

## Валюта на выручку: восемь примеров малого бизнеса на экспорт

Елена Гладышева 13.01.2016 04:00

Лучшая защита от девальвации — поставки на экспорт. По данным ЭКСАР, агентства по страхованию экспортных кредитов и инвестиций, в течение 2014 года количество экспортеров среди предприятий малого и среднего бизнеса выросло на 27%, до 13 500 фирм. При этом 85% из них находится в регионах. Лидерами среди регионов по объемам прироста количества экспортеров в секторе МСП стали Мурманская область (плюс 4200%), Хабаровский край (2100%), Приморский край (1900%). Для сравнения, прирост по Москве составил 139%.

Однако доля экспортеров в общем количестве МСП в России — менее 1%. Почему так мало? ЭКСАР и АО «Российское агентство поддержки малого и среднего бизнеса» два года подряд проводили опрос, что мешает предпринимателям экспортировать свою продукцию. «70% опрошенных говорят, что проблема даже не в высоких ставках по финансированию, а в отсутствии информационной поддержки. Мы наших клиентов тоже спрашиваем, почему не экспортируют. Они говорят — да мы бы с радостью, и с таможенной решим, и логистику готовы организовать, но кому продавать, кто нас там знает? Все упирается в поиски покупателя, — говорит гендиректор ЭКСАР Алексей Тюпанов. — Мы в этой части сейчас совместно с Минэкономразвития делаем совместные бизнес-миссии — вывозим, знакомим. Любого размера предприятия могут участвовать. Единственное условие — сами перелет и проживание оплачивают. Отдельно необходимо отметить, что недавно создана специализированная структура, объединяющая в себе нефинансовые меры поддержки — Российский экспортный центр».

Вторая проблема — стоимость финансирования. По словам Тюпанова, есть программа работы с банками по кредитам МСП под экспортные поставки, она набирает обороты, порядка 100 сделок за 9 месяцев провели. «Наша страховка позволяет снизить стоимость финансирования, к тому же такие кредиты по льготной ставке банки могут рефинансировать в ЦБ. Но пока этого не достаточно, конечно», — говорит он.

В 2012 году правительство утвердило первую версию дорожной карты «Поддержка доступа на рынки зарубежных стран и поддержка экспорта». Как рассказывает Тюпанов, когда к обсуждению дорожной карты в первый раз подключились предприниматели, оказалось, что по половине их запросов ответ уже есть, просто о нем не все знают. Субсидирование затрат по кредитам? Такая программа есть у Минпрома. Информационная поддержка? Есть бизнес-миссии, информацию о них можно найти на сайтах Минэкономразвития, Минпромторга, Российского экспортного центра. «На следующий год таких миссий будет больше», — обещает Тюпанов.

Небольшие предприятия, которые уже поставляют продукцию на экспорт, — в галерее Forbes. <...>

## Тидекс



**Продукция:** оптика для научных и промышленных центров

**Город:** Санкт-Петербург

**Год основания:** 1994

**Старт экспорта:** 1994

**География поставок:** Германия, Австрия, Франция, США, Канада, Мексика, Китай, Австралия, Япония и др.

**Доля экспорта в выручке:** до 97%

«Мы начали с экспорта. В середине 1990-х рынка оптики в России не было вообще. С 2007-го начали развивать предложение на внутреннем рынке, прежде ни сайтов, ни каталогов на русском языке у нас не было», — рассказывает гендиректор «Тидекс» Григорий Кропотов.

После событий на Украине компания потеряла часть клиентов в Европе (продажи снизились на 15%), в США продажи упали на 20%. Зато за два последних года на 15% вырос объем поставок в Японию, Китай, Индию, Корею, Тайвань и Сингапур.

«Оптика востребована там, где развита наука. Мы не планируем расширять географию, но стремимся к увеличению числа покупателей за счет заключения контрактов с новыми научными центрами и исследовательскими лабораториями экономически развитых стран», — говорит Кропотов.

<...>

**Адрес публикации:** <http://www.forbes.ru/svoi-biznes-photogallery/istorii-uspekha/309319-valyuta-na-vyruchku-vosem-primerov-malogo-biznesa-na>