

#01 (189)  
январь, 2015



РЕКЛАМНО-  
ИНФОРМАЦИОННОЕ  
ИЗДАНИЕ

vcci.ru

ДЕЛОВОЙ ЖУРНАЛ

**МЕРКУРИЙ**

# НАЛОГИ 2015

СМЕНА  
ИДЕОЛОГИЙ

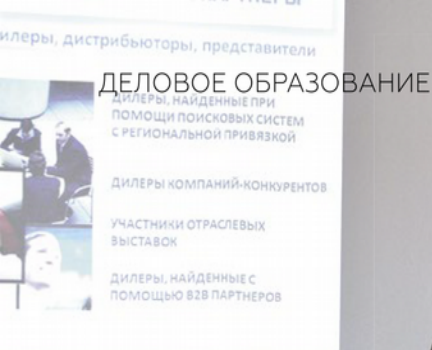
# РЕСТОРАН ЗВУЧИТ «ВКУСНО»

ЗАМЕТКИ  
МОСКОВСКОГО  
РЕСТОРАТОРА

*Сусанна  
Анцкитина-  
Юнглод*

руководитель холдинга  
«ПрофБизнесГрупп»

«ВЕЛИКОЕ  
НАСЛАЖДЕНИЕ  
СДЕЛАТЬ ТО,  
НА ЧТО ТЕБЯ  
СЧИТАЛИ  
НЕСПОСОБНЫМ»  
УОЛТЕР БЭДЖОТ



# СДЕЛКИ ЗА ВАЛЮТУ

Иван Егоров

Кому сегодня пришло время стучаться в экспортную дверь?

Вопреки экономическим санкциям, которыми Запад пытается урезонить Россию, наше правительство призывает бизнес активнее развивать экспортное направление, для чего готово предоставить значительные меры поддержки, считает генеральный директор консалтинговой компании «Деларей», руководитель проекта «Портал «Экспортеры России», член комитета по содействию внешнеэкономической деятельности ТПП РФ Юрий Шурыгин.

Своими мыслями он поделился со слушателями семинара, проходившего в Учебно-деловом центре Вятской ТПП, и редакцией «М».

– Юрий, экспортная деятельность открывает компаниям широкие горизонты?

– Да. Но сразу скажу, что прибыль от экспорта я бы не назвал большой. Порой при сопоставимых затратах, которые компания выделяет на увеличение продаж, большие результаты достигаются на родине, чем на внешних рынках. Поэтому чаще экспорт – это лишь одно из направлений.

– Если нет высокого дохода, зачем компании все же стремятся освоить этот вид коммерческой деятельности?

– Это, во-первых, репутационный капитал: создается имидж успешной фирмы. Как правило, региональные предприятия мало интересны, скажем, для СМИ. Если же партнеры компании находятся в дальних странах, интерес сразу возрастает. Во-вторых, сотрудники государственных структур, отвечающие за поддержку экспорта, тут же начинают активно идти навстречу таким фирмам. В-третьих, это возможность привле-

чения высококлассных специалистов, которые видят здесь перспективы для себя. В-четвертых, компания, которая планирует или уже работает на внешних рынках, может использовать опыт зарубежных коллег: новые маркетинговые приемы, бизнес-механизмы – и становится сильнее.

– И чем здесь может помочь государство?

– Сейчас правительство расходует большие средства на поддержку экспорта: выделяются субсидии, оказывается содействие участию в международных выставках.

– Если дела пошли в гору, стоит ли ориентироваться только на внешние рынки?

– Конечно, нет. Если компания уже показывает хорошие результаты работы в нашей стране, терять российский рынок нельзя ни в коем случае. Бизнес должен сначала состояться в своем отечестве. Тут у

государства есть еще одна задача: удержать компании, выросшие в нашей стране, которых сейчас активно переманивают зарубежные агентства привлечения инвестиций. Иностранцев в первую очередь интересует перенесение центров научных разработок.

– От каких подводных камней Вы как практик предостерегли бы новичков на внешних рынках?

– Для начала крайне важна заинтересованность руководства самого предприятия в развитии этого направления. Останавливает их чаще всего отсутствие мотивации и финансового интереса – нередко для многих в приоритете краткосрочное получение выгоды. Следующий этап – дело экспорт-менеджера, которому оперативно придется решать порядка 30 новых задач: изучать особенности международной логистики, зарубежное законодательство, проверку иностранных контрагентов. И что немаловажно: когда будут первые ошибки, а они будут обязательно, не опустить руки.

– Не проще ли довериться консалтинговой компании?

– Посоветую другое: для начала изучить уже имеющийся опыт коллег. Отдавая это направление на аутсорсинг, нередко приходится сталкиваться с недобросовестностью. В любом случае экспорт-менеджеру придется разбираться во всем детально.

– Где готовят таких чудо-специалистов?

– В том-то и дело, что нигде... Есть международные юристы, экономисты, но универсального экспорт-менеджера, да еще для небольшой компании, нет. В этой связи снимаю шляпу перед Вятской ТПП, потому что здесь такие курсы есть. О подобных в России я больше не знаю.

И еще: к сожалению, не все компании достаточно осведомлены о мерах господдержки. Проколесулировать их профессиональнее всего способен Центр поддержки экспорта, который тоже есть в Кирове. А интерес со стороны вятских компаний налицо. ■

Снимаю шляпу перед Вятской ТПП – здесь есть курсы для экспортеров, подобных которым в России я не знаю.