

Аналитическое управление
Аппарата Совета Федерации



АНАЛИТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК № 18 (732)

Экспортный потенциал
агропромышленного комплекса
Российской Федерации:
проблемы и перспективы развития

(подготовлен по итогам Научно-методического семинара
Аналитического управления Аппарата Совета Федерации,
6 июня 2019 года)

МОСКВА • 2019

Настоящий Аналитический вестник подготовлен по итогам Научно-методического семинара Аналитического управления Аппарата Совета Федерации, проведенного 6 июня 2019 года совместно с аппаратом Комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике и природопользованию.

В ходе семинара обсуждались актуальные проблемы развития экспортного потенциала страны, факторы, сдерживающие увеличение объемов экспорта аграрной продукции, реализацию федерального проекта «Экспорт продукции АПК» и выполнение поставленных в Указе Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» задач по созданию в АПК высокопроизводительного экспортно-ориентированного сектора и увеличению объемов экспорта (в стоимостном выражении) продукции АПК до 45 млрд. долларов в год.

В ходе семинара были выработаны предложения, которые вошли в итоговый документ Совета по вопросам агропромышленного комплекса и природопользования при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации на тему «Экспортный потенциал агропромышленного комплекса Российской Федерации: проблемы и перспективы развития».

Материалы вестника могут быть использованы в работе членов Совета Федерации, депутатов Государственной Думы, представителей федеральных органов государственной власти и органов государственной власти субъектов Российской Федерации, научно-экспертного сообщества.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Вступительное слово Л.И. Холода , референта Аналитического управления Аппарата Совета Федерации.....	4
Выступление Д.Г. Краснова , ВРИО директора ФГБУ «Агроэкспорт»	5
Выступление И.Г. Ушачева , научного руководителя ФГБНУ «Федеральный научный центр аграрной экономики и социального развития сельских территорий – Всероссийский научно-исследовательский институт экономики сельского хозяйства», академика РАН, д.э.н.....	10
Выступление М.С. Мальцева , исполнительного директора НО «Масложировой союз России»	16
Выступление А.В. Петрикова , руководителя Всероссийского института аграрных проблем и информатики им. А.А. Никонова – филиала ФГБНУ «Федеральный научный центр аграрной экономики и социального развития сельских территорий», академика РАН, д.э.н.....	19
Выступление Д.А. Казанникова , руководителя проекта по поддержке экспорта агропромышленного комплекса АО «Российский экспортный центр».....	27
Выступление О.В. Мироненко , исполнительного директора Национального органического союза России.....	38
Выступление А.А. Даушева , советника руководителя Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору.....	45
Выступление В.Е. Лашманкина , исполнительного директора Ассоциации предприятий кондитерской промышленности.....	50
Заключительное слово М.О. Орлова , руководителя аппарата Комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике и природопользованию.....	58
Презентация Д.А. Казанникова	59
Презентация А.А. Даушева	70
Презентация В.Е. Лашманкина	76

**Вступительное слово Л.И. Холода,
референта Аналитического управления
Аппарата Совета Федерации**

Уважаемые друзья, уважаемые коллеги! Разрешите поприветствовать вас на нашем семинаре.

Научный семинар Аналитического управления – это площадка для неформального обсуждения различных важных и актуальных вопросов, как правило, в преддверии значимых мероприятий.

Настоящий семинар проводится совместно с Аппаратом Комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике и природопользованию в преддверии предстоящего заседания Совета по вопросам агропромышленного комплекса и природопользования при Совете Федерации.

Тема развития экспортного потенциала отечественного агропромышленного комплекса исключительно интересна, так как охватывает практически все аспекты аграрной проблематики и предполагает гармоничное развитие агропродовольственного сектора в целом. Ведь если он не развивается, то и экспортировать нечего. Соответственно, решение поставленной Президентом России задачи наращивания объемов агроэкспорта объективно требует решения многих сложных и болезненных проблем отрасли, в том числе производственных, инфраструктурных, организационных, позиционирования нашей продукции за рубежом, ветеринарного и фитосанитарного контроля и многих других. Безусловно, мы не претендуем на обсуждение абсолютно всех проблем, но хотели бы обсудить главные из них.

В раздаточном материале, помимо документов, которые представили заинтересованные ведомства (с нашей точки зрения, достаточно интересных), имеется проект решения предстоящего заседания Совета по вопросам агропромышленного комплекса и природопользования. Просьба посмотреть его и в течение семи дней направить по указанным в приглашениях электронным адресам свои замечания и предложения.

Выступление Д.Г. Краснова, ВРИО директора ФГБУ «Агроэкспорт»

Уважаемые коллеги! Я сегодня здесь в новом качестве. Я был директором департамента в Минсельхозе России, который начинал разрабатывать экспортный проект. Сейчас я руковожу специальным созданным учреждением, которое называется Федеральное государственное бюджетное учреждение поддержки экспорта продукции АПК, и, собственно, с этого я и хотел начать.

О самом федеральном проекте мы говорили много, и говорили, в том числе и в этих стенах. Вы знаете, что он состоит из четырех ключевых разделов, в рамках которых предусмотрена поддержка по целому ряду направлений. И целый ряд мероприятий, которые направлены на повышение экспортного потенциала российской продукции... ну, я коротко повторю, потому что это тоже важно понимать, в каких рамках мы работаем и что, собственно, на сегодняшний день этот проект... Как ни странно, он только-только утвержден в окончательной редакции. Он на протяжении пяти месяцев находился все равно в состоянии такого динамического изменения, точнее, менялся план мероприятий, детализировался, потом унифицировался и так далее и так далее.

Проект состоит, как я говорил, из четырех разделов. Первый раздел посвящен по сути дела теме, связанной с созданием новой товарной массы, потому что, как вы понимаете, для того чтобы нам достичь индикатора (показателя), который нам поставлен в Указе Президента Российской Федерации – 45 млрд долларов, нам надо произвести много новой продукции, просто элементарно ее нет, она должна быть дополнительно произведена, и это больше 40 млн тонн. И это важная вводная, для того чтобы понимать, что всю эту продукцию надо произвести, ее надо транспортировать, ее надо перевезти через пункты перехода, которые тоже обладают своими серьезными проблемами, и такой объем продукции накладывает требование на модернизацию логистической и транспортной инфраструктуры.

Второй раздел посвящен логистической тематике, и там предусмотрено развитие оптово-распределительных центров и еще целый ряд направлений, связанный с поддержкой экспортеров, в том числе транспортные субсидии.

Третий раздел – это фитосанитарный, ветеринарный. Вы понимаете, что на сегодняшний день, по сути дела, ветеринарные и фитосанитарные ограничения и барьеры, которые существуют на наших ключевых экспортных рынках, по сути дела, являются одной из существенных и самых главных проблем для наращивания экспорта продукции АПК.

По нашим подсчетам, а по сути дела мы брали наш прогноз по направлениям и объемам поставок экспорта в ключевые страны, мы понимаем, что сегодня этих ограничительных мер примерно на 10 млрд долларов. Конечно, это грубая прикидка, но тем не менее это надо

иметь в виду, что план у нас 45 млрд, а видим мы открытой, через наращивание которой мы и собираемся достичь этого показателя, на сегодняшний день 35 млрд. То есть 10 млрд – это наша, собственно, задача по открытию новых ключевых рынков по снятию этих ограничений.

И четвертый раздел проекта – это, по сути дела, связано с оказанием системной комплексной поддержки экспортерам в продвижении и сопровождении их продукции на внешнем рынке. То есть это и маркетинговая поддержка, связанная с брендингом, это и разработка специализированных концепций стратегий по продвижению продукции, это и комплекс деловых мероприятий. То есть это целый комплекс работ, который должен быть выполнен, сделан и направлен на поддержку, как экспортеров, так и переход их продукции через границу.

И здесь есть одна существенная проблема, о которой мы пока, судя по всему, говорили мало. Она связана с тем, что инфраструктура нашего бизнеса, сама производственная модель, бизнес-модель поставок этой продукции за рубеж, она далеко несовершенна.

Если мы посмотрим организации, крупные компании, которые осуществляют поставки на наши ключевые рынки, то это компании, зачастую совершенно по-другому организованные, они работают совершенно в рамках других бизнес-процессов. И совершенно другая цепочка добавленной стоимости возникает в результате этой организации предприятий. Таким образом, мы говорим не только о том, что мы должны поддержать движение нашей продукции на экспорт, но мы должны, по сути дела, подумать о моделях организации бизнеса, о моделях прорыва на внешние рынки, о том, какая роль здесь кооперации, какая роль здесь объединения этих предприятий, создания общих усилий, получения общего результата от выхода на конкретный рынок. И вот эта тема тоже для нас является чрезвычайно важной.

Встречаясь с бизнес-сообществом, мы сталкиваемся и с более простыми проблемами. Например, проводя у нас на площадке «Агроэкспорта» стратегическую сессию, среди одной из ключевых проблем, которая была названа, это фактически незнание элементарных основ внешнеэкономической деятельности у предприятий, которые подходят к этому. Это недостаточное количество специалистов, качественных специалистов, которые на уровне бизнеса могли бы эту деятельность организовать. Это отсутствие внятной, доходчивой информации о ситуации на наших ключевых перспективных рынках. Я уже не говорю об информации более прицельной, более точной, связанной с глубокой оценкой тарифных и нетарифных барьеров на ключевых рынках, ограничений, которые там существуют, дистрибьютеров, которые там работают, логистических цепочек, которые надо знать, чтобы на этих рынках эффективно действовать.

Поэтому, по сути, перед нами стоит большая задача с точки зрения развития нашего собственного рынка и создания условий для поддержки и продвижения экспортеров. И, собственно, с этой целью в рамках четвертого раздела проекта и было предусмотрено создание отдельной

организации – Федерального центра поддержки развития экспорта, которое направит и нацелит свою деятельность именно на это направление.

Л.И. ХОЛОД

У нас, еще один тип проблемы есть – это технологическая зависимость. По 2018 году экспорт сельскохозяйственной продукции... у нас было отрицательное сальдо, импорт был больше, чем экспорт. И многая продукция, которая вывозится, она на самом деле сильно-сильно зависит от того, что ввозится, там семена, машины, оборудование и так далее, вплоть до ХСЗР.

Дмитрий Григорьевич, это каким-то образом отражено в ваших документах? Это первый вопрос. И что вы собираетесь сделать с технологической зависимостью, потому что вывозить продукцию фактически сборочного производства... Непонятно кто, что и кому экспортирует и кто что импортирует. Первый момент.

Второй момент. Планируете ли вы какое-то изменение в логистике отгрузок? Потому что вот то увеличение экспорта, которое запланировано в документах, оно на самом деле так или иначе приведет к дефициту растениеводческой продукции в центральных регионах страны. Почему? Потому что здесь основная зона потребления, основная зона производства и основная же зона отгрузок. Дальше уже далеко довольно-таки, в Сибири есть своя зона производства. Если там китайский экспорт будет налажен – слава богу, там своя жизнь, своя ситуация, людей там меньше и потребителей меньше. Это второй вопрос. То есть если будут существовать те пункты отгрузки, которые сегодня, внутренний рынок будет страдать от наращивания того экспорта, который вы планируете, с моей точки зрения. Как Вы считаете?

И третий момент. Предусмотрены ли какие-то мероприятия по завоеванию рынков? Потому что там злых людей нет, там просто конкуренция достаточно жесткая, со всеми мерами, которые используются, и никто там особо никого не ждет. И поэтому какие-то нужны экстраординарные меры, чтобы не столько пользоваться услугами международных посредников, которые и без нас, в общем-то, работают (они космополитичны, им все равно, с чем работать), а чтобы самим выходить на рынок, допустим, с растениеводческой продукцией, дальше пойдет... Артем Адганович будет выступать, там большая проблема с животноводческой продукцией, и так далее. Вот это третий вопрос.

Д.Г. КРАСНОВ

Все, что касается транспортно-логистической истории. На самом деле действительно... Вот есть сбалансированный план. Он утвержден. И он стал результатом анализа тех потоков и тех видов продовольствия, и тех конкретных рынков, куда мы хотим попасть. У нас есть понятное ограниченное на самом деле количество пунктов переходов.

То есть если мы понимаем, что эта продукция масложировая собирается идти в Индию, то мы понимаем, через какие пункты

перехода это все будет проходить. И там вариантов очень немного – одна-две понятные модели.

Эти модели мы действительно считаем, смотрим и анализируем. У нас на сегодняшний день есть и такой анализ предусмотрен, и такой анализ заложен в федеральном проекте. И вот связка, о которой говорил Михаил по поводу того, как разные проекты работают на одну и ту же задачу, в этом отношении она заложена. Мы будем вносить свои предложения, и уже они формируются с точки зрения оценки нагрузки по пунктам перехода по отдельным видам продукции (по зерновым, по масличным и так далее) с учетом перераспределения.

Например, по той же масложировой отрасли серьезное движение должно состояться в сторону Индии. Если сегодняшние потоки идут в сторону Турции, то эти потоки пойдут в другую сторону. И мы понимаем, что должно в этом отношении произойти. Видим нагрузку, которая будет возникать по Калининграду, по Ленобласти. И эту историю мы тоже понимаем. Она вся будет выражена в некоем запросе на изменение комплексного плана развития транспортно-логистической инфраструктуры в рамках реализации того же проекта, которым руководит Минтранс. Такой документ готовится. Объем мы понимаем.

Но, честно скажу, в результате всего этого анализа, как не странно, мы вот таких серьезных лимитирующих факторов именно с точки зрения логистики и с точки зрения пунктов перехода, за исключением... Мы понимаем, что есть проблема в Тамани. Есть проблема по услуге. Но серьезных факторов непреодолимого характера для обеспечения вывоза этого объема продовольствия в случае благоприятной конъюнктуры и достаточного объема мы не увидели. Но задачи такие стоя.

И надо сказать, что у нас существуют еще проекты, которые напрямую затрагивают аграрную сферу. Это системные меры поддержки экспорта. Это надо учитывать. Там тоже есть свой определенный набор мероприятий и направлений, которые «Российский экспортный центр реализует». И это как раз касается Вашего второго вопроса, собственно, как мы будем прорываться на внешние рынки, что мы будем делать, как наша продукция будет завоевывать мир. И, безусловно, мы здесь тоже видим серьезную проблему. Мы понимаем, что в значительной степени нашим экспортерам помогает и должен помогать эффект страны происхождения. И с этой целью были серьезные наработки, сделанные «Российским экспортным центром» в рамках *made in Russia*, и подготовки соответствующих экспортных брендов *good food Russia*. Но по оценке экспортеров на сегодняшний день мы видим, что вся эта машина с точки зрения создания эффекта страны происхождения, с точки зрения всех маркетинговых инструментов, связанных с выставками, гастромероприятиями, не приносят им достаточного удовлетворения и не приносят достаточного результата. Хотя на самом деле продвижение, поддержка на внешних рынках через такие мероприятия, через государственный маркетинг, связанный с

поддержкой национальных, зонтичных, региональных и иных брендов, является на самом деле в мире одним из ключевых элементов.

Второй существенной проблемой является то, что на самом деле, если говорить по бизнесовому, мы не сформулировали, что за продукт мы продаем. Ну, правда, что такое Россия с точки зрения продовольствия?

Мы изучали кейс известной ирландской компании Bord Bia, которая реализовала задачу по наращиванию экспорта. Они под решение этой задачи перестроили все свое производство. Они взяли курс на то, что они продают органическую, «зеленую» продукцию, полностью перестроили эту машину. Фактически государственная компания задала некие условия, некие требования к производству продукции и добилась таких успехов, что их продукция (например, животноводческая) попадает на тот рынок и снимает барьер за 15 дней. А мы снимаем 2-3 года.

И это говорит о том, что задача, связанная с развитием экспорта, она в значительной степени обращена и с точки зрения того правильного позиционирования, кто мы такие, с чем мы выходим, какой продукт мы хотим продавать и что мы делаем на внутреннем рынке с точки зрения производства этого продукта. Адресное стимулирование производства того, что мы еще не сформулировали, является, по сути дела, такой важной нашей задачей. К сожалению, приходится об этом говорить как о блоке вопросов, на которые пока такого внятного, системного ответа нет. Он должен быть найден, но времени у нас очень мало. Он должен быть найден в ближайшее время.

**Выступление И.Г. Ушачева, научного руководителя
Всероссийского научно-исследовательского института
экономики сельского хозяйства, академика РАН, д.э.н.**

Уважаемый Леонид Иванович, уважаемые коллеги! На наш взгляд, можно вполне согласиться с выступлением Дмитрия Григорьевича Краснова, в котором относительно полно он отразил указанные проблемы, собственно, как Министерство сельского хозяйства будет реализовывать, решать эти проблемы.

Мне же хотелось высказать некоторые наши соображения по обсуждаемой проблеме.

Мы все понимаем, что развитие экспортного потенциала возможно главным образом на основе наращивания прежде всего производственной базы. В этой связи давайте обратимся к основному нашему правовому документу, который регулирует этот вопрос, то есть к новой редакции государственной программы развития сельского хозяйства до 2025 года. Ее составной частью является федеральный проект, о котором рассказывал Дмитрий Григорьевич, одной из главных задач которого, как было уже сказано, является создание новой товарной массы продукции АПК, в том числе продукции с высокой добавленной стоимостью.

Вместе с тем заявленные целевые показатели госпрограммы у нас вызывают очень серьезную настороженность. И вот почему. Первое. Запланированный индекс физического объема инвестиций в основной капитал сельского хозяйства предусмотрен в программе в размере всего 21,8% за 8 лет.

То есть в среднем в год около 2,5%, в то время как согласно базовому прогнозу Министерства экономического развития за этот период инвестиции в основной капитал составят в среднем 6,1%. Как мы будем решать проблему 45 млрд долларов?

Второе. Такие темпы роста инвестиций явно недостаточны для комплексного технико-технологического перевооружения отрасли и повышения ее конкурентоспособности, что не может не сказаться на темпах роста производства продукции. Сейчас в программе заявлен весьма скромный прирост сельхозпродукции – всего 16,3% к 2025 году от уровня 2017 года. Это примерно 2% в год, что в два раза ниже, чем были среднегодовые темпы роста предыдущие пять лет. Непонятно, как мы будем выполнять главные цели.

В-третьих, в программе заложено увеличение объемом располагаемых ресурсов домашних хозяйств в сельской местности примерно на 16% по сравнению с 2017 годом. С учетом инфляции произойдет снижение доходов сельского населения практически на четверть, что повлияет на трудовую активность и рыночный спрос, что самое главное.

Еще одна проблема – финансовое обеспечение государственной программы. Это неравномерность и недостаточность заложенных в ней финансовых ресурсов. В программе предусмотрено выделение

бюджетных средств из федерального бюджета в первые три года в среднем по 300 млрд рублей в год, затем до 2024 года – 377, в 2025 году – спад до 300. И это в текущих ценах. В ценах же 2018 года, мы посчитали, объем бюджетных ассигнований из федерального бюджета сократится с учетом инфляции почти на треть.

По обозначенным цифрам какой-то экономической обоснованности и соотношения с темпами роста производства мы не наблюдаем. По нашим же расчетам, для реализации программы потребовалось бы увеличить ее финансирование как минимум в полтора раза в сопоставимом исчислении, потому что реализация инерционного сценария, который сегодня в развитии нашей отрасли с действующими ныне мерами и объемами господдержки, с низким уровнем развития рыночной инфраструктуры, существующими заградительными барьерами по продвижению отечественной продукции на внешние рынки, может привести к невыполнению целевого показателя по экспорту, мы считаем, как минимум на 10 млрд долларов.

Кроме того, говоря о перспективном развитии агропромышленного производства и наращивании продукции с высокой добавленной стоимостью, на наш взгляд, необходимо учитывать рациональное соотношение развития отраслей растениеводства и животноводства. Так, согласно государственной программе, рост продукции растениеводства к 2025 году составит 18% к уровню 2017, а животноводства – 11%. То есть среднегодовой процент роста растениеводства будет 2,1%, а животноводства – всего 1,3%. Но, учитывая, что животноводческая продукция является продукцией более высоких переделов, ускоренное развитие животноводства, по нашим оценкам, темпами не менее 4% в год могло бы стать драйвером наращивания экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью и достижения целевого индикатора по экспорту в 45 млрд долларов.

Анализируя динамику развития производства и экспорта за последние пять лет, просматривается следующая тенденция. По товарам нижних переделов мы перешли от отрицательного сальдо во внешней торговле к положительному, главным образом за счет экспорта зерна, то по товарам средних переделов нам удалось лишь существенно сократить отрицательное сальдо, и главным образом, за счет наращивания экспорта мяса и растительного масла.

Что же касается товаров верхнего передела, сальдо остается отрицательным, практически без изменений. И до сих пор мы продолжаем ввозить в страну продукцию АПК с высокой степенью переработки на 10 млрд долларов, а экспортируем всего 3,5 млрд долларов, то есть почти в 3 раза меньше.

Другим аспектом наращивания экспортного потенциала является конкурентоспособность нашей продукции. Если рассматривать конкурентоспособность с точки зрения цены, то в последние годы снижение курса рубля способствовало тому, что по многим видам сельхозпродукции и продовольствия наша страна стала

конкурентоспособной по сравнению с ведущими мировыми экспортерами, и это отрадно.

Мы не говорим о продукции зерновых культур, по которой мы традиционно обладаем конкурентоспособным преимуществом, но даже по животноводству, например, в 2018 году российские экспортные цены на мясо птицы находились на сопоставимом уровне с Соединенными Штатами Америки – 1037 долларов за тонну. По свинине экспортные цены составили 2024 долларов за тонну, а это минимальная цена среди основных стран-экспортеров данной продукции, что очень важно. Например, в США и Германии стоимость тонны свинины составляла 2,5 тыс. долларов, почти на четверть дороже, чем у нас.

В то же время сравнение цен производителей сельхозпродукции (вот здесь самое важное) и ведущих стран-экспортеров показывает, что по многим видам сельхозпродукции цены отечественных производителей значительно превышают цены наших конкурентов. Например, если российская цена производителей за тонну свинины составляла около 2,5 тыс. долларов, то в США и Испании – порядка 1,5 тысячи. По мясу птицы соответственно – 1,6 тыс. долларов у нас против 1,4 тыс. долларов – в Соединенных Штатах и Бразилии.

Таким образом, только наиболее высокотехнологичные компании, постоянно работающие над снижением издержек, могут быть конкурентоспособными на внешнем рынке. Вот почему политика по наращиванию экспорта должна быть более инклюзивной, затрагивать все формы хозяйствования, чтобы истории успеха в экспорте были не в отдельных крупных компаниях, а в АПК в целом. А для этого в процесс развития экспорта необходимо вовлекать как можно более широкий круг производителей, в том числе и малые формы хозяйствования. И в этом ведущую роль должна сыграть кооперация с целью формирования товарных экспортных партий продукции.

Кстати, такой интересный эксперимент по кооперации в этом направлении сейчас проходит в Орловской области. Можно подробнее ознакомиться с этим опытом.

И в заключение. На что нам необходимо обратить внимание – это на достижение оптимального баланса между двумя национальными приоритетами – наращиванием экспортного потенциала и необходимостью обеспечения продовольственной безопасности страны. Говоря о продовольственной безопасности, мы, как правило, имеем в виду производственную сторону этой проблемы, однако не всегда учитываем потребителя и его социально-экономическое положение, а это главное.

Вместе с тем спрос на продовольствие остается под давлением динамики реальных располагаемых доходов населения, который, несмотря на мизерный рост в 2018 году, остается ниже уровня 2013 года на 10,3%. В результате, например, потребление на душу населения молока и молочных продуктов продолжает сокращаться, и в 2018 году остается почти на 20 килограммов меньше, чем было в 2013. Эта проблема усугубляется еще и значительным расслоением населения по

уровню доходов. Доля граждан, потребляющих продукцию меньше рациональных норм по рыбе, например, составляет 50%, по молоку – 80%, а по фруктам и ягодам – 90%. Особенно остро эта проблема стоит в социально незащищенных группах граждан. Вот почему обеспечение продовольственной безопасности в значительной мере будет зависеть от эффективности мер по повышению уровня жизни и доходов населения.

Отсюда напрашивается вывод. Если мы планируем затратить более 400 млрд рублей на стимулирование вывоза продовольствия за рубеж, то одновременно, наверное, целесообразно было бы предпринять такие же значительные меры по стимулированию внутреннего спроса на продовольствие, и особенно среди малообеспеченных граждан.

Д.Г. КРАСНОВ

Я принципиально со всем, что было сказано, согласен. И действительно такой дисбаланс, связанный с планируемым объемом инвестиций, объемом производства и реальными планами по наращиванию этого производства и экспорта существует. И это очевидный зазор, который сегодня даже в программных документах находит отражение, и он, конечно, должен быть приведен в нормальное соответствие, и эти цифры должны стать разумными, достижимыми и в то же время сохранить свою амбициозность для достижения этих планов.

Но я хотел бы обратить внимание на последний тезис, связанный с продовольственной безопасностью, просто в качестве постановки этого вопроса: насколько обеспечение внутренней продовольственной безопасности и решение проблем, связанных с вывозом продукции, с развитием экспорта и так далее, являются противоречивыми, разнонаправленными или это все-таки направления, которые должны сотрудничать и приводить к общему синергетическому эффекту?

Почему я говорю об этом? Потому что на самом деле санкционный режим, который позволил выпустить дополнительный объем продукции, сделать конкурентоспособными целый ряд наших предприятий, развить новые производства, заместить полку российской продукцией в значительной степени, в то же время создал для многих производителей такие условия более свободные с точки зрения ведения экономической деятельности, снизил конкуренцию на внутреннем рынке. Так вот, задача по наращиванию экспорта в стратегическом плане и, мне кажется, глубокая, глубинная цель самого указа президента и этого направления как раз в этом и состоит – что мы должны научиться выпускать конкурентоспособную продукцию, мы должны выйти на новый виток конкуренции. Если продукция, которую мы будем выпускать, будет продаваться, это, по сути дела, критерий и индикатор того, что то, что мы выпускаем, является конкурентоспособным, а это все-таки стимул экономить на затратах, выпускать ее с лучшей себестоимостью, с лучшим качеством. И косвенно это должно повлиять на обеспечение граждан и нашей страны, безусловно, и положительно сказаться на

вопросах продовольственной безопасности, а не вступить в противоречие. Мне кажется, наша задача – это гармонизировать правильно и государственной поддержкой, как Вы сказали, эти два направления. Только это я хотел бы заметить.

И.Г. УШАЧЁВ

Я думаю, что Вы правильно ответили как раз на свой вопрос.

А.В. ПЕТРИКОВ

Насколько я понял Дмитрия Григорьевича, одно дело – конкурентоспособность, которую надо повышать, а другое дело – просто количественное наполнение рынка. То есть основные риски, о которых говорил Иван Григорьевич (и с ним я согласен), связаны с тем, что мы не должны испытывать риск реализации концепции «недоедим, но вывезем», который в нашей стране уже реализуется.

Надо считать все. Мы знаем такие прецеденты, прецеденты такого подхода. И возникает вопрос: проводились ли расчеты в Министерстве сельского хозяйства связи объемов экспорта с состоянием внутреннего рынка, с состоянием цен на зерно, в том числе на кормовое зерно, для потребностей животноводства, ну и вообще на состояние потребительского рынка?

И второй вопрос у меня тоже возникает. Я вспоминаю, когда мы осуществляли такие массированные закупки племенного скота за рубежом, это приводило к повышению цен на этот скот. Мы сами себя подвергали такой опасности. Как наш такой резкий рост объемов вывоза повлияет на мировые цены? Мы только по одному продукту – по зерну – можем повлиять, по другим не можем. Но проводились ли расчеты, как цены на внешних рынках снизятся? И мы тогда тоже будем в убыток себе продавать. Вот такого рода расчеты Минсельхоз проводил или не проводил?

Д.Г. КРАСНОВ

Конкретный ответ я, к сожалению, дать не смогу, потому что в данном случае уже не являюсь представителем Минсельхоза. Да, я там работал. Просто вопрос, который Вы ставите, требует более широкую линейку представителей Минсельхоза, для того чтобы грамотно ответить на него.

Но что анализировалось Минсельхозом? Минсельхозом анализировался объем продукции по разным направлениям с высокой степенью детализации, которую мы должны произвести. И наша способность произвести конкурентоспособную продукцию на 45 млрд долларов экспорта анализировалось с точки зрения способности всего сельскохозяйственного комплекса нашего и предприятий пищевой перерабатывающей промышленности, и объемы инвестиций, которые для этого потребуются, для того чтобы этот объем произвести. И мы проводили эту оценку с точки зрения возможности реализации этой продукции на внешних рынках, конкурентоспособности ее, сопоставимости по качеству, транспортно-логистической доступности и так далее. Вот эта оценка применительно к экспорту и применительно к 45 миллиардам проводилась. И она на самом деле в базовых

показателях зафиксирована сегодня в сбалансированном плане, который в апреле был утвержден проектным комитетом. Он содержит достаточно большую информацию, связанную с ресурсным, сырьевым обеспечением достижения этих показателей. Эти показатели были подкреплены целым рядом исследований.

И.Г. УШАЧЁВ

Моделирование проводилось?

Д.Г. КРАСНОВ

Да. И также в рамках всей этой истории мы действительно понимаем, что есть определенные направления (и вот здесь Михаил Станиславович присутствует), которые требуют более пристального анализа.

У нас, например, масложировое направление является ключевым драйвером, по сути дела, достижения тех индикаторов, которые мы перед собой поставили. Но мы все понимаем, что там тоже есть серьезные риски. Эти риски где-то в размере 1,5 млрд долларов. И они связаны с тем, какая у нас будет урожайность, сколько мы вырастим масличных культур. И за этим стояла и наука, и отраслевое сообщество. И все это считали. И мы понимаем, что там есть определенный набор рисков.

Просто, мне кажется, в данном случае отраслевые специалисты здесь глубже эту историю копнут и расскажут. И мы, кстати, в сбалансированном плане эту дилемму тоже наметили и отметили с точки зрения нашей сырьевой базы.

Надо сказать, что в Минсельхозе на самом деле вот эта работа по балансировке идет в текущем режиме уже сейчас. С каждым федеральным округом, с каждым регионом отрабатываются планы до 2024 года не только с точки зрения экспорта, а с точки зрения структуры посевных площадей, с точки зрения объема продукции растениеводства, с точки зрения сопоставимости кормовой базы с теми планами по животноводству, которые поставлены. На самом деле впервые проходит такая систематизация, инвентаризация тех планов, которые у нас существуют до 2024 года. С точки зрения уже более глубокого анализа, я думаю, здесь надо со специалистами в конкретных областях больше говорить и со специалистами в области продовольственных рынков. Но то, что мы в этом направлении движемся, это совершенно точно.

Выступление М.С. Мальцева, исполнительного директора НО «Масложировой союз России»

К сожалению, Минсельхоз и все структуры, которые с ним связаны, являются заложниками той конструкции, которая была принята на федеральном уровне. И они в рамках этой конструкции вынуждены пытаться сделать так, чтобы эти задачи были достигнуты.

Просто мы активное участие с самого начала во всем принимали и я хотел бы конкретно проиллюстрировать то, что было сказано, поддержать, с одной стороны, с другой стороны, конкретизировать.

У нас действительно есть несколько глобальных рисков кейсов.

Первый – это сырье, безусловно. И сегодня у нас парадоксальная ситуация. В госпрограмме уже стоят цифры по достижению производства масличных. Во-первых, там только одно подсолнечное мало стоит в пересчете на подсолнечник, которое можно посчитать, которое мы уже выполнили. А оно стоит к 2025 году. Это первый яркий пример.

То есть у нас не синхронизирована госпрограмма с национальным проектом, то бишь с федеральным проектом. Это надо делать. Но чтобы это сделать, нужно, безусловно, насытить это финансами. То есть под увеличение сырья нужны ресурсы. Этих ресурсов также в госпрограмме нет, поскольку нет и показателя целевого как такового, помимо того, что эти целевые показатели нужно спустить в регионы.

Понятно, что мы не регулируем севооборот, мы не можем бизнес заставить – как сажать, что сеять и так далее. Но есть целевые индикаторы для регионов, где на сегодняшний день масличные отсутствуют, просто отсутствуют, хотя являются для нас главным драйвером, по той же самой причине, потому что они отсутствуют в госпрограмме (ну, просто, чтобы было тоже понятно). Первый момент.

Второй момент. Здесь тоже серьезное подспорье может быть в виде некоего биржевого индикатора, который сегодня отсутствует, к сожалению, и до сих пор у нас при рекордном урожае масличных в прошлом году, мы провалили начало сезона по причине того, что наши селяне сидели на подсолнечнике и говорили: будем ждать марта, всплеска цены, не будем продавать, заработали хорошо на пшенице, нам деньги не нужны. В итоге мы на две недели запустили раньше отрасль на переработке, соответственно, в неполном объеме были загружены. И нам задают вопрос: а что это мы не выполнили показатели по экспорту. Мы их выполнили, ну, там чуть-чуть превысили, но могли выполнить больше, выполнив в 2019 году. Но такой ситуации сложившейся, как в этом году, не было давно, когда мы в июле и августе при загрузке мощностей ниже 70% перерабатывающих будем работать. Представляете, да? То есть это мы размазали... раньше весь сезон мы работали на полную катушку, и последние 2 месяца стояли. А в этом году мы будем работать, мало того, еще и, возможно, переходящие остатки, вот, американские, USDA прогнозируют 600 тыс. тонн подсолнечника в переходящих остатках. Ну, такого никогда не было.

Соответственно, нужны механизмы, которые будут ориентировать наших сельхозпроизводителей, помимо целевых индикаторов сверху спущенных, но нужны еще и индикаторы рыночные, для того чтобы рынок мог ориентироваться, в какую сторону ему смотреть и какая будет цена, чтобы, первое, сеять больше, и второе, равномерно продавать. Потому что нет никаких фундаментальных факторов для повышения цены. Это сырье.

Второй блок – это, безусловно, логистика. На сегодняшний день логистика практически выпала вообще из федерального проекта. Ее там просто вычеркнули и никуда больше не включили. Приняли так называемый 13-й национальный проект – это комплексный план модернизации и развития магистральной инфраструктуры, где наших объемов нет, тех самых 40 млн тонн. Они вроде как говорят, что, ну, мы перевезем, но там есть уголь, который является драйвером этой программы, но наших объемов нашей продукции и сырья, которое необходимо, их там нет. А у нас сегодня уже проблема с бутылочными горлышками логистическими на подходах к портам и перевозкам. Это второй момент.

Третий момент – это условия доступа к государственной поддержке. Мы сейчас находимся в стадии, когда мы ждем в течение двух недель буквально принятие «нормативки» в тесном взаимодействии с Минсельхозом. Минсельхоз пытается что-то сделать, для того чтобы сделать условия для бизнеса комфортными. Но он, опять же, является заложником конструкции национального проекта, где нам говорят... Мы говорим: а какие форс-мажорные ситуации мы можем прописать, чтобы в случае, если не от нас зависящих причин, мы выполнили, построили завод, купили сырье, даже вырастили сырье, переработали его, вывезли в полном объеме, как обещали, на экспорт, а цена на рынке упала на 20%. Вот то, о чем говорил Александр Васильевич, да? Ну, я условно говорю.

А этих рисков нет, механизм учета этих рисков в принципе не заложено, и мало того, еще и в долларах цена. То есть нам натуральный объем никому не интересен, давайте в долларах «валовку», да? то есть и сегодня, я скажу так, больше... мы сейчас надеемся, что дойдем к какому-то комфортному компромиссу. Но пока на тех условиях, которые озвучивались, бизнес говорит, что мы не готовы в такие проекты заходить. Просто там риски превышают все разумные какие-то пределы. То есть фактически существующие условия государственной поддержки и государственной программы по постановлению Правительства Российской Федерации № 1528, не накладывающее никаких на вас штрафных санкций и ограничений по экспорту, комфортнее, чем то, что придумали по экспорту. Ну, такая интересная ситуация.

И это все в комплексе можно назвать страхованием рисков. Страхование рисков здесь выходит за рамка конкретной конъюнктуры. У нас есть вопрос экономики. Потому что чтобы привлечь инвестиции и отдать их, нам нужна хотя бы 10-процентная маржинальность. У нас по отрасли сегодня мы болтаемся в районе нуля, благодаря тому, что

спустили пошлины на экспорт и на масличное сырье и перераспредели доходность в сторону сельхозпроизводителя, где она была 65 процентов, теперь она у них 85%. А мы – ноль – минус пять работаем сегодня. То есть эту ситуацию надо регулировать.

Если это не будет отрегулировано, как это на наших обязательствах отразится? Ну и так далее. То есть все риски на сегодняшний день фактически находятся за гранью регулирования.

И третий момент – это физическое наличие рынков. То есть опять же Александр Васильевич правильно сегодня заметил. Я бы пошел немножко в другую сторону, то есть вектор тот, но нам просто могут не открыть часть рынков, на что мы рассчитываем про те 10 млрд, о которых Дмитрий Григорьевич говорил, а часть рынков нам могут закрыть. Смотрим на нашу санкционную обстановку, и мы прекрасно понимаем, что в один прекрасный момент могут какой-то конкретный рынок просто закрыть. И опять же бизнес находится заложником в этой ситуации, потому что он будет страдать, а в качестве санкций предлагается введение, если мы говорим о льготном кредитовании, коммерческой ставки. То есть смотрим на бизнес. То есть ему плохо, он пострадал от внешних факторов, не влияющих, на которые он не может влиять, а банк ему еще включает повышенную ставку и добивает его. Это такой срез по нашему бизнесу, и мы считаем, что эти вещи необходимо учитывать. Но эти факторы должны быть прописаны по вертикали с основного документа – с национального проекта. То есть необходимо однозначно предложения вносить по модернизации текущей структуры и национального проекта, и федеральных проектов, в синхронизации между собой, поскольку у нас несколько национальных проектов, в том числе комплексного плана по транспорту, в частности экспорта, нас беспокоит это.

Синхронизация государственных программ, которые у нас не касаются экспорта, и приведение всего к общему знаменателю. И это дополнительные деньги, безусловно. Я молчу про внутренний спрос, про 400 млрд, в которых нам отказывают уже какой год, про стимулирование социально не обеспеченного потребителя. Просто синхронизировать эти показатели, чтобы они были выполнимы и по сырью, это крайне необходимо. Поэтому, на наш взгляд, это вопрос сквозного изменения и обозначения этих рисков, чтобы у нас была понятная «дорожная карта». Понятно, что в 2019 году мы не будем вывозить такие объемы, которые обозначаются, хотя нам целевые показатели уже сейчас доводят, что вы должны тоже повысить. Но нам надо ставить вопрос о необходимости модернизации всей нормативно-правовой документации, в которой живет наш федеральный проект, иначе Минсельхоз ничего не сможет сделать просто, здесь надо ему помогать.

Выступление А.В. Петрикова, руководителя Всероссийского института аграрных проблем и информатики им. А.А. Никонова – филиала ФГБНУ «Федеральный научный центр аграрной экономики и социального развития сельских территорий», академика РАН, д.э.н.

Россия обладает крупнейшим сельскохозяйственным потенциалом: 9% обрабатываемых земель, 50% черноземов планеты, 20% пресной воды, 10% мирового производства минеральных удобрений. И только около 2% населения мира. Мы должны эффективно использовать этот потенциал не только для удовлетворения собственных потребностей, но и для экспорта, внося достойный вклад в решение мировой продовольственной проблемы.

Кроме этого, Российская Федерация обладает рядом дополнительных преимуществ, увеличивающих ее экспортный потенциал в области АПК:

широкое климатическое разнообразие позволяет выращивать большой спектр продовольственных культур;

логистическая доступность ключевых рынков продовольствия: ЕС – через Европейскую часть, Китай и ЮВА – через Сибирь и Дальний Восток, Африка и Ближний Восток – через южные порты;

возможности производства экологически чистой органической продукции, которая сегодня в дефиците на мировом рынке.

Органические продукты – один из самых быстрорастущих и привлекательных сегментов мирового рынка продовольствия. За последние 15 лет их потребление выросло более чем в 5 раз и составляет порядка 80 млрд долларов в год. При сохранении достигнутых темпов роста к 2035 году объем потребления органических продуктов питания составит около 500 млрд долларов. Объем торговли органическими продуктами на мировом рынке может составить 100–150 млрд. долларов

В России в основном решена проблема продовольственной безопасности и на первый план выходит задача наращивания экспорта. Действительно, политика импортозамещения приносит свои плоды и нам удалось существенно повысить долю отечественной продукции на внутреннем рынке и улучшить баланс во внешней торговле продовольствием, особенно в период 2014-2018 годов, с момента введения продовольственного эмбарго (таблица 1). Экспорт в 2018 году превысил в 1,53 раза показатели 2013 г., импорт, наоборот, уменьшился 1,46 раза. Внешнеторговое сальдо продолжает оставаться отрицательным, но его величина в 2018 году по сравнению с 2013 годом существенно уменьшилась: в 5,9 раза.

Таблица 1. Экспорт/импорт продовольствием и сельскохозяйственным сырьем, млн долл. США.*

	Экспорт	Импорт	Сальдо
2008	9278	35189	-25911
2009	9967	30015	-20048
2010	8755	36398	-27643
2011	13330	42535	-29205
2012	16769	40655	-23886
2013	16262	43255	-26993
2014	18982	39957	-20975
2015	16215	26650	-10435
2016	17070	25031	-7961
2017	20706	28819	-8113
2018	24884	29632	-4748

*Данные ФТС России.

Вместе с тем удельный вес России в мировом экспорте продовольствия (в 2017 году – 1,37%) ниже, чем в импорте – 1,86% (таблица 2).

Таблица 2. Удельный вес России в мировом импорте/экспорте продовольствия по данным Центра международной торговли ВТО и ФАО

	Удельный вес, %	
	в импорте	в экспорте
2007	2,65	0,9
2008	2,77	0,75
2009	2,62	0,92
2010	2,82	0,67
2011	2,69	0,82
2012	2,75	1,19
2013	2,81	1,09
2014	2,55	1,24
2015	1,84	1,18
2016	1,73	1,22
2017	1,86	1,37

Президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и приоритетным проектам в ноябре 2016 года утвержден Приоритетный проект «Экспорт продукции АПК» (протокол от 30 ноября 2016 года № 11. В соответствии с ним предполагалось увеличить объем экспорта продукции АПК до 19 млрд долл. в 2018 году, до 21,4 млрд долл. в 2020 году, до 30 млрд в 2025 году. В декабре 2018 года принят Национальный проект (программа) «Международная кооперация и экспорт»; объем экспорта продукции аграрно-промышленного комплекса в 2024 году должен составить 45 млрд рублей. Это очень амбициозная и трудоемкая задача: рост по сравнению с 2018 годом должен составить 1,8 раза, в то время как в соответствии с Прогнозом социально-экономического развития Российской Федерации до 2024 года, подготовленным Минэкономразвития России, к 2024 году рост производства продукции

сельского хозяйства составит 14,3% относительно 2017 года, а производство пищевой продукции вырастет на 34,1%. Минсельхоз России в настоящее время активизирует работу по стимулированию экспорта, меры в этой области стали частью Госпрограммы развития сельского хозяйства.

Решая эти амбициозные задачи, следует обратить внимание на ряд проблем.

1. Аграрный экспорт из России носит преимущественно сырьевой характер, в нем мало продуктов с высокой добавленной стоимостью, что видно, в частности, на примере экспорта зерна, занимающего доминирующее положение в структуре экспорта (таблица 3). Как свидетельствуют данные таблицы 3, удельный вес России в мировом экспорте зерновых и крупяных культур устойчиво превышает ее долю в экспорте продуктов переработки зерна, причем разница между этими показателями увеличивается.

Таблица 3. Доля России в мировом экспорте зерна и продуктов его переработки (по данным Центра международной торговли ВТО и ФАО), %

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Зерновые и крупяные культуры	2,83	3,78	5,19	3,84	5,89	5,43	5,81	7,26
Продукты переработки зерна	0,59	1,76	0,85	0,85	0,93	1,44	1,38	1,26
Строка 1 – Строка 2	2,24	2,02	4,34	2,99	4,96	3,99	4,43	6,00

По прежнему актуальной остается мысль выдающегося русского экономиста, Президента Вольного экономического общества России (1823-1840) Н.С. Мордвинова, высказанная им в работе «Об исправлении финансов» в начале 1820-х годов: «Переменить вывоз из России хлебного зерна – вывозить мукою в бочках», «По случаю потери хлебного торгового поощрить вывоз за границу крупчатой муки в бочках вознаграждением по 20 копеек за пуд; также за манную и перловую крупы, за макароны и прочие сухие теста, назначив таковую за вывоз награду вперед на 10 лет».

2. В стране сложился довольно узкий круг сельскохозяйственных производителей – экспортеров. Около 70% выпуска продукции сельхозорганизаций обеспечивает 20% предприятий. И если в 2009 году на крупнейшие предприятия (с суммой прибыли свыше 100 млн. рублей на хозяйство) приходилось 41% прибыли и 25% объема реализации (выручки), то в 2014 году эти показатели возросли до 62% и 42% соответственно. Таким образом, степень дифференциации предприятий возросла. Сформировалась так называемая биполярная аграрная экономика: на одном полюсе «рост», на другом – «выживание». Задача состоит в том, чтобы модернизировать всю совокупность хозяйств и расширить число экспортеров за счет малых и средних предприятий и К(Ф)Х. Для этого необходимо стимулировать развитие

сельскохозяйственных сбытовых кооперативов и улучшать их доступ к экспорту.

3. В настоящее время отечественные экспортеры вовлечены в транснациональные цепочки добавленной стоимости и во многом не самостоятельны. Настоятельной необходимостью является формирование крупной национальной трейдингово-логистической структуры (при государственной поддержке и возможно путем покупки крупного действующего игрока), способной составить конкуренцию транснациональным торговым сетям, монополизировавшим международную торговлю сельскохозяйственным сырьем и продовольствием.

4. Необходимо более тесно увязывать развитие экспорта с состоянием внутреннего продовольственного рынка. Обращает на себя внимание также факт, что рост в сельском хозяйстве не приводит к замедлению продовольственной инфляции: за последние 8 лет индекс потребительских цен на продовольственные товары составил 174,3%, в то время как общий индекс потребительских цен – 170,4%, т.е. на 4 процентных пункта выше.

При этом от продовольственной инфляции выигрывает, прежде всего, сфера обращения. Мониторинг Росстата структуры розничных цен по 24 продовольственным товарам показывает, что за последние 5 лет доля стоимости сырья в них увеличилась по 8-ми позициям, в то время как удельный вес оборота сферы обращения по 16-ти.

В 2015-2016 годах в связи со снижением реальных доходов населения и продовольственной инфляцией стали расти расходы на питание в бюджетах российских семей (таблица 4). К настоящему времени этот процесс удалось стабилизировать, но по этому показателю мы откатились на 12 лет назад, к уровню 2005-2006 годов.

Таблица 4. Доля расходов на продукты питания и безалкогольные напитки в потребительских расходах домашних хозяйств (по итогам выборочного обследования Росстата бюджетов домашних хозяйств), %

Годы	Доля, %
2005	33,2
2006	31,6
2007	28,4
2008	29,1
2009	30,6
2010	29,6
2011	29,5
2012	28,1
2013	27,7
2014	28,5
2015	32,1
2016	32,3
2017	31,2

В бюджетах 10% самых малообеспеченных семей удельный вес расходов на питание достигает 48%.

5. Существенной проблемой остается отсутствие возможности субсидирования аграрного экспорта из-за обязательств России по ВТО. Необходимо сформировать внебюджетные механизмы поддержки экспорта через отраслевые ассоциации и кооперативы. В этом аспекте интересен опыт США по реализации т.н. «чек офф программ», в рамках которых осуществляется сбор средств в отраслевые сельскохозяйственные фонды развития, науки и информации. При первой продаже продукции производителем оптовик, переработчик и импортер продукции платят сборы в указанные фонды. Средства фондов не облагаются налогами и целиком направляются на поддержку рекламы, отраслевой науки и информации через отраслевой совет. Система существует более 30 лет и весьма содействует экспорту американского продовольствия.

Л.И. ХОЛОД

Я хотел бы добавить, что еще нужно синхронизировать программу со стратегией пространственного развития, потому что отдельно друг от друга они готовятся. Если говорить о развитии экспортной логистики, то это надо вписывать так же, как и развитие аграрного производства, там, где удобнее для экспортных операций размещение, чтобы они не были отдельно друг от друга.

А.В. ПЕТРИКОВ

Леонид Иванович, я совершенно с Вами согласен. В стратегии пространственного развития только в 14 или в 15 субъектах Федерации написано, что мы будем развивать так называемые агропромышленные центры. А у нас 30–35 сельскохозяйственных регионов в стране. И, естественно, что надо вносить изменения в стратегию.

Л.И. ХОЛОД

Это раз. Потом с точки зрения стратегии пространственного развития, развития центра животноводческого, развития центра растениеводческого – это две разные песни. Это разное развитие.

Также правильно сказал Александр Васильевич, что в общей программе развития сельского хозяйства, рынков, продовольствия, конечно, нужно сейчас что-то говорить о механизмах поддержки, потому что если так, как сейчас, то вы не сможете ничего поддерживать и ничего целевым образом развивать. То есть там тоже нужно вносить какие-то изменения, нужно синхронизировать буквально со всеми программами, которые касаются АПК.

Л.И. ХОЛОД

Городским агломерациям. Там вообще про село не сильно много сказано и то только после поручения. И вот только сейчас принята программа развития сельских территорий, но еще ее надо как-то вписывать в стратегию пространственного развития, потому что там в свою очередь...

Следующий момент по поводу «зеленой» корзины, «красной» корзины и так далее. Поддерживать экспорт нам не удастся явно,

потому что страна реципиент сразу поднимет этот вопрос совершенно очевидно. Но существуют различные формы поддержки через союзы и общенациональные, и отраслевые. И мы как раз сегодня хотели бы послушать тех представителей союзов, которые откликнулись на наше предложение, потому что это великолепный механизм поддержки. Никто не запрещает представителям бизнеса собраться, для того чтобы продвигать что-то. А как государство с ними имеет отношение – это уже проблема государства и этих союзов. Это раз.

Второй момент. По поводу рекламы. Там ведь есть болевые точки, на которые можно в мире давить. Это тоже можно продвигать с помощью союзов. Не надо государству светиться, с помощью союзов.

А.В. ПЕТРИКОВ

Я еще бы добавил один пункт в проект резолюции – это в отношении аграрно-экономической науки. Ведь Дмитрий Григорьевич так политически правильно ответил на вопрос насчет влияния экспорта на внутренний рынок и на внешний рынок. В принципе расчетов этих никто не делал. И хорошо бы записать пункт о проведении соответствующих исследований и выяснение вопроса: как будет влиять экспорт на состояние внутреннего рынка и на мировые цены, чтобы элиминировать возможные риски?

Научное обеспечение, кстати, которое сейчас не предусмотрено. И можно этот пункт сформулировать. Потому что, например, есть такая модель (ОЭСР ее разрабатывает) и наш институт там участвовал одно время. И мы уже два года добиваемся разрешения от Минсельхоза, чтобы нам дали добро на дальнейшие рабочие контакты в этой области. Но до сих пор... то есть – есть модель по оценке мировой торговли по 130 странам, 10-летние прогнозы составляются с помощью этой модели. Но Россия, она не развивает такие методы, поэтому пункт о научном обеспечении этого приоритетного проекта должен быть сформулирован, конечно.

Д.Г. КРАСНОВ

Можно небольшую ложку меда в бочку дегтя? Я просто хотел сказать, что в рамках проекта мы работаем с неким общим бюджетом. И положительно, это то, что все говорят о том, что меры поддержки, которые сейчас используются в рамках проекта, они не прицельные, не адресные, не стимулируют именно то, что мы хотели бы стимулировать с точки зрения развития именно экспортной инфраструктуры или экспортных поставок. Но мы должны все понимать, что проект гораздо более динамичная модель управления достижением результата, чем государственная программа. И что может произойти в 2020 году и какая задачка, собственно, поставлена уже перед нами?

По сути дела, мы должны сформулировать и найти дополнительные новые меры поддержки, которые могут стимулировать правильные вещи. Смотрели модель, которая связана с созданием одного из крупнейших молочных производителей в Китае (Yili, по-моему, он называется). Куда деньги направлялись? Деньги направлялись на кооперационные связи крупнейшего переработчика с целым пулом

малых и средних производителей, их стандартизацию, приведение к единым... выравниванию всех взаимосвязей с этим производителем, обеспечению контроля качества и так далее, в это вкладывались деньги. Такая была поддержка. В результате вырастили крупнейшего экспортера. Никто не вкладывал деньги непосредственно в то, чтобы довести эту продукцию до границы или перевести через границу. Поэтому с точки зрения изменения так называемой бюджетной росписи и плана мероприятий у нас здесь есть определенная гибкость. Но мы на самом деле должны просто найти и сформулировать тот путь и тот новый инструмент поддержки, который будет не напрямую, но правильно влиять на развитие экспорта.

А то, что Вы сказали по поводу рисков, связанных с ВТО, они действительно существуют, и они существуют в рамках основного механизма, о котором мы говорим, – льготное кредитование. Но тоже хотел бы обратить внимание, что в той нормативной документации, которая сейчас создана новая, там, постановление № 512, мы говорим о том, что это не поддержка экспорта, это поддержка конкурентоспособных производств, где критерием отбора этих производств... Это, конечно, некоторая казуистика, но которая рассматривает экспортные поставки не как результат, а как создание конкурентоспособной продукции, и туда заложены критерии, не только связанные с внешним рынком, но и поставка на внутренний рынок.

А.В. ПЕТРИКОВ

Но, Вы знаете, вы бы могли избежать этих рисков, если бы в проекте был раздел по научному обеспечению этого направления и если бы... Вы же привлекаете зарубежные консалтинговые фирмы для разработки соответствующей «нормативки». Я об этом знаю. Я выступал рецензентом отчетов такой компании консалтинговой по двум направлениям – по моделированию и по прогнозу цен на внутренних и внешних рынках в связи с экспортом, и по так называемым экспортным кооперативам. Я специалист по экспортной кооперации. Мне стыдно было читать этот отчет. А наши институты остаются в стороне от этого процесса. Вот так.

Л.И. ХОЛОД

Скажите, пожалуйста, а рыба, морское рыболовство тоже входит в предмет вашей заботы или у них отдельно?

Д.Г. КРАСНОВ

Утверждена методология подсчета этого показателя. Это с 1-й по 24 группу. Туда входит рыба. Туда входит рыба не только та, которая в рамках ФТС, но и рыба, которая вне таможенной зоны, которая учитывается по другой форме Росстата, которая не проходит таможенную очистку. Да, рыба входит.

Л.И. ХОЛОД

Потому что мы звали Зверева, но он уехал на Санкт-Петербургский форум. Там совершенно особые проблемы и не менее болезненные. Как бы это тоже предмет вашей заботы.

И.Г. УШАЧЁВ

Хотел бы еще спросить Дмитрия Григорьевича по формированию КПК, создание их. Поподробнее, пожалуйста. Потому что мы очень сомневаемся.

Д.Г. КРАСНОВ

КПК – это очень простая история. Мы не успеваем сами следить за тем, как все изменяется. КПК – это уже не КПК, а ПК...

По сути идет речь о заключении соглашения, это ПК – соглашение о повышении конкурентоспособности, которое заключается между организацией, которая заявила на то, что будет участвовать в этой экспортной деятельности, создавать конкурентоспособные продукты, Минсельхозом и органом управления ПК субъекта Российской Федерации. Это соглашение о наборе взаимных обязательств. Организация обязуется достичь таких-то результатов, а Минсельхоз обязуется оказать целый спектр поддержки, куда входит не только льготное кредитование, но и существующие и планируемые в дальнейшем меры, среди которых, кстати, есть набор мер очень важных. Например, компенсация затрат на сертификацию, которая ничем не запрещена и соответствует полностью правилам ВТО. И здесь мы не попадаем ни на какие риски. Собственно, ПК – это соглашение. И тот показатель, на который вы показали, – это какое количество такого рода соглашений до конца года должно быть заключено.

И.Г. УШАЧЁВ

У нас до 2025 года 100.

Д.Г. КРАСНОВ

Да. До 2024 года. В этом году должно быть заключено 50 таких соглашений.

И.Г. УШАЧЁВ

Но базироваться будет на крупных холдингах или как?

Д.Г. КРАСНОВ

Там нет критериев, связанных с тем, с кем должно быть заключено такого рода соглашение. Соглашение – это набор взаимных обязательств, перечень обязательств и перечень мер, на которые носитель этого соглашения может претендовать.

**Выступление Д.А. Казанникова, руководителя проекта
по поддержке экспорта агропромышленного комплекса
АО «Российский экспортный центр»**

Я коротко пробежусь, о тех мерах, которые предпринимаются Российским экспортным центром по развитию экспорта агропромышленного комплекса.

Мы – государственный институт поддержки несырьевого, неэнергетического экспорта. В группу Российского экспортного центра, который создан в 2015 году, включена страховая компания «Эксара» и Росэксимбанк. Соответственно можно весь комплекс наших мер разделить на две большие части – финансовые меры и нефинансовые меры.

Если говорить о периметре «Эксара» и Росэксимбанка, и о финансовых мерах, в частности, «Эксар»... Наверное, ключевым продуктом, который мы предлагаем экспортерам, является страхование краткосрочной дебиторской задолженности, то есть когда экспортер выходит на новые рынки. Как правило, ему не готовы авансировать либо платить по факту. Как правило, импортеры хотят платить с отсрочкой платежа. Соответственно если компания-экспортер российская видит определенные риски неплатежей, мы рекомендуем застраховать дебиторку. Соответственно компания в случае неплатежа получить возмещение 90% валютной выручки. Это раз.

Во-вторых, к компании не будет претензий со стороны Центрального банка с точки зрения репатриации валютной выручки, не будет штрафов и также страховка может быть обеспечением по каким-то кредитным продуктам либо в Росэксимбанке, либо в любом другом коммерческом банке.

Если говорить о Росэксимбанке, то его продуктовая линейка выстроена для поддержки экспорта продукции АПК и экспортных контрактов на всех стадиях его реализации. Мы предлагаем предэкспортное финансирование на пополнение оборотных средств для закупки сырья, материалов и продукции для экспортирования. Мы можем прокредитовать как импортера, так и его банк. Мы предлагаем нашим экспортерам кредитование краткосрочной дебиторской задолженности. Опять же если они поставляют продукцию на условиях отсрочки платежа, у них возникает кассовый разрыв, мы готовы его закрыть своим кредитным инструментом.

Здесь был затронут вопрос ограничений ВТО. Действительно, экспортная субсидия относится к «красной» корзине, так называемая, они запрещены. Но если говорить о банковских субсидиях, то есть определенные ограничения по срокам этих кредитов и по ставкам этих кредитов. Соответственно мы можем все-таки предлагать конкурентоспособные инструменты. Здесь сразу возникает одна проблема. У нас до конца 2018 года существовала субсидия как раз на экспортные кредиты, о которых я говорю. Субсидия прекратила свое действие в конце 2018 года, распространялась, в том числе на

продукцию агропромышленного комплекса. И если у Минпромторга России для промышленной продукции появилось постановление № 191, где возобновлены эти субсидии, то коды ТНВЭД по сельскому хозяйству соответственно были исключены, и такой поддержки сейчас нет. Соответственно мы наши банковские продукты можем предлагать по коммерческой ставке. Вы прекрасно понимаете, что такое российская коммерческая ставка для кредита иностранному покупателю, если он находится в Европе.

Сейчас мы с Минсельхозом находимся в переговорах, мы с сентября говорим об этой проблеме. Сейчас нами разработано постановление правительства о возобновлении этого инструмента. Есть предварительная договоренность, что Минсельхоз готов выделить достаточно небольшие средства на его финансирование. Соответственно нам хотелось бы актуализировать эту историю, активизировать этот процесс, для того чтобы эта мера заработала в этом году. Для примера могу сказать, что совокупный лимит банковских организаций на все отрасли был 130 млрд рублей в прошлом году. Более половины приходилось на сельское хозяйство. Соответственно по промышленности субсидия есть, по сельскому хозяйству субсидии сейчас нет.

Дальше. Если посмотреть в целом о доле поддержки агропромышленного комплекса, то она растёт. Зеленым цветом, вот вы посмотрите, по объёму поддержанного экспорта порядка 20% всего поддержанного экспорта приходится на АПК. Мы гордимся этим. Мы считаем агропромышленный комплекс приоритетным. Мы особые усилия прилагаем для поддержки его экспорта.

Если говорить о нефинансовой поддержке, то у нас широкий спектр инструментов, начиная с различной аналитики, которая, как правило, бесплатная. Большое количество отчетов размещены у нас на сайте: и страновых, и региональных, и товарных. Есть услуга по поиску партнера за рубежом также бесплатная. Есть услуга по сопровождению переговоров, есть навигатор торговых барьеров для удобства экспортеров и так далее. Значительные усилия мы прилагаем к продвижению на внешние рынки. Мы помогаем экспортерам участвовать в крупнейших международных выставках. Мы организуем бизнес-миссии в целевые страны. Мы помогаем размещать продукцию в постоянно действующих павильонах за рубежом. Также действует различное консультирование по вопросам логистики, по вопросам таможенного администрирования, в том числе содействие оформлению режима переработки на таможенной территории, консультирование налоговое в части возврата НДС, консультирование по вопросам международной сертификации, подтверждение требований страны-импортера и по защите интеллектуальной собственности по патентованию.

Дальше коротко на некоторых моментах остановлюсь. Международные выставки мы стараемся поддерживать крупнейшие, самые мировые события в части продовольствия. Вот здесь изображена география. Мы поддерживаем «Гринвик», BIOFACH в Германии. В этом

году также прошла в мае в Китае, еще будет Харбине китайско-российское «Экспо» в июне, в ноябре китайско-импортное «Экспо». Также прошел уже FOODEX в Японии и GULFOOD – в Дубае. Мы компенсируем 80 процентов затрат для МСП на участие в международных выставках и половину затрат для крупных организаций. Это география бизнес-миссий, которые мы проводим для экспортеров. Они для экспортеров бесплатные. То есть экспортер платит только за перелет и за проживание. Мы организуем деловую программу и заблаговременно организуем B2B-встречу с потенциальными покупателями.

Здесь изображены три наших шоу-рума. Совершенно бесплатно мы там выставаем продукцию российских экспортеров. Около 100 компаний пользуются этим сервисом. Сейчас действуют три шоу-рума: в Китае – в Шанхае, во Вьетнаме – в Хошимине и в Дубае – в Арабских Эмиратах. Также есть зарубежные представительства, в которых наши сотрудники постоянно размещены, которые могут оказать консультацию с точки зрения выхода на рынок, особенностей выхода на рынок. А постоянных покупателей – содействовать проведению переговоров, в том числе на наших площадках.

Кроме того, об этом говорил Дмитрий Григорьевич, существует система продвижения под брендом «Made in Russia». То есть, с одной стороны – это двухуровневая сертификация продукции и производителя, а с другой стороны – это система продвижения, в рамках которой публикуется международный электронный каталог на восьми иностранных языках с продукцией, которая сертифицирована по «Made in Russia». Финансируется компанией на телевидении, в социальных сетях, на билбордах, на баннерах, в бортовых журналах самолетов. И проводятся исследования по целевым рынкам. Сейчас 11 стран охвачены этим сервисом. Как вы видите, 270 организаций сертифицированы по «Made in Russia», из них 74 организаций агропромышленного комплекса.

Транспортная субсидия. Здесь в том числе вопрос поднимался с точки зрения претензий со стороны ВТО. Такие обращения уже существуют. Насколько я понимаю, нет судов, но есть уже обращения в нашу страну за разъяснениями по этому вопросу. Тем не менее эта субсидия действует. Мы компенсируем эту субсидию Минсельхозу. Мы выступаем здесь как агент, мы рассматриваем документы и даем заключение по возможности субсидирования.

Сейчас я дам ответ на вопрос Леонида Ивановича с точки зрения смещения географии экспортных поставок. Вот это один из механизмов. Если раньше, когда этот механизм был запущен регионами отправки продукции, субсидии были регионам только европейской части России, то сейчас Минсельхоз... На последней стадии согласования находится проект изменений в постановление Правительства России № 1104, в соответствии с которым регионами отправки может быть любой субъект Российской Федерации. Таким образом, мы доступ к субсидии откроем для всех.

Коротко скажу. Здесь компенсируется до 50% затрат на транспортировку, включая железнодорожный тариф, аренду подвижного состава, погрузку, разгрузку, в пределах установленных лимитов. Вы видите в левом нижнем углу 100 тысяч – для 40-футового контейнера, 80 тысяч – 20-футового контейнера. Очень большая проблема с рефконтейнерами, железнодорожные тарифы на которые значительно превышают тарифы на универсальные контейнеры. Опять же тем вышеназванным изменением Минсельхоза России в постановление № 1104 планируется вот этот лимит поднять до 150 тыс. рублей. Это будет серьезным подспорьем. Хочу заметить, что сейчас эта субсидия распространяется только на железнодорожные поставки либо автомобильные плюс железнодорожные поставки, то есть железнодорожный транспорт должен быть основным. Опять же те изменения, которые сейчас находятся в ФОИВ на согласовании, предусматривают, что мы подключаем автомобильный транспорт отдельно и водный транспорт отдельно, что тоже станет серьезным подспорьем для наших экспортеров.

Кроме того, у нас действует образовательный проект в Российском экспортном центре. Для тех организаций, которые только хотят стать экспортерами, мы и на бесплатной, и на платной основе предлагаем онлайн и офлайн-курсы с большим количеством модулей, которые можно пройти как по отдельности, так и совместно. В целом по нашим мерам я закончил, мне хотелось на проблематике остановиться, которую мы видим.

Первое, что я хотел отметить, – это экспортная субсидия, которая сейчас отсутствует, и которую мы сейчас пытаемся перезапустить через Минсельхоз. Хотелось бы активизировать этот процесс.

Второй вопрос связан с тем (об этом уже множество раз говорилось), что нас действительно не ждут на зарубежных рынках.

И если и покупают нашу продукцию, то стараются покупать продукцию низкого передела, поскольку перерабатывающие мощности есть в большинстве стран. И в этом смысле есть определенные риски. В частности, Михаил Станиславович уже ушел, его все время сегодня упоминают. Очень большой объем Минсельхоз России видит по поставкам подсолнечного масла на Индию. Там сейчас существует заградительная очень высокая таможенная пошлина. Уже несколько лет идут переговоры по ЗСТ с Индией, и, по крайней мере, как наши специалисты нам рапортуют, очень маловероятно, что индусы пойдут именно на снижение пошлины по подсолнечному маслу. Соответственно, очень значительный объем там зафиксирован. Если этого не произойдет, мы рискуем невыполнением итогового CPI.

По Китаю. Вчера, если не ошибаюсь, Артём Богданович меня поправит, подписаны документы по шротам и жому. Но, тем не менее, остается вопрос по свинине. Мы знаем, там проблема с ЭЧС, и этот рынок нужно, в том числе занимать, и наши производители свинины готовы поставлять туда продукцию, ну и по ряду других стран.

Кроме того значительный пласт проблем связан с агрологистикой. Минсельхоз в значительной степени прекратил программу развития поддержки оптово-распорядительных центров, несмотря на то, что в федеральном проекте зафиксировано шесть объектов, то есть когда-то раньше были проекты по строительству, там, 40 объектов и больше и так далее. Часть этих объектов, безусловно, должна стать экспорто-ориентированными и размещаться на пограничных территориях и, соответственно, способствовать развитию экспорта. Несмотря на то, что в федеральном проекте шесть объектов сохранились, но те меры, которые сейчас Минсельхоз предлагает в рамках соглашения о повышении конкурентоспособности, они не предполагают много получателя льготного кредитования, кроме как сельхозтоваропроизводителей и переработчиков. Как мы понимаем, в проект ОРЦ не заходят такие организации.

Большой вопрос в части агрологических, как я уже упоминал, связан с высоким необоснованным тарифом железнодорожным на перевозку в рефрижераторных контейнерах. У нас больше двух раз запланировано увеличение по поставкам мясной и молочной продукции. Ряд других видов продукции тоже предъявляют требования к термическим режимам перевозки, соответственно, это рефрижераторные контейнеры. У нас сейчас тариф на рефрижераторные контейнеры больше чем в два раза превышает тарифы на универсальные контейнеры, но, поскольку ящик один и тот же, никаких дополнительных затрат для «РЖД» это не несет. С этим вопросом мы многократно обращались в «РЖД», пока здесь подвижек нет.

Еще один вопрос, связанный с агрологистикой – это создание транспортных коридоров. Он во многом завязан на тариф «РЖД», но, тем не менее, пока «РЖД» не снижает железнодорожный тариф на рефрижераторные контейнеры, у «Российских железных дорог» есть полномочия давать тарифную скидку до 50 процентов. Соответственно, эта скидка практически никому не предоставляется. Нам бы хотелось, чтобы эта скидка представлялась не конкретному грузоотправителю, а на транспортный коридор, на маршрут, который мы готовы совместно с Минсельхозом согласовать. То есть мы там определяем, условно, направление «Московский регион – центральный Китай», там, условно, Чэнду, провинция Сычуань. И нам хотелось бы, чтобы...

Л.И. ХОЛОД

Для кого Чэнду? Для какой отрасли?

Д.А. КАЗАННИКОВ

Для птичников тех же самых, для молочников тех же самых.

Л.И. ХОЛОД

Молочники говорят, что им не надо в Чэнду.

Д.А. КАЗАННИКОВ

По Чэнду есть запросы уже и от молочников.

Кроме того, есть определенные риски по транспортной субсидии (постановление № 1104). Минсельхоз России туда включает водный вид

транспорта. Но субсидирование будет доступно, только если транспортировка будет осуществляться судами под российским флагом. Такие суда есть на Балтике, таких судов практически нет в Азово-Черноморском бассейне. То есть львиная доля транспортировок осуществляется зарубежными перевозчиками, и в этом смысле эта мера будет распространяться, главным образом, на речные перевозки, которые у нас стагнируют уже множество лет.

Ну и, в части программы соглашения о повышении конкурентоспособности, хотелось бы отметить, что действительно складывается ситуация, когда есть постановление № 1528 о льготном кредитовании, рядом с ним постановление № 512 под СПК. Там примерно одни направления, постановление № 512 чуть-чуть шире. И получается организациям, которые берут на себя в рамках СПК обязанности по наращиванию экспорта, которые рискуют тем, что они соскочат с льготной ставки на коммерческую ставку, предлагаются те же самые условия. То есть они могут зайти практически с тем же направлением финансирования не в постановление № 512, а в постановление № 1528. То есть, нам кажется, что недостаточно стимулирующих мер предлагает Минсельхоз России для реализации программы СПК, для повышения заинтересованности экспортеров в участии в этой программе.

Д.Г. КРАСНОВ

Денис Александрович, скажите, пожалуйста, а как Вы замеряете результаты деятельности программы по созданию эффекта страны происхождения, его развития в рамках проектов Made in Russia и Good food Russia? Это единственный инструмент пока по продвижению, который существует и который очень нужен аграрным экспортерам.

Д.А. КАЗАННИКОВ

Этот инструмент связан с брендированием и с продвижением национального бренда. Я, к сожалению, этим направлением не занимаюсь. Занимается другой управляющий директор. Здесь прокомментировать мне очень сложно.

Хотелось бы просто сказать, что это не единственное направление по продвижению. Есть другие эффективные, с нашей точки зрения, направления, связанные, в том числе, с международными выставками. Мы запустили в этом направлении некоторую перезагрузку какое-то время назад и готовы более предметно совместно с Минсельхозом относиться к каждой индивидуальной выставке, для того чтобы наша продукция там была выставлена и наши экспортеры в лучшем свете, в лучшем качестве и с продвижением нашего имени при правильном позиционировании на этом рынке.

Л.И. ХОЛОД

А какие-то новые формы таких шумных презентаций: выставка одновременно с фестивалем, одновременно с дегустацией, то есть все вместе пробовали?

Д.А. КАЗАННИКОВ

Как правило, да. Как правило, привязываются к выставкам бизнес-миссии, часто привязываются демонстрационно-дегустационные мероприятия, связанные с демонстрацией, дегустацией нашей продукции, с готовой какой-то.

Л.И. ХОЛОД

А если что-то придумать такое, грубо говоря, спекулятивная помощь бедным в мире главными производителями чего-нибудь в мире, чтобы таким образом понравиться и завоевать рынок.

Д.А. КАЗАННИКОВ

Мне кажется, можно проработать. Хорошая идея.

Л.И. ХОЛОД

Это можно сделать на самом деле, когда затравщик получает все и при этом он не несет больших расходов, потому что остальные будут вынуждены присоединяться к таким шумным акциям.

Д.А. КАЗАННИКОВ

Мы готовы рассмотреть предложение. Подумаем, безусловно.

М.В. РОЗОВЕНКО

Денис Александрович, а Вы можете как-то оценить динамику вовлеченности организации АПК в экспортную деятельность?

И второй вопрос. Видите ли Вы потенциал в продвижении региональных брендов, их продукции на экспорт?

Д.А. КАЗАННИКОВ

С точки зрения вовлеченности. Как я уже сказал, если смотреть по объему поддержанного экспорта, это некий наш интегральный показатель, который включает все: и прямую поддержку, и финансовую, и не финансовую, и агентскую поддержку, которую мы осуществляем по некоторым субсидиям. 21% – это в объеме поддержанного экспорта сейчас доля АПК.

Если говорить об организациях, если не ошибаюсь, по итогам 2018 года 14 тысяч экспортеров нами поддержано в целом по стране. Из них 1,5 тысяч (чуть больше 10%) – организации агропромышленного комплекса.

М.В. РОЗОВЕНКО

Их количество увеличивается?

Д.А. КАЗАННИКОВ

Их количество увеличивается кратно, потому что мы тоже сейчас проходим определенные стадии роста. У нас сейчас эффект низкой базы работает. 14 тысяч по итогам 2018 года. Если не ошибаюсь, в 2017 году было порядка 3 тысяч. То есть это очень серьезный рост. Мы стараемся максимально вовлекать в нашу работу отраслевые союзы и объединения, участвуем во всех отраслевых мероприятиях. Я сегодня в Совет Федерации приехал с ежегодного совета крахмало-паточного союза. Стараемся не игнорировать никакие мероприятия.

С точки зрения продвижения региональных брендов, безусловно, здесь есть определенная перспектива, потому что у нас исторически

сложилось, что есть регионы, которые выпускают свою уникальную продукцию, известность которой выходит за пределы этих регионов.

М.В. РОЗОВЕНКО

Может, Вы разработаете какой-то продукт для этого, по поддержке региональных брендов.

Д.А. КАЗАННИКОВ

Надо его, наверное, правильно каким-то образом включать в программу. То есть, условно, поддерживая некий зонтичный общероссийский бренд. Под ним у нас есть суббренд Good food Russia, о чем говорил Дмитрий Григорьевич, который ориентирован исключительно на продукцию АПК. В рамках этого бренда целесообразно, как мне представляется лично, действительно разрабатывать суббренды. В частности есть представитель «Асконда». Я так понимаю, кондитеры хотят продвигать бренд русский шоколад или русская кондитерская продукция. Соответственно, есть историю с медом, есть такие же региональные суббренды, возможно.

Надо просто правильно синхронизировать эти процессы, строить их и, соответственно, получить синергию определенную. Спасибо.

Л.И. ХОЛОД

Ваши взаимоотношения – «Агроэкспорт» и «Экспоцентр» – как строятся? Устраивает все? Нужно что-то отмечать или что-то править? Есть ли дублирование, кто заказчик, кто исполнитель? Вы же важнейшие инструменты реализации экспортной политики как раз.

Д.Г. КРАСНОВ

Вопрос абсолютно правильный, потому что «Агроэкспорт» – это организация молодая, созданная в рамках проекта, и она фактически, юридически существует.

Вообще, в рамках четвертого раздела проекта, мы здесь об этом не говорили, предусмотрено создание еще одного важного инструмента продвижения продукции и поддержки экспортеров. Это, по сути дела, институт атташата. Это специальные сельхозпредставители в загранаппарате наших государственных учреждений. И это одна из моделей, по которой прекрасно работают и Америка, и Канада, и Ирландия, и так далее, многие страны используют этот инструмент, как самый действенный с точки зрения продвижения интересов и защиты интересов наших экспортеров.

Но я сначала все-таки вернусь к теме, которая связана с созданием эффекта страны происхождения, потому что на самом деле с точки зрения маркетинга это одна из самых важных историй, как воспринимают в целом, когда звучат слова «русская продукция» за рубежом. И чем выше добавленная стоимость продукции, чем глубже передел, тем это становится важнее, и важнее, и важнее.

И, по нашим оценкам этого эффекта, по сути дела, не создано, он не достигнут. Достаточно зайти на сайт Made in Russia, чтобы посмотреть, собственно, а сколько там аграрных предприятий представлено и прошло сертификацию. А сколько на сайте Goodfood Russia находится отраслей, и заполнены ли вообще эти разделы, и

действует ли этот бренд. Там все пусто, могу вам сказать, я зашел. То есть на самом деле все эти инструменты, по сути дела, не работают, они не запущены. И, по сути дела, наши аграрные... Это инструмент, разрешенный в рамках ВТО. Здесь миллиарды вкладываются в рекламно-информационную компанию, в создание правильных образов, в продвижение и так далее. Соревнуйся, с кем хочешь, здесь работы непочатый край.

И тем не менее мы, и аграрная отрасль, и предприятия аграрные, испытывают колоссальный дефицит в этих инструментах. И на самом деле именно с этой точки зрения, именно с точки зрения создания комплексного института поддержки аграрного экспорта и задумывался «Агроэкспорт». И здесь нет противоречия. Оно может быть в отдельных мероприятиях и полномочиях, но если мы посмотрим, как формировались победы, опять-таки, в крупных странах, то есть институты системной поддержки экспорта, которые осуществляют общесистемные меры. Это всем нужно: экспортное кредитование, страхование, еще целый ряд процедур, которые приспособлены для всех отраслей.

А вот специализированные меры, почему они не удаются РЕТС(?), а потому что это целый набор компетенций. Это отрасль, в которой надо понимать все от начала до конца и грамотно эти интересы на одном и том же языке на зарубежных рынках продвигать, развивать и в переговорном процессе, и в процессе барышническом, скажем, при поиске партнеров и так далее. И поэтому эти институты часто существуют параллельно, и они не пересекаются, потому что в рамках аграрного экспорта это специализированная, отдельная задача.

И главная цель, которая ставилась, собственно, с точки зрения продвижения, это предложение. Надо сформулировать предложение, с которым мы выходим на китайский рынок. Если мы говорим о маркетинге, то мы говорим о продукте. Значит, российский продукт должен это предложение... Мы самые экологичные, самые чистые, самые крупный или... я не знаю, какие мы там. Может, наоборот, агрессивные.

Возвращаясь к конкретному кейсу, у нас есть соя, у нас есть соя пищевая, соя без ГМО. Это на самом деле продукт же, на который мы можем получить 20–30 процентов премии на том же китайском рынке, вместо того чтобы гнать туда обычную сою, в которой мы конкурируем по цене, где мы теряем деньги и забираем у себя кормовую базу. Это правильное решение, но под это решение нужна поддержка маркетинговая, инструменты правильные. Их нет.

Если мы смотрим экспозиции, которые на выставках, – ну, слушайте, это просто реально стыдно. Стоят Чили, Аргентина – и Российская Федерация. Ну, правда, проблема не в материалах, дорогие они или не дорогие. Проблема в том, что у стенда нет лица. Вот стоит Беларусь даже, стоит Литва – мы понимаем, что-то зеленое, что-то чистое, что-то свежее, что-то с молоком, и люди вокруг... А вот стоит

Российская Федерация – предложения нет. Кто мы? Вот это не сформулировано. Вот этого эффекта надо было достичь.

И.Г. УШАЧЁВ

У вас есть или планируется хотя бы разработка стратегии или концепции по продвижению?

Д.Г. КРАСНОВ

Да. Именно это, Иван Григорьевич, мы планируем сделать и Вас привлечь.

Л.И. ХОЛОД

Экспортный центр сказал, что совершенно урезана программа все-таки по логистическим центрам. Помощь в их строительстве совершенно не противоречит никаким правилам ВТО. Подтвердит главный переговорщик с ВТО по АПК – тоже можно, пожалуйста. Это-то почему? Как же развивать экспорт, если логистические центры не развивать?

Д.Г. КРАСНОВ

На самом деле направление есть, строчка есть. Там мало денег и мало... Еще раз повторяюсь, в рамках изменения бюджетной росписи деньги наполняются в течение полумесяца, может быть наполнена строчка. Строчка по созданию и поддержке развития распределительных центров есть.

Надо, чтобы Минсельхоз совместно с заинтересованными структурами выработал такой набор мер, такое представление о том, что такое, если мы в рамках экспортного проекта говорим, ОРЦ экспортно-ориентированный, не экспортно-ориентированный, как измерить его экспортно-ориентированность, как обосновать эти деньги, которые мы потратим или окажем какую-то долевою поддержку в его создании и строительстве. Это целый комплекс вопросов. У нас за это отвечает отдельный заместитель министра Оксана Николаевна Лут, и я прямо даже не буду ничего больше комментировать.

Л.И. ХОЛОД

Просто, понимаете, мы же проигрываем. Вы можете выехать на машине в любую соседнюю страну – маленькую, большую, развитую, недоразвитую, какую угодно, – там вас прямо недалеко от границы встретит оптово-розничный гигантский сарай, где вы можете хоть на грузовике, хоть на жигулях, хоть на чем, хоть на велосипеде увозить продукты. А у нас этого нет.

А.В. ПЕТРИКОВ

Если учредителями таких центров будут сельхозпроизводители, если будут кооперативные центры, можно записывать. Но когда у нас для ритейла эти оптово-распределительные центры поддерживали за счет аграрного бюджета – это вообще нонсенс был.

Л.И. ХОЛОД

Александр Васильевич, но это были явные нарушения.

А.В. ПЕТРИКОВ

Нет, так в правилах было записано. Если это сельскохозяйственный потребительский кооператив, то, пожалуйста. Если там учредители сельхозпроизводители – пожалуйста.

Денис Александрович, сколько у нас сельхозорганизаций и фермеров экспортируют продукцию в стране?

Д.А. КАЗАННИКОВ

Около 1,5 тысячи организаций. Уникальных из них – 1 тысяча.

А.В. ПЕТРИКОВ

Вы поддержали 1,5 тысячи.

Д.А. КАЗАННИКОВ

Да.

А.В. ПЕТРИКОВ

А сколько без поддержки осталось? И вообще кто это такие? На вашем сайте ничего нельзя найти. Мы же говорим, что этот проект для узкой группы предприятий – для крупных агрофирм и агрохолдингов. Социальная база экспорта очень узкая. Но нигде нельзя найти информацию, сколько сельскохозяйственных организаций и сколько малых, средних предприятий, крестьянских (фермерских) хозяйств, индивидуальных предпринимателей. Эта информация – terra incognita.

Д.А. КАЗАННИКОВ

У нас есть статистика в целом по группе. 77%, если я не ошибаюсь, у нас относятся к субъектам МСП. Сколько из них именно по сельскому хозяйству и отрасли АПК – не готов сейчас ответить.

Могу запросить эту информацию. Но хотелось бы отметить, что, безусловно, наша деятельность подчиняется установленным KPI на группу. И помимо объемов поддержанного экспорта общего, понятно, что для достижения этих объемов нам комфортнее работать с крупными холдингами. А у нас есть задача по развитию МСП. У нас есть задача по количеству экспортеров. У нас есть менеджеры, которые являются не узкоспециализированными, а региональными, которые работают как раз с небольшими организациями во всех отраслях, в том числе в аграрной. В частности, я работаю в клиентском блоке, работают с крупным корпорантом. Но у нас есть большое подразделение (гораздо больше клиентского блока), которое занимается с организациями МСП. То есть мы тоже большое усилие уделяем этому сектору. Есть образовательная программа, о которой я уже сказал. И есть акселерационная программа совместно с ВБРР, совместно со Сбербанком, смысл которой заключается в том, что начинающего экспортера готовы буквально за руку вести до его первого контракта, содействовать в проведении переговоров, рекомендовать ему те или иные меры поддержки и, соответственно, всячески содействовать на всех этапах организации его экспортного проекта.

Выступление О.В. Мироненко, исполнительного директора Национального органического союза России

Мы действительно одна из самых молодых отраслей, несмотря на то, что мы на рынке существуем уже больше 10 лет, де-факто. Юридически нас признали только 3 августа 2018 года, когда Президент России Владимир Владимирович Путин подписал закон. На самом деле вообще юридически мы вступим в силу и появимся на рынке только 1 января 2020 года. То есть у нас сейчас идет переходный период, поэтому мы еще даже не существуем.

И на сегодняшний момент действительно кроме закона уже подготовлено достаточно большое количество подзаконных актов. Более того уже неделю, как мы подписали с Минсельхозом документ о передаче Национального знака, то есть владельцем раньше были мы – Национальный организаций союз. Мы этот знак передали, поэтому теперь существует еще и Национальный знак, который обозначает органическую продукцию.

Но я сразу хотел бы подчеркнуть, что все, что касается законодательства сегодня – это все-таки направлено на развитие внутреннего рынка и на попытки разобраться и привести этот рынок в порядок, потому что вы знаете какая вакханалия сегодня творится на рынке. Мы заходим в магазин, продукция органическая, био-, эко-, какая угодно, но только не соответствующая тем стандартам, по которым она должна изготавливается в мире. И поэтому первая задача, когда принимали закон, – это разобраться с внутренним рынком. Потому что есть очень четкое понимание, что не разобравшись с внутренним рынком, не веря своему органическому продукту, продать его за рубеж и сказать, что это органический, это практически невозможно.

Но хотел бы сразу подчеркнуть, что сейчас идет достаточно интересная тенденция в развитии мирового органического движения. И если мы сегодня не поймем эти тенденции и не предпримем целый ряд действий по реализации определенных программ, то мы на этот рынок можем опоздать.

Что происходит на рынке сегодня. В этом году рынок перешел через 100 млрд евро (с точки зрения потребления). К 2025 году уже все эксперты говорят о том, что рынок вырастит еще на 130 млрд евро. При этом большинство стран, основных потребителей – это Европа, это Америка, Китай и Япония говорят о том, что они сами для себя эту продукцию произвести не могут. Но мы встречались с министром сельского хозяйства Германии в феврале. Она нам четко обозначила: «Коллеги, мы – крупные экспортеры промышленной продукции, но мы производим продукцию на 190 млрд евро, почти половину из нее мы экспортируем по европейским странам, а при этом мы кушаем органической продукции на 10 млрд евро, а производим на 1,8. И у нас нет на сегодняшний момент никаких условий для того, чтобы производить в большей степени. К 2025 году мы будем кушать на 20 млрд евро. В лучшем случае мы произведем на 3».

Такие же разговоры у нас с министерством сельского хозяйства Франции и так далее. Поэтому все они говорят: коллеги, мы готовы рассматривать вашу страну как одного из потенциальных производителей такой продукции.

И причина очень простая – в органике есть три основных слова «чистый», при которых производится органическая продукция: чистая земля, чистая вода, чистый воздух. Так вот такого объема чистой земли и чистой воды в мире не существует нигде.

Чтобы опять представлять по цифрам: всего в органике в мире используется 70 млн гектаров земли, из которых только 12 млн гектаров – пашни, а у нас с вами 34 млн гектаров земли – это так называемая брошенная земля, то есть неиспользуемая, из которой 8–12 млн гектаров, по нашим оценкам, можно ввести в органический оборот достаточно быстро. Практически тот же самый объем земли, который есть на сегодняшний момент с точки зрения существующего в мире.

Но здесь я тоже хочу поддержать наших коллег. Мы когда разговариваем и с трейдерами, и напрямую с правительствами многих стран, нам говорят одну и ту же фразу: «Коллеги, мы готовы купить у вас сырье. Сырья мы можем купить у вас столько, сколько вы не произведете в ближайшие много лет». Как только мы выходим на разговор о переработанной продукции, мы каждый раз получаем непонимание в глазах и непонимание во всех обсуждениях.

Ну, опять же можно понять, почему. Например, в той же самой Германии на 24 тысячи органических производителей 18 тысяч органических переработчиков. Что делают эти переработчики? Они перерабатывают все, что производится извне. Поэтому либо мы с вами с этим соглашаемся и мы поставляем сырье, либо мы какие-то действия по этому поводу предпринимаем.

Опять же надо понимать, что в органике есть четкий расчет (я не знаю, как в других секторах сельского хозяйства): при существующих ценовых диапазонах 20% дохода получим мы сами, 80% мы оставим у переработчика и на полке. Соответственно, практически всю маржу, которая может быть получена за счет того, что органические продукты продаются чуть дороже, мы не получаем. И здесь возникает та самая большая проблема, которых меньше в других отраслях, а у нас она присутствует, – у нас практически отсутствуют предприятия-переработчики. То есть мы можем произвести определенный объем продукции, но нам ее просто физически не переработать, и с точки зрения экспорта это тоже, в том числе большая проблема.

Я еще раз хочу подчеркнуть, что на сегодняшний момент нет ни одной программы поддержки развития экспорта органики, несмотря на столь большие рынки. Вообще на самом деле нет программы поддержки органики в России. Нет ни внутреннего рынка, ни внешнего. И если мы здесь не будем ничего предпринимать, мы попадает в очень неприятную ситуацию, потому что в органике есть так называемые циклы. Вот если при зерновых можно сегодня распахать и завтра эту продукцию уже поставлять на внешние рынки, то в органике это не так: у нас есть

конверсионные периоды, когда земля отдыхает и приходит в порядок (это два года), лишь продукция третьего года технически может признаваться органической, но и то не всегда. Поэтому если не запускать вопросы производства, то есть подготовки самих предприятий, то мы к завтрашнему дню придем с пониманием того, что рынок есть, а производить некому.

Что такое на сегодняшний момент органический рынок? Это 100 сертифицированных предприятий, в рамках погрешности большинства стран с точки зрения количества потребителей. Та же самая Литва: 2,7 млн население – 2 400 производителей. Россия: 144 млн население – 100 производителей. О каком развитии экспорта можно говорить, если вообще не запускать предприятия и не сажать их на те земли, которые у нас есть на сегодняшний момент? Льготные условия (какие угодно условия) с системой поддержки – это необходимость.

Вторая ситуация. На сегодняшний момент у нас в принципе на экспорт из этих 100 работают всего 15. При этом у нас отсутствуют сертификационные системы, отсутствует целый ряд систем, который опять же необходим на сегодняшний момент для экспорта. Но даже для этих 15 мы не можем создать нормальные условия с точки зрения экспорта.

В чем отличается с точки зрения инфраструктуры экспорт органической продукции? Мы, к сожалению, не можем поставлять продукцию, смешивая ее в вагонах с обычной продукцией, мы не можем ее хранить на холодах, которые были до этого фумигированы – органическая продукция тут же теряет свои свойства, и мы ее не можем продать как органическую. Поэтому мы сейчас даже этим 15 предприятиям, например, при поставках в Европу вынуждены поставлять через латвийский порт, потому что он единственный, кто на сегодняшний момент имеет возможность разделить продукцию.

В этом году мы попытались это сделать через Санкт-Петербургский порт, и вы не представляете, с какими проблемами мы столкнулись с точки зрения наших уважаемых коллег из Россельхознадзора, когда с нас потребовали целый ряд условий, которые мы не смогли выполнить. Мы были вынуждены обращаться к Данкверту, для того чтобы решить региональную проблему с точки зрения отсутствия определенных вещей, в том числе химической обработки складов.

Поэтому инфраструктура на сегодняшний момент... Точно так же, мы завтра можем начать производить, но у нас не будет инфраструктуры для поставки. Поэтому на сегодняшний момент, я еще раз говорю, если мы не запустим... То есть в момент поддержки тех, кто работает в поле, мы не запустим систему переработки, мы не запустим систему, связанную с поставкой этой продукции от производителя хотя бы даже в сырьевом варианте до наших стран, которые готовы экспортировать эту продукцию, мы с вами будем достаточно сильно опаздывать.

В качестве примера приведу Индию, которая на сегодняшний момент стала одной из первых по количеству стран, по количеству поставляемого органического сырья на европейский рынок. Система поддержки на сегодняшний день привела к тому, что в Индии (казалось бы, она бедная, и так далее) на сегодняшний момент 800 тысяч производителей органической продукции, для которых созданы все условия с точки зрения переработки, логистики и поставок. Пожалуйста, за шесть лет первое место среди всех стран с точки зрения поставок на европейский рынок. И опять же, мы с вами все время любим оценивать все в числах.

Я просто вам приведу самое простое число. 2025 год – европейский рынок будет составлять 80 млрд евро с точки зрения потребления. Если исходить из тех цифр, которые есть на сегодняшний момент, 25% они смогут произвести только для себя. Давайте посчитаем, что 60 млрд евро с точки зрения поставок Европе потребуется в ближайший период времени. Вот кто придет на этот рынок и кто к 2025 году будет этим поставщиком, сейчас является достаточно важным вопросом.

Л.И. ХОЛОД

Вы сказали, что, по сути, на сегодняшний день еще не создана система сертификации в стране во исполнение закона, и при этом у вас, Вы сказали, есть в данной сфере 15 предприятий. А почему они считаются органическими? И почему считается, что они выпускаются органическую продукцию, если никто не сертифицировал?

О.В. МИРОНЕНКО

На сегодняшний момент с точки зрения поставок есть так называемые стандарты для третьих стран – это те страны, которые могут поставлять свою органическую продукцию на внешние рынки, например на европейский. Есть отдельное решение совета ЕС, в рамках которого оговорено принятие определенного стандарта, то есть это 834-й, но есть так называемая редакция для третьих стран. Кроме этого, европейским сообществом определено 16 компаний – европейских сертифицированных, которые могут сертифицировать продукцию на территории Российской Федерации по целому ряду направлений.

Л.И. ХОЛОД

То есть это вне рамок действия российского законодательства.

О.В. МИРОНЕНКО

Да.

Л.И. ХОЛОД

Вот проект решения посмотрите тоже, пожалуйста. Почему? Потому что Совет Федерации закон этот обсуждал очень тщательно и не без конфликтов, и там были условия. И, по-моему, он находится под мониторингом исполнения этого закона. Там понятно, что подзаконные акты должны быть изданы, понятно, там есть сроки. Выполнены сроки или не выполнены – это второй вопрос, но достаточно ли в решении говорится как раз по данной тематике, чтобы она сдвинулась с мертвой точки?

О.В. МИРОНЕНКО

Я пробежался, там есть одна вещь, и я бы хотел, чтобы Совет Федерации ее уточнил, если можно.

Как вы помните, в феврале было послание Президента России Федеральному Собранию с точки зрения продвижения «зеленых» брендов и так далее. Мы, памятуя о том, что закон принят, о том, что развивается органическое сельское хозяйство, потеряли руки и решили, что «зеленые» бренды – это про нас, как органика, «зеленые» бренды...

Л.И. ХОЛОД

Там через запятую: органические, чистые, зеленые...

О.В. МИРОНЕНКО

Коллеги, я утверждаю, если вы посмотрите план, который принял Минсельхоз и распространил... Вот везде он есть, и в Совете Федерации в том числе. Там написано: выпуск нового закона об экологически чистой продукции... То есть если закон уже один принят об органической продукции, что такое закон об экологически чистой продукции.

Кроме этого, разработка национальных стандартов, подразумевающих в том числе возможность использования минеральных удобрений при производстве экологически чистых продуктов. Таких национальных стандартов три. Поэтому на сегодняшний момент это либо непонимание терминологии... Потому что в законе написано: «Органическая – экологически чистая». Да, это глоссарий. Поэтому либо это непонимание того, что мы говорим об экологически устойчивых системах, о так называемой биологизации сельского хозяйства, это другая совершенно сфера, либо мы с вами начинаем путать понятия. И это является достаточно важной частью. Оно, кстати, написано и у вас в решении. Поэтому первое, что надо, – это развести термины, для того чтобы не путать на сегодняшний момент мировое сообщество с точки зрения того, что мы хотим им предложить.

И это является достаточно важным, потому что иначе мы с вами, если будет два закона – об органическом сельском хозяйстве и об экологически чистом, – уьем органическое сельское хозяйство.

Л.И. ХОЛОД

Хорошо, Олег Викторович. Ваша помощь в данном случае будет бесценна. А с точки зрения принятия подзаконных актов все нормально, все соблюдается – сроки и так далее?

О.В. МИРОНЕНКО

Нет. Мы сейчас это делаем. У нас есть проблематика с тремя подзаконными актами. Первый, о котором все говорят, – это вопрос разделения агрохимикатов, пестицидов, биопрепаратов и биосредств защиты с точки зрения... то есть у нас нет ни ГОСТа по этому поводу, у нас все это смешано в едином реестре. Это вопрос, который на сегодняшний момент не решен. У нас с вами до сих пор в законе говорится о дикоросах, а дикоросы являются достаточно крупным сектором поставок внешних на сегодняшний момент. Но дикоросы у нас есть в законе, а ГОСТа по этому поводу так и нет. И наши предложения

профильным союзам, которые занимаются как раз разработкой таких ГОСТов, так и не увенчались успехом.

Л.И. ХОЛОД

А ГОСТов как таковых и не существует. Это имеется в виду техрегламент, может быть?

О.В. МИРОНЕНКО

Нет, есть ГОСТ, то есть о производстве сельхозпродукции.

Л.И. ХОЛОД

ГОСТы необязательны, они могут быть, могут не быть, можно их придерживаться, можно не придерживаться. Может быть, техрегламент?

О.В. МИРОНЕНКО

Я понимаю, о чем вы говорите. Но поскольку у нас в законе именно национальными стандартами обозначены те стандарты, которые есть на сегодняшний день, а это ГОСТы. У нас есть три национальных стандарта. То есть не хватает целого ряда документов, регламентирующих на сегодняшний момент. И у нас большая проблема – у нас на сегодняшний момент осталась аккредитация. На сегодняшний момент на самом деле, несмотря на то что мы признаем ИСО 17025 с точки зрения сертификации, у нас нет экспертов в Росаккредитации, которые могут аккредитовывать сертификационные компании в принципе.

Л.И. ХОЛОД

То есть нет ни одного предприятия, которое было бы сертифицировано как органическое по российскому законодательству.

О.В. МИРОНЕНКО

У нас лишь одно аккредитовано, и то только потому, что, скажем так, когда оно начинало аккредитовываться, целый ряд документов Росаккредитация в тот момент еще не приняла, а то, что она приняла за это лето, прекратило вообще понятие аккредитации сертификационных компаний, то есть вообще прекратило как класс. Это предприятие «Органик эксперт» – единственная, кто успел проскочить в 2018 году. Все те, кто пошел в 2019 году, попали под создание института сертификации, который должен отслеживать систему действий, систему добровольной сертификации. Там большая проблематика. Мы это решить не можем.

Л.И. ХОЛОД

У вас был спор или разговоры за рубежом насчет сырья и несырья. Рынок сырья, как Вы отметили, пустоватый, то есть там конкуренция не очень большая, потому что спрос сильно опережает предложение. И по несырию тоже, по переработанному тоже. Так кто же мешает при наличии системы уже легальной сертификации наладить переработку здесь, если конкуренция там невысокая? Это не то, что на рынке обычной продукции.

О.В. МИРОНЕНКО

Проблема та же самая, как и везде. К сожалению, наши зарубежные коллеги пытаются наполнить работой собственные перерабатывающие предприятия.

Л.И. ХОЛОД

Это их желание законное, разумное. Но кто мешает нам, если рынок пустой?

О.В. МИРОНЕНКО

Есть очень простой ответ: не умеем продавать готовую продукцию.

Л.И. ХОЛОД

Но там спрос же есть.

О.В. МИРОНЕНКО

Вот не поверите, это та самая ситуация, которая является парадоксом. На сегодняшний момент Россия не умеет продавать и продвигать свою продукцию глубокой переработки.

Л.И. ХОЛОД

Что-то нужно в рекомендациях по этому поводу?

О.В. МИРОНЕНКО

Здесь на самом деле уже все всё об этом сказали. Это касается не только нашего сектора в данном случае.

Выступление А.А. Даушева, советника руководителя Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору

Спасибо за возможность выступить. Я попозже еще добавлю про то, что говорили про готовую продукцию, про сложности, с которыми мы сталкиваемся при продвижении нашей продукции, и неумение продавать, но это отдельная тема.

Немного статистики. Здесь приведены цифры по животноводческой продукции, по нашему экспорту в разрезе по видам мяса. Не очень хорошее у нас ощущение, что в этом году у нас будет, мне кажется, снижение. Не знаю, факторы разные, хотя странно, как раз в конце прошлого года и в этом году мы открыли несколько новых и очень интересных для наших экспортеров рынков. Это промежуточные данные, будем надеяться, что в течение года ситуация выправится. Но, в общем-то, цифры говорят сами за себя. У нас идет (всегда шел) рост по мясу птицы, по свинине и по говядине. По готовой продукции – не так сильно. И, в общем-то, молочка тоже довольно-таки неплохо двигалась.

Все предприятия-экспортеры, которые у нас имеют право поставок на зарубежные рынки, находятся под контролем нашей службы и находятся в специально созданной для этого информационной системе, называется она «Цербер». В настоящее время более 4 тысяч предприятий находится там. Вот раскладка по видам производимой продукции. Все эти предприятия перед тем, как получить право поставок продукции, проходят обследование комиссионное совместное с нашими специалистами вместе с ветеринарными специалистами ветеринарных служб субъектов Российской Федерации.

Мы большую работу проводим по приему иностранных делегаций. Это сегмент открытия рынков. То есть не все страны просто так, как уже говорили, вообще в принципе ждут нас на своих рынках. И, для того чтобы туда пробиться, нужно провести большой комплекс мероприятий, начиная от инициирования процедуры доступа, и дальше идет процесс переговоров, условий поставок, инспекций, согласования ветеринарных сертификатов. В некоторых случаях с некоторыми странами отдельные протоколы согласовываются на отдельные виды продукции. В случае с Китаем даже требования выдвигаются, чтобы отдельные виды зерновых поставлялись из определенных регионов (то, о чем говорили). Как раз вчера подписали соответствующие документы, которые позволят поставлять разные виды продукции, в том числе сои, со всей территории Российской Федерации. Но некоторые регионы китайцы, соответственно, открывают только под... Прямо конкретно посетили регион, посмотрели обстановку, все ли их там устраивает, – да, из этого региона можно. Сами представляете, сколько у нас регионов, сколько нужно китайских делегаций, соответственно, принять, всем разъяснить и рассказать, как у нас все замечательно контролируется.

В части животноводческой продукции у нас больше, конечно, таких миссий – в 2018 году 27 проводилось, в этом году запланирована 21,

часть уже проведена. Как вы видите, страны абсолютно разные, география – весь мир. Приезжают очень высокопрофессиональные инспекторы, задают много вопросов по существу. То есть, если посмотреть только европейские страны, у нас практически каждый год по несколько таких визитов происходит.

И, соответственно, в экспортном проекте у нас специально были выделены средства как раз на прием этих иностранных делегаций. Нам это очень помогло. И многие рынки были открыты именно благодаря такой работе, потому что есть страны, которые были бы готовы получать нашу продукцию, но для этого нужен инспекционный визит. Денег у них своих на это нет, они нас ставят в длинную очередь. Этот механизм помог нам открыть довольно много рынков.

Еще один большой сегмент работы по открытию рынков – это согласование экспортных ветеринарных сертификатов. С 2009 года 183 сертификата согласовано и только в этом году уже 15 согласовано с 10 странами. Это на абсолютно разные виды продукции – мясная, молочная, готовая, непищевая продукция, то есть широкий спектр товаров.

Вот соответственно страны, в которые получено право доступа за последние два года. Это 25 стран, разные виды продукции. Тоже смотрите, география разная, здесь присутствуют у нас и дальние страны типа Кубы, Аргентины, Бразилии, Венесуэлы, и более близкие к нам – это азиатские и африканские страны, ну, с точки зрения расстояния, конечно. И страны наиболее экспортного интереса (они определены давно уже) – это Азия и Африка, с ними мы наиболее плотно работаем, и есть определенные успехи. Все знают, наверное, кто интересуется, открытие китайского рынка для мяса птицы, для молока в прошлом году. И в этом году... то есть одно дело было подписать протоколы и согласовать соответствующие сертификаты, но еще и необходимо было согласовать с китайской стороной перечень предприятий. В настоящее время туда входит 108 предприятий. Это 33 – по молочной продукции, отдельный список по мороженому – 45 предприятий и по мясу птицы – 30. Мы сейчас ведем переговоры о том, чтобы расширить линейку товаров на поставки субпродуктов индейки, потому что изначально речь была только о мясе птицы в целом и субпродуктах куриных.

Не знаю, насколько будет интерес вот этот слайд. Это, скажем так, слагаемые успешного экспорта. Обычно мы его показываем и рассказываем на примере этого слайда. Это и бизнесу интересно, и специалистам ветеринарным, и, может быть, вам тоже будет интересен. Здесь несколько составляющих, то есть эпизоотическое благополучие территории производства продукции, ну и вообще в целом Российской Федерации. Наличие программ ликвидации и профилактики заболеваний животных. Требования стран-импортеров и возможность их выполнения, и знание этих требований, контроль этих требований, достаточный уровень квалификации персонала. Иногда, к сожалению, сталкиваемся с ситуациями, когда предприятия хотят поставлять абсолютно везде, но при этом прилагают мало усилий, для того чтобы

изучить требования, чтобы предприятие соответствовало этим требованиям. То есть здесь должна проходить большая работа.

Вот почему коллеги говорили еще о том, что у нас наиболее все-таки успешные экспортеры – это крупные предприятия, крупные холдинги, потому что они имеют для этого все необходимые ресурсы, включая и кадровые, и финансовые. Поэтому драйверами все равно, основными как бы экспортерами, будут на каком-то промежутке в первое время все-таки крупные компании, которые имеют такие возможности обеспечить соответствие продукции многочисленным и иногда очень разным требованиям стран-импортеров.

Готовность предприятий к аудитам зарубежных ветеринарных служб – это как раз то, о чем я говорил, те многочисленные визиты, которые мы принимаем каждый год. Мы показываем нашим иностранным коллегам и наши территориальные органы, и фермы они посещают всегда практически, и предприятия-производители. И, конечно, предприятию нужно готовиться к тому, чтобы принимать иностранные делегации. Это и элементарные меры биобезопасности, и организационные вопросы, и подготовка соответствующего персонала.

И есть еще интересный момент – это заинтересованность в осуществлении реальных экспортных поставок после аттестации. К сожалению, сталкиваемся иногда с ситуацией, когда, получив право поставок в определенную страну, предприятие (пусть даже крупный холдинг), ставит себе большую жирную «галочку» – отлично, я получил право доступа, все, можно успокоиться, будем ждать, когда появится хорошая цена на том рынке. И вот таким образом многие накапливают себе, скажем так, вот эти страны, на которые они открыты.

А это не совсем правильный подход с точки зрения того, что, получив право доступа, нужно в любом случае пытаться попасть на этот рынок, потому что силы были потрачены большие и, в общем-то, получить право доступа сложно, но очень легко его потерять. И даже не начав поставок, кстати.

Один пример, как раз Япония. У них законодательно закреплено: если предприятие получило право поставок, а в течение двух лет ничего не поставило, оно исключается из списка. Всё. То есть это законодательное требование наших японских коллег. Поэтому мы призываем всегда наших экспортеров к тому, чтобы если мы отрабатываем, какие-то рынки открываем для нашего бизнеса, то, соответственно, должны быть и реальные поставки. А рынков открыто на данный момент довольно много. И эти рынки, открытые уже, еще не заполнены нашей продукцией. Вот это тоже очень важный момент, который надо учитывать.

Контроль выполнения зарубежных требований со стороны Россельхознадзора – это наша рутинная работа. И здесь еще, конечно, эффективность работы ветеринарных служб субъектов Российской Федерации – тоже важный момент. К сожалению, не во всех субъектах у нас уровень развития службы соответствующий, такой, как хотелось бы иметь, в общем-то, по всей стране.

Обучение специалистов постоянно проводится нами по зарубежным требованиям. То есть это началось с 2017 года. 2017, 2018, в 2019 году продолжится. Уже прошло обучение в Новой Зеландии и, соответственно, будет в Литве и Латвии в этом году. Это мы изучаем зарубежный опыт и, соответственно, те требования, которые эти страны выдвигают.

Ну, есть проблемные вопросы, конечно. Они во многом связаны с нормативкой. В принципе в последнее время многое сдвинулось. Сейчас в довольно активной стадии нормативные документы по ведению реестра экспортеров. В плане, в экспортном проекте защиты все проблемные вопросы, которые связаны как раз с необходимостью создания национальных программ по болезням животных, потому что это одно из требований многих наших коллег, которые приезжают проверять, чтобы были национальные программы по ряду болезней животных.

Выполнение международных стандартов и требований зарубежных стран со стороны ветслужб субъектов – об этом я уже говорил. Слабые знания, формальное проведение обследований. Законодательно мы считаем необходимым в ближайшее время ускорить принятие каких документов, соответственно, здесь можно подробно остановиться на пункте о проведении внезапных проверок поднадзорных объектов. Это то, что вызывает очень серьезное недоумение всегда у инспекторов зарубежных, – каким образом у нас плановые проверки могут проходить раз в три года с уведомлением заранее, включением в план, назначением определенной даты обследования, и что это тогда за такой вид контроля, когда предприятие заранее знает об этом? Ну, мы, конечно, объясняем, что у нас есть и другие механизмы контроля, но очень у многих инспекторов зарубежных это вызывает сомнения в эффективности. В том числе, кстати, и у европейцев.

Ну и еще один момент – это отсутствие системы прослеживаемости применения ветпрепаратов. Мы сейчас над этим работаем, этот проект запущен. Поэтому надеемся, что в ближайшее время этот вопрос решится.

Также два слова буквально о наших информационных системах. У нас большой очень блок информационных систем – это электронная сертификация, это разрешение на ввоз, это лабораторные системы. И нашим иностранным коллегам всегда очень приятно показывать эти моменты, и многие, даже у очень развитых стран, типа Сингапура, Гонконга, допустим, в плане электронных систем и вообще электроники, таких систем нет. То есть на данный момент мы сейчас говорим о том, чтобы интегрировать наши системы со многими иностранными коллегами, и в плане интеграции у нас тоже проходят сейчас большая работа.

У нас интегрированы наши информационные системы с Новой Зеландией, Голландией, Чили, частично с Китаем, еще с некоторыми странами. И это очень сильно нам помогает сейчас доказывать нашим зарубежным коллегам эффективность нашей системы надзора, именно

электронная сертификация, которая у нас была внедрена с прошлого года и скоро расширится дальше.

С МЕСТА

Не могли бы прояснить, когда ожидать свинину на Китай и по be to be сектору, по молочной продукции, по «сушке», также на Китай?

А.А. ДАУШЕВ

С китайскими коллегами у нас постоянный диалог идет на тему расширения линейки местной продукции, которую мы хотим туда поставлять. Да, действительно, то, что сейчас творится в Китае с африканской чумой свиней, и те процессы, которые там происходят, в общем, вселяют надежду в наших свиноводов, что, возможно, скоро откроется рынок. Но надо понимать, что наши китайские партнеры очень своеобразные товарищи. Мы работаем с этим очень плотно на всех уровнях. Поднимали этот вопрос и на самый высокий уровень, поэтому надеемся, что какое-то движение скоро будет.

В части сухого молока, здесь, наверное, посложнее. У нас поставки мяса птицы и молочной продукции пошли уже в этом году (довольно значительные объемы). Думаю, что будем дальше обсуждать расширение. Но тут надо смотреть, что мы можем получить взамен из Китая, потому что это все взаимно. То есть открытие рынка с китайцами – это всегда процесс взаимный, поэтому надо понимать, насколько нам необходимы такие объемы сухого молока из Китая. Это будет несравнимо с тем, что мы туда поставим. Тут надо смотреть вместе с министерством. Мы техническую часть готовы отработать в принципе, без проблем.

Еще один момент по поводу мясной продукции. С чем сталкиваются наши производители-экспортеры? С тем, что есть специфические рынки и со своими специфическими вкусами. Это азиатские рынки в основном, конечно. И чтобы заходить туда с готовой продукцией, нужно эти рынки изучать, изучать заранее, изучать очень серьезно, комплексно и не каждый производитель согласится перестраивать свое производство под один небольшой конкретный рынок. Но просто по-другому не получится. То есть наша колбаса обычная не будет востребована ни в Японии, ни в Китае. Мы с этим столкнулись как раз по Японии. Не такая большая линейка производителей, я имею в виду продукции, востребована на японском рынке.

Выступление В.Е. Лашманкина, исполнительного директора Ассоциации предприятий кондитерской промышленности

Хотел бы сначала напомнить о том, как себя чувствует кондитерская промышленность Российской Федерации в целом. По итогам 2018 года отрасль выпустила 3,896 млн тонн кондитерской продукции, что на 3,7% выше уровня прошлого года. Наибольший прирост у нас обеспечивает категории «шоколад», это примерно рост на 5,6%, и «сахаристые кондитерские изделия», рост примерно такой же. Чуть меньше растут мучные кондитерские изделия – в целом рост 1,9%. Торты, пирожные совсем у нас пропали – упали на 0,5%, то есть практически эта категория не растет. Потребление кондитерских изделий на душу населения в 2018 году составила 25,2 килограмма. Но с 2014 года практически роста потребления у нас не происходит.

Таким образом, мы сегодня видим, что у нас идет очень умеренный рост объемов на внутреннем рынке, практически не растет потребление на душу населения. И, соответственно, для компаний, которые планируют экстенсивный рост, единственным выходом становится выход на внешние рынки. Поэтому на самом деле российские кондитерские компании, наверное, одними из первых стали искать возможности, окна возможностей на экспортных рынках.

Вот таким образом сегодня выглядит наш прогноз и состояние дел по экспорту кондитерских изделий. По итогам 2018 года экспорт кондитерских изделий у нас увеличился на 17,3% и составил 535 тыс. тонн, это на сумму 1,678 млрд долларов. И эти показатели уверенно выводят нас на 4-е место среди всех отраслей АПК по объемам экспорта. Мы уступаем коллегам-зерновикам, мы уступаем рыбе, мы уступаем масложировой продукции. Но я хочу здесь обратить внимание, что кондитерская продукция – это та самая продукция с высокой добавленной стоимостью, высоким уровнем переработки, на экспорт которой сегодня нас ориентируют и Президент, и Правительство Российской Федерации.

Мы для себя видим перспективу до 2024 года, в целом эта перспектива согласована, планы согласованы были и с Министерством сельского хозяйства Российской Федерации, и с Российским экспортным центром, то есть для нас удвоение экспортных поставок не кажется нереализуемой задачей. То есть мы в принципе знаем и понимаем, каким образом мы выйдем на цифру удвоения, тем более что в 2016 году, когда закладывались первые прогнозы по экспорту, мы в 2016, 2017 и 2018 годы очень четко идем по тому плану, который на себя прикинули.

Возвращаясь к тому, почему стоит уделить особое внимание поддержке экспорта кондитерской продукции – потому что мы самоценны не только как продукт сам по себе. Кондитерская промышленность забирает практически треть всего сахара, который производится на территории Российской Федерации, то есть мы используем порядка 1,5 млн тонн сахара, мы забираем около 1 млн тонн

муки, мы являемся крупными потребителями масложировой продукции, мы являемся потребителями молочной продукции. Таким образом, через экспорт кондитерской продукции мы обеспечиваем экспорт продуктов более низких уровней переработки, например, того же сахара.

Вот один из примеров, который мы иногда приводим. Сегодня, условно говоря, мы не можем экспортировать сахар, например, в ту же самую Бразилию. Вообще в целом за пределы стран ЕАЭС экспорт сахара выглядит достаточно проблематичным по целому ряду причин.

А через кондитерские изделия, которые, например, сегодня делаются во Владимирской области, конфеты «Raffaello», российский сахар отправляется в Бразилию, в мекку сахара, в страну глобального поставщика сахара.

Возвращаясь к этому слайду, как я уже говорил, что основу экспорта кондитерской продукции сегодня у нас составляют изделия из шоколада. На их долю приходится 55% в денежном выражении от экспорта или примерно 630 млн долларов, и 44% в тоннаже, то есть 232 тыс. тонн. В 2018 году поставки шоколадных кондитерских изделий выросли почти на 24%.

Сегодня мы имеем ситуацию, когда примерно 30% шоколадных кондитерских изделий, производимых на территории Российской Федерации, уже поставляется на экспорт. То есть в свое время при планировании экспортных программ Президентом Российской Федерации озвучивалась цифра, что надо выходить на 20%. У нас по шоколаду сегодня уже 30% экспортируется.

Чуть меньше растет экспорт мучных кондитерских изделий. Он вырос на 14% за 2018 год. Но здесь неплохая динамика роста в страны дальнего зарубежья – почти 13%.

В целом нам экспорт сегодня растет, в основном, или главным образом за счет открытия новых направлений. Например, очень динамичным направлением экспорта стал Китай. В 2018 году мы отправили в страну уже 52 тыс. тонн кондитерских изделий, и это на 40% больше, чем в 2017 году. В целом доля Китая сегодня уже составляет 10% в поставках продукции. Это при том, что для нас всегда традиционными экспортными рынками все-таки были рынки стран ЕАЭС. Я говорю, сегодня уже 10% в экспорте – это Китай.

Растут поставки в Монголию и растут поставки в Грузию. В 2018 году в десятку крупнейших стран – импортеров кондитерских изделий, импортеров российского шоколада вошли страны Аравийского полуострова, Объединенные Арабские Эмираты и Саудовская Аравия.

Но здесь тоже сразу же скажу о тех небольших или больших проблемах, которые сегодня существуют. Смотрите, как только мы начинаем открывать новые географии, как только мы начинаем открывать новые страны, сталкиваемся, казалось бы, с мелкими проблемами. Страны Персидского залива требуют на готовую продукцию сертификаты здоровья, и нам об этой проблеме было известно с мая 2017 года. Мы знали о том, что в сентябре 2017 года страны Персидского залива начнут требовать сертификаты здоровья на

готовую продукцию, на каждую партию готовой продукции. Поставили контейнер, будь добр, поставь сертификат здоровья.

Мы в мае 2017 года первый раз озвучили эту проблему на одном из совещаний Правительства Российской Федерации по вопросам развития экспорта. Сегодня у нас с вами май 2019 года, то есть проходит ровно два года, а воз и ныне там. До сих пор в Российской Федерации не определен орган государственный, федеральный орган исполнительной власти, орган государственной власти, единое окно в виде «Российского экспортного центра», кто, собственно говоря, будет выдавать сертификаты. Причем, я говорю, Леонид Иванович порекомендовал почитать решение Совета Федерации. Здесь у нас записано одним из решений, что будет Роспотребнадзор выдавать сертификаты здоровья.

Одновременно с этим сегодня обсуждается проект изменений в Федеральный закон о качестве и безопасности готовой продукции. В этом законопроекте единственным органом, выдающим сертификаты здоровья, обозначен Роспотребнадзор. Но, коллеги, нельзя два года принимать такое решение. То есть надо уже, наверное, как-то усилить координацию федеральных органов исполнительной власти, потому что экспорт ждать не может. То есть сегодня экспортеры там каким-то образом эти проблемы решают, но, тем не менее, даже такая проблема уже становится проблемой. Так быть не должно.

В целом география поставок российских кондитерских изделий сегодня насчитывает около 70 направлений. Мы поставляем наш шоколад от Сингапура до Австралии, в Канаду. Но по-прежнему традиционно важными для нас покупателями для нас являются бывшие страны СНГ и страны Евразийского экономического союза.

Я не знаю, это, наверное, как бы не очень видно здесь, но, может быть, чуть-чуть словами скажу. Смотрите, мы здесь на этом слайде показали структуру экспорта кондитерских изделий из России и стран наших соседей. Сегодня экспорт российской кондитерской продукции примерно на 52% – это экспорт в страны ЕАЭС.

Соответственно, 48% мы сегодня экспортируем в страны дальнего зарубежья. Берем, например, Республику Беларусь, наших соседей и хороших товарищей. Их экспорт кондитерских изделий, во-первых, составляет 45 тыс. тонн, не очень много, но этот экспорт на 99% идет в страны Евразийского экономического союза. Я потом, чуть-чуть попозже, объясню, почему вот эта цифра является важной. То есть у нас все наши соседи, особенно Республика Беларусь, заточены под экспорт, прежде всего, на рынке Российской Федерации и на рынки сопредельных государств.

В первом квартале 2019 года наш экспорт (мы посчитали, уже у нас есть официальные данные по кварталу) продолжает расти. Он растет по сравнению с первым кварталом 2018 года в объемных параметрах на 11,2%, в страны дальнего зарубежья экспорт вырос на 8,7%, в том числе в Китай – на 17%, в Германию – на 44%. Опять же-таки, наибольший прирост в 2019 году по-прежнему показывают шоколадные кондитерские изделия, здесь обращаю внимание на цифры. По шоколаду наши

поставки в Египет выросли на 22%, в Ирак – на 24%, в США – на 53%, в Италию – на 70%, в Грецию – в 2,2 раза, в Японию – в 3 раза. И вообще, в целом сегодня Россия вошла в десятку крупнейших экспортеров шоколада в мире, то есть мы сегодня конкурируем на внешних рынках со Швейцарией, с Бельгией, с Италией, со странами, которые традиционно являются крупными производителями и экспортерами шоколада.

Теперь, если коротко, то о тех проблемах, которые у нас сегодня есть, и проблемах, которые хотелось бы обсудить, обратить внимание.

Седьмое направление – это совершенствование мер государственной поддержки логистики. То есть, об этом сегодня говорили, необходима компенсация рефрижераторных перевозок, увеличения стоимости. Необходимо развивать логистические центры. Мы очень просим, чтобы все-таки была рассмотрена возможность, изыскать возможность компенсировать морские доставки, потому что, чем дальше мы везем, опять же-таки, открывая рынки Вьетнама, Индии и других стран, тем, соответственно, у нас длиннее логистическое плечо, и, кроме как морем, мы туда никак не привезем. Поэтому это направление очень важно, очень нужно.

Наличие сырьевой базы в нужном объеме и в нужных количествах – это ситуация, когда в одном кондитерском изделии может содержаться до 300 ингредиентов, компонентов. И, если нам вдруг перекрывают доступ к каким-то сырьевым ингредиентам, например, к сухому молоку, то лучше бы знать об этом заранее, для того чтобы производители имели возможность подготовиться и переключиться на других поставщиков.

Отсутствие ввода новых тарифных и нетарифных ограничений по внешним рынкам. Конкурентная себестоимость, как следствие – конкурентная цена конечной продукции, здесь тоже должно быть обращено внимание и акцентировано внимание, что мы сегодня в достаточном объеме производим ингредиенты для кондитерской промышленности, например, тот же самый сахар. Сегодня у нас его в стране производится достаточно, и это очень хорошо. Но иногда бывает, что у нас сахар и молоко бывают самыми дорогими в мире. Вот здесь тоже есть такая проблема.

Господдержка инвестиционных проектов, направленных на создание новой товарной массы, об этом тоже говорили, то есть, когда проблемы КПК вот эти, когда инвестиционные экспортные проекты становится проще реализовать через действующее постановление, чем через новый механизм.

А вот на первых двух пунктах, если можно, я остановлюсь чуть-чуть поподробнее? Что нас волнует, как производителей готовой продукции? Это масштабная поддержка позиционирования и продвижения российских продуктов, я даже здесь сделал акцент, как на внутреннем, так и на внешнем рынке, потому что, хотим мы или не хотим, но позиционирование продукта начинается здесь, на внутреннем рынке.

Что сегодня видим? У нас появляется огромное количество добровольных и добровольно-принудительных помощников в борьбе,

назовем это так, за качество готовой продукции. Чего только ни прочитаешь? Только за последнюю неделю прочитал про то, что проверили чай – кишечная палочка.

При этом как потом выясняется, что кишечная палочка в определенных процентах допустима в чае. В шоколаде «птичье молоко», не нашли птичьего молока. Утрирую как бы, но на самом деле вот эти добровольные оценщики даже не утрудились, честно говоря, прочитать ГОСТы, по которым оценивали эти продукты.

Мы должны понимать, что на самом деле наши средства массовой информации читаем не только мы. Здесь достаточно большой процент того же населения, которое потом поедет в Китай, в Европу. Если мы здесь, внутри страны, формируем отношение к своей продукции, то можем потратить гигантские деньги на продвижение российской продукции на внешних рынках, но мы отношение уже сформируем.

Поэтому мы считаем, что необходимо каким-то образом, возможно, на уровне Совета Федерации... Тем более что эта работа уже сегодня начата комитетом по АПК, это я говорю о том, что сегодня комитет по АПК совместно с ФНЦ пищевых систем участвует, является активным инициатором премии «Качество». Это когда Совет Федерации, когда федеральный орган исполнительной власти, когда научная организация, которая всем понятна, когда такие уважаемые структуры занимаются качеством с привлечением Роспотребнадзора, с привлечением Россельхознадзора – это история понятная. Но когда вот эти добровольные «помощники» начинают формировать имидж российской продукции, вот это надо каким-то образом уже, с нашей точки зрения, историю прекращать, возможно, через может быть даже создание какой-то межведомственной комиссии при Совете Федерации, при агропромышленном комитете, чтобы мы просто смотрели, каким образом формируется имидж российской продукции за рубежом.

Помимо вот таких добровольных творческих инициатив сталкиваемся также еще с инициативами федеральных органов исполнительной власти по добровольному и принудительному нанесению различных знаков и символов на продукцию.

В 2017–2018 годах выходит несколько нормативно-правовых актов или проектов нормативно-правовых актов от Министерства здравоохранения Российской Федерации – стратегия развития ЗОЖ, которая предлагает на этикетку наносить вот такие nutrition facts. Сразу за этим документом выходит концепция от Минздрава России же, концепция продвижения здоровых продуктов, которая предлагает наносить на этикетку уже вот такой знак. Дальше появляются методические рекомендации Роспотребнадзора по светофорной маркировке, которые предлагают наносить светофорную маркировку. Плюс компании-производители сегодня добровольно, в добровольном порядке многие указывают нутриентные профили своих продуктов. Но, коллеги, я просто специально захватил конфету. При всем огромном уважении, даже если мы очень сильно захотим, то мы все это сюда не нанесем.

Поэтому когда мы выходим с какими-то инициативами по дополнительной маркировке, будь то она добровольной или принудительной, но давайте каким-то образом реально смотреть на вещи. Как выходят из этой ситуации, например, в странах Евросоюза. Там ограничили размер маркировки 80 кв. см. То есть если наибольшая площадь превышает 80 кв. см, хорошо, возможность нанести есть, пожалуйста, пользуйся. И опять же эти правила действуют и в Евросоюзе, и в других странах, куда мы поставляем продукты. Ну почему нам такими вещами не пользоваться? Мне кажется, что определенная умеренность в этом пункте должна быть.

Ну и поддержка в области технического регулирования. К сожалению, здесь тоже надо обратить внимание. Поскольку у нас, что называется, совещание важное внутреннее, здесь мы должны понимать, что сегодня происходит в рамках Евразийской экономической комиссии. Мы, например, чувствуем себя крайне неуверенными в вопросах технического регулирования. То есть сегодня, к сожалению или к счастью, я не знаю, но вопросы технического регулирования в пищевой промышленности чаще всего регламентируются или регулируются нашими коллегами из Республики Беларусь. Все, что инициирует Республика Беларусь в области технического регулирования, проходит. Как мы с вами понимаем, что тот, кто формирует технический регламент, то тот и определяет правила игры.

И вот здесь я чуть-чуть вернусь к тому слайду, на который я просил вас обратить внимание. 99% белорусского экспорта кондитерской продукции осуществляется на территории нашей страны.

При этом вот сейчас Республика Беларусь работает над техническим регламентом, изменением в техрегламент в части шоколада. Мнение Российской Федерации пять лет просто игнорируется, вот просто игнорируется. И это происходит не только с изменениями в технические регламенты о безопасности, это происходит с изменением № 4 в технический регламент по маркировке, сейчас очередная инициатива от белорусских коллег и так далее. Таким образом, вот здесь ситуация, при которой нам каким-то образом, если мы хотим формировать технические регламенты и хотим формировать, участвовать в формировании правил игры на рынках ЕврАзЭС, особенно по готовой продукции, надо усиливать координацию органов исполнительной власти в части взаимодействия с ЕЭК по поводу технического регулирования. Спасибо большое. Надеюсь, не очень у меня много времени...

Л.И. ХОЛОД

Сформулируйте, пожалуйста, у нас там нет такого адресата как комиссия. И, кстати говоря, есть Союзное государство Россия – Беларусь, тоже можно им адресовать или ЕАЭС. Такого адресата нет, он может появиться. По поводу паспорта здоровья. Так все-таки что лучше, сельхознадзор или потребнадзор?

В.Е. ЛАШМАНКИН

Я скажу вам честно, за два года вот все производители уже говорят: слушайте, дайте уже кого-нибудь, вот покажите, кто это будет. Единственное что, мы просто просим обратить внимание на что? Что сертификат здоровья, еще раз, чтобы ни у кого не было никаких заблуждений. Мы часто слышим: у нас есть возможность, у нас есть лаборатории и прочее. Сертификат здоровья требуется на каждую партию продукции. То есть это большой объем документов, который выдавать нужно будет очень оперативно. Сегодня примерный опыт работы в этом направлении есть. У всех трех претендующих на сертификаты здоровья организации – у Роспотребнадзора есть и у Россельхознадзора некий опыт есть. Есть опыт выдачи экспортных сертификатов у Российского экспортного центра. В конце концов, если Российский экспортный центр создавался как «единое окно» для экспортеров, то вполне возможно, что стоит наделить РЭЦ этими полномочиями.

А.А. ДАУШЕВ

Простой вопрос я хотел Вам задать: кто вам начал выдавать, членам вашего союза, сертификаты, когда они стали обращаться? Пока не было еще решено, кто вообще в принципе? Я могу ответить сам. Россельхознадзор начал выдавать – и в Эмираты, и в Польшу, и в Катар, по-моему, насколько я помню, и везде.

Л.И. ХОЛОД

Потом появился потребнадзор.

А.А. ДАУШЕВ

Они ничего пока не выдавали. Потом, когда они поняли, что можно, наверное... Я не знаю, не слышал про то, чтобы сертификаты выдавал Роспотребнадзор. Может быть, есть такая практика.

Л.И. ХОЛОД

Но у нас и написано: сельхознадзор.

А.А. ДАУШЕВ

Я знаю. Я к тому, что к нам пришли производители и сказали: что делать? Мы говорим: не вопрос, мы вам выдадим. Дайте нам требования, как мы работаем со всей продукцией. Да, вот требование арабской страны – нужен сертификат здоровья. Какой? Дайте образец. Образец, все посмотрели, какие исследования надо провести, провели в своих аккредитованных лабораториях, отправили партию, партию благополучно съели – все. Пока мы будем ждать, пока примут закон о том, кто будет выдавать, а его реально третий год не могут принять, мы помогаем вам экспортировать. Вот и все.

В.Е. ЛАШМАНКИН

Это правда. Просто другое, что для того чтобы наделить полномочиями структуру, мне нужен закон, согласитесь, да? Есть просто нормативно-правовой акт Правительства Российской Федерации, наделяющий полномочиями. Если это будет Россельхознадзор, пусть будет Россельхознадзор, но просто мы к тому, что давайте уже просто определимся, кто это будет.

Л.И. ХОЛОД

А «Экспоцентр», например. Я не знаю вообще по поводу контроля. Существует же такая штука, как уполномочение или можно передать полномочия или просто передать, быть приемным окном, как вот «Мои документы» работать.

А.А. ДАУШЕВ

Понятно. Там вопрос немножко в другом был. То есть инициатива была от РЭЦ, тоже они хотели выдавать эти сертификаты здоровья.

В любом случае на основании документов, которые бы предоставлялись, то есть протоколы испытаний продукции, которые бы в аккредитованных лабораториях, допустим, да? И на основании этого кто-то бы в РЭЦ выдавал сертификат. Но это должно быть должностное лицо с соответствующими полномочиями, с квалификацией, и так далее и тому подобное. То есть если у нас этот механизм отлажен, мы сертификаты выдаем уже с момента существования службы, вообще в принципе ветеринарной службы, то здесь получается какая-то новая абсолютно инициатива. Поэтому мы с ними много раз это обсуждали, в принципе...

Л.И. ХОЛОД

Не знаю, мне кажется, они могли бы выступать как МФЦ, осуществлять полномочия по приему документов и по выдаче.

А.А. ДАУШЕВ

Подписывает конкретный человек, он проверяет документы, подписывает сертификат, несет ответственность – все.

Если не ошибаюсь, наши предложения как раз и касались того, чтобы мы действительно стали «единым окном», ввели соответствующие реестры выданных сертификатов и так далее. Связано это с тем, что мы по другому достаточно большому количеству услуг, экспортеры все равно обращаются к нам, чтобы они не бежали и не стучались в другую дверь. Это первый момент.

Второй момент связан с тем, что сертификат здоровья – это все-таки не ветеринарный сертификат. И, как правило, зарубежный покупатель, он требует просто, чтобы ему подтвердили, что это съедобно, что это пригодно для употребления в пищу.

**Заключительное слово М.О. Орлова, руководителя аппарата
Комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной
политике и природопользованию**

Уважаемый Леонид Иванович, уважаемые коллеги!

Я хотел бы просто поблагодарить от лица аппарата Комитета всех участников – Дмитрия Григорьевича, Ивана Григорьевича, Александра Васильевича и Дениса Александровича, основных докладчиков, и всех кто выступал. Сегодня прозвучали очень важные предложения, которые позволят сделать документ конкретным, необходимым, и самое главное, который будет способствовать решению задачи реализации федерального проекта. Задача очень сложная и вот это обсуждение сегодняшнее, мне кажется, это показало.

Леонид Иванович, Вам спасибо огромное, Аналитическому управлению. Мы надеемся, что этот документ будет энергичным.

Презентация Д.А. Казанникова

НЕФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА

<https://www.exportcenter.ru/events/>

РЭЦ предлагает экспортерам участие в крупнейших международных выставках АПК, которое субсидируется в соответствии с постановлением Правительства РФ № 342 в размере 50% затрат (80% для субъектов МСП)

Виды субсидируемых затрат:

- аренда площадей, монтаж стендов
- организация доставки и возврата образцов продукции
- организация и проведение специальных мероприятий по продвижению продукции, включая услуги переводчиков

ПРОДВИЖЕНИЕ. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ 1

НЕФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА

<https://www.exportcenter.ru/events/>

РЭЦ предлагает экспортерам участие в бизнес миссиях в страны, наиболее перспективные с точки зрения поставок продукции российского АПК

Участие для экспортеров – бесплатное (оплачиваются только перелет и проживание)

Бизнес миссии как правило включают:

- пленарное заседание и круглые столы с участием местного бизнеса и представителей органов власти
- B2B-встречи с потенциальными покупателями

ПРОДВИЖЕНИЕ. БИЗНЕС МИССИИ 1

Шоу-румы:

- Шанхай (КНР)
- Хошимин (Вьетнам)
- Дубай (ОАЭ)

Представительства РЭЦ:

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| - КНР (ТД) | - Беларусь |
| - Индия | - Казахстан |
| - Иран (ТД) | - Узбекистан |
| - Вьетнам | - Таджикистан |
| - Аргентина | - Азербайджан |
| - Индонезия | - Мексика |
| - ОАЭ | - Израиль |

МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРИСУТВИЕ

1

Основные сервисы зарубежной точки присутствия РЭЦ:

- ▶ консультации по вопросам ведения внешне-экономической деятельности в целевой стране
- ▶ консультационная поддержка по вопросам местного регулирования и участия в тендерах
- ▶ содействие в установлении контактов и информирование о коммерческих предложениях зарубежных компаний
- ▶ помощь в организации деловых встреч, переговоров
- ▶ содействие по вопросу сопровождения экспортных сделок с применением инструментов нефинансовой и кредитно-страховой поддержки РЭЦ
- ▶ содействие в организации участия в профильных мероприятиях, в деловых поездках на зарубежные выставки, конференции, семинары
- ▶ экспертиза внешнеторговых контрактов, договоров

Кроме того, инфраструктура Торгового дома РЭЦ предусматривает возможность предоставления российским компаниям-экспортерам:

- ▶ временного размещения представителя российской компании
- ▶ средств связи и другого офисного оборудования
- ▶ переговорных комнат с обслуживанием во временное пользование
- ▶ услуг переводчика и другой поддержки в рамках переговорного процесса

МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРИСУТВИЕ. СЕРВИСЫ

17

С 2017 года РЭЦ реализует программу продвижения российского несырьевого экспорта под национальным брендом «Made in Russia»

Добровольная система сертификации и маркировки знаком «Made in Russia» предусматривает:

- оценку опыта и деловой репутации экспортера по следующим факторам: качество, история, имидж, компетенции персонала и безопасность производства (дает право использовать знак «Russian Exporter»)
- оценку продукции на соответствие установленным требованиям (дает право размещения знака «Made in Russia» на упаковке или самой продукции)

Прохождение сертификации бесплатно

В настоящее время сертифицировано 270 производителей, в том числе 74 в АПК, например:



Made in Russia

Продвижение продукции под единым зонтичным экспортным национальным брендом «Made in Russia»:

- использование маркировки «Made in Russia» на упаковке и маркетинговых материалах
- размещение информации о компании и товарах в электронном каталоге «Made in Russia» на 8 иностранных языках
- участие в рекламно-информационных кампаниях на ТВ, в прессе (бортовых журналах), социальных сетях и мессенджерах, а также размещение информации на наружных баннерах
- проведение исследований потребительских ожиданий на зарубежных рынках

География программы в 2017 году:

- | | | |
|-------------|---------------|------------------|
| - Китай | - Вьетнам | - Германия |
| - Индия | - Казахстан | - Великобритания |
| - Иран | - Таджикистан | - Аргентина |
| - Индонезия | - Беларусь | |

ПРОДВИЖЕНИЕ. MADE IN RUSSIA 18

НЕФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА

Компенсация затрат экспортеров на перевозку продукции АПК железнодорожным транспортом (постановление Правительства РФ от 15.09.2017 № 1104)

Продукция – практически любая, кроме зерновых и семян масличных (приложение № 1 к постановлению)

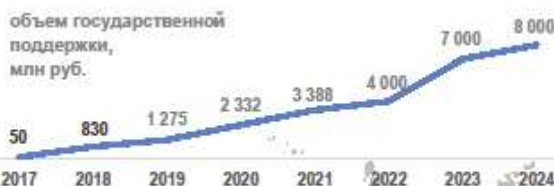
География поставок – любые направления из европейской части страны и некоторых регионов (запущены регулярные ускоренные маршрутные поезда из Калужской области и Краснодарского края)

Размер компенсации:

- до 50% затрат (ж/д тариф, аренда ПС, погрузка-разгрузка)
- не более 50% стоимости продукции
- в пределах лимитов, установленных для:
 - 40" контейнера – 100 тыс. руб.
 - 20" контейнера – 80 тыс. руб.
 - вагонов/цистерн – в размере тарифа 10-01
 - автотранспорта – 45 руб. за км пробега

Виды подвижного состава:

- контейнеры, в т.ч. рефрижераторные
- вагоны и цистерны



Регулярные ускоренные маршрутные контейнерные поезда:

- ст. Ворсино (Калужская область) – Чанду/Далянь (2000/3400\$ за 40" контейнер)
- ст. Тимашевская (Краснодарский край) – Чанду (2600\$ за 40" контейнер)

Время в пути – от 14 суток

ВОЗМЕЩЕНИЕ ЗАТРАТ НА ТРАНСПОРТИРОВКУ 19

АНО ДПО «Школа экспорта АО «РЭЦ» – лицензированная образовательная организация, созданная на базе РЭЦ с привлечением РАНХиГС, ВШЭ и РЭУ им. Плеханова для обучения основам экспортной деятельности представителей МСП в субъектах Российской Федерации

Программа обучения разделена на самостоятельные курсы, слушатели **бесплатно** могут пройти как всю программу, так и отдельные ее модули:

- введение в экспорт, жизненный цикл экспортного проекта, господдержка экспортноориентированных предприятий
- эффективный маркетинг для экспортеров
- деловая коммуникация в экспортной деятельности
- правовое обеспечение экспортной деятельности
- управление финансовыми ресурсами для экспортеров
- документационное обеспечение экспортной деятельности
- таможенное оформление экспортных операций
- логистика в экспортной деятельности
- возможности онлайн-торговли для экспортеров
- налоговые аспекты экспортной деятельности
- поддержка экспортеров: продукты группы РЭЦ

Форма обучения:

очные курсы

- живое общение с тренером
- практические занятия в группе

он-лайн курсы

- возможность выбора комфортного темпа обучения
- применение современных технологий (видео-лекции)
- самостоятельное изучение учебных материалов и выполнение заданий
- минимальный отрыв от производства

Результаты реализации образовательного проекта:

- региональный охват – 58 субъектов РФ
- 117 аттестованных тренеров
- в 2017 году в Школе экспорта РЭЦ прошли обучение более 2 300 уникальных экспортеров
- средняя оценка слушателей – 4,89
- с 2016 года выдано более 8 000 сертификатов о прохождении обучения, более 9 000 человек прошли он-лайн курсы

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ «ШКОЛА ЭКСПОРТА РЭЦ» 20



РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

ЭКСАР

РОСЭКСИМБАНК

ГРУППА РОССИЙСКОГО ЭКСПОРТНОГО ЦЕНТРА
123610, г. Москва, Краснопресненская наб., 12
подъезд 9
Тел.: +7 (495) 937 47 47
Факс: +7 (495) 937 47 41
info@exportcenter.ru
www.exportcenter.ru

Денис КАЗАННИКОВ
Руководитель проекта
по поддержке экспорта АПК
Тел.: +7 (495) 937 47 47 вн. 1118
E-mail: kazannikov@exportcenter.ru



РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

ЭКСАР

РОСЭКСИМБАНК

Поддержка экспорта АПК

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ «ЭКСПОРТ ПРОДУКЦИИ АПК»

Указом Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204 предусмотрено увеличение экспорта продукции АПК **до 45 млрд долл. США** в 2024 г.

млрд долл.

Прорывной сценарий наращивания экспорта продукции АПК потребует выделения из федерального бюджета дополнительных ассигнований



КРІ И ПОТРЕБНОСТЬ В ФИНАНСИРОВАНИИ 2

		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019-2024
Создание новой товарной массы продукции АПК	Экспорт АПК, млрд долл. США	26	24	25	28	34	41	45	45
	Количество заключенных КТПМК	-	50	25	25	-	-	-	100
Создание экспортно-ориентированной товаропроводящей инфраструктуры	Экспортные ОРЦ, шт. (тыс. т)	-	-	-	-	3(220)	3(190)	-	6(410)
	Маршрутные поезда, тыс. т	-	-	500	-	-	500	-	1 000
Устранение барьеров	Регионализация, кол-во стран	-	-	-	5	-	-	-	5
	Согласование ветеринарных сертификатов, кол-во стран	-	-	-	5	-	-	-	5
Продвижение и позиционирование продукции АПК	Атташе по АПК, кол-во	-	15	22	13	-	-	-	50
	Зонтичные бренды, кол-во	-	2	2	-	2	-	-	6
	Дегустационные мероприятия/ бизнес-миссии/экспозиции	-	4/3/5	4/3/5	4/3/5	4/3/5	4/3/5	4/3/5	-

* Прогноз Минсельхоза России

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ ПРОЕКТА 3

млрд долл. США

Продукция АПК	2017 (база)	2018 план	2018 факт	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2024 к 2017, %
масложировая	3,1	3,6	3,2	4,0	4,4	5,0	6,7	7,6	8,6	277,4
зерновые	7,5	7,6	10,5	7,6	7,9	8,3	9,1	10,7	11,4	152,0
рыба и морепродукты	4,4	5,1	5,2	5,4	5,5	6,0	6,7	7,5	8,5	193,2
мясная и молочная	0,6	0,9	0,7	1,1	1,3	1,6	2,0	2,5	2,8	466,7
продукция пищевой и перерабатывающей промышленности	3,4	3,5	3,5	3,7	4,1	4,7	6,1	7,4	8,6	252,9
прочая*	2,5	2,2	2,8	2,1	1,8	2,4	3,4	5,3	5,2	208,0
ИТОГО	21,6	23	25,7	24	25	28	34	41	45	208,3

* Живые животные; живые деревья и растения (луковицы, корни); овощи; материалы растительного происхождения, используемые главным образом для плетения; шеллак природный неочищенный; смолы и прочие растительные соки и экстракты; продукты животного происхождения прочие; некоторые фрукты (абрикосы, вишня и черешня, персики, яблоки); мажорные семена и плоды; картофель семенной

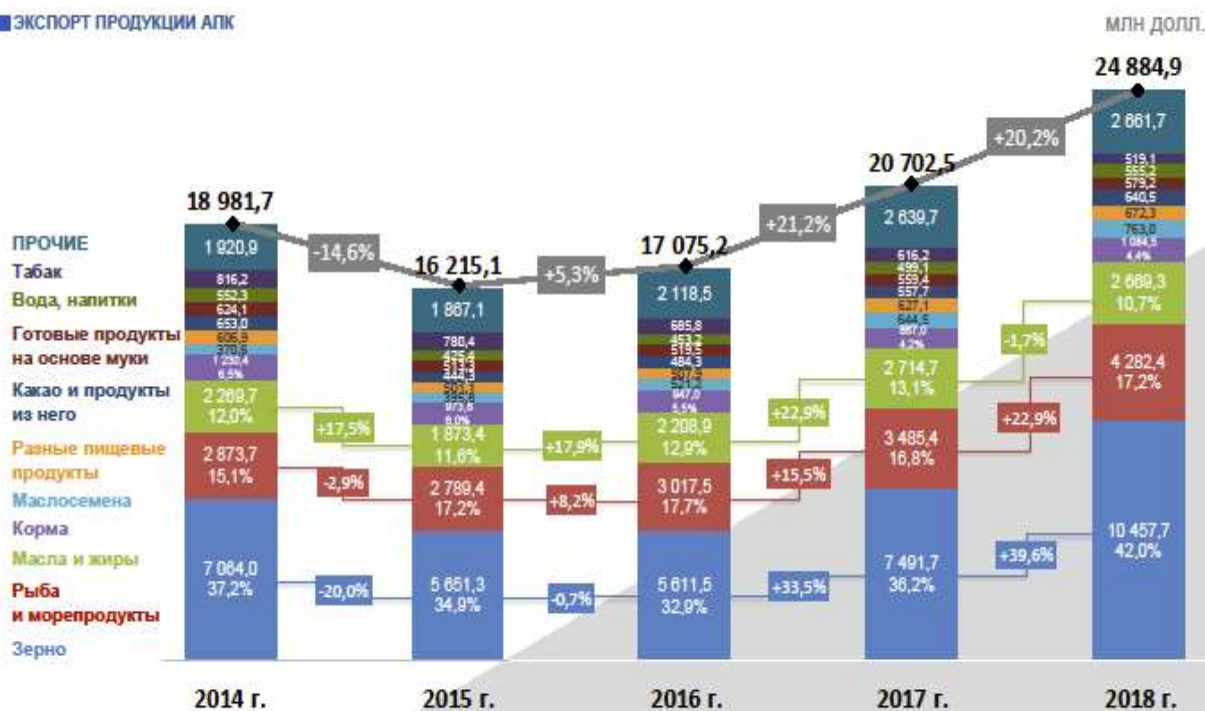
ПРОГНОЗ ДИНАМИКИ ЭКСПОРТА В СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ 4

Товар	Место в мире	Экспорт в 2017 г., млн тонн	Прирост 17/16, %
Пшеница	1	33,1	30% ↑
Мороженная рыба	1	1,4	9% ↑
Зерно	2	43,3	28% ↑
Ячмень	4	4,6	62% ↑
Зернобобовые	4	1,26	30% ↑
Кукуруза	5	5,2	-3% ↓
Растительные масла	7	3,2	26% ↑



Россия занимает **1-е место** в мире по экспорту пшеницы и мороженной рыбы и **2-е** – по экспорту зерновых в целом

ДИНАМИКА ЭКСПОРТА ПРОДУКЦИИ АПК И ЕГО МЕСТО В МИРОВОМ ЭКСПОРТЕ 5



ДИНАМИКА ЭКСПОРТА ПРОДУКЦИИ АПК 6

ЭКСПОРТ ПРОДУКЦИИ АПК

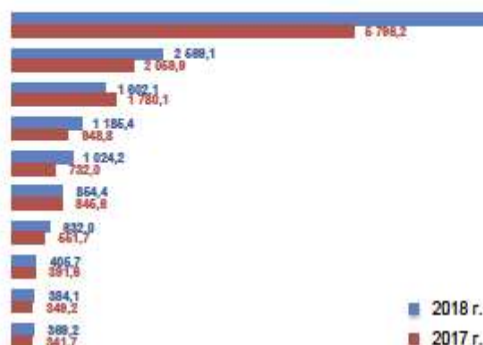
объем экспорта в 2017-2018 гг., млн долл.

2018 г. к
2017 г., %

структура
2018 г., %

TOP
10

пшеница
мороженая рыба
подсолнечное масло
ракообразные
ячмень
кукуруза
шоколадные изделия
соевое масло
рыбное филе
мучные кондитерские изделия



2018 г.
2017 г.

2018 г. к
2017 г., %

в 2,7 раза

-10,0
-35,5
-21,0
-19,5
-22,2
-12,0
-16,0
-21,4
-6,1

подсолнечное масло
сахар
зернобобовые
подсолнечник
сигареты
семена льна
подготовленный табак
макаронны, пельмени и т.п.
обработанное зерно злаков
маргарин и т.п.

прирост экспорта в 2018 г., млн долл.



пшеница
мороженая рыба
ячмень
ракообразные
соя
рапсовое масло
рапс
шоколадные изделия
жмых и шрот (кроме сои)
соевый шрот и жмых

2018 г. к
2017 г., %

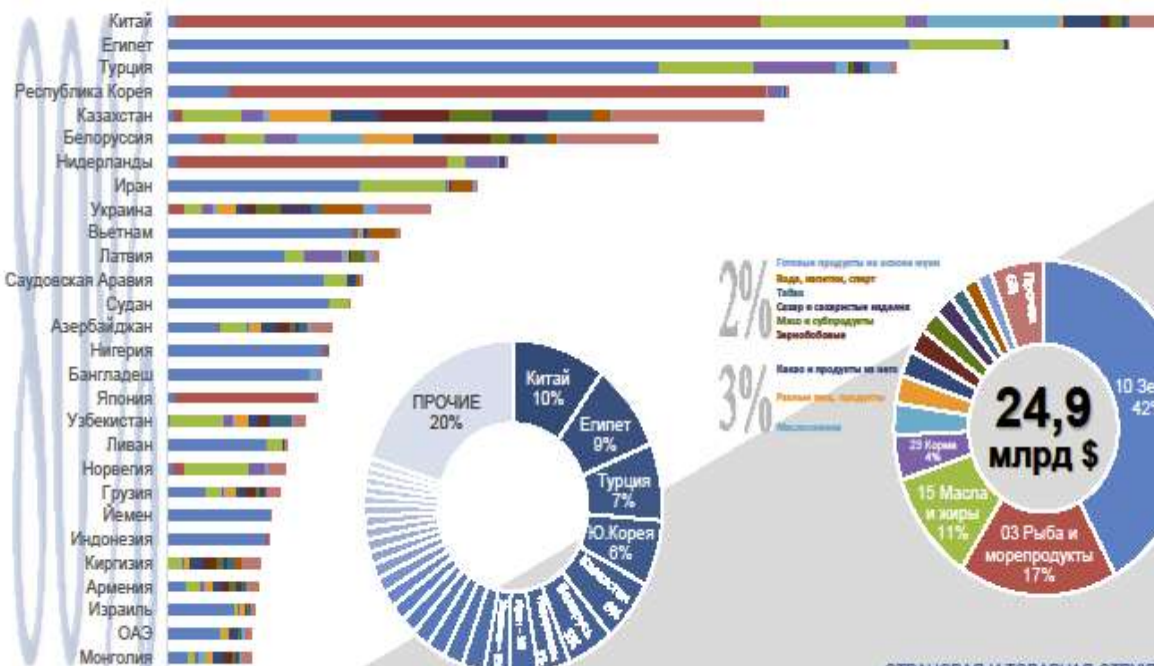
+45,5
+24,7
+39,9
+24,9
+73,7
+51,3
в 2,4 раза
14,5
+29,3
+45,2

ДИНАМИКА ЭКСПОРТА В 2017-2018 ГОДАХ 7

ЭКСПОРТ ПРОДУКЦИИ АПК

млн долл.

0,0 500,0 1000,0 1500,0 2000,0 2500,0

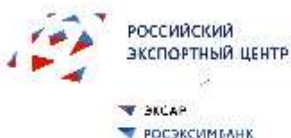


2%
3%

Готовые продукты на основе зерна
Воды, напитки, спирт
Табак
Соевые и соевые изделия
Мясо и субпродукты
Зернобобовые
Навоз и продукты на него
Разные виды, непереработанные
Молочные

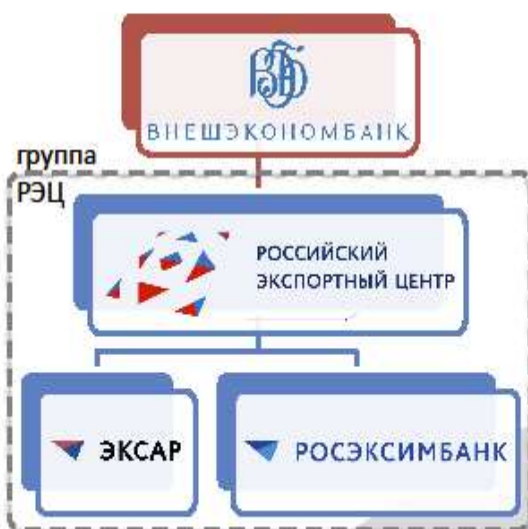


СТРАНОВАЯ И ТОВАРНАЯ СТРУКТУРА 8



АО «Российский экспортный центр» (РЭЦ) – государственный институт поддержки несырьевого экспорта, предоставляющий российским экспортерам широкий спектр финансовых и нефинансовых мер поддержки

Правовой статус РЭЦ закреплен ФЗ от 29.06.2015 № 185-ФЗ «О внесении изменений в ФЗ «О банке развития»



Основные факты о группе РЭЦ:

- в 2018 году объем поддержанного экспорта составил 18,8 млрд долл., из которых 1,4 млрд долл. (7,3%) – АПК
- количество поддержанных экспортеров > 14,3 тыс.
- 74% клиентов РЭЦ являются представителями МСП
- 77% клиентов РЭЦ – компании из регионов России
- группа компаний РЭЦ предлагает более 100 решений для российских экспортеров
- 15 представительств группы РЭЦ открыты в регионах России и 9 представительств – за рубежом
- РЭЦ запустил программу продвижения российских товаров и услуг под единым страновым брендом «Made in Russia»
- РЭЦ развивает уникальный образовательный проект для экспортеров – «Школа экспорта»

О ГРУППЕ РЭЦ 9



Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций

**«ЗАКРЫВАЕМ РИСКИ,
ОТКРЫВАЕМ РЫНКИ»**

Год создания: 2011
Уставный капитал: 43,5 млрд руб.

Деятельность EXCAR выведена из-под закона о страховании и регулируется постановлением Правительства РФ от 22.11.11 № 964

Стратегические направления деятельности Агентства EXCAR:

- страховая поддержка экспорта товаров и услуг российского происхождения
- развитие современной системы финансирования экспорта, обеспеченной страховым покрытием Агентства
- страховая поддержка российских инвестиций за рубежом
- поддержка экспортно-ориентированных субъектов МСП
- поддержка создания экспортно-ориентированных производств на территории РФ

Продукты EXCAR:

для экспортеров:

- страхование кредита поставщика
- страхование краткосрочной дебиторской задолженности
- страхование лизинга

для инвесторов:

- страхование российских инвестиций за рубежом

для банков:

- страхование кредита покупателю
- страхование подтвержденного аккредитива
- страхование экспортного факторинга
- страхование кредита на пополнение оборотных средств экспортера
- страхование кредитов на создание экспортно-ориентированных производств

ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ. СТРАХОВАНИЕ 1

0



РОСЭКСИМБАНК

ГРУППА
РОССИЙСКОГО
ЭКСПОРТНОГО ЦЕНТРА

Государственный специализированный Российский экспортно-импортный банк (АО) создан в 1994 г. с целью обеспечения доступа к финансовым ресурсам для российских компаний-экспортеров и содействия росту российского несырьевого экспорта

Продуктовая линейка банка разработана с целью обеспечения поддержки экспортных контрактов на всех этапах их реализации

Лицензия ЦБ РФ № 2790-Г от 05.02.2015
Уставный капитал: 25,6 млрд рублей

Кредит экспортеру:

- предэкспортное финансирование:
 - финансирование расходов по экспортному контракту
 - финансирование текущих расходов по экспортным поставкам
- постэкспортное финансирование:
 - финансирование коммерческого кредита экспортера
 - финансирование торгового оборота с иностранными покупателями

Кредит покупателю:

- прямой кредит иностранному покупателю
- финансирование через подтвержденный аккредитив
- кредит банку иностранного покупателя

Условия кредитования:

- Доля российской составляющей в экспортном контракте – не менее 30%
- Срок кредитования – до 10 лет
- Размер кредита – 85-100% от суммы экспортного контракта
- Базовое обеспечение:
 - страховое покрытие АО «ЭКСПАР»
 - залог прав требования на получение экспортной выручки
 - поручительства собственников бизнеса

Предоставление гарантий:

- тендерной гарантии
- гарантии возврата авансового платежа
- гарантии надлежащего исполнения обязательств по экспортному контракту
- гарантии платежа
- гарантии в пользу налоговых органов

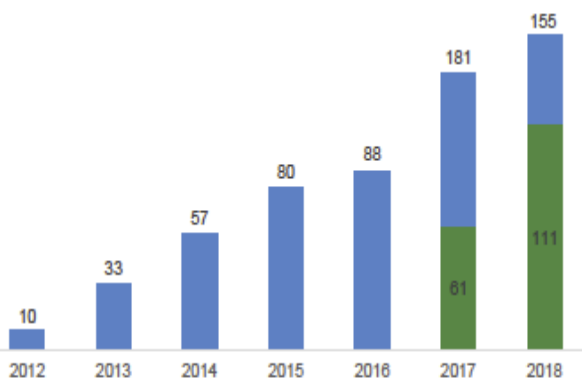
Банк предоставляет финансирование:

- экспортерам российской продукции или услуг
- российским производителям, поставляющим продукцию на экспорт через торговых дома или агентов
- иностранным покупателям российской продукции
- зарубежным финансовым институтам в целях финансирования контрактов на приобретение российской продукции и услуг

КРЕДИТНО-ГАРАНТИЙНАЯ ПОДДЕРЖКА 1

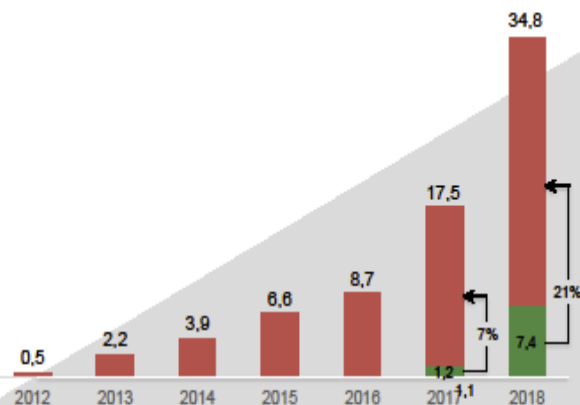
1

количество стран поддержанного экспорта



■ АПК

объем поддержанного экспорта, млрд \$



МАСШТАБ ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА 1

2



ДОСТУП РОССИЙСКОЙ ПРОДУКЦИИ АПК НА РЫНКИ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН.

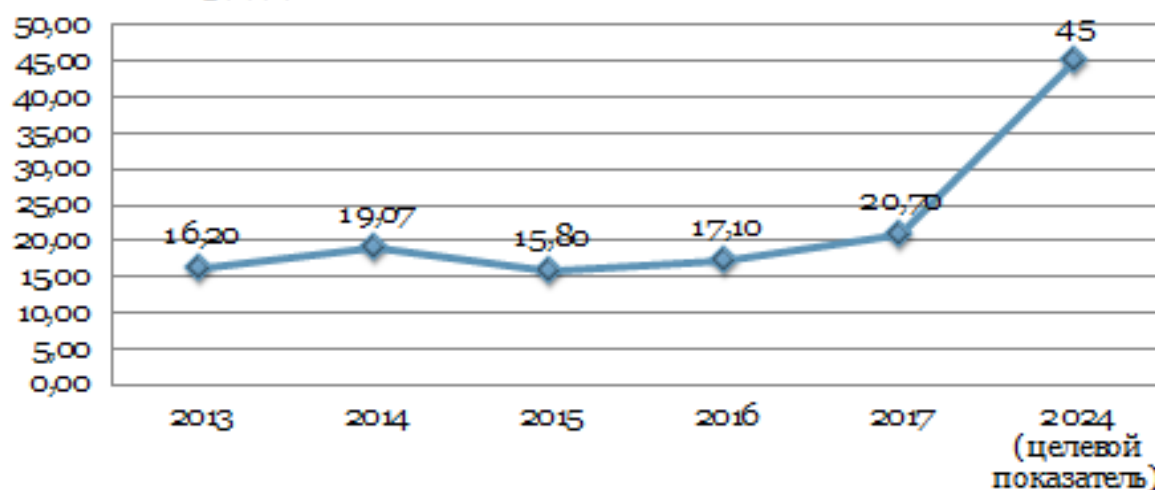
ДОСТИЖЕНИЯ И ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ

Москва
2019

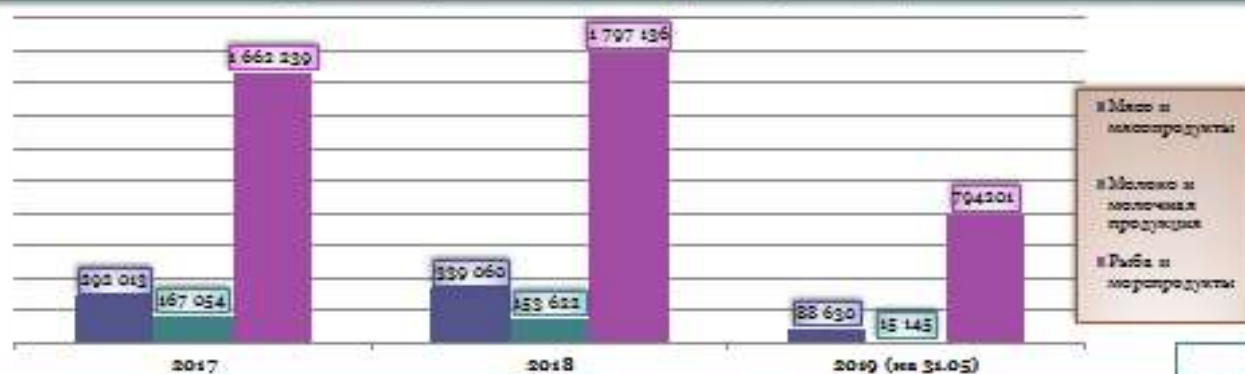
Задачи по увеличению объемов экспорта

В соответствии с Указом Президента РФ от 07.05.2018 N 204 "О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года экспорт продукции агропромышленного комплекса должен увеличиться до 45 млрд. долл. США в год.

Объем (млрд. долл США)



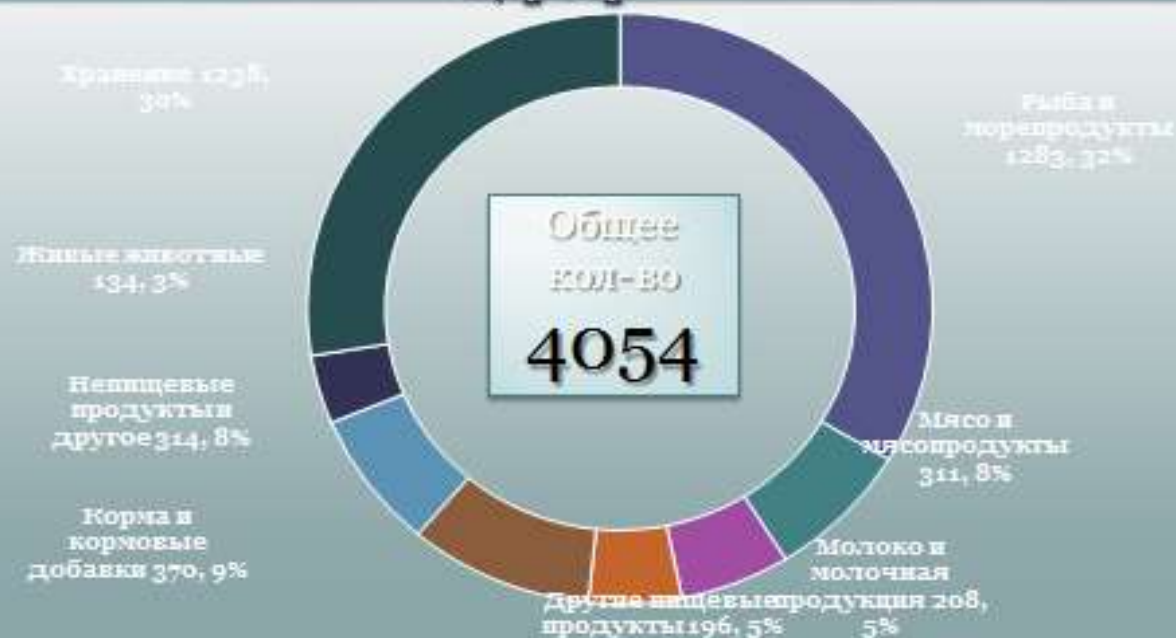
Статистическая информация об экспортируемой продукции, подлежащей ветеринарному контролю



Экспорт в разрезе основных видов мяса



Количество предприятий в реестре экспортеров ИГ Цербер



Рыба и морепродукты	Мясо и мясопродукты	Молоко и молочная продукция	Другие пищевые продукты	Корма и кормовые добавки	Непищевые продукты и другое	Живые животные	Хранение
1283	311	208	198	370	314	134	1238

Инспекционные визиты стран-импортеров

2014 3 миссии	2015 8 миссий	2016 7 миссий	2017 24 миссии	2018 27 миссий	2019 (план 21)
ЕС (2)	Азербайджан (2)	Иран	ЕС	Таджикистан (2) – 2 проведены	Япония - проведена
Р. Корея	Вьетнам	Египет	ОАЭ (2)	Филиппины (2) – 2 проведены	ЕС (3) – 2 проведено
	КНР	КНР	КНР (3, в т.ч. по заверну)	Иран – проведена	Грузия - проведена
	Р. Корея	Япония (2)	Япония (2)	Молдова – проведена	Корея - проведена
	ОАЭ	Р. Корея	Сингапур	ЕС (2) – проведены	Венесуэла - проведена
	Иран	Турция	Иран (3)	ОАЭ - проведена	Азербайджан
	Бразилия		Бразилия	Турция - проведена	Иран
			Сербия	Китай	Новая Зеландия
			Саудовская Аравия	Япония	Таиланд
			Вьетнам	Республика Корея	Киргизия
			Турция	Таиланд (перенесли на 2019 год)	Армения
			Республика Корея	Гонконг - проведена	Тунис
			Куба (2)	Доминикана	Монголия
				Индонезия	Сингапур
				Вьетнам	Египет
			Марокко	Бразилия	Израиль
			Республика Беларусь	Израиль	Иран
			Молдова	Монголия	Малайзия
			Камбоджа	Республика Беларусь	Доминикана
				Оман	
				Саудовская Аравия	
				Куба	
				Грузия	
				Иран	
				Алжир	

Согласованные экспортные сертификаты

С целью увеличения объемов экспорта российской продукции животного происхождения и расширения географии такого экспорта Россельхознадзор в постоянном формате ведет работу по согласованию ветеринарных сертификатов с компетентными органами стран-импортеров.

Основными потенциальными импортерами российской продукции являются страны Ближнего Востока, Африки и Азиатско-Тихоокеанского региона.

С 2009 года по сегодняшний день согласовано 183 экспортных ветеринарных сертификата с 35 странами на различные виды продукции. В 2019 – 15 сертификатов с 10 странами.

Страны, в которые получено право доступа в 2017 -19 гг.



25 СТРАН

Япония, Гонконг, Китай, Куба, Венесуэла, Аргентина, Вьетнам, Ливан, Республика Корея, Саудовская Аравия, Бахрейн, Катар, ОАЭ, Сербия, Марокко, Бразилия, Сингапур, Кувейт, Турция, Либерия, Иран, Ирак, Молдова, Таджикистан, Оман

ПОЛУЧЕНО ПРАВО ДОПУСКА РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ

мясо птицы, говядина, свинина, мясо МРС, готовая мясная продукция, мясо

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ



Азия
(Китай, Вьетнам, Япония и т.д.)

Ближний Восток
(ОАЭ, Катар, Оман, Иран и т.д.)

Страны Африки

Основные условия осуществления экспортных поставок



Обучение специалистов

2017 год:

Обучение по нормам и требованиям к безопасности пищевой цепи Европейского Союза и стран ЕАЭС. Обучения проводились в Литве, Австрии и Испании. На базе ФГБУ «ВНИИЗЖ» и ФГБУ «НЦБРП» проведено обучение международному законодательству и требованиям стран-импортеров.

2018 год:

Обучение по теме «Система менеджмента пищевой безопасности - ХАССП. Обязательность внедрения. Практика. Подготовка к проверке»

Участие в обучающем семинаре по теме «Изучение условий и правил при осуществлении ввоза продуктов питания животного происхождения на территорию ОАЭ»

В октябре 2018 года прошел обучающий семинар во Вьетнаме по теме «Требования к качеству и безопасности продуктов животного происхождения во Вьетнаме»

2019 год: Обучение в Новой Зеландии, Литва, Латвия



Проблемные вопросы экспорта



Неблагополучная ситуация по ряду болезней животных (грипп птиц, АЧС, нодулярный дерматит и др.)



Выполнение международных стандартов и требований зарубежных стран со стороны ветеринарных служб субъектов Российской Федерации



- Незнание сотрудниками ветеринарных служб субъектов требований стран-импортеров
- проведение формальных обследований российских предприятий - экспортеров

12

Проблемные вопросы экспорта



Необходимость внесения изменений в законодательство РФ:

- государственная регистрация предприятий – экспортеров,
- проведение внезапных проверок поднадзорных объектов,
- разработка национальных программ по ликвидации особо опасных болезней животных



Отсутствие системы прослеживаемости при применении ветпрепаратов



Экспортный потенциал кондитерской промышленности РФ:

- текущий статус;
- перспективы;
- проблемы



Потенциал наращивания экспорта кондитерских изделий



GAGR (среднегодовой темп роста)



Потенциал наращивания экспорта кондитерских изделий



GAGR (среднегодовой темп роста)



Рынок кондитерских изделий стран ЕАЭС в 2017 году

Доля стран ЕАЭС в структуре экспорта КИ РФ составляет более 50%



АСКОНД
 Ассоциация предприятий
 кондитерской промышленности

Москва, 1-й Тверской-Ямской переулок 18
 тел.: +7 (499) 250-19-39
ascond@ascond.ru

Для подтверждения плановых объемов на экспорт надо:

1. Поддержка в области технического регулирования;
2. Масштабная поддержка позиционирования и продвижения российских продуктов питания на **внутреннем** и **внешних** рынках;
3. Господдержка инвестиционных проектов, направленных на создание новой товарной массы для экспорта; компенсация расходов на сертификацию
4. Конкурентная себестоимость и как следствие, конкурентная цена конечного продукта;
5. Отсутствие ввода новых тарифных\нетарифных ограничений и снятие некоторых текущих ограничений (Индия, Иран, др.);
6. Наличие сырьевой базы в нужном объеме;
7. Совершенствование мер господдержки логистики

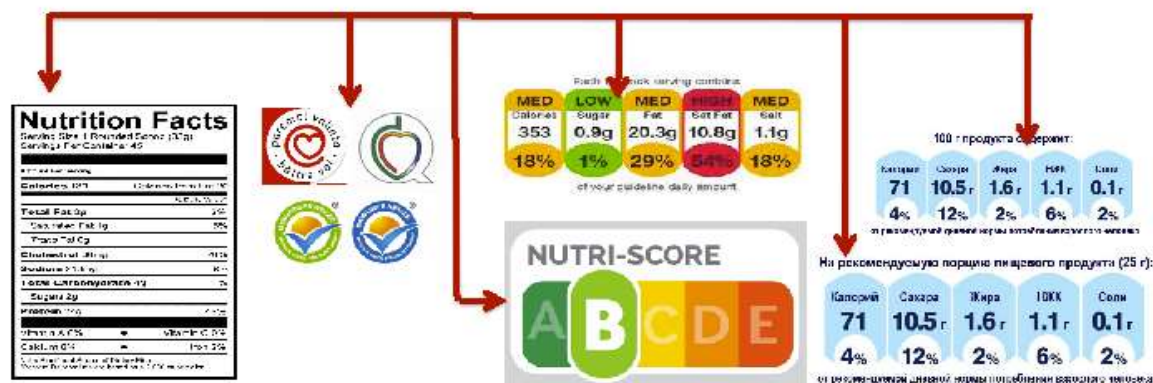
АСКОНД
 Ассоциация предприятий
 кондитерской промышленности

Москва, 1-й Тверской-Ямской переулок 18
 тел.: +7 (499) 250-19-39
ascond@ascond.ru

ЧАСТЬ ИНИЦИАТИВ ФОИВ ПО РЕГУЛИРОВАНИЮ МАРКИРОВКИ

В случае, если производитель реализует все существующие на текущий момент «пожелания» в области информации на упаковке, потребительская упаковка рискует превратиться в «лоскутное одеяло» с малопонятным для потребителя набором символов.

Особенно **критичной** данная ситуация является для **продуктов с малой площадью потребительской упаковки**.



НЕОБХОДИМЫЕ МЕРЫ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

№	Наименование	Отв.	Объем государственной поддержки, млн. руб.						
			2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1	Льготное кредитование реконструкции и модернизации предприятий, ориентированных на экспорт, включая расходы на закупку оборудования	МСХ	1 472	1 416	1 309	1 247	1 253	1 210	1 155
2	Финансирование продвижения категории кондитерские изделия на зарубежных рынках	РЭЦ	572	603	654	686	671	652	654
3	Компенсация затрат на аренду/субаренду складских площадей в странах экспорта	РЭЦ	123	128	144	152	156	177	193
4	Правовая поддержка в защита товарных знаков российских производителей в КНР, странах СНГ, США и государствах-членах ЕС	РЭЦ	50	50	50	50	50	50	50
5	Увеличение лимитов на компенсации затрат на участие в профильных зарубежных выставках	РЭЦ	106	117	131	134	134	131	135
6	Проведение маркетинговых исследований и приобретение аналитических отчетов	РЭЦ	170	170	170	170	170	170	170
7	Компенсация транспортных и логистических затрат	РЭЦ	273	277	288	303	314	354	384
8	Финансирование организации коллективных мультибрендовых российских кондитерских магазинов на крупнейших электронных площадках.	РЭЦ	304	309	324	328	322	326	329
9	Компенсация затрат, связанных с сертификацией и омологацией продукции, в первую очередь на рынках ОАЭ, Израиля, Ирана и Германии	РЭЦ	3	4	6	0	0	0	0
Итого			3 073	3 074	3 076	3 070	3 070	3 070	3 070

*) Коэффициент бюджетной эффективности: 12,8



Бренды кондитерского рынка России



АСКОНД
Ассоциация предприятий
кондитерской промышленности

Москва, 1-й Тверской-Ямской переулок 18
тел.: +7 (499) 250-19-39
ascond@ascond.ru

10

Совет Федерации
Федерального Собрания Российской Федерации

Аналитическое управление Аппарата Совета Федерации

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК

№ 18 (732)

**Экспортный потенциал агропромышленного комплекса
Российской Федерации: проблемы и перспективы развития**

(подготовлен по итогам Научно-методического семинара
Аналитического управления Аппарата Совета Федерации, 6 июня 2019 года)

Под общей редакцией
начальника Аналитического управления
Аппарата Совета Федерации,
доктора экономических наук
В.Д. Кривова

Редакторская группа:
Л.И. Холод, Р.Л. Кохнович, А.Н. Лукьянова, Н.А. Дмитриева

Электронная версия аналитического вестника размещена: в сети Интранет Совета Федерации
в разделе «Информационные материалы» и в сети Интернет (www.council.gov.ru)
в разделе «Аналитические материалы»
При перепечатке и цитировании материалов ссылка на настоящее издание обязательна

Подписано в печать 19.07.2019 г. Формат 21 x 29,7