

Торговые представительства за рубежом: российский и иностранный опыт

Турланов Д. А.*

Поддержка экспорта российской несырьевой продукции является одним из важнейших направлений государственного регулирования внешнеэкономической деятельности. Одним из ключевых элементов действующей в настоящее время системы поддержки экспорта является институт торговых представительств России в иностранных государствах. В связи с этим представляет интерес, каковы их функции и задачи в рамках поддержки экспорта, а также перспективы развития.

В статье дается характеристика статуса торговых представительств, подробно анализируются конкретные формы поддержки ими российских компаний на зарубежных рынках, описывается опыт США, Франции и Германии в использовании зарубежной инфраструктуры для поддержки своего экспорта, а также с учетом лучшей зарубежной практики предлагаются направления дальнейшего развития поддержки российского экспорта с использованием торговых представительств.

Ключевые слова: торговое представительство; поддержка экспорта; Россия; зарубежный рынок; иностранное государство.

Выступая на пленарном заседании 18-го Петербургского международного экономического форума 23 мая 2014 г., Президент России В. Путин констатировал «необходимость кардинально и в достаточно сжатые сроки изменить структуру экспорта», а также поставил цель «ежегодно увеличивать российский экспорт неэнергетических товаров не менее чем на 6 процентов». Президент России отметил, что для реализации данной

цели будет расширена линейка инструментов поддержки российских несырьевых компаний на мировых рынках¹.

Одним из инструментов достижения данной цели является институт торговых представительств (торгпредств) России в иностранных государствах.

Торговое представительство за рубежом имеет достаточно давнюю историю. Согласно Консульскому уставу от 21 января 1829 г. «для заботы о выгодах русской торговли и промышленности» торговое представительство было делегировано консулам. 28 мая 1912 г. были учреждены специальные заграничные учреждения в странах, являющихся основными торговыми партнерами. Данные учреждения и стали прообразом торгпредств, оказавшихся впоследствии востребованными как в советское², так и настоящее время³.

В зависимости от экономической и политической конъюнктуры менялись функции и задачи торгпредств.

Основным нормативно-правовым актом, регламентирующим деятельность торгпредств России за рубежом, является Положение о Торговом представительстве Российской Федерации в иностранном государстве⁴, которое определяет статус торгпредств, их основные задачи, функции и организацию деятельности.

Согласно указанному Положению торговое представительство является государственным органом, обеспечивающим в государстве пребывания внешнеэкономические интересы России. Торговое представительство учреждается на основании международного договора между Россией и соответствующим иностранным государством. Торговое представительство является составной частью дипломатического представительства России в государстве пребывания и действует под непосредственным политическим руководством Посла России в этом государстве.

Например, в Болгарии торговое представительство функционирует на основе Соглашения между Правительством Российской Федерации и Правительством Республики Болгарии об экономическом и научно-техническом сотрудничестве от 8 мая 2007 г.⁵ Согласно статье 6 данного Соглашения с российской стороны интересы в сфере экономических отношений на территории Болгарии обеспечивает торговое представительство России в Болгарии, являющееся составной частью Посольства России в Болгарии.

Какой инструментарий имеется в распоряжении торгпредств для реализации указанного поручения Президента России по обеспечению роста несырьевого экспорта не менее чем на 6 процентов в год?

Существует ряд форм поддержки торгпредствами российских компаний: информационно-аналитическая поддержка; проектная поддержка;

* Турланов Даниил Александрович — к. ю. н., ведущий специалист-эксперт (юрист) Торгового представительства России в Болгарии. daniil-turlanov@yandex.ru.

поддержка в рамках деловых визитов; организационная поддержка; содействие в выявлении и устранении барьеров. Данные формы поддержки неразрывно связаны между собой и дополняют друг друга.

Информационно-аналитическая поддержка представляет собой форму содействия участникам внешнеэкономической деятельности (ВЭД) посредством предоставления информационных и аналитических материалов по широкому спектру вопросов. Среди наиболее распространенных запросов — это запрос о востребованности российской продукции и потенциальных деловых партнерах российских компаний на зарубежном рынке. Такие запросы занимают центральное место, поскольку без зарубежного партнера, готового приобрести российский товар, другие инструменты поддержки экспорта могут оказаться не востребованными.

Кроме того, торгпредства на периодической основе подготавливают информацию о тендерах на закупку продукции и услуг, об условиях участия в них; предоставляют информацию о торговом режиме страны пребывания, аналитические обзоры состояния рынка той или иной продукции и другие материалы: бизнес-путеводитель, обзор экономики страны пребывания, информацию об особенностях доступа на рынок, существующих политических и иных рисках, сведения о профильных консалтинговых компаниях, сертификационных центрах и других структурах, сотрудничество с которыми может потребоваться российским экспортерам в процессе выхода на зарубежный рынок.

Распространенными являются запросы о проверке деловой репутации потенциальных партнеров. Как правило, торгпредства располагают достаточным инструментарием для проверки репутации деловых структур страны пребывания (через базы корпоративной информации, сеть контактов в деловой среде, территориальную близость и возможность вступления в контакт с потенциальным партнером российской компании и др.).

Кроме того, в торгпредства поступают просьбы о доведении до иностранных структур информации о выставочно-ярмарочных и иных деловых мероприятиях, а также проектах, к реализации которых приглашаются зарубежные партнеры.

Торгпредства в своей деятельности используют интернет-инфраструктуру, в частности сайт, страницу в Facebook и другие ресурсы. На Едином портале внешнеэкономической информации приведен список стран, в которых есть торгпредства России⁶, представлена информация о странах присутствия и ссылки на сайты торгпредств, где можно более подробно ознакомиться с их работой.

Информационно-аналитическая работа торгпредств (занимает более половины рабочего времени) пользуется все большей популярностью,

что следует из роста количества поступающих запросов. С учетом динамики роста для повышения качества рассмотрения запросов через некоторое время может потребоваться упорядочение процесса обращения в торгпредства.

Проектная поддержка представляет собой важнейшую форму взаимодействия торгпредств с российскими компаниями. Проектный подход является одним из ключевых аспектов, внедренных в деятельность торгпредств в рамках их реформирования и создания «нового облика»⁷. Проектная поддержка представляет собой взаимодействие торгпредств с российскими компаниями на основе паспорта внешнеэкономического проекта, предусматривающего комплекс мер, нацеленных на выход российской продукции или услуг на зарубежный рынок. Участниками проекта являются торгпредства, профильные департаменты Минэкономразвития России, компании, администрации субъектов России, при необходимости институты финансовой и гарантийной поддержки экспорта, а также другие участники.

В соответствии с Регламентом организации работы в Минэкономразвития России и торговых представительствах России в иностранных государствах по паспортам внешнеэкономических проектов компаний⁸ (ПП) ПП может быть направлен на продвижение российских товаров и услуг на рынки зарубежных стран; привлечение в Россию иностранных инвестиций; резидентов в российские особые экономические зоны, промышленные парки и технопарки, а также на импорт высоких технологий для модернизации российского производства. Кроме того, ПП могут быть «индивидуальными» (реализуются в одной стране) или «верными» (реализуются по желанию компании одновременно в нескольких странах).

Основанием для формирования «индивидуального» ПП является обращение компании в Минэкономразвития России, а также выбор компанией торгпредства по итогам реализации «веерного» ПП. Обращение можно направить напрямую, через торгпредство или через администрацию субъекта России.

«Веерный» ПП инициируется обращением в Минэкономразвития России напрямую или через администрацию субъекта России. «Веерные» ПП разрабатываются Минэкономразвития России совместно с компаниями и администрациями субъектов (при наличии Соглашения о взаимодействии во внешнеэкономической сфере между Минэкономразвития России и высшим исполнительным органом власти субъекта, в котором зарегистрирована компания).

К обращению прилагаются презентационные материалы (желательно не только на русском и английском, но и на языке страны, на рынок

которой рассчитывает выйти компания), код продукции по Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза⁹, а также перечень областей возможного ее применения.

Поддержка в рамках деловых визитов (бизнес-миссий) представителей российских деловых кругов в страну пребывания торгпредств представляет собой одно из ключевых направлений обеспечения благоприятных условий деятельности российских компаний за рубежом и привлечения иностранных инвестиций.

Деятельность торгпредств в рамках данной формы поддержки направлена на решение следующих задач: получение российскими организациями заказов на поставку за рубеж товаров, работ, услуг; продвижение российских инвестиционных проектов за рубежом; установление и развитие торговых связей между российскими и иностранными компаниями; обеспечение участия российских организаций в международных выставках, конференциях и других деловых мероприятиях.

Работа торгпредств по организации бизнес-миссий регламентируется Положением об организации в Минэкономразвития России работы по подготовке, организации и мониторингу результатов мероприятий, связанных с проведением встреч и переговоров представителей российских деловых и научных кругов с потенциальными зарубежными партнерами¹⁰. Такая работа осуществляется на плановой основе и включает такие этапы, как планирование бизнес-миссий (формирование и утверждение Годовой программы бизнес-миссий на основе заявлений, поступивших от заинтересованных компаний¹¹), реализация Годовой программы бизнес-миссий и мониторинг ее реализации.

Конкретные меры содействия торгпредств в ходе деловых визитов российских компаний зависят от их коммерческих интересов на зарубежном рынке. Например, торгпредства заблаговременно подготавливают анализ требуемых сегментов рынка, проводят поиск деловых партнеров, оказывают содействие в проведении презентаций, организуют посещение предприятий по интересующему профилю, деловых мероприятий и переговоров с заинтересованными компаниями и др.

Организационная поддержка, оказываемая торгпредствами, осуществляется в рамках описанных выше форм поддержки. Например, при участии компании в выставочно-ярмарочном или ином деловом мероприятии поддержка может состоять в выяснении условий и порядка участия, стоимости аренды площадей и помещений для проведения презентаций и переговоров, транспортного обеспечения, перевода, бронирования гостиниц, получения виз и др.

Содействие в выявлении и устранении барьеров, с которыми компании сталкиваются при выходе на зарубежный рынок, можно разделить на ряд блоков.

Во-первых, торгпредства ведут мониторинг мер торговой политики страны пребывания, в том числе на предмет выявления антидемпинговых, специальных защитных и компенсационных расследований и пересмотров действующих мер в отношении российских товаров.

Во-вторых, торгпредства оказывают содействие российским компаниям по доступу их продукции на зарубежный рынок. Например, в соответствии с Законом Болгарии о вине и спиртных напитках¹² ввоз в страну алкогольной продукции осуществляется при условии включения поставщика в соответствующий список Министерства экономики Болгарии. Включение осуществляется по представлению торгпредства страны происхождения продукции.

В-третьих, торгпредства оказывают содействие российскому бизнесу в рамках контактов с уполномоченными государственными органами на платформе Межправительственных комиссий по торгово-экономическому сотрудничеству (МПК) с зарубежными странами.

Сотрудничество компании с МПК дает возможность позиционировать себя на внешнем рынке в качестве надежного партнера, подкрепляя свои обязательства авторитетом государства. Особенно это касается стран, где коммерческое сотрудничество связано, а иногда и невозможно, без взаимодействия с органами власти, что обусловлено социально-политической спецификой государства.

На начальном этапе работы в рамках заседаний отраслевых рабочих групп МПК представители российского бизнеса получают возможность наладить контакты с зарубежными коллегами, найти новых партнеров, заручившись авторитетом государственной структуры. Компании, принимающие активное участие в заседаниях МПК, имеют возможность предложить свои формулировки в проекты итоговых протоколов, вынести на рассмотрение предложения и вопросы, позволяющие способствовать продвижению своего бизнеса¹³.

В-четвертых, торгпредства оказывают консультационное содействие российским компаниям, например, посредством информирования об особенностях участия в тендерных процедурах, а также рекомендации порядка действий в случае возникновения проблем при взаимодействии с организатором тендера.

Следует также отметить такое направление поддержки, как *консультирование российских компаний в ходе поиска зарубежных партнеров, установления и поддержания с ними деловых контактов*. Спрос

на данную услугу обусловлен тем, что, несмотря на желание экспортировать, не все российские компании обладают необходимыми знаниями и навыками в области ВЭД. Основные проблемы можно охарактеризовать следующим образом:

- отсутствие компетенции в области ВЭД, в том числе знаний об общих принципах ВЭД, правовом регулировании, экспортных и импортных процедурах (сертификация и др.), особенностях выхода на рынок в зависимости от страны-импорта, экспортного товара, мерах содействия экспорту, источниках получения соответствующей информации и др.;

- отождествление экспортных и внутренних продаж;

- отсутствие предварительной проработки вопроса выхода на внешний рынок (расходы на услуги посредников в области транспорта, страхования, таможенного и иного оформления экспортной поставки; временные затраты; оценка готовности персонала, имеющейся инфраструктуры и др.);

- отсутствие навыков по поддержанию контактов с иностранным партнером.

Важнейшим элементом инфраструктуры поддержки экспорта является Российский экспортный центр (РЭЦ)¹⁴, обеспечивающий экспортерам «единое окно» в области финансовых¹⁵ и нефинансовых мер поддержки, включая взаимодействие с профильными министерствами и ведомствами.

Ряд услуг, оказываемых РЭЦ, пересекается с функционалом торгпредств: поиск потенциальных партнеров, подготовка информационно-аналитических материалов о состоянии зарубежного рынка, порядке экономической деятельности в той или иной стране, содействие в участии в зарубежных выставочно-ярмарочных мероприятиях¹⁶ и др. В связи с этим представляется целесообразным включение в соглашение между РЭЦ и Минэкономразвития России¹⁷, как администратора деятельности торгпредств, положений, исключающих дублирование указанных функций. Скоординированное на основе таких соглашений взаимодействие между РЭЦ и торгпредствами могло бы принести синергетический эффект в области поддержки экспорта.

По информации Минэкономразвития России, в 2015 году проработывалось 488 проектов на сумму 27,5 миллиардов долл. США, торгпредствами подготовлено 29 тыс. информационных материалов. По мнению А. Е. Лихачева, успешная реализация указанных проектов позволит выйти на показатель 11% несырьевого экспорта¹⁸.

Тем не менее, в связи с продолжающимся развитием международной торговли, воздействием на нее новых факторов, подходы к поддержке

экспорта с использованием торгпредств требуют дальнейшего развития в целях максимально эффективного содействия российским компаниям на международной арене¹⁹.

Для этого необходимо, прежде всего, понимание того, чего удалось достичь в результате реформирования торгпредств, а также выработать направления дальнейшей поддержки экспорта с их использованием.

Одним из направлений повышения эффективности работы по поддержке экспорта с участием торгпредств может быть более активное привлечение к работе в них представителей отраслевых бизнес-ассоциаций, торгово-промышленных палат, иных бизнес структур и частных компаний, заинтересованных в развитии экспорта продукции или услуг. Представляется целесообразным направление в торгпредства сотрудников федеральных органов власти или органов власти субъектов в целях систематического изучения тех или иных аспектов регулирования (например, в области сельского хозяйства, промышленности), установления международных межведомственных контактов, продвижения продукции регионов на зарубежные рынки или поиска инвесторов для осуществления проектов в субъектах России²⁰.

Преимуществом таких специалистов станет узкая специализация в определенном сегменте рынка, анализ его корпоративной структуры, посещение профильных выставочных мероприятий в целях выработки оптимальной стратегии выхода и (или) продвижения на нем российской продукции, а также подготовки пула потенциальных партнеров, заинтересованных в сотрудничестве с российскими компаниями. Например, представители российских региональных торгово-промышленных палат могли бы с использованием информационного и экспертного потенциала палаты заниматься выстраиванием партнерских отношений с сетью аналогичных структур в стране пребывания, обмениваться информацией о деловых предложениях, мероприятиях и иной полезной информацией, заниматься организацией деловых визитов, проверкой деловой репутации, а также оказывать иные услуги своим членам.

При наличии заинтересованности в выходе продукции на рынок той или иной страны расходы, связанные с командированием сотрудника, себя окупят. Тем быстрее, чем больше перспективы освоения целевого зарубежного рынка.

В работе, связанной с усилением роли торгпредств в поддержке экспорта, целесообразно учитывать опыт стран мира, имеющих аналогичные российским торговые представительства за рубежом и успешно развивающих экспорт своей продукции на рынки стран их пребывания.

Опыт США по продвижению своего экспорта, в частности с использованием специализированных институтов за рубежом, а также иных нефинансовых и финансовых ресурсов, является одним из наиболее эффективных. Так, в 2010 году в США запущена Национальная инициатива ЭКСПОРТ, целью которой являлось удвоение объемов экспорта к 2014 году. В сети Интернет создан портал поддержки экспорта²¹, с использованием которого любая компания, планирующая начать экспорт, может получить исчерпывающую информацию об экспортном рынке интересующей страны: регулятивная среда, состояние той или иной отрасли, маркетинговые исследования, статистические данные и прочее. Портал содержит информацию об услугах по поддержке экспорта с точки зрения маркетингового, финансового, транспортно-логистического, аналитического и иного обеспечения. Ресурс представляет собой реальную электронную систему «одного окна», позволяющую оперативно на бесплатной основе получать необходимые сведения²².

В рамках работы по поддержке экспорта Посольства США по всему миру оказывают содействие американским компаниям, намеревающимся начать или расширить бизнес за рубежом. На примере России и Болгарии будет описан опыт США для продвижения экспорта через систему зарубежных представительств.

В структуре Департамента торговли США функционирует Международная коммерческая служба (Commercial Service), имеющая офисы в 78 странах мира, которые входят в состав посольств и консульств. Офисы Международной коммерческой службы США²³ есть и в России (в Москве и Санкт-Петербурге) Они предлагают полный набор услуг по содействию американским компаниям, которые включают, но не ограничиваются такими услугами, поиск торговых партнеров (International Partner Search); организация бизнес-встреч для американских предпринимателей (Gold Key Service); персональный рыночный анализ (Customized Market Analysis) — организация проведения анализа определенного рыночного сегмента с использованием услуг специализированной фирмы.

За продвижение американской продовольственной, сельскохозяйственной продукции и напитков на мировой рынок, в том числе в Россию, отвечает Международная сельскохозяйственная служба (Foreign Agricultural Service)²⁴, которая входит в состав Департамента сельского хозяйства США. Указанная служба продвигает американские интересы в области сельского хозяйства при помощи сельскохозяйственных атташе, советников и торговых сотрудников, базирующихся за рубежом. В России Международная сельскохозяйственная служба представлена Офисом по сельскохозяйственным вопросам (Office of Agricultural

Affairs) и Офисом по вопросам торговли сельскохозяйственной продукцией (Agricultural Trade Office), при Посольстве США в Москве. Американские специалисты по сельскому хозяйству есть также в Консульствах США в Санкт-Петербурге и Владивостоке²⁵.

Сельскохозяйственные торговые офисы США проводят маркетинговые исследования, презентации продукции, бизнес-миссии, промоциональные акции, организуют деловые встречи (только первоначальные), групповые бизнес-поездки, координируют участие в выставках, семинарах и других мероприятиях, на которых американские экспортеры могут найти российских покупателей, разрабатывают бизнес-план выхода на рынок для американских бизнес-групп, ассоциаций, ответственных подразделений Департамента сельского хозяйства США, готовят обзоры мер регулирования импорта в России, торговую статистику и маркетинговые исследования, в том числе по специфическим сегментам российского агробизнеса.

Следует отметить также такую организацию, как Американско-Российская торгово-промышленная палата²⁶ (базируется в Хьюстоне с офисами в Чикаго и Нью-Йорке), оказывающая услуги американским компаниям, выходящим или расширяющим свое присутствие на российском рынке в таких областях, как энергетика, химическая промышленность, сельское хозяйство, здравоохранение, космос, сфера услуг, информационных и нанотехнологий, финансов, логистики, транспорта и др. По информации, размещенной на сайте палаты, компании, получившие поддержку палаты, обеспечивают более 30% российско-американской торговли. Палата предоставляет доступ к специализированным маркетинговым исследованиям в областях, перспективных для развития бизнеса, проверяет деловую репутацию потенциальных партнеров, оказывает иные услуги.

В дополнение к указанным структурам поддержку американских компаний в России осуществляет Американская торгово-промышленная палата²⁷ (АТПП), которая является одной из ведущих деловых организаций в России (в составе более 600 членов). Деятельность АТПП направлена на улучшение бизнес-среды в России посредством выявления барьеров для функционирования бизнеса и подготовки предложений по их устранению.

Следует также отметить деятельность Американско-российского делового совета (базируется в Вашингтоне и имеет офис в Москве), который лоббирует интересы членов на правительственном уровне, содействует развитию их бизнеса, в том числе через организацию встреч и иных мероприятий с высокопоставленными правительственными и деловыми структурами России и США.

Помимо представительств иностранных государств в России интересен также опыт ведущих стран-экспортеров (например, США, Франции и Германии) по продвижению своей продукции на рынки других стран, в частности Болгарии.

В отношениях между США и Болгарией функционирует разветвленная сеть институтов, содействующих развитию торгово-экономических связей двух стран. Среди них следует выделить Посольство США в Болгарии, Болгаро-Американскую торговую палату, Болгаро-американский торговый и экономический совет, а также Американскую торговую палату в Болгарии.

На сайте Посольства США в Болгарии²⁸ размещена вкладка «Doing business in Bulgaria», содержащая бизнес-путеводитель по Болгарии, визовые сведения, контакты консалтинговых центров. В частности, в целях получения информации об условиях предпринимательской деятельности в Болгарии американским предпринимателям предлагается посетить раздел о Болгарии на экспортном портале export.gov; связаться с местным экспортным центром, центром развития малого бизнеса, а также с организациями, оказывающими содействие предпринимателям на местах (например, с Американской ТПП в Болгарии); для получения содействия потенциальным американским инвесторам в Болгарии предлагается зарегистрироваться в Посольстве.

Американская ТПП в Болгарии²⁹ создана в целях продвижения интересов американских компаний на болгарском рынке через широкий комплекс информационных, организационных, консультационно-правовых, посреднических услуг в сфере внешнеэкономической деятельности. Палата объединяет более 300 американских, болгарских и международных компаний, представляющих различные сектора экономики. Палата обладает разветвленной структурой, обеспечивающей функционирование по различным направлениям деятельности: управление, здравоохранение, налоговая политика, энергетика, государственные закупки, защита прав человека и др. Помимо постоянных комитетов функционируют создаваемые на временной основе рабочие группы по различным актуальным вопросам.

Опыт Франции в области институциональной поддержки экспорта за рубежом основан на деятельности экономической бизнес-миссии «ЮБИФРАНС»³⁰ при Посольстве Франции в Болгарии, которая представляет собой территориальное подразделение французского агентства «ЮБИФРАНС», содействующего развитию международных связей французских компаний через сеть представительств в 60 странах мира, в том числе в Болгарии. Болгарское представительство состоит из 5 экспертов

в таких областях, как мода, оборудование, непродовольственные товары, здравоохранение, инфраструктура, транспорт, промышленность, энергетика, окружающая среда, сельское хозяйство, новые технологии и др.

Задачами «ЮБИФРАНС» в Болгарии являются информирование французских компаний об условиях доступа на болгарский рынок, организация бизнес-миссий французских компаний в Болгарию, проведение деловых мероприятий, содействие болгарским предприятиям в приобретении французских товаров и технологий. В течение последних 3 лет представительство «ЮБИФРАНС» оказало помощь более 100 французским компаниям в развитии бизнеса на рынке Болгарии.

Кроме того, в Болгарии функционирует Французско-Болгарская ТПП³¹, которая объединяет около 190 французских, болгарских и международных компаний. Палата представляет французский бизнес в Болгарии, поддерживает болгарские компании, заинтересованные в развитии экспорта во Францию, содействует популяризации Франции в Болгарии и защите интересов своих членов в отношениях с органами власти, предлагает иные услуги по выходу на французский и болгарский рынок. Французско-болгарская торгово-промышленная палата является частью международной сети французских торговых палат за рубежом (CCI France International), которая насчитывает 112 палат в 82 странах мира. Данная сетевая структура поддерживает контакты с региональными ТПП во Франции.

Функции продвижения интересов компаний Германии на зарубежных рынках осуществляет Агентство по торговле инвестициям (Germany Trade & Invest), которое имеет более 50 подразделений в Германии и за границей. Данные подразделения (Germany Trade & Invest's foreign trade division) обеспечивают подготовку внешнеторговой информации по определенным странам и регионам для немецких компаний, которые планируют выход на зарубежные рынки, в том числе подготавливают рыночные и секторальные обзоры, информацию о порядке осуществления экономической деятельности, осуществляют мониторинг тендеров, а также сбор иной полезной информации³².

Кроме того, задачи по продвижению немецких экономических интересов в Болгарии осуществляет также Германо-Болгарская ТПП³³, оказывающая немецким компаниям примерно тот же набор услуг, что Американская и Французско-Болгарская ТПП. Данные услуги оказываются на платной основе.

Таким образом, следует отметить достаточно широкий набор американских, французских и немецких структур, осуществляющих поддержку своего бизнеса в зарубежных странах, в частности в Болгарии.

Важнейшим звеном поддержки экспорта США, Франции и Германии является институт торгово-промышленной палаты (ТПП), который учреждается в стране экспорта и включает в себя ведущие компании указанных, а также иных стран, что дополнительно увеличивает их влияние. Такие ТПП являются не только экспертно-аналитическим центром, но и мощнейшим лоббистским институтом, влияющим на продвижение интересов своих членов на различных уровнях как государственной, так и бизнес-иерархии.

Данный опыт представляется полезным, в частности в связи с тем, что Россия не располагает, например в Болгарии, аналогичной по своим функционалу и компетенциям бизнес-структурой. Существующая Болгаро-Российская ТПП включает преимущественно болгарские компании, что не создает необходимых предпосылок для продвижения российских интересов с такой же эффективностью, что и ТПП стран, опыт которых описан выше.

В связи с этим представляется целесообразным проработка предложения об образовании при торгпредстве структуры, которая по аналогии с ТПП стран, опыт которых описан выше, могла бы объединить деловое сообщество России. Это может синхронизировать государственные и частные усилия по продвижению российских экономических интересов за рубежом.

Учитывая изложенное, следует отметить важность существующей российской зарубежной инфраструктуры для развития национальной экономики. Необходимо в дальнейшем развивать функционал торгпредств с использованием описанного зарубежного опыта и сформулированных предложений, в частности путем усиления организационного и экспертного потенциала, что способно повысить роль торгпредств в обеспечении эффективной защиты экономических интересов как России, так и отечественных компаний за рубежом.

Важно также отметить, что акцент должен быть сделан на поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства, в отличие от крупного бизнеса не имеющих достаточных возможностей для самостоятельного продвижения своей продукции на зарубежном рынке; содействию международному региональному сотрудничеству; привлечению в российскую экономику прямых иностранных инвестиций и передовых технологий; выявлению и устранению барьеров и фактов дискриминации российского бизнеса. Требуется также обеспечить должное внимание надлежащему использованию интернет-инфраструктуры торгпредств в целях повышения числа получателей информационно-аналитических услуг торгпредств и популяризации экспортной деятельности

среди российских компаний. Наконец, важной составляющей в работе торгпредств должно быть систематическое взаимодействие с ведущими средствами массовой информации страны пребывания в целях расширения в стране пребывания позитивного торгово-экономического и инвестиционного имиджа России.

External Trade Representations: Russian and Foreign Experience (Summary)

*Daniil A. Turlanov**

Export support of Russian non-raw products is one of the most crucial elements of the foreign trade regulation. Among such instruments of export support there is an institute of external trade representations of Russia. What is role of external trade representations in the frame of export support and what are perspectives of their development?

The article gives the overview of external trade representations statuses, the detailed analyze of the forms of export support, rendered by this trade instrument at external markets, description of export support foreign infrastructure, used by USA, France and Germany. On the basis of the best foreign practice the article proposes the ways of further development of Russian export support with the use of trade representations of Russia abroad.

Key words: external trade representations, export support, Russia, foreign market, foreign state.

¹ <http://www.kremlin.ru/events/president/news/21080>.

² О роли торгпредств в советское время см. J. Quigley "Soviet foreign trade agencies abroad: a note", Duke Law School, 1973. Материал размещен на сайте Школы права Дьюкского Университета (Duke University School of Law) по ссылке <http://scholarship.law.duke.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3377&context=lcp>.

³ Статья «История внешнеторговых представительств России, «Коммерсантъ — Власть», 20.05.2013 [Электронный ресурс] <http://www.kommersant.ru/doc/2191186>.

⁴ Утверждено постановлением Правительства Российской Федерации от 27 июня 2005 г. № 401.

⁵ Бюллетень международных договоров. 2009. № 10. С. 74–78.

⁶ Данная информация доступна по ссылке: <http://www.ved.gov.ru/exportcountries>.

* Daniil A. Turlanov — Ph.D. in law, senior specialist (lawyer) in Trade representation of Russia in Bulgaria. daniil-turlanov@yandex.ru.

⁷ Реформа торгпредств предусмотрена Концепцией формирования их «нового облика» (доступна по ссылке: http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/foreigneconomicactivity/department/doc20121026_6). Основная цель реформирования — сделать ТП клиентоориентированными офисами, нацеленными на максимально эффективное продвижение экономических интересов России и российских компаний на международных рынках.

⁸ Утвержден приказом Минэкономразвития России от 20 июня 2014 г. № 380 [Электронный ресурс] <http://www.base.garant.ru/7106002>.

⁹ Документ доступен на сайте Евразийской экономической комиссии по ссылке: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/trade/catr/ett/Pages/default.aspx>

¹⁰ Утверждено приказом Минэкономразвития России от 29 августа 2012 г. № 540 [Электронный ресурс] <http://base.garant.ru/71161544>.

¹¹ С порядком подачи заявлений можно ознакомиться на Едином портале внешнеэкономической информации по ссылке: www.ved.gov.ru/rus_export/business.

¹² Закон о вине и спиртных напитках Болгарии размещен в официальной базе правовой информации Lex.bg по следующей ссылке: <http://lex.bg/laws/ldoc/2134683137>.

¹³ Более подробная информации о деятельности МИК размещена на Едином портале внешнеэкономической информации по следующей ссылке: http://www.ved.gov.ru/rus_export/exporters_support/federal/non_financial_measures/institutional_arrangements.

¹⁴ Функционирование РЭЦ предусмотрено Федеральным законом от 29 июня 2015 г. № 185-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О банке развития» и статью 970 части второй Гражданского кодекса Российской Федерации». Официальный сайт РЭЦ <http://www.exportcenter.ru/company/>

¹⁵ 10 декабря 2015 г. Российский экспортный центр стал единственным акционером АО «ЭКСАР». Процесс интеграции корпоративного контура организаций группы Внешэкономбанка, необходимый для окончательного формирования концепции «единого окна», будет завершён в 2016 г. с передачей в собственность РЭЦ 100% акций АО РОСЭК-ИМБАНК.

¹⁶ Постановление Правительства РФ от 05.02.2016 № 71 «Об утверждении Правил осуществления акционерным обществом «Российский экспортный центр» деятельности по поддержке экспорта и взаимодействия с федеральными органами исполнительной власти и Государственной корпорацией по атомной энергии «Росатом».

¹⁷ Заключение соглашений предусмотрено Правилами взаимодействия РЭЦ с федеральными органами исполнительной власти. Например, такое соглашение заключено между РЭЦ и Минэкономразвития России, более подробная информация на сайте РЭЦ по ссылке: <http://www.exportcenter.ru/news/rossiyskiy-eksportnyy-tsentr-podpisal-soglashenie-s-ministerstvom-ekonomicheskogo-razvitiya-rossiysk>.

¹⁸ <http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depSvod/2016290402>.

¹⁹ В частности, соответствующие задачи поставлены в плане мероприятий («дорожной карте») «Поддержка доступа на рынки зарубежных стран и поддержка экспорта», утвержденном распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 июня 2012 г. № 1128-р, Собрание законодательства Российской Федерации, 2012, № 28, ст. 3928.

²⁰ Правовое основание для направления на работу в ТП представителей как деловых, так и государственных и региональных структур предусмотрено пунктом 8 Положения о Торговом представительстве Российской Федерации в иностранном государстве, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 27 июня 2005 г. № 401.

²¹ Портал доступен по ссылке: <http://www.export.gov>.

²² В России такого рода информацию можно получить на Едином портале внешнеэкономической информации по ссылке: <http://www.ved.gov.ru>.

²³ На сайте Посольства США в России содержится информации о деятельности офисов Коммерческой службы США: <http://moscow.usembassy.gov/fcs.html>.

²⁴ На сайте Службы содержится полезная информация для экспортеров американской сельскохозяйственной продукции на российский рынок: <http://www.fas.usda.gov/regions/russia>.

²⁵ Более подробная информация об американском сельскохозяйственном представительстве содержится на сайте Посольства США в России по следующей ссылке: <http://moscow.usembassy.gov/fas.html>.

²⁶ Американско-российская торгово-промышленная палата: <http://usrussiacc.org>.

²⁷ Более подробная информация о деятельности Американской торгово-промышленной палаты по поддержке экспорта содержится на ее сайте: <http://www.amcham.ru>.

²⁸ Посольство США в Болгарии: <http://bulgarian.bulgaria.usembassy.gov>.

²⁹ Американская торгово-промышленная палата в Болгарии www.amcham.bg.

³⁰ Экономическая бизнес-миссия «ЮБИФРАНС» в Болгарии: www.ubifrance.com/bg.

³¹ Французско-Болгарская ТПП: <http://www.ccifrance-bulgarie.org/bg>.

³² Более подробная информации о деятельности Агентства по торговле инвестициям размещена на сайте: <http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/EN/welcome.html>.

³³ Германско-Болгарская торгово-промышленная палата: <http://bulgarien.ahk.de/bg>.