акселератор для экспортеров);
- развитие агентской функции Правительства Российской Федерации относительно основных государственных мер поддержки экспорта, в т.ч. в качестве агента по предоставлению субсидий и участию в исполнении отдельных государственных функций и оказании государственных услуг;

- координация федерального проекта «Системные меры развития международной кооперации и экспорта», участие в совершенствовании и оптимизации нормативно-правовой базы, а также развитие экспортной среды.

Правовой статус Российского экспортного центра закреплен Федеральным законом № 164-ФЗ от 08.12.2003 г. «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» [1], Постановлением Правительства РФ № 342 от 28.03.2019 г. «О государственной поддержке акционерного общества «Российский экспортный центр», г. Москва, в целях развития инфраструктуры повышения международной конкурентоспособности» [2] и рядом иных нормативно-правовых актов.

На рисунке 1 представлен механизм взаимодействия в виде единого окна поддержки экспорта субъектов, составляющих существующую инфраструктуру повышения международной конкурентоспособности для продвижения российских товаров и услуг на зарубежные рынки.



Рис. 1. Механизм взаимодействия субъектов, составляющих существующую инфраструктуру повышения международной конкурентоспособности для продвижения российских товаров и услуг на зарубежные рынки

Взаимодействие выстраивается таким образом, чтобы Российский экспортный центр насколько это максимально возможно стал одним из инструментов эффективного сотрудничества государственных структур и экспортеров, способствующим поиску потенциальных покупателей на внешних рынках: оказание помощи в подготовке маркетинговых материалов, оказание поддержки участия в международных тендерах и проектах, выставках и бизнес-миссиях, развитие экспорта через электронную торговлю.

Для полноценной и результативной реализации механизма «единого окна» Российскому экспортному центру необходимо осуществлять активную деятельность:

- по созданию, развитию и функционированию информационной системы, которая бы способствовала обеспечению взаимодействия большинства участников внешнеэкономической деятельности и субъектов международной торговли с органами государственной власти и иными организациями в электронном виде по принципу «единого окна» на базе цифровой платформы центра;
- по созданию, развитию и эксплуатации информационной системы «Реестр экспортеров», которая бы обеспечивала обработку информации, поступающую от органов государственной власти и различного рода организаций, сбор статистической информации, всесторонний мониторинг и оценку деятельности организаций, поиск и формирование предложений для экспортеров, связанных с осуществлением ими внешнеэкономической деятельности, а также анализ имеющихся барьеров на внешних рынках;
- по организации и реализации всевозможных мероприятий по информированию о преимуществах использования механизма «единого окна» в сфере внешнеэкономической деятельности и международной торговли, в том числе маркетинговых кампаний.

«Сегодня группы поддержки экспорта, организованные Российским экспортным центром, действуют в 17 странах мира» [6]. Предлагаем создать сеть представительств Российского экспортного центра за рубежом, для чего необходимо насколько это возможно усилить процессы цифровизации и виртуализации. В условиях концепции управления цепью поставок, следует обратить особое внимание на формирование предпочтения у потребителя и продвижения бренда «Сделано в России», представляя выставочные образцы российской продукции. Например, Омская область первой из регионов Российской Федерации открыла в Китайской Народной Республике торговый дом с применением элементов электронной торговли для поставки экологически чистого продовольствия (к ним отнесены, например, мучные и кондитерские изделия, растительные масла, мороженое, сгущенка, крупа, одежда и многое другое). Весь ассортимент продукции торгового дома – исключительно омского производства. Власти Маньчжурии (исторической области в Китайской Народной Республике) в зоне беспошлинной торговли и туризма предоставили им павильон, освободили от арендной платы, а также выделили склады. Омский торговый дом начал свою работу летом 2017 года. В проекте сегодня принимают участие 28 поставщиков собственной продукции, некоторые из них нашли крупных оптовых покупателей.

Российский экспортный центр содействует экспорту отечественных товаров и/или услуг на мировой рынок через организацию или стимулирование к участию бизнес-структур в конгрессно-выставочной деятельности. По данным Международной ассоциации конгрессов и конференций (ICCA) в мире ежедневно проводится около 11 тысяч деловых мероприятий, что свидетельствует о высокой активности конгрессно-выставочной индустрии и о нелегком выборе, который необходимо делать бизнесу и странам при принятии решений об участии: необходимо

определить, какие события помогут им наладить сотрудничество с партнерами и развить собственную экономику.

Организаторам деловых мероприятий, в т.ч. Российскому экспортному центру, сложно определить эффективность конгрессно-выставочных мероприятий. Комплексным показателем эффективности является показатель рентабельности возврата вложений (ROI), который учитывает расходы, которые были понесены при организации участия в мероприятии, а также все полученные выгоды по его итогам.

Самой успешной методикой оценки эффективности конгрессно-выставочных мероприятий за рубежом является методика Event

ROI Institute – Института по оценке возврата инвестиций в организацию мероприятий, созданного Эллингсом Хамсо. Данная методика применима практически к любым мероприятиям и позволяет продемонстрировать организаторам их реальную эффективность и вложенных в них средств, а заказчикам – оценить эффективность вложений в то или иное мероприятие. Это в результате и приводит к более рациональному распоряжению бюджетами и временем [5, с.53].

На отечественном событийном рынке компанией, разработавшей собственную методику оценки эффективности мероприятий, является ВНИЦ «R&C» (таблица 1) [4, с.63].

Таблица 1.

Классификация показателей для оценки эффективности мероприятия, проводимого на территории, с участием деловых туристов

Количественные показатели	• количество участников • географический охват участников • аудитория • уровень поддержки
Качественные показатели (контент-анализ)	• тренды контента • актуальность и разнообразие тем • стоимость и доходность контента • взаимосвязь спикеров между собой, их соответствие тематике проекта • взаимосвязь тем • соответствие качественного уровня участников проекту
Экономические показатели	• количество и сумма заключенных контрактов
Медийные показатели	• анализ доступности информации для будущего участника • информационное поле • «индекс медийности»

Новизна данной методики оценки заключается прежде всего в том, что кроме статистических данных анализируется также содержание события, актуальность и перспективность основных тематик, раскрытых в программе. Помимо очевидного преимущества в виде возможности заранее оценить эффективность мероприятия, методика ВНИЦ «R&C» показывает полную картину рынка, позволяя более точно его оценить и принять правильное решение об участии в событии.

Эффективность конгрессно-выставочных мероприятий в том или ином городе/регионе/стране складывается из многих показателей, среди которых: денежные поступления от аренды площадей, оборудования, грузоперевозок; издательская и полиграфическая деятельность, размещение участников и гостей, организация питания в кафе и ресторанах и т.д., что влечет за собой увеличение налогов в бюджеты городов/регионов/стран.

«По данным ИССА, каждый участник делового мероприятия тратит около 736 долларов в день, что в три раза больше, чем обычный турист [3].

Влияние подобных мероприятий на уровень жизни в мегаполисах:

- увеличение экономических показателей, а также делового оборота, поддержка малого и среднего бизнеса, увеличение суммы налоговых отчисле-

ний, привлечение инвестиций в экономику региона, повышение качества жизни населения региона;

- создание инфраструктуры, отвечающей современным тенденциям развития конгрессной деятельности и делового и событийного туризма;
- формирование, продвижение и капитализация регионального бренда, повышение конкурентоспособности региона;
- рост объемов делового, событийного, культурно-познавательного, устойчивого туризма, метод реализации экономической стратегии региона;
- укрепление международных и межрегиональных связей, положительное влияние на имидж региона.

Чтобы определить экономическую эффективность мероприятия для любой конкретной территории, допустим, города/региона/страны, рекомендуем использовать следующий подход:

1. Определить в денежной форме все возможные выгоды участников мероприятия, в какой мере оно способствовало разработке, производству и сбыту продукции на рынке.

2. Определить степень роста налоговых поступлений от участников мероприятий, которые делятся на:

- «быстрые» налоговые сборы: налоги с сумм, потраченных или полученных участниками и

организаторами мероприятия в период его подготовки и проведения;

- «отложенные» и «прямые» налоговые сборы: суммы, уплаченные по результатам исполнения контрактов, заключенных после окончания мероприятия;

- «отложенные» и «длинные» налоговые сборы: суммы, полученные через длительные интервалы времени, по итогам выполнения контрактов, связанных с модернизацией основных средств.

Предлагаем Российскому экспортному центру и органам государственной власти при расчете эффективности мероприятий применять принцип Парето. Организационный взнос человека за участие в мероприятии предлагается рассчитать на основе принципа Парето, основная идея которого состоит в том, что 20% усилий любого ресурса ответственны за 80% результата, свойственного этому ресурсу. Данный принцип отразит целесообразность проведения мероприятия, так как минимальные усилия должны привести к достижению наибольших результатов. Стоимость организационного взноса должна быть доступна большинству и не превышать 20% от стоимости мероприятия для всех участников. Делать акцент на окупаемость мероприятия в полном объеме за счет прямых расходов участников в виде их организационных взносов далеко нецелесообразно, именно поэтому предлагается отношение 0,2 от организационного взноса за участие в мероприятии к

количеству участников мероприятия считать прямыми расходами делового туриста.

На примере проведенной в 2019 году на территории Красноярского края четырехдневной международной специализированной выставки технологий и оборудования для деревообрабатывающей и мебельной промышленности «Expo Drev Russia», «участниками которой являлись представители 126 крупных предприятий (итого 378 человек)» [8], рассмотрим возможность применения принципа Парето с целью анализа эффекта для экономики региона от данного мероприятия (таблица 2).

Плановые значения для проведения расчетов были получены из отчетов Управления Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва [7], фактические – открытых источников, представленных в свободном доступе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Доходы от проведения мероприятия рассчитываются как произведение суммы прямых и косвенных затрат делового туриста и количества самих деловых туристов.

Эффективность проведения мероприятия рассчитывается как отношение доходов от проведенного мероприятия к затратам на проведение мероприятия.

Таблица 2.

Расчет экономической эффективности форума «Expo Drev Russia»

Показатели	Условные обозначения	Плановые значения	Фактические значения
<i>Прямые расходы делового туриста:</i>			
Организационный взнос за участие в мероприятии, руб./чел.	$A=F*0,2/G$	26 455,03	26 455,03
<i>Косвенные расходы делового туриста:</i>			
Расходы на проживание, руб./чел.	B	9 400,00	10 500,00
Расходы на социально-культурные мероприятия, руб./чел.	C	800,00	1 200,00
Расходы на питание и розничные товары, руб./чел.	D	10 200,00	9 200,00
Расходы на транспорт, руб./чел.	E	2 000,00	2 500,00
<i>Затраты на проведение мероприятия, руб.</i>	F	50000000	50000000
<i>Количество деловых туристов, чел.</i>	G	378	378
<i>Доходы от проведения мероприятия, руб.</i>	$Q=(A+B+C+D+E)*G$	18467200	18845200
<i>Эффективность проведения мероприятия, %</i>	$H=Q/F*100$	36,93	37,69

Определение эффективности проводимых деловых мероприятий является на сегодняшний день предметом споров среди исследователей, в связи с этим рекомендуем Российскому экспортному центру, органам власти и иным заинтересованным сторонам обратить особое внимание на представленную

методику оценки эффективности проведения конгрессно-выставочных мероприятий.

Кроме того, в целях непосредственно реализации мероприятий по продвижению высокотехнологичных, инновационных и иных продукции и услуг

на внешние рынки Российскому экспортному центру необходимо провести деятельность:

- по застройке территории в целях проведения деловых мероприятий;
- по проектированию и оснащению деловой зоны;
- по обеспечению администрирования и организации деловых мероприятий;
- по информационному продвижению;
- по привлечению потенциальных иностранных потребителей отечественной продукции.

В заключении стоит отметить, что в рамках поставленной темы авторами была исследована сущность, роль Российского экспортного центра, а также подготовлены предложения по возможному совершенствованию его роли в процессе развития инфраструктуры продвижения продукции и услуг на внешние рынки, среди которых стоит особо выделить выявленные и раскрытые авторами в результате исследования: совершенствование работы механизма «единого окна», создание сети представительств Российского экспортного центра за рубежом для продвижения бренда «Сделано в России», детальный

подход к оценке эффективности проводимых Российским экспортным центром и иными заинтересованными сторонами конгрессно-выставочных мероприятий (в том числе с применением детально рассмотренного принципа Парето при оценке эффективности деловых мероприятий) и др.

Стоит отметить, что роль Российского экспортного центра в процессе развития инфраструктуры продвижения продукции и услуг на внешние рынки в идеале должна опираться на экономическую целесообразность, что позволит достичь поставленных Президентом Российской Федерации задач по развитию транспортной логистической инфраструктуры, организации электронного взаимодействия участников внешнеэкономической деятельности, устранению барьеров на внешних рынках, совершенствованию правового регулирования федеральными органами исполнительной власти. Достичь этого можно лишь применив в совокупности все вышеприведенные рекомендации.

Библиографический список

1. Российская Федерация. Федеральные законы. Об основах государственного регулирования внешне-торговой деятельности: Федеральный закон от 08.12.2003 года № 164-ФЗ / Российская Федерация. Федеральные законы. – Доступ из СПС Гарант (дата обращения: 04.11.2020). – Текст: электронный.
2. Российская Федерация. Постановления Правительства Российской Федерации. О государственной поддержке акционерного общества «Российский экспортный центр», г. Москва, в целях развития инфраструктуры повышения международной конкурентоспособности: Постановление Правительства Российской Федерации от 28.03.2019 года № 342 / Российская Федерация. Постановления Правительства Российской Федерации. – Доступ из СПС Гарант (дата обращения: 04.11.2020). – Текст: электронный.
3. Итоги дискуссионной сессии «Деловые мероприятия: Роль в продвижении туристских возможностей страны» в рамках трэвел-форума Saint Petersburg Travel Hub: сайт / Event LIVE. – Санкт-Петербург, 2020. – URL: https://event-live.ru/articles/tsifry-i-fakty/tsifry-i-fakty_808.html (дата обращения: 04.11.2020). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
4. Марцев, Ю.П. Влияние рыночных отношений на производство и продвижение инновационной продукции / Ю.П. Марцев, И.М. Кублин, Е.Ю. Молотова. – Текст: непосредственный // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. – Москва, 2016. – № 4. – С. 62–64.
5. Миргородская, О.И. Опыт и стадии формирования развитыми странами международной конкурентоспособности / О.И. Миргородская. – Текст: непосредственный // Экономическая безопасность. – Кисловодск, 2017. – № 3(97). – С. 45–56.
6. Российский экспортный центр: сайт / Российский экспортный центр. – Москва, 2020. – URL: <https://www.exportcenter.ru/> (дата обращения: 04.11.2020). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
7. Управление Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва: сайт / Федеральная служба государственной статистики. – Красноярск, 2020. – URL: http://krasstat.old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/krasstat/ru/ (дата обращения: 04.11.2020). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
8. Expo Drev Russia: сайт / Expo Drev Russia. – Красноярск, 2020. – URL: <https://www.krasfair.ru/events/expodrev/> (дата обращения: 04.11.2020). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

References

1. Rossijskaya Federaciya. Federal'ny'e zakony. Ob osnovax gosudarstvennogo regulirovaniya vneshnetorgovoj deyatel'nosti [On the fundamentals of state regulation of foreign trade activities]: Federal'ny'j zakon ot 08.12.2003 goda № 164-FZ / Rossijskaya Federaciya. Federal'ny'e zakony. – Dostup iz SPS Garant (data obrashheniya: 04.11.2020). – Tekst: e'lektronny'j.
2. Rossijskaya Federaciya. Postanovleniya Pravitel'stva Rossijskoj Federacii. O gosudarstvennoj podderzhke akcionernogo obshhestva «Rossijskij e'ksportny'j centr», g. Moskva, v celyax razvitiya infrastruktury` povы'sheniya

mezhdunarodnoj konkurentosposobnosti [On state support of the joint-stock company "Russian Export Center," Moscow, in order to develop infrastructure to increase international competitiveness]: Postanovlenie Pravitel'stva Rossijskoj Federacii ot 28.03.2019 goda № 342 / Rossijskaya Federaciya. Postanovleniya Pravitel'stva Rossijskoj Federacii. – Dostup iz SPS Garant (data obrashheniya: 04.11.2020). – Tekst: e`lektronny`j.

3. Itogi diskussionnoj sessii «Delovy'e meropriyatiya: Rol' v prodvizhenii turistskix vozmozhnostej strany» v ramkax tre`vel-foruma Saint Petersburg Travel Hub: sayt / Event LIVE. – Sankt-Peterburg, 2020. – URL: [https://event-live.ru/articles/tsifry-i-fakty/tsifry-i-fakty\\_808.html](https://event-live.ru/articles/tsifry-i-fakty/tsifry-i-fakty_808.html) (data obrashheniya: 04.11.2020). – Rezhim dostupa: svobodny`j. – Tekst: e`lektronny`j.

4. Marcev Yu.P. *Vliyanie ry`nochny`x otnoshenij na proizvodstvo i prodvizhenie innovacionnoj produkcii* [Impact of market relations on the production and promotion of innovative products] / Yu.P. Marcev, I.M. Kublin, E.Yu. Molotova. – Tekst: neposredstvenny`j // Aktual'ny'e problemy` gumanitarny`x i social'no-e`konomicheskix nauk. – Moskva, 2016. – № 4. – P. 62-64.

5. Mirgorodskaya O.I. *Opy`t i stadii formirovaniya razvity`mi stranami mezhdunarodnoj konkurentosposobnosti* [Experience and stages of formation of international competitiveness by developed countries] / O.I. Mirgorodskaya. – Tekst: neposredstvenny`j // E`konomicheskaya bezopasnost`. – Kislovodsk, 2017. – № 3(97). – P. 45-56.

6. Rossijskij e`ksportny`j centr: sayt / Rossijskij e`ksportny`j centr. – Moskva, 2020. – URL: <https://www.exportcenter.ru/> (data obrashheniya: 04.11.2020). – Rezhim dostupa: svobodny`j. – Tekst: e`lektronny`j.

7. Upravlenie Federal'noj sluzhby` gosudarstvennoj statistiki po Krasnoyarskomu krayu, Respublike Xakasiya i Respublike Ty`va: sayt / Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki. – Krasnoyarsk, 2020. – URL: http://krasstat.old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/krasstat/ru/ (data obrashheniya: 04.11.2020). – Rezhim dostupa: svobodny`j. – Tekst: e`lektronny`j.

8. Expo Drev Russia: sayt / Expo Drev Russia. – Krasnoyarsk, 2020. – URL: <https://www.krasfair.ru/events/expodrev/> (data obrashheniya: 04.11.2020). – Rezhim dostupa: svobodny`j. – Tekst: e`lektronny`j.

IMPROVEMENT OF ROLE OF «RUSSIAN EXPORT CENTER» IN DEVELOPMENT OF INFRASTRUCTURE FOR PROMOTION OF PRODUCTS AND SERVICES TO FOREIGN MARKETS

Bari G. Hairrov, Andrey A. Berdov, Alexey M. Kunichkin

Financial University under the Government of the Russian Federation

Abstract. The purpose of the study conducted by the authors is to develop proposals for improving the role of the Russian Export Center joint-stock company in the process of developing the infrastructure for promoting domestic products and services to foreign markets. The subject of the study is the activities of the joint-stock company Russian Export Center. The organization considered by the authors is an instrument of effective cooperation between state structures and exporters, its activities contribute to the search for potential buyers for exporters in foreign markets, the preparation of marketing materials, business participation in international exhibitions and business missions. The authors of the study presented the directions for improving the role of the Russian Export Center joint-stock company in the development of infrastructure for promoting domestic products and services to foreign markets: the development of a single window mechanism through the creation of an information system that would ensure the interaction of participants in foreign economic activity and international trade with state authorities, the launch of the Register of Exporters information system; organization of a network of representative offices of the Russian Export Center joint-stock company abroad to promote the Made in Russia brand; application of the methodology developed by the authors to evaluate the economic efficiency of the held congress and exhibition events. When writing the article, methods of systematic and comparative analysis, expert assessments, and generalization were used. The application of the results is the management decision-making processes in terms of choosing directions and ways to promote Russian products and services to foreign markets. The article was prepared based on the results of studies carried out at the expense of budget allocations as part of the state task to the Financial University under the Government of the Russian Federation.

Key words: macroeconomics, international trade, exports, single window, representation, trade fair activities, product promotion.

Сведения об авторах:

Хаиров Бари Галимович – исполняющий обязанности ректора ФГОБУ ВО «Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики», доктор экономических наук, доцент (630102, Российская Федерация, г. Новосибирск, ул. Кирова, д. 86) e-mail: rector@sibsutis.ru).

Бердов Андрей Анатольевич – студент группы ОМ-ЭОБ101 Омского филиала ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (644099, Российская Федерация, г. Омск, ул. Партизанская, д.6) e-mail: andrei_berdov@mail.ru).

Куничкин Алексей Михайлович – студент группы ОМ-ЭОБ101 Омского филиала ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (644099, Российская Федерация, г. Омск, ул. Партизанская, д.6) e-mail: lexa22021998@mail.ru).

Статья поступила в редакцию 18.09.2020 г.