



Финансовые и нефинансовые инструменты поддержки экспорта

А.А. Нарышкин

ООО «РГ Консалтинг», Холдинг «Росгеология»

Продвижение интересов отечественных компаний за рубежом – основная задача экономической дипломатии любой страны. Продвижение отечественных товаров и услуг на зарубежные рынки способствует устойчивому положению страны в мировой экономике и экономической стабильности внутри государства. Ускорение экономического роста, интенсификация мировой торговли и тем более экспортной деятельности могут обеспечить не только рост экономики страны, но и рост благосостояния всех граждан, в т.ч. через механизмы перераспределения средств. В России развитие экспорта продукции с добавленной стоимостью стало одной из ключевых государственных задач. Для её реализации сформирована разветвлённая система институтов продвижения экспорта, часть из которых имеет долгий исторический опыт, другая создана недавно на основе опыта успешных практик зарубежных стран. Учитывая особенности данного этапа, руководством Российской Федерации ставится задача обеспечить рост экспорта посредством эффективного взаимодействия существующих институтов¹. Эта задача закреплена в национальном проекте «Международная кооперация и экспорт»².

В данной работе рассматривается зарубежный и отечественный опыт применения финансовых и нефинансовых инструментов поддержки экспорта, включая информационно-консультационные и промоутерско-организационные меры поддержки, методы популяризации экспорта внутри страны, а также различные кредитно-финансовые и страховые инструменты, призванные обезопасить экспортёра от политических рисков в стране-импортёре. Автором анализируются нормативно-правовые основы ключевых мер поддержки, а также возможные пути повышения эффективности через исключение дублирования функций различных институтов и создание синергетического эффекта в их деятельности.

Методология исследования основана на комплексном анализе современной системы институтов поддержки отечественного экспорта в России и за рубежом, нормативно-правовом анализе основополагающих документов и сравнительном анализе мер поддержки. Обширный предмет исследования обусловил применение междисциплинарного политико-экономического подхода.

УДК: 339.544

Поступила в редакцию: 12.02.2021 г.

Принята к публикации: 01.04.2021 г.

¹ Указ Президента РФ от 07.05.2018 № 204 (ред. от 21.07.2020) «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».

² Паспорт национального проекта «Международная кооперация и экспорт». *Правительство РФ* [Официальный сайт]. URL: <http://government.ru/info/35564/> (дата обращения 13.04.2021).

Ключевые слова: экономическая дипломатия, продвижение экспорта, нефинансовые меры поддержки, финансовые меры поддержки, информационно-аналитические инструменты, конгрессно-выставочные мероприятия, кредитование, страхование

Целью настоящей работы является изучение сложившейся практики финансовой и нефинансовой поддержки в продвижении экспорта и определение возможных перспектив её развития.

В отечественной научной мысли российскому опыту поддержки экспорта посвящены работы И.А. Балюка (Балюк 2016), А.А. Гаврилова (Гаврилов 2011), В.С. Кудряшова (Кудряшова 2018), А.Е. Лихачёва (Лихачёв 2006), К.Г. Сычёвой (Сычёва 2018), Ю.М. Филатовой (Филатова 2013). Зарубежный опыт рассматривался в работах Н.И. Белова (Белов 2013; 2015), А.С. Денисова (Денисов 2011), Д.М. Пирадова (Пирадов 2014), Р.О. Райнхардта (Райнхардт 2015), Ю.А. Сплетухова (Райнхардт, Сплетухов 2014), М.А. Щепелевой (Щепелева 2012).

А.Е. Лихачёв (Лихачёв 2006) посвятил свою работу широкому экономико-дипломатическому инструментарию российских и зарубежных государственных институтов. Особое внимание он уделил созданию благоприятных условий для работы российских компаний на ключевых направлениях (ЕС, постсоветское пространство), а также использованию инструментария международных организаций (ООН, ЮНКТАД, ВТО, МВФ, Всемирного банка и др.). Деловой опыт исследователя привёл его к выводу, что экономическая дипломатия – это важнейший институт укрепления международной конкурентоспособности страны, получения выгод и конкурентных преимуществ на мировом рынке. В этой связи особую важность он придавал активным формам политико-дипломатической поддержки и лоббированию отечественного экспорта, а также межгосударственным переговорам, направленным на улучшение условий доступа национальных компаний на зарубежные рынки.

Работа А.А. Гаврилова (Гаврилов 2011) посвящена зарубежному опыту финансовой поддержки экспорта и инструментам, которые могли быть востребованы в России (на момент написания работы не было создано отечественное экспортное страховое агентство). Особое внимание автор уделяет практике страхования экспортных кредитов за рубежом и договору уступки денежного требования (факторингу). Более детально особенности международного факторинга рассмотрены в работе Ю.М. Филатовой (Филатова 2013). Оба автора отмечали стратегическую значимость развития этих услуг в России для поддержки экспортной деятельности хозяйствующих субъектов.

И.А. Балюк (Балюк 2016) рассматривает этап формирования так называемых институтов развития (данный термин был введён в оборот позже), призванных обеспечить условия для продвижения отечественного экспорта. Особый акцент автор делает на продуктивном пакете экспортного страхового агентства России и результатах его работы, а также рассматривает зарубеж-

ный опыт работы экспортных кредитных агентств (ЭКА), который лёг в основу Российского агентства по страхованию экспортных кредитов и инвестиций (ЭКСАР).

Обращаясь к зарубежной литературе, можно констатировать встроенность российской практики в общий контекст системы продвижения экспорта. Основу продвижения любых товаров за рубеж составляют представительства за рубежом. В ряде стран этот функционал возложен на дипломатические миссии, в некоторых государствах существуют отдельные представительства крупных торговых компаний и торговых домов (Япония, Южная Корея), отдельных регионов (Испания) (Van Biesebroeck, Konings, Martincus 2016). При этом зарубежные исследователи показывают важность вложения государственных средств в продвижение экспорта. Так, согласно их подсчётам, в Аргентине вложение одного доллара в продвижение экспорта обеспечивает до 240 долл. в экспортных контрактах (Castro, Saslavsky 2009); в аналогичных исследованиях в США приведены данные о 432 дополнительных долларах в экспортных контрактах (Coughlin, Cartwright 1987). Особенно значимый результат от мер поддержки экспорта получают малые и средние предприятия, которые в наибольшей степени страдают от барьеров во внешней торговле (Munch, Schaur 2018). Именно малый и средний бизнес является основой диверсифицированной экономики западных стран, что обеспечивает им определённую стрессоустойчивость в условиях кризисов.

Таким образом, продвижение товаров на внешние рынки является неотъемлемой составляющей экономического развития любой страны.

В отечественной литературе наблюдается определённый недостаток работ, посвящённых комплексному анализу ситуации в государственных институтах поддержки экспорта на современном этапе, критической оценке различных мер государственной поддержки.

На основе международного опыта в 2015 г. был создан Российский экспортный центр. Группа РЭЦ объединила в себе нефинансовые и финансовые инструменты поддержки экспорта в лице АО «Росэксимбанк» и ЭКСАР. Сегодня группой РЭЦ пройден путь, сокращающий историческую дистанцию, разделяющую начало активной работы большинства мировых организаций по продвижению международной торговли и отечественного института поддержки экспорта, однако на данном этапе требуется существенная донастройка ряда его инструментов.

Мировая практика поддержки экспорта

Рассматривая зарубежный опыт и инструменты продвижения экспорта в зарубежных странах, остановимся на некоторых значимых примерах организации данной работы.

В Японии произошёл значительный подъём экономики страны за счёт интенсификации торговых операций и оказания содействия отечественным производителям в осуществлении экспортной деятельности. Страна, потерпевшая военное поражение во Второй мировой войне, уже к середине 1970-х гг. благодаря японскому экономическому чуду вышла в мировые лидеры по темпам роста экономики (Хасбулатов 2018). В настоящее время Япония занимает четвертое место в рейтинге крупнейших экономик мира³.

Исследованию данной проблематики посвящены работы Н.Ф. Лещенко (Лещенко 2008а; 2008б; 2009), Р.Б. Ноздревой (Ноздрева 2018), М.Н. Самойловой (Самойлова 2010), И. Кунио (Kunio 1982).

На более ранних этапах истории, в период «реставрации Мэйдзи» (1868–1889 гг.), именно торговые дома заложили основу развития экономики Японии, превратив отсталую аграрную страну в одно из ведущих и наиболее развитых государств мира. Реализуя собственную экономико-дипломатическую линию, Япония использует уникальные самобытные инструменты, включающие в себя коммерческие структуры, которые обеспечивают расширение японского экспорта. Генеральные торговые дома являются эффективным методом продвижения товаров на зарубежные рынки. Именно благодаря рациональной экономической политике японских властей и наличию мощных инструментов экономической дипломатии страна занимает лидирующие позиции в системе мировой экономики (Нарышкин, Оганезов 2020).

Основой южнокорейского экономического чуда стали финансово-промышленные конгломераты, получившие название «чеболь». Такие структуры пользовались обширной поддержкой государства в виде дешёвых кредитных средств и больших государственных заказов (Нарышкин, Оганезов 2020). Среди работ, посвящённых данному вопросу, можно отметить труды Ю.С. Сигиды (Сигида 2014; 2015а; 2015б), Донг-Сунг Чо (Cho Dong Sung 1984).

Быстрый рывок в развитии южнокорейской экономики и расширении рынков сбыта продукции был достигнут во многом благодаря тяжёлому труду сотрудников компаний. Так, в 1980-е гг. продолжительность рабочей недели была ограничена 60 часами, на практике же рабочий день шестидневной рабочей недели длился 12 часов. Велась усиленная пропаганда трудового энтузиазма, что на деле означало изнурительный труд при сравнительно низких зарплатах (Сигида 2014: 141). Позднее правила были смягчены, а с 2004 г. 40-часовая рабочая неделя была введена законодательно (Байгереев 2006).

Опыт работы европейских учреждений, в частности французских и итальянских, оказывающих поддержку внешней торговле, рассматривал Р.О. Райнхардт (Райнхардт 2017; 2018). Он изучал также опыт подобных учреждений

³ The Biggest Economies in the World. *Statista* [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/chart/19489/biggest-economies-in-the-world/> (accessed 13.04.2021).

одной из самых крупных экономик Европейского союза – экономики Федеративной Республики Германия (Райнхардт 2015). В ФРГ поддержку участников внешнеэкономической деятельности (ВЭД) осуществляют три «столпа»: заграничные учреждения МИД, федеральное агентство ВЭД (*Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH*) и внешнеторговые палаты. Любые участники ВЭД могут обратиться за помощью в заграничные учреждения или в центральный аппарат МИД, которые исполняют, главным образом, «контактообразующую» функцию (Райнхардт 2015: 71).

Ключевая функция федерального агентства ВЭД – информационно-аналитическая: проведение исследований зарубежных рынков и законодательства, подготовка информации по конкурсам и тендерам за рубежом (Райнхардт 2015: 72).

Внешнеторговые палаты являются одним из старейших ныне действующих инструментов германской экономической дипломатии. Как правило, данные организации базируются в странах сосредоточения интересов германских компаний. Главная услуга, оказываемая внешнеторговыми палатами, – бизнес-мэтчинг, установление деловых контактов германских и иностранных компаний.

Так, в рамках работы, направленной на продвижение российского несырьевого неэнергетического экспорта на рынок Германии и других стран Европейского союза с 2019 г., реализуется совместный проект Российского экспортного центра и Российско-германской внешнеторговой палаты (РГВТП). В рамках данного проекта РГВТП осуществляет поиск иностранных покупателей продукции российских экспортно-ориентированных предприятий на территории ФРГ и ЕС, а также направляет запросы потенциальных импортёров на поиск российских поставщиков, проводит исследование рынка и осуществляет поиск перспективных ниш. РЭЦ со своей стороны осуществляет подбор российских производителей, готовых выходить на рынок Германии.

Высокий потенциал данного проекта обусловлен тем, что РГВТП – член Объединения торгово-промышленных палат Германии (DINК), которое одновременно является головным союзом 79 немецких торгово-промышленных палат Германии, членство которых в DINК закреплено в Германии на законодательном уровне. DINК представляет интересы всех немецких фирм, занятых в промышленности, торговле, банковском деле и сфере услуг. Представляя немецкую экономику в России, РГВТП фактически является прямым посредником в отношении потенциальных контрактов со всеми 3,5 млн немецких компаний из различных отраслей.

Успешный опыт коммерциализации и обеспечения частичной самоокупаемости института продвижения экспорта за счёт предоставления платных услуг был реализован в Швейцарии. S-GE (*Swiss Business Hubs*) создал эффективный механизм по выводу клиентов на заключение экспортного контракта путём реализации ряда логичных и последовательных шагов, начиная с получения запроса от клиента на поиск партнёра и формирование запросных позиций для

дальнейшего проведения предметных переговоров с потенциальными зарубежными партнёрами (Нарышкин, Оганезов 2020).

Инструменты нефинансовой поддержки экспорта

Заключение контрактов и поставка товаров в дальние страны всегда были сопряжены с организационными трудностями. Несмотря на интенсификацию мировой торговли, выход на зарубежные рынки представляется сложным шагом для многих небольших и даже средних компаний, порой играет роль даже своего рода сложность восприятия отдельных руководителей, а не недостаток финансирования. Можно также отметить сложности в поиске контрагентов и необходимость поддержки в переговорных процессах с властями страны назначения. Имеет значение и недостаток информированности в иных случаях. Для решения такого рода проблем ведётся работа по популяризации экспорта и распространению информации о возможности доступа на зарубежные рынки.

Нефинансовая поддержка экспорта призвана обеспечить известность и конкурентоспособность отечественных товаров за рубежом, рекламировать не только отдельные бренды, но также и сам бренд «Сделано в России», популяризировать экспортную деятельность внутри страны. Инструменты нефинансовой поддержки, оказываемой российским компаниям, исторически можно разделить на две группы: первая – сложившиеся эволюционным путём внутри российского государства и, вторая – позаимствованные в успешной зарубежной практике.

Имея большой опыт практической работы в системе Торговых представительств России за рубежом и в Российском экспортном центре, автор хотел бы предложить рассмотреть подробнее российскую специфику и практику применения мер нефинансовой поддержки, а также основные институты, оказывающие данную поддержку.

Можно выделить четыре основных блока нефинансовой поддержки:

1. Информационно-консультационные меры.
2. Промоутерско-организационные меры.
3. Популяризация экспорта внутри страны.

Данные направления приложения усилий не являются исключительно отечественной новацией, но также активно применяются за рубежом (Van Biesebroeck, Konings, Martincus 2016).

Информационно-консультационные меры включают анализ зарубежных рынков, маркетинговые исследования, исследования в области торговли и инвестиций.

Этот вид деятельности всегда был основой отечественной экономической дипломатии. Так, ещё при Петре I с целью развития внешнеторговых связей были созданы российские консульства в ряде стран. Регламентами Коммерц-коллегии 1719 г. и 1724 г. предписывалось консулам «иметь попечение о всём

том, что ... порядку купечества служить может»⁴. Одна из основных их функций заключалась в изучении конъюнктуры зарубежных рынков. Консулам надлежало собирать сведения о том, как «в других государствах, и землях сего государства, и чужестранные товары в цене поднимаются и низятся, такожде как пошлины в чужестранных приморских городах возвышаются и убавляются, какие трактаты о коммерции между чужестранными державами постановлены и какие о морском хождении, купечестве и каперстве и прочих регламенты выдаваны бывают»⁵. Фактически ещё три века назад зарубежным представителям ставилась крайне актуальная и сегодня задача анализа зарубежных рынков с целью поиска ниш и создания благоприятных условий для продажи отечественных товаров, по возможности с исключением посредничества и ценовой конкуренции на отдельных рынках.

Промоутерско-организационные меры поддержки включают работу по продвижению российских брендов за рубежом, организацию мероприятий по информированию о российской продукции участников как отдельных переговорных процессов, организованных при помощи зарубежных представительств, так и крупных системных мероприятий – бизнес-миссий, выставок и крупных тендеров за рубежом. Участие в такого рода мероприятиях позволяет иностранным покупателям познакомиться с отечественной продукцией и ведёт в перспективе к заключению контрактов. Однако здесь есть проблема своего рода тройного финансирования. Она может возникать довольно часто. На одних и тех же опорных мероприятиях размещаются стенды российских представителей, которые оплачиваются из разных источников: во-первых, стенды компаний, приехавших с использованием субсидии через РЭЦ, во-вторых, стенды компаний, содействие которым оказывал Минпромторг, в-третьих, стенды российских регионов, финансируемых по линии субсидии центрам поддержки экспорта (ЦПЭ). Координация застройки павильонов в едином стиле, а также координация графика, включая планирование финансирования государственного участия в различных мероприятиях практически отсутствуют. При разрозненном подходе найм различных застройщиков, отдельные договоры на аренду площадей ведут к росту расходов при одновременной потере эффективности из-за подобного распыления. На такого рода мероприятиях осуществляется найм отдельных подрядчиков для организации предметных переговоров. Данную функцию могли бы и должны исполнять представительства за рубежом: Торгпредства, представительства РЭЦ, посольства (в случаях отсутствия первых). Задача по организации таких встреч должна решаться планомерно, а зарубежные представительства должны иметь обширную базу контактов в стране пребывания по каждой из перспективных отраслей. В случае необходимости

⁴ Полное собрание законов Российской империи (далее – ПСЗ). 1-е собрание. Т. 5. № 3317.

⁵ ПСЗ. 1-е собрание. Т. 5. №3318. П. 27.

эти контакты используются для рассылки приглашений/обзвона перед мероприятием или для точечной организации переговоров при поиске партнёра.

Популяризация экспорта внутри страны имеет особое значение в применении к российской действительности. Ряд стран исторически развивался как крупные экономические державы, торгующий со всем миром (например, Великобритания) или как небольшая высокоразвитая страна, внутренний рынок которой не даёт необходимого объёма сбыта высокотехнологичной продукции (например, Финляндия). Рассматривая историю России, можно отметить, что международной торговлей занимались в основном государство и крупные компании (за исключением приграничной торговли), а выход на зарубежные рынки для многих малых и средних компаний выглядел как нечто сложное и уникальное. Сейчас на практике нередки ситуации, когда зарубежный партнёр обращается с заявкой на поиск поставщиков тех или иных товаров из России. Это могут быть как запросы высокотехнологичных продуктов, так и удобрений, продукции сельского хозяйства, писчей бумаги или даже бельевых прищепок. Но найти их не так-то просто. С трудностями в поиске такой продукции на местах мы сталкивались неоднократно. Продукция, действительно, может производиться в РФ, но ни центры поддержки экспорта, ни базы данных поставщиков продукции не дают возможности найти потенциальных экспортёров.

Популяризация самой возможности выхода за рубеж является важным фактором ухода нашей страны от сырьевой зависимости.

Как правило, организации по продвижению экспорта придают большое значение обучению предпринимателей своих стран. Совместные образовательные программы и коучинговые проекты для экспортёров, а также практика образовательных обменов могли бы способствовать развитию внешнеэкономических связей и повышению уровня знаний экспортёров. Не стала исключением и наша страна: по аналогии с популярным направлением инновационного бизнеса – акселерацией стартапов процесс обучения был назван акселерацией. Такую работу ведёт «Школа экспорта», работающая в РЭЦ, а также центры поддержки экспорта в рамках отдельной субсидии. Измерение результатов эффективности такого обучения – сложная задача: безусловно, может возникнуть и даже часто возникает ситуация, при которой само обучение проводится добросовестно, а компания-участник выставляет сотрудников, не готовых к обучению (не владеющих иностранными языками, навыками делового общения с иностранными партнёрами) либо не имеющих полномочий по принятию решений внутри компании, что не позволит в дальнейшем оказать содействие экспорту.

Реализация нефинансовых услуг в части содействия в выходе на зарубежные рынки на современном этапе ведётся разветвлённой сетью зарубежных представительств России: Торговыми представительствами, экономическими отделами посольств (особенно в странах, где Торгпредства отсутствуют), а также представительствами РЭЦ. Внутри страны эту работу ведут не только центральные аппараты Минпромторга и РЭЦ, но также отдельные центры поддержки

экспорта в регионах, имеющие своё финансирование и право найма отдельных подрядчиков на выполнение работ за рубежом.

Деятельность перечисленных институтов финансируется из государственного бюджета Российской Федерации напрямую или в форме предоставления различных субсидий и направлена на определённый перечень мероприятий, что наглядно видно из таблицы (см.: табл. 1).

Таблица 1. Перечень мероприятий зарубежных представительств России по продвижению российского экспорта.

Table 1. List of activities of foreign representations of Russia to promote Russian exports.

№ п/п	Название мероприятий	Минпромторг/ Торгпредства	РЭЦ	ЦПЭ
1	Доступ к российским и международным информационным порталам и базам данных по тематике внешнеэкономической деятельности	•	•	•
2	Содержание зарубежной сети представительств	•	•	
3	Создание и (или) обеспечение работы сайта / портала	•	•	•
4	Организация и проведение конгрессно-выставочных мероприятий (конференций, форумов, бизнес-миссий, софинансирование участия в выставках)	•	•	•
5	Мероприятия для обмена опытом центров поддержки экспорта			•
6	Аналитические исследования / содействие в проведении индивидуальных маркетинговых/патентных исследований иностранных рынков	•	•	•
7	Поиск партнёров для субъекта малого и среднего предпринимательства	•	•	•
8	Содействие в размещении субъектов МСП на электронных торговых площадках		•	•
9	Образовательные услуги / акселерация		•	•
10	Сертификация / адаптация продукции за рубежом		•	•

Источники: Законодательство Российской Федерации⁶. Составлено автором.

⁶ Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 25 сентября 2019 г. N 594 «Об утверждении требований к реализации мероприятия по созданию и (или) развитию центров поддержки экспорта, осуществляемого субъектами Российской Федерации, бюджетам которых предоставляются субсидии на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства в субъектах Российской Федерации в целях достижения целей, показателей и результатов региональных проектов, обеспечивающих достижения целей, показателей и результатов федерального проекта «Акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства», входящего в состав национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», и требований к центрам поддержки экспорта и о внесении изменений в некоторые приказы Минэкономразвития России в части требований к реализации мероприятий, осуществляемых субъектами Российской Федерации, бюджетам которых предоставляются субсидии на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства», Годовой отчёт РЭЦ 2019 г. URL: <https://2019.exportcenter.ru/exrocenter/export-support-in-2019/#ch-2-4>; Постановление Правительства Российской Федерации от 5 декабря 2019 г. № 1596 «О государственной поддержке проектов повышения конкурентоспособности, связанных с продвижением, сертификацией и (или) адаптацией российской продукции, в том числе содержащей результаты интеллектуальной деятельности, к требованиям внешних рынков»; Постановление Правительства РФ от 24 апреля 2017 г. № 488 «Об утверждении Правил предоставления из федерального бюджета субсидии акционерному обществу «Российский экспортный центр» на финансирование части затрат, связанных с продвижением высокотехнологичной, инновационной и иной продукции и услуг на внешние рынки»; Постановление Правительства РФ

Каждое из перечисленных в таблице мероприятий направлено на реализацию политики развития экономики России и продвижения интересов российских участников внешнеэкономической деятельности за рубежом. Безусловно, в процессе реализации данных мероприятий необходим строгий надзор не только за целевым назначением использования государственных средств, но и за эффективностью их использования. Однако даже при беглом рассмотрении обозначенных мероприятий обращает на себя внимание дублирование функций между несколькими крупнейшими государственными структурами, при этом мы не взяли в расчёт функционал зарубежных представительств за рубежом крупных государственных компаний (Ростех, ВЭБ.РФ, Роснефть и др.), российских регионов (наиболее разветвленную сеть имеет Республика Татарстан, в отдельных странах представлены и другие регионы нашей страны). Рассматривая работу представительств субъектов Российской Федерации за рубежом на примере Татарстана, можно выделить шесть основных индукторов измерения эффективности работы зарубежных представительств субъектов: количество предприятий, занимающихся экспортом из Республики Татарстан; количество заключенных контрактов между предприятиями; количество совместных проектов в сфере сельского хозяйства; количество выставок, презентаций, форумов, совместных культурных мероприятий, а также привлечение резидентов (инвесторов) в ОЭЗ «Иннополис» (Гиматдинов, Носырев 2018). Все эти индикаторы отражают важнейшие акценты не только в деятельности представительств того или иного региона, но и фактически во многом дублируют задачи Торгпредств и представительств РЭЦ. Не оспаривая эффективности проводимой работы, нельзя не отметить дублирования задач. В ряде стран представительствами Татарстана действительно налажена эффективная работа, и в данном случае имеется перспектива формирования единой системы, обеспечивающей если не объединение, то синергию наличествующих инструментов.

Обеспечение синергетического эффекта от финансируемых мер, исключение дублирования функций позволяет достигнуть серьезных результатов в общегосударственном масштабе. На решение этой задачи в 2018 г. была направлена концепция Единой системы продвижения экспорта. Она стала одной

от 17 декабря 2016 г. № 1388 «О предоставлении субсидий из федерального бюджета производителям высокотехнологичной продукции на компенсацию части затрат, связанных с сертификацией продукции на внешних рынках при реализации инвестиционных проектов»; Постановление Правительства РФ от 15 декабря 2016 г. № 1368 «О предоставлении субсидий российским производителям на финансирование части затрат, связанных с регистрацией на внешних рынках объектов интеллектуальной собственности»; Постановление Правительства РФ от 26 апреля 2017 г. № 496 «О предоставлении субсидий из федерального бюджета российским организациям, в том числе организациям автомобилестроения, сельскохозяйственного машиностроения, транспортного машиностроения и энергетического машиностроения, на компенсацию части затрат на транспортировку продукции»; Постановление Правительства РФ от 7 ноября 2020 г. N 1794 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 26 апреля 2017 г. № 496»; Постановление Правительства РФ от 28 марта 2019 г. N 342 «О государственной поддержке акционерного общества "Российский Экспортный Центр", г. Москва, в целях развития инфраструктуры повышения международной конкурентоспособности».

из значимых вех национального проекта «Международная кооперация и экспорт»⁷. Новым составом Правительства эти задачи ставятся в рамках подготовки фронтальной стратегии социально-экономического развития Российской Федерации)⁸.

Финансовая поддержка экспорта

Финансовая поддержка – второй важнейший элемент развития экспорта высокотехнологичной продукции на зарубежные рынки.

Зарубежная практика содействия экспортёрам заключается, прежде всего, в предоставлении государственных гарантий по кредитам, страхового покрытия политических рисков, рисков неплатежа, а также рисков невозможности осуществить поставку. В Германии данная работа ведётся Euler Hermes⁹, в Великобритании – UK Export Finance¹⁰, в Италии – SACE¹¹ и Cassa Depositi e Prestiti¹², во Франции – COFACE¹³ и Caisse des Dépôts¹⁴, в Швейцарии – SERV¹⁵, в США – EXIMBANK¹⁶, в КНР – SINOSURE¹⁷, в Японии – NEXI¹⁸. Ряд основополагающих аспектов их работы рассмотрены в работах А.А. Гаврилова (Гаврилов 2011), Н.И. Белова (Белов 2013; 2015), Д.М. Пирадова (Пирадов 2014), Р.О. Райнхардта (Райнхардт 2015; 2017; 2019), Ю.А. Сплетухова (Райнхардт, Сплетухов 2014), М.А. Щепелевой (Щепелева 2012).

Зарубежный опыт был взят за основу при формировании системы финансовой поддержки экспорта в России. Перечисленные зарубежные страховые агентства принадлежат государству полностью либо частично и специализируются на страховании различных рисков, связанных с экспортной деятельностью. В большинстве стран такого рода деятельностью наряду с государственными агентствами могут заниматься и коммерческие компании, однако, распространённая практика финансирования государством данного вида дея-

⁷ Паспорт национального проекта (программы) «Международная кооперация и экспорт» (утверждён президентом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам; протокол от 24.12.2018 г. № 16).

⁸ Кошкина А., Рубченко М. Правительство готовит новую стратегию социально-экономического развития. *Ведомости* 02.02.2021 URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2021/02/02/856382-pravitelstvo-gotovit-novuyu-strategiyu-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya> (дата обращения: 13.04.2021).

⁹ Euler Hermes Group [Electronic resource]. URL: <http://www.eulerhermes.com> (accessed 13.04.2021).

¹⁰ UK Export Finance [Electronic resource]. URL: <https://www.gov.uk/government/organisations/uk-export-finance> (accessed 13.04.2021).

¹¹ SACE Spa [Electronic resource]. URL: <http://www.sace.it> (accessed 13.04.2021).

¹² Cassa Depositi e Prestiti [Electronic resource]. URL: <https://www.cdp.it/sitointernet/it/homepage.page> (accessed 13.04.2021).

¹³ COFACE [Electronic resource]. URL: <https://www.coface.com> (accessed 13.04.2021).

¹⁴ Caisse des Dépôts [Electronic resource]. URL: <https://www.caissedesdepots.fr> (accessed 13.04.2021).

¹⁵ SERV [Electronic resource]. URL: <https://www.serv-ch.com> (accessed 13.04.2021).

¹⁶ EXIMBANK [Electronic resource]. URL: <https://www.exim.gov/> (accessed 13.04.2021).

¹⁷ SINOSURE [Electronic resource]. URL: <https://www.sinosure.com.cn/en/> (accessed 13.04.2021).

¹⁸ NEXI [Electronic resource]. URL: <https://www.nexi.go.jp/en/> (accessed 13.04.2021).

тельности обусловлена тем, что размеры страховых выплат при осуществлении страховых операций могут превышать поступления страховых взносов, что делает страхование в некоторых случаях убыточным. Приоритетом при определении размеров страховых взносов выступает не реальная величина страхового риска, важным фактором является задача стимулировать экспортные поставки путём предоставления страховой защиты на приемлемых для страхователя условиях и развитие экспортного потенциала предприятий (Сплептухов 2014). Гарантийно-страховые инструменты позволяют участникам ВЭД не извлекать из оборота значительные финансовые средства и обеспечивают рост темпов производства наиболее конкурентоспособных компаний и производств.

При современном развитии конкуренции поиск крупного покупателя продукции либо услуг за рубежом невозможен без обеспечения кредитной линии. Практически любые переговоры о крупных проектах по строительству предприятий, развитию инфраструктуры городов и т.п. начинаются с изучения условий поставки. Помощь в финансировании такого рода проектов оказывают ВЭБ.РФ (бывший Внешэкономбанк), а также АО «Росэксимбанк», являющийся частью группы РЭЦ. Основные банковские продукты включают льготные экспортные кредиты и государственные гарантии в обеспечение обязательств экспортёра и иностранного покупателя.

Наиболее востребованные услуги, по данным годового отчёта группы РЭЦ 2019 г.¹⁹, – это факторинг, кредит иностранным покупателям и их банкам, предэкспортное и постэкспортное финансирование.

Факторинг – один из наиболее удобных финансовых инструментов, позволяющий экспортёру получать причитающееся по контракту вознаграждение без отсрочки, обеспечивая защиту от риска неплатежа.

По своему финансовому содержанию факторинг представляет собой сочетание кредита поставщика с комиссионными услугами, состоящими в принятии кредитных рисков фирмой-фактором (Филатова 2013: 115). Кроме того, полностью закрывая риск неплатежа со стороны иностранных покупателей, данная услуга становится определённой защитой от недобросовестных покупателей. Так как право требования по договору переходит к банку (фактору), на практике импортёры, чьи намерения изначально были нацелены на обман поставщиков, отказываются от сделки.

Продукт «международный факторинг» был утверждён Правлением Росэксимбанка 11 октября 2018 г. По итогам 2019 г. банком заключено 10 рамочных договоров факторинга и профинансировано более 800 поставок на общую сумму 1,9 млрд руб. Из наиболее значимых проектов 2019 г. можно выделить контракт с ПАО «СИБУР Холдинг» на поставку отечественной продукции в страны

¹⁹ Годовой отчёт группы РЭЦ 2019 г. РЭЦ. *Официальный сайт*. URL: <https://2019.exportcenter.ru/eximbank/bank-areas-of-priority/#ch-2-1> (дата обращения 13.04.2021).

ближнего и дальнего зарубежья, получая финансирование Росэксимбанка в валюте контракта в размере 100% от суммы поставки сразу после осуществления отгрузки экспортных товаров. Также международный факторинг был востребован АО «АвтоВАЗ» и ООО «УАЗ» в рамках контрактов на поставки автомобилей и комплектующих.

Кредит иностранному покупателю – базовый продукт, суть которого в обеспечении доступности отечественных товаров импортёрам на выгодных финансовых условиях. Как правило, сами детали, включая процентную ставку по кредиту и некоторые другие параметры сделки, остаются коммерческой тайной. Согласно отчёту группы РЭЦ, кредитная поддержка была востребована со стороны крупнейших поставщиков химических удобрений, алмазов, продукции из деформируемых алюминиевых и магниевых сплавов, широко применяемых в различных отраслях промышленности, включая авиа- и судостроение²⁰.

Для страхования кредитных и политических рисков по экспортным кредитам и страхования российских инвестиций за рубежом от политических рисков в 2011 г. было создано Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций (ЭКСАР) с красивым слоганом «Открываем рынки – закрываем риски». Сегодня данное агентство также является частью группы РЭЦ и предоставляет страховую поддержку, включая страхование кредита покупателю, поставщику экспортного факторинга, кредита на пополнение оборотных средств, инвестиций за рубежом и др.

Наиболее востребованным страховым продуктом, занимающим без малого половину лимита страховой ответственности ЭКСАР (на 01.01.2020), является страхование кредита покупателю, что защищает отечественного экспортёра от риска неплатежа со стороны иностранного контрагента.

Также в число наиболее востребованных услуг вошли: перестрахование, страхование кредита на пополнение оборотных средств экспортера, страхование краткосрочной дебиторской задолженности.

Отдельно стоит остановиться на продукте «страхование краткосрочной дебиторской задолженности», направленном на защиту от риска неплатежа по регулярным поставкам однородных товаров за рубеж, тем самым помогая увеличить торговый оборот по уже существующим контрагентам или дать отсрочку тем контрагентам, с которыми до этого компания работала по предоплате. В числе поддержанных в 2019 г. отечественных экспортеров выделяются крупные поставщики птицеводческой продукции ГАП «Ресурс», один из крупнейших производителей бытовой техники ООО «Вирлпул РУС» (бренды Indesit, Hotpoint Ariston, Whirlpool, KitchenAid), а также производитель алко-

²⁰ Годовой отчёт группы РЭЦ 2019 г. РЭЦ. *Официальный сайт*. URL: <https://2019.exportcenter.ru/eximbank/bank-areas-of-priority/#ch-2-1> (дата обращения: 13.04.2021).

гольной продукции ГК «Руст» и поставщики различной металлургической продукции²¹.

Финансовое плечо при проведении экспортных операций трудно переоценить. Только наличие выгодного финансового предложения и рассрочки платежа может обеспечить привлекательность крупных проектов. Действительно, работа с крупными клиентами как несёт меньшие риски со стороны клиента, так и даёт возможность более системно решать вопрос с возвратом долга на межправительственном уровне. И эта работа налажена в ЭКСАР. Его генеральный директор Н.В. Гусаков констатирует: «Исторически Агентство начинало с поддержки более крупных экспортёров, и сейчас они продолжают составлять основу нашей клиентской базы и формировать основной объём поддержки... При этом мы видим большой потенциал в МСП – экспортно ориентированные компании этого сегмента проявляют всё больший интерес к финансовым и нефинансовым мерам поддержки»²².

Безусловно, определённые истории успеха крупнейших российских производителей – важный триггер для запуска масштабной поддержки несырьевого экспорта. Однако кредитно-страховая поддержка государственных экспортных кредитных агентств в наибольшей степени нужна прежде всего небольшим высокотехнологичным компаниям, выходящим на зарубежные рынки со своей продукцией. Зачастую это рынки, несущие большие риски невыплаты, да и в России небольшие компании не всегда характеризуются финансовой устойчивостью, сравнимой с крупными компаниями.

В практике работы российских институтов нередко отказы таким МСП, производящим, например, машины и оборудование для строительства или телекоммуникационное оборудование, со ссылкой на высокие риски, которые не может взять на себя Агентство. По понятным причинам некорректно раскрывать наименования этих компаний, однако можно сказать, что в ряде случаев отказ был обоснован высокими рисками невыплаты обещанных по контракту сумм со стороны импортёра. И действительно, заключая сделку с контрагентами в ряде стран Латинской Америки, Центральной Азии или Южной Европы без правительственных гарантий, экспортёр несёт более высокие риски невыплаты. Похожие риски возникают при продаже продукции в высококонкурентных сегментах рынка развитых стран: финансовая поддержка НИКОР и масштабирования производства в таких случаях нужна гораздо раньше, чем будут заключены контракты и получены первые выплаты по ним. Безусловно, оценка рисков в данной ситуации основана на финансовых расчётах, но без государ-

²¹ Годовой отчёт группы РЭЦ 2019 г. РЭЦ. *Официальный сайт*. URL: <https://2019.exportcenter.ru/exiar/exiar-areas-of-priority/#ch-3-1> (дата обращения 13.04.2021).

²² ЭКСАР подвело итоги работы за 2020 год. ЭКСАР *Официальный сайт*. URL: <https://www.exiar.ru/press/news/6224/> (дата обращения 13.04.2021).

ственной поддержки российским «кулибиным» не выбраться на зарубежные рынки, а о конкуренции с крупнейшими зарубежными высокотехнологичными компаниями можно и не мечтать.

Впрочем, в ряде случаев финансовая поддержка российских изобретателей инновационной продукции приходит из-за рубежа. К примеру, в партнёрстве с японской корпорацией *Yamaha* продолжает покорять зарубежные рынки калининградское предприятие *Baltmotors* – изобретатель самобытного мотобуксировщика – удобной всесезонной техники для активного отдыха и работы.

Не каждый товар настолько самобытен и инновационен, чтобы получить выгодные предложения от зарубежных партнёров и инвесторов. Многие потенциально сильные участники конкурентных мировых рынков высокотехнологичной продукции нуждаются именно в финансовом плече. Отказ реальным высокотехнологичным экспортёрам в поддержке из-за существенного политического риска стран назначения экспорта недопустим. Малые высокотехнологичные предприятия такие риски взять на себя не могут, да и не должны по большому счёту.

Подводя итоги, можно констатировать наличие у России разветвлённой системы продвижения экспорта, включающей несколько структур федерального уровня, в их числе – Министерство промышленности и торговли Российской Федерации, Российский экспортный центр, отвечающие за развитие нефинансовой поддержки экспорта, а также экспортное агентство по страхованию вкладов, кредитно-финансовые организации (ВЭБ.РФ, Росэксимбанк), реализующие финансовые услуги. В субъектах, помимо региональных ведомств, государством финансируется деятельность центров поддержки экспорта. Непосредственно на местах работа ведётся Торгпредствами (в случае их отсутствия – посольствами) России, представительствами РЭЦ, а также представительствами крупных государственных компаний и субъектов РФ.

Нефинансовые меры поддержки охватывают несколько крупных задач: от аналитики рынков и популяризации экспорта внутри страны до обучающих/акселерационных мероприятий и организации промоушена российских товаров. Все эти меры не новы и давно зарекомендовали свою эффективность в мировой практике.

Важной отправной точкой сегодня является острая необходимость сосредоточения усилий государственных институтов на общих задачах по продвижению экспорта, обеспечение синергии имеющихся инструментов и исключение дублирования в их работе.

В части финансовых инструментов практика использования гарантийно-страховых и кредитных продуктов также имеет доказанную эффективность не только за рубежом, но и в экспортных проектах крупных российских предприятий. Наблюдается развитие линейки предлагаемых продуктов и российской практики работы с финансовыми инструментами: получил распространение факторинг, позволяющий экспортёру получать расчёт по контракту без отсроч-

ки, обеспечивая защиту от риска неплатежа и сохранение финансов в обороте предприятия. Острой проблемой в части финансовой поддержки экспорта остаётся необходимость обеспечения открытого доступа малых и средних высокотехнологичных компаний к финансовой поддержке отечественных государственных институтов развития.

Об авторе:

Андрей Александрович Нарышкин – кандидат политических наук, управляющий директор ООО «РГ Консалтинг», Холдинг «Росгеология». E-mail: andr-naryshkin@yandex.ru

Конфликт интересов:

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Received: February 02, 2021

Accepted: April 01, 2021

Financial and Non-Financial Support of Export

A.A. Naryshkin

[DOI 10.24833/2071-8160-2021-2-77-72-91](https://doi.org/10.24833/2071-8160-2021-2-77-72-91)

RG Consulting, RosGeo

Abstract: Promotion of domestic companies interests abroad is the main task of economic diplomacy. Promotion of domestic goods and services in foreign markets ensures the country's stable position in the world economy and economic stability within the state. Following economic boost, world trade and especially export growth may ensure not only country's economy growth, but also citizens welfare through mechanisms for reallocating funds. Value-added exports development in Russia has been brought to the rank of one of the key government goals. Russia has an export promotion institutions system. Some institutions have long history. Others have been created recently and based on foreign practices. The Russian government has developed the national project "International cooperation and export", it sets the goal to ensure export growth through effective interaction of existing institutions.

The article reviews the foreign and domestic practices of export support through financial and non-financial instruments. They include market analysis tools, exhibition support, popularizing exports within the country, various export credit and insurance instruments protecting the exporter from political risks in foreign markets. Author analyzes the legislative framework of key support measures and possible ways to improve efficiency by eliminating duplication in various institutions functions. It should provide a synergistic effect boosting their efficiency.

The methodology of the study is based on a comprehensive analysis of the modern export promotion institutions system in Russia and abroad, a regulatory analysis of fundamental

documents and a comparative analysis of export support measures. The extensive research subject has provided the usage of an interdisciplinary approach covering economic and political research.

Keywords: economic diplomacy, trade promotion, non-financial export support, financial export support, market analysis tools, exhibition support, credit, insurance.

About the author:

Andrey A. Naryshkin – Candidate of Political Science, Managing Director, RG Consulting, RosGeo.

Conflict of interests:

The author declares absence of conflict of interests.

References:

Castro L., Saslavsky D. 2009. *Cazadores de mercados: comercio y promocion de exportaciones en las provincias argentinas*. Fundacion CIPPEC, Buenos Aires. 186 p.

Cho Dong Sung. 1984. The Anatomy of the Korean General Trading Company. *Journal of Business Research – Elsevier*. 12(2). P. 241–255.

Coughlin C., Cartwright P. 1987. An Examination of State Foreign Export Promotion and Manufacturing Exports. *Journal of Regional Science*. 27(3). P. 439–449.

Kunio Y. 1982. *Sogo Shosha: The Vanguard of the Japanese Economy*. New York: Oxford University Press. 358 p.

Munch J., Schaur G. 2018. The Effect of Export Promotion on Firm-Level Performance. *American Economic Journal: Economic Policy*. 10(1). 357–387.

Van Biesebroeck J., Konings J., Martincus Ch.V. 2016. Did export promotion help firms weather the crisis? *Economic Policy*. 31(88). P. 653–702.

Bajgereev M. 2006. Yuzhnaya Koreya: modernizaciya trudovyh otnoshenij i social'noe partnerstvo [South Korea: Modernization of Labor Relations and Social Partnership]. *Chelovek i trud*. №8. P. 19–25. (In Russian)

Balyuk I.A. 2016. Gosudarstvennaya podderzhka eksportno-orientirovannyh kompanij v usloviyah sankcij i valyutnyh vzletov [State Support for Export-Oriented Companies in the Face of Sanctions and Currency Ups]. *Ekonomika. Nalogi. Pravo*. P. 79–86. (In Russian)

Belov N.I. 2013. Sistema mer gosudarstvennoj podderzhki eksporta v SHvejcarii na sovremennom etape [The System of Measures of State Support for Exports in Switzerland at the Present Stage]. *Rossijskij vneshneekonomicheskij vestnik*. №1. P. 55–64. (In Russian)

Belov N.I. 2015. Podderzhka eksporta v Germanii [Export Support in Germany]. *Rossijskij vneshneekonomicheskij vestnik*. №5. P. 97–109. (In Russian)

Denisov A.S. 2011. Gosudarstvennaya sistema podderzhki eksporta Federativnoj Respubliki Germanii [State Export support System of the Federal Republic of Germany]. *Gornyy informacionno-analiticheskij byulleten' (nauchno-tekhnicheskij zhurnal)*. №9. P. 330–335. (In Russian)

Filatova Yu.M. 2013. Osobennosti mezhdunarodnogo faktoringa kak finansovogo instrumenta [Features of International Factoring as a Financial Instrument. Proceedings of the Tula State University]. *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomicheskie i yuridicheskie nauki*. №2. Ch. 1. P. 115–122. (In Russian)

Gavrilov A.A. 2011. Strahovanie eksporta kak neot'emlemaya chast' sistemy podderzhki vneshnej torgovli [Export Insurance as an Integral Part of the Foreign Trade Support System]. *Finansovaya analitika: problemy i resheniya*. 10(52). P. 49–56. (In Russian)

Gimatdinov R.R., Nosyrev I.R. 2018. K voprosu ocenki i povysheniya effektivnosti deyatel'nosti zarubezhnyh predstavitel'stv sub"ektov Rossijskoj Federacii [On the Issue of Evaluating and Improving the Effectiveness of the Activities of Foreign Representative Offices of the Subjects of the Russian Federation.]. *Vestnik MGIMO-Universiteta*. 2(59). P. 125–144. DOI: 10.24833/2071-8160-2018-2-59-125-144 (In Russian)

Hasbulatov R.I. 2019. *Ekonomicheskaya diplomatiya* [Economic Diplomacy]. Ch. 1–2. Moscow: Yurajt. 265 p. (In Russian)

Kudryashov V.S. 2018. Stimulirovanie i podderzhka eksporta predpriyatij malogo i srednego biznesa v Rossijskoj Federacii i za rubezhom [Promotion and Support of Export of Small and Medium-Sized Enterprises in the Russian Federation and Abroad]. *Juvenis scientia*. №9. P. 25–29. (In Russian)

Leshchenko N.F. 2008a. Iz samuraev v kupcy: istoriya Torgovogo doma Micui [From Samurai to Merchants: the History of the Mitsui Trading House]. *Istoriya i sovremennost'*. №1. P. 113–132. (In Russian)

Leshchenko N.F. 2008b. Iz samuraev v kupcy: istoriya Torgovogo doma Nakai [From Samurai to Merchants: the History of the Nakai Trading House]. *Istoriya i sovremennost'*. №2. P. 72–86. (In Russian)

Lihachev A.E. 2006. *Ekonomicheskaya diplomatiya Rossii. Novye vyzovy i vozmozhnosti v usloviyah globalizacii* [Economic Diplomacy of Russia. New Challenges and Opportunities in the Context of Globalization]. Moskva: Ekonomika. 456 p. (In Russian)

Naryshkin A.A., Oganezov D.S. 2020. Razvitie mirovoj trgovli: sodejstvie prodvizheniyu eksporta [Development of World Trade: Promotion of Export Promotion. World Experience]. *Mirovoj opyt. Innovacii i investicii*. №3. P. 78–81. (In Russian)

Nozdreva R.B. 2018. Transformaciya vneshneekonomicheskoy deyatel'nosti torgovyh domov Yaponii [Transformation of the Foreign Economic Activity of Japanese Trading Houses]. *Rossijskij vneshneekonomicheskij vestnik*. №12. P. 65–75. (In Russian)

Piradov D.M. 2014. Strahovanie eksportnyh kreditov v usloviyah narastayushchej globalizacii ekonomik [Export Credit insurance in the Context of the Growing Globalization of Economies]. *Strahovoe delo*. №8. P. 37–41. (In Russian)

Rajnhardt R.O. 2015. *Sravnitel'nyj analiz sistem ekonomicheskoy diplomatii v stranah Evropejskogo soyuza* [Comparative Analysis of Economic Diplomacy Systems in the Countries of the European Union]. dis. kand. ekonomicheskikh nauk. Moskva. 212 p. (In Russian)

Rajnhardt R.O. 2017. Ch. I. *Ekonomicheskaya diplomatiya Francii na sovremennoj etape. Sovremennaya Evropa: 60 let posle Rimskih dogovorov* [Economic Diplomacy of France at the Present Stage. Modern Europe: 60 Years after the Roman Treaties.]. Otv. redaktory E.A. Maslova, O.YU. Potemkina. Moskva: Institut Evropy RAN. P. 76–84. (In Russian)

Rajnhardt R.O. 2018. *Ital'yanskaya ekonomicheskaya diplomatiya: s 1920-h gg. do nashih dnei. Sovremennaya Italiya: starye problemy, novye vyzovy* [Italian Economic Diplomacy: from the 1920s to the Present. Modern Italy: Old Problems, New Challenges]. Otv. red. E.A. Maslova. Moskva: Institut Evropy RAN. P. 48–54. (In Russian)

Samojlova M.N. 2010. Deyatel'nost' yaponskih general'nyh torgovyh domov v Evrope [Activities of Japanese General Trading Houses in Europe]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta*. Ser. 5. Iss. 3. P. 129–133. (In Russian).

Shchepeleva M.A. 2012. Osobennosti strahovaniya eksportnyh kreditov v zarubezhnyh stranah [Features of Export Credit Insurance in Foreign Countries]. *Strahovoe pravo*. №1–2. P. 72–85. (In Russian)

Sigida Yu.S. 2014. Social'nyj aspekt vliyaniya finansovo-promyshlennyh grupp chebol' na razvitie YUzhnoj Korei vo vtoroj polovine XX – nachale XXI v. [The Social Aspect of the Influence of Chaebol Financial and Industrial Groups on the Development of South Korea in the

Second Half of the XX-Early XXI Century]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*. №379. P. 140–144. (In Russian)

Sigida Yu.S. 2015a. Transformaciya roli finansovo-promyshlennyh grupp (chebol') v ekonomicheskoy i politicheskoy zhizni Yuzhnoj Korei v period s 1998 po 2013 g. [Transformation of the Role of Financial and Industrial Groups (Chaebol) in the Economic And Political Life of South Korea in the Period from 1998 to 2013]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*. №397. P. 167–173. (In Russian)

Sigida Yu.S. 2015b. Rol' finansovo-promyshlennyh grupp chebol' vo vneshneekonomicheskoy i vneshnepoliticheskoy deyatel'nosti YUzhnoj Korei v 1980–2000-e gg. [The Role of Chaebol Financial and Industrial Groups in the Foreign Economic and Foreign Policy Activities of South Korea in the 1980s and 2000s]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*. №399. P. 140–145. (In Russian)

Spletuhov Yu.A. 2014. Strahovanie eksportnyh kreditov: zarubezhnyy opyt [Export Credit Insurance: Foreign Experience]. *Finansovyj zhurnal*. 3(21). P. 150–160. (In Russian)

Sycheva K.G. 2018. Sistema gosudarstvennogo upravleniya v sfere rossijskogo eksporta: puti sovershenstvovaniya [The System of Public Administration in the Sphere of Russian Exports: Ways of Improvement. Public Administration]. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyy vestnik*. №69. P. 177–197. (In Russian)

Список литературы на русском языке:

Байгереев М. 2006. Южная Корея: модернизация трудовых отношений и социальное партнерство. *Человек и труд*. №8. С. 19–25.

Балюк И.А. 2016. Государственная поддержка экспортно-ориентированных компаний в условиях санкций и валютных взлетов. *Экономика. Налоги. Право*. С. 79–86.

Белов Н.И. 2013. Система мер государственной поддержки экспорта в Швейцарии на современном этапе. *Российский внешнеэкономический вестник*. №1. С. 55–64.

Белов Н.И. 2015. Поддержка экспорта в Германии. *Российский внешнеэкономический вестник*. №5. С. 97–109.

Гаврилов А.А. 2011. Страхование экспорта как неотъемлемая часть системы поддержки внешней торговли. *Финансовая аналитика: проблемы и решения*. 10(52). С. 49–56.

Гиматдинов Р.Р., Носырев И.Р. 2018. К вопросу оценки и повышения эффективности деятельности зарубежных представительств субъектов Российской Федерации. *Вестник МГИМО-Университета*. 2(59). С. 125–144. DOI: 10.24833/2071-8160-2018-2-59-125-144

Денисов А.С. 2011. Государственная система поддержки экспорта Федеративной Республики Германии. *Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал)*. №9. С. 330–335.

Кудряшов В.С. 2018. Стимулирование и поддержка экспорта предприятий малого и среднего бизнеса в Российской Федерации и за рубежом. *Juvenis scientia*. №9. С. 25–29.

Лещенко Н.Ф. 2008а. Из самураев в купцы: история Торгового дома Мицуи. *История и современность*. №1. С. 113–132.

Лещенко Н.Ф. 2008б. Из самураев в купцы: история Торгового дома Накаи. *История и современность*. №2. С. 72–86.

Лихачев А.Е. 2006. *Экономическая дипломатия России. Новые вызовы и возможности в условиях глобализации*. Москва: Экономика. 456 с.

Нарышкин А.А., Оганезов Д.С. 2020. Развитие мировой торговли: содействие продвижению экспорта. Мировой опыт. *Инновации и инвестиции*. №3. С. 78–81.

- Ноздрева Р.Б. 2018. Трансформация внешнеэкономической деятельности торговых домов Японии. *Российский внешнеэкономический вестник*. №12. С. 65–75.
- Пирадов Д.М. 2014. Страхование экспортных кредитов в условиях нарастающей глобализации экономик. *Страховое дело*. №8. С. 37–41.
- Райнхардт Р.О. 2015. *Сравнительный анализ систем экономической дипломатии в странах Европейского союза*: дис. канд. экономических наук. Москва. 212 с.
- Райнхардт Р.О. 2017. Ч. I. Экономическая дипломатия Франции на современном этапе. *Современная Европа: 60 лет после Римских договоров*. Отв. редакторы Е.А. Маслова, О.Ю. Потемкина. Москва: Институт Европы РАН. С. 76–84.
- Райнхардт Р.О. 2018. Итальянская экономическая дипломатия: с 1920-х гг. до наших дней. *Современная Италия: старые проблемы, новые вызовы*. Отв. ред. Е.А. Маслова. Москва: Институт Европы РАН. С. 48–54.
- Самойлова М.Н. 2010. Деятельность японских генеральных торговых домов в Европе. *Вестник Санкт-Петербургского университета*. Сер. 5. Вып. 3. С. 129–133.
- Сигида Ю.С. 2014. Социальный аспект влияния финансово-промышленных групп чеболь на развитие Южной Кореи во второй половине XX – начале XXI в. *Вестник Томского государственного университета*. №379. С. 140–144.
- Сигида Ю.С. 2015а. Трансформация роли финансово-промышленных групп (чеболь) в экономической и политической жизни Южной Кореи в период с 1998 по 2013 г. *Вестник Томского государственного университета*. №397. С. 167–173.
- Сигида Ю.С. 2015б. Роль финансово-промышленных групп чеболь во внешнеэкономической и внешнеполитической деятельности Южной Кореи в 1980–2000-е гг. *Вестник Томского государственного университета*. №399. С. 140–145.
- Сплетуков Ю.А. 2014. Страхование экспортных кредитов: зарубежный опыт. *Финансовый журнал*. 3(21). С. 150–160.
- Сычева К.Г. 2018. Система государственного управления в сфере российского экспорта: пути совершенствования. *Государственное управление. Электронный вестник*. №69. С. 177–197.
- Филагова Ю.М. 2013. Особенности международного факторинга как финансового инструмента. *Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки*. №2. Ч. 1. С. 115–122.
- Хасбулатов Р.И. 2019. *Экономическая дипломатия*. Ч. 1–2. Москва: Юрайт. 265 с.
- Щепелева М.А. 2012. Особенности страхования экспортных кредитов в зарубежных странах. *Страховое право*. №1–2. С. 72–85.