Школа экспорта РЭЦ

РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

ПРОГРАММА

АКСЕЛЕРАТОР ЭКСПОРТНОГО РОСТА

АНО ДПО «Школа экспорта
АО «Российский экспортный центр»

В рамках исполнения мероприятий национального проекта «Производительность труда» (далее – Национальный проект) и для развития экспортного потенциала компаний из числа участников Национального проекта, АНО ДПО «Школа экспорта Акционерного общества «Российский экспортный центр» (далее – Школа экспорта РЭЦ) разработана и совместно с Минэкономразвития России реализуется акселерационная программа «Акселератор экспортного роста».

В 2018 году проведена «пилотная» реализация Акселерационной программы с участием 12 российских компаний, по итогам которой пять компаний заключили внешнеторговые контракты на сумму более 1 млрд. рублей.

Полномасштабный запуск акселерационной программы «Акселератор экспортного роста» состоялся в середине 2019 года.

Стоит отметить, что за все время реализации 331 компания получила акселерационную поддержку в рамках программы. Это производители оборудования для различных отраслей промышленности, продуктов питания, строительных материалов, контрольно-измерительных материалов, полимеров, изделий для авто и прочих транспортных средств, упаковочных материалов, изделий из цветных и черных металлов и прочих продуктов.

По итогам участия **63 компании заключили 163 экспортных контракта на сумму более 7,2 млрд. руб.** на поставку продукции в Германию, Италию, Чехию, Индию, Белоруссию, Турцию, Египет, США, Саудовскую Аравию, Сингапур, Китай, и в другие страны.

Программа «Акселератор экспортного роста» состоит из 3-х образовательных модулей. Период между модулями – не более одного месяца. В связи с эпидемиологической обстановкой с марта 2020 года обучение по программе проводится в дистанционном формате.

Уникальность программы состоит в сочетании системных знаний, получаемых слушателями в рамках обучения, и практических навыков, которые формируются в процессе решения кейсов и задач, участия в деловых играх и викторинах.

Цель программы: совместно подготовить экспортный проект для его дальнейшей реализации и заключения компанией экспортного контракта.

Задачи программы – сформировать системное целостное представление о том, как структурировать экспортный проект от выбора рынка до расчета оптимального логистического маршрута наиболее эффективным образом, минимизируя риски, снижая издержки и повышая конкурентоспособность вашего товара при поддержке государственного института развития - Российского экспортного центра.

МОДУЛЬ 1
«ПОДГОТОВКА ПРЕДПРИЯТИЯ К ВЫХОДУ НА ЭКСПОРТ»

ВЫБОР ЗАРУБЕЖНОГО РЫНКА: АЛГОРИТМ И ИНСТРУМЕНТЫ

На первоначальном этапе выбора одной или нескольких стран и начинающему, и опытному экспортеру прежде чем заказывать исследование консультантам, рекомендуем самостоятельно провести кабинетное исследование на основании доступной для поиска информации.

Изучение рынка необходимо для принятия решения о целесообразности поставок конкретного товара на рынок той или иной страны, а также для оценки собственных затрат, связанных с экспортом. Исследование ведется по нескольким направлениям: определение емкости рынка с точки зрения экспортного товара, исследование конкурентов, анализ цен и изучение языковых, культурных и религиозных различий стран.

Статистический учет внешней торговли товарами осуществляется на базе внешнеторговых классификаторов. Базовых международных классификатора два: Стандартная международная торговая классификация (СМТК, SITC) и Гармонизированная система описания и кодирования товаров (ГС, HS). Именно по таким кодам можно отследить сложившиеся товарные потоки в мировой торговле.

ИНСТРУМЕНТЫ ПО АНАЛИЗУ ТОРГОВОЙ СТАТИСТИКИ

- ЭКСПОРТ РЕГИОНОВ РОССИИ
- РЕНКИНГ ПЕРСПЕКТИВНОСТИ СТРАН
- ЭКСПОРТНЫЙ ТОВАРНЫЙ ПРОФИЛЬ
- СТРАНОВОЙ ИМПОРТНЫЙ ПРОФИЛЬ
- СТРАНОВОЙ ЭКСПОРТНЫЙ ПРОФИЛЬ
- НАВИГАТОР ПО БАРЬЕРАМ И ТРЕБОВАНИЯМ РЫНКОВ

Наряду с русскоязычными источниками информации в модуле рассмотрен ключевой блок доступных англоязычных информационных систем.

Это основные готовые аналитические продукты, доступные всем и позволяющие провести первоначальную оценку перспектив выхода на рынок.

ИТОГОМ изучения Блока является:

1). Четкое понимание, какие источники информации о международной торговле доступны экспортерам, как их использовать в маркетинговых целях
2). Мотивированный выбор минимум трех потенциальны рынков сбыта экспортной продукции

МОДЕЛЬ ВЫХОДА НА ВНЕШНИЙ РЫНОК. ПОИСК ПОКУПАТЕЛЯ

После выбора направления экспортных поставок необходимо определиться с методом выхода на внешний рынок. Существует два способа выхода на внешний рынок: самостоятельно или с помощью посредников.

Оба способа требуют от экспортера создания и развития ряда навыков и умений. Наиболее сложным является, безусловно, самостоятельный выход на внешний рынок, поэтому в ходе обучения мы остановимся на нем подробнее.

Варианты самостоятельного поиска покупателя на внешнем рынке включают пассивный, активны и гибридный. Предприятие может применять их выборочно или одновременно.

К числу пассивных способов самостоятельного поиска клиентов относят правильную настройку сайта и его эффективное продвижение на зарубежном рынке, а также рекламу.

Гибридный способ самостоятельного поиска клиентов связан с активным использованием чужих платформ. В том числе международные тендерные площадки, маркетплейсы и прочие возможности, с которыми слушатели познакомятся в процессе обучения.

Активный способ самостоятельной работы по поиску клиентов – это поиск контактов на выставках, в ходе бизнес-миссий и другими способами. Однако сбор контактов самих по себе не является гарантом продаж за рубежом. Выстраивание системы непрекращающейся работы с контактами – сложнейшее направление в деятельности предприятия.

Эксперты отмечают также, что и сам факт участия в выставке не гарантирует генерацию большого числа контактов. Причины кроются в отсутствии комплексной подготовки предприятия к выставочному мероприятию (от выбора выставки до работы в ее ходе и умелой отработки контактов после окончания экспозиции).

Определив способ выхода на рынок можно сформировать перечень потенциальных покупателей продукции (дистрибьютеры, дилеры и пр.), что повлияет на поиск непосредственных зарубежных партнеров

В данном модуле мы сосредоточились на прямом методе выхода на внешние рынки (без посредников), а именно на Интернет-торговле и участии в междугородных тендерах.

On-line торговля

Интернет-торговля (электронная торговля, e-commerce) в определении Комиссии ООН по международному торговому праву (UNCITRAL) – это организация и технология купли-продажи товаров, услуг электронным способом с использованием телекоммуникационных сетей и электронных финансово-экономических инструментов.

В блоке мы изучаем основные понятия Интернет-торговли (интернет-магазин, маркетплейс и т.д.) и прорабатываем все способы данного метода выхода на экспорт для конкретных компаний.

Несмотря на значительные различия в коммерческих условиях, на большинстве площадок *действуют следующие группы правил*, которые необходимо учитывать при запуске продаж:

- защита клиента от приобретения некачественных или контрафактных товаров (с продавца часто требуют документ, подтверждающий право торговли брендом);
- платеж поступает на счет продавца только после подтверждения факта доставки заказанного товара покупателю;
- некоторые маркетплейсы требуют, чтобы у продавца был локальный адрес;
- выдача предложений конкретного продавца на витрине маркетплейса зависит от множества факторов, но наибольший вес имеют частота продаж товара и отзывы покупателей о товаре и компании, его разместившей.

Какие торговые площадки стоит рассматривать в первую очередь?

Исходя из того, что количество электронных площадок в мире исключительно велико, а размещение товара на всех не представляется целесообразным или возможным, следует ввести *деление маркетплейсов*:

- **площадки с глобальным охватом**. Площадки, популярные во многих странах: amazon.com, ebay.com, alibaba.com;
- **страновые площадки.** Национальные и региональные площадки, осуществляющие деятельность, ориентированную на определенные страны, например на Китай: JD.hk, Tmall.hk;
- **отраслевые площадки.** Площадки, на которых продается продукция, относящаяся к одной категории, например, сельхозпродукция: ***www.agroterra.com, www.animalfeed1.com***

Наиболее распространенной формой корпоративных продаж являются торги (тендеры).

В условиях рыночной экономики конкурентные торги являются преимущественным способом размещения заказа. Они определяются как публичное открытое состязание участников с целью получения контракта на поставку продукции, позволяющее максимально учесть интересы заказчика, поставщика, потребителя, общества.

Основной объем закупок приходится на открытые торги, являющиеся одноэтапной процедурой, при которой участники сразу подают всю документацию, включая ценовое предложение, называемое офертой. На открытых торгах главным критерием в основном является цена.

После того, как определено экспортное направление и способ выхода на внешний рынок, а также выбраны потенциальные партнеры по внешнеторговой сделке, мы обязательно проверяем их.

Информация об иностранном партнере необходима для того, чтобы обезопасить себя от возможных рисков при реализации контракта, например, от риска неоплаты. Существуют источники, обратившись к которым можно получить необходимую информацию.

Проверять покупателей целесообразно всегда, работаете вы самостоятельно или через посредников. Это сильно повысит вероятность того, что вы дойдете до последнего этапа проекта «Получение валютных платежей» с выгодой для своей компании.

Проверить контрагента можно несколькими методами

- прибегнуть к российскому онлайн сервису;
- обратиться к торговому реестру соответствующей страны;
- заказать отчет о компании в международном кредитно-рейтинговом агентстве.

Всеми инструментами можно пользоваться удаленно, за исключением случаев, когда торговый реестр соответствующей страны не предоставляет документы через интернет и единственный способ получения таковых – личное письменное заявление.

Наряду с такими инструментами, как поддержка компаний в участии в выставочно-ярмарочной деятельности и бизнес-миссиях, тендерах международных организаций, развитии онлайн-каналов продаж, РЭЦ также предлагает услуги, прямо предусматривающие поиск потенциальных зарубежных покупателей.

ИТОГОМ изучения Блока является:

1). Определение способа выхода на рынок (самостоятельный или с помощью посредника)
2). В ряде случаев в результате непосредственной работы с источниками информации компании прямо на обучении получают список потенциальных покупателей
3). Понимание основ системного подхода к работе с базой данных контактов покупателей с целью повышения продаж за рубежом
4). Практическое понимание способов проверки иностранного покупателя.

ПОДГОТОВКА ТОВАРА К ТРЕБОВАНИЯМ РЫНКА/ПОКУПАТЕЛЯ

После того, как определена одна из несколько стран, в которую товар будет экспортироваться, мы должны разобраться, какие документы нужно получить для вывоза товара из России и ввоза его на зарубежный рынок.

Необходимость оформления тех или иных документов обусловлена мерами государственного регулирования внешнеторговой деятельности.

В целом нет препятствий (за некоторыми исключениями) для вывоза товара с территории России. Требование о получении того или иного документа зависит от типа товара. *Например*, если экспортируется товар двойного назначения, необходимо получить документ из ФСТЭК. Если экспортируется продукция животного или растительного происхождения, то нужно обратиться в Россельхознадзор.

Существуют документы, которые позволяют подтвердить факт производства товара на территории Российской Федерации. Такие документы – сертификат страны происхождения - запрашивает покупатель продукции за рубежом для получения определенных преференций.

Документация для ввоза и продажи товара на территорию страны – покупателя сложнее и разнообразнее.

Связано это с тем, что к качеству товара на территории разных стран предъявляются разные требования. Технические барьеры (технические регламенты, нормы, стандарты и «местные» правила) – самые сложные для преодоления в экспорте.

При выходе на зарубежный рынок компания может нести значительные затраты на получение сертификатов и прохождение процедур соответствия. В зависимости от вида сертификата расходы экспортера могут достигать несколько сотен тысяч долларов США.

В этой связи компании необходимо перед заключением контракта и поставки продукции четко знать об особенностях иностранного рынка. В ряде случаев такого рода ответственность можно переложить на покупателя, отразив это в контракте

Современной особенностью развития мирового рынка является ужесточающийся требования к ответственному ведению бизнеса компаниями. На модуле слушатели познакомятся с тем, как этот процесс отражается на российских экспортерах.

ИТОГОМ прохождения Блока является
1). Комплексное представление о существующих барьерах в мировой торговле, осведомленность о новы тенденциях, включая требования к ответственному ведению бизнеса компаниями
2). Понимание требований и документов, необходимых для вывоза товара из России и ввоза его на территорию страны экспорта

ОХРАНА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Серьезным вопросом при подготовке товара к вывозу на экспорт является защита объектов интеллектуальной собственности компании-экспортера и недопущение нарушения прав зарубежных компаний.

В состав интеллектуальной собственности для экспортеров могут входить как результаты интеллектуальной деятельности (сокращенно РИДы), которые были получены в ходе осуществления научно-исследовательской или производственной деятельности, а также средства индивидуализации, используемые для идентификации компаний, товаров или услуг (их часто называют бренды).

Для распоряжения правами на объекты интеллектуальной собственности (ОИС) сделках компании-экспортеру первоначально необходимо закрепить за собой исключительные (имущественные) права на эти объекты в странах предполагаемого экспорта. Процедуры закрепления таких прав зависят от типа объектов интеллектуальной собственности и страны регистрации ОИС.

Для этого существуют три основных пути:

1. *Национальная процедура*:
2. *Региональная процедура*:
3. *Международная процедура:*

ИТОГОМ прохождения Блока является
1). Понимание необходимости и способов международной защиты объектов интеллектуальной собственности

2). Осведомленность о необходимости проверки ненарушения интеллектуальных прав третьих лиц за рубежом

ПОДГОТОВКА К ПЕРВЫМ КОНТАКТАМ С ИНОСТРАННЫМ КОНТРАГЕНТОМ

Заключению внешнеторгового контракта предшествуют многочисленные формы делового общения с зарубежными партнерами, на которых обсуждаются различные вопросы возможного будущего контракта купли-продажи: деловая переписка, телефонное общение, деловые встречи, переговоры, участие в конференциях, международных выставках. От того, насколько грамотно организован коммуникативный процесс во многом зависит успех подписания внешнеторговой сделки и дальнейшее развитие стратегических контактов.

Основная особенность коммуникации в международном пространстве является разность деловых культур – кросс-культурный аспект. Именно этому аспекту мы придаем важнейшее значение в модуле.

Базируясь на классификации Р. Льюиса, выделяем особенности трех типов культур (полиактивной, моноактивной и реактивной) и вырабатываем навыки работы с представителями каждой.

Критерии, по которым Льюис разделил культуру на типы:

- планирование дел,
- иерархия целей,
- отношение ко времени,
- способ получения информации.

Народы разных культур ведут переговорный процесс совершенно по-разному.

В связи с этим возникает сразу две проблемы: профессионализм команды, ведущей переговоры, и, вопрос кросс-культурных предубеждений.

ИТОГОМ прохождения блока *является понимание особенностей деловых культур и алгоритма коммуникации с представителями каждой из них.*

ПОДГОТОВКА КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Коммерческое предложение – первый комплексный и самостоятельный документ во внешнеторговых переговорах сторон. Особенности его составления и оформления посвящен блок.

Важнейшей частью работы обучающихся станет самостоятельная разработка коммерческого предложения в формате практической работы, имеющей в обучающих целях сквозной характер.

ИТОГОМ прохождения блока *является навык составления эффективного коммерческого предложения.*

ДЕНЬ 1, (09:00 – 16:00)
ВВЕДЕНИЕ. ЗНАКОМСТВО
Приветствие от Генерального директора Школы экспорта
1. Введение в Программу Акселератора: Жизненный цикл экспортного проекта, система государственной поддержки экспорта 2. Знакомство с участниками – в мини группах
БЛОК 1. ВЫБОР ЗАРУБЕЖНОГО РЫНКА: АЛГОРИТМ И ИНСТРУМЕНТЫ
1. Мини-лекция «Внешнеторговые классификаторы» 2. Мини-лекция «Выбор зарубежного рынка: российские аналитические источники» 3. Практическая работа № 1 «Выбор рынка: российские источники» - мастер класс
ПЕРЕРЫВ
БЛОК 1. ВЫБОР ЗАРУБЕЖНОГО РЫНКА: АЛГОРИТМ И ИНСТРУМЕНТЫ (продолжение)
4. Мини-лекция «Аналитические исследования по открытым иностранным источникам 5. Практическая работа № 2 «Выбор рынка: международные источники» - мастер-класс 6. Мини-лекция «Алгоритм комплексной оценки перспектив экспортного рынка» 7. Практическая работа № 3 «Комплексная оценка перспектив экспортного рынка» -
ОБЕД
БЛОК 2. МОДЕЛЬ ВЫХОДА НА ВНЕШНИЙ РЫНОК. ПОИСК ПОКУПАТЕЛЯ
1. Мини-лекция «Самостоятельный выход предприятия на рынок: работа на выставках, в бизнес-миссиях» 2. Мини-лекция «Формирование баз данных потенциальных клиентов и система работы с ними» 3. Мини-лекция «Работа с консультантами/ посредниками, агентами» 4. Мини-лекция «Проверка покупателя. Due diligence» 5. Мини-лекция «Государственная поддержка с области поиска покупателя и выбора рынка»
ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ПЕРВОГО ДНЯ ОБУЧЕНИЯ

ДЕНЬ 2, (09:00 – 16:00)
БЛОК 2. МОДЕЛЬ ВЫХОДА НА ВНЕШНИЙ РЫНОК. ПОИСК ПОКУПАТЕЛЯ (продолжение)
6. Мини-лекция «Модель выхода на зарубежный рынок: самостоятельно или с помощью посредника» 7. Мини-лекция «Выход на зарубежный рынок через международные тендерные площадки. Тендеры организаций системы ООН» 8. БИЗНЕС-КЕЙС «Возможности сети SAP Ariba для поиска покупателей» 9. Мини-лекция «Возможности онлайн торговли для экспортеров» 10. БИЗНЕС-КЕЙС ALIBABA «Эффективная работа на маркетплейсах» 11. Мини-лекция «Роль сайта компании при выходе на экспорт»
ПЕРЕРЫВ
БЛОК 2. МОДЕЛЬ ВЫХОДА НА ВНЕШНИЙ РЫНОК. ПОИСК ПОКУАТЕЛЯ (продолжение)
12. Практическая работа № 4 «Выбор способа выхода на экспортный рынок и определение профиля покупателя»
БЛОК 3. ПОДГОТОВКА ТОВАРА К ТРЕБОВАНИЯМ РЫНКА/ПОКУПАТЕЛЯ
1. Мини-лекция «Ответственное ведение бизнеса» 2. Решение кейсов 3. Мини-лекция «Нетарифные барьеры в международной торговле» 4. Мини-лекция «Оформление разрешительной документации при выходе на рынок: вывоз товара из России»
ОБЕД
БЛОК 3. ПОДГОТОВКА ТОВАРА К ТРЕБОВАНИЯМ РЫНКА/ПОКУПАТЕЛЯ продолжение)
5. Мини-лекция «Оформление разрешительной документации при выходе на рынок: соблюдение технических стандартов» 6. Мини-лекция «Государственная поддержка с области подготовки товара к требованиям зарубежного рынка» 7. Практическая работа № 5 «Подготовка товаров к требованиям рынка»
ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ВТОРОГО ДНЯ ОБУЧЕНИЯ

ДЕНЬ 3, (09:00 – 13:30)
БЛОК 4. ОХРАНА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ
1. Мини-лекция «Правовая охрана интеллектуальной собственности на

внешних рынках» 2. Мини-лекция «Государственная поддержка с области интеллектуальной собственности» 3. Практическая работа № 6 «Определите зоны риска в области интеллектуальной собственности для экспорта своего продукта»
ПЕРЕРЫВ
БЛОК 5. ПОДГОТОВКА К ПЕРВЫМ КОНТАКТАМ С ИНОСТРАННЫМ КОНТРАГЕНТОМ
1. Мини-лекция «Типы кросс культурных коммуникаций в переговорном процессе» 2. Практическая работа № 7 «Особенности работы с представителями разных видов культур»
БЛОК 6. ПОДГОТОВКА КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ
1. Мини-лекция «Подготовка коммерческого предложения для иностранного покупателя» 2. Сквозная практическая работа № 8 «Разработка основных положений коммерческого предложения»
ОБСУЖДЕНИЕ МЕЖМОДУЛЬНОГО ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ
РЕЗЮМЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ПЕРВОГО МОДУЛЯ ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ УЧАСТНИКОВ ПО ИТОГАМ МОДУЛЯ

МОДУЛЬ 2
«ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ»

ЭКОНОМИКА ЭКСПОРТНОЙ СДЕЛКИ

В ходе работы над материалами первого модуля компании определились с экспортным товаром (в том числе с вопросом подготовки необходимой документации для вывоза товара и ввоза его в другую страну), географией будущей экспортной поставки, методом выхода на рынок (самостоятельно, с помощью посредника), профилем покупателя. Была проделана работа над построением системы постоянной работы с базой данных потенциальных покупателей, а сами новые претенденты на роль контрагентов были тщательно проверены.
Компании начали составлять коммерческое предложение, опираясь на основные конкурентные атрибуты своего продукта.

Пришло время проработать два других важнейших параметра конкурентоспособности:
- цена (с точки зрения основных затрат в ходе исполнения экспортной сделки);
- финансовые условия коммерческого предложения.

В блоке рассматриваются вопросы конкурентного ценообразования и источники информации о ценах

В результате обучения по Блоку участники программы:
1). Формируют системное представление об основных расходах по экспорту
2). Изучают подходы к установлению цены для экспортного товара

МЕЖДУНАРОДНАЯ ЛОГИСТИКА

Логистика играет важнейшую роль при экспорте. По большому счету она подчас определяет и географическое его направление, ведь именно затраты на логистику – важнейшая статья расходов при товарных поставках.

В свою очередь, какая часть логистических расходов войдет в цену экспорта, определяется условием места поставки и момента перехода рисков с продавца на покупателя. Международные правила, трактующие наиболее широко используемые во внешней торговле термины относительно этих параметров, называются Инкотермс (Incoterms, International commercial terms).

Правила эти впервые опубликованы Международной торговой палатой в 1936 году и дополнялись позднее.
В 2020 году вышла новая редакция - Инкотермс 2020. Примечательно, что при этом и предыдущие редакции имеют полную силу, если партнеры по сделке оговорили это в контракте. Особенности Инкотермс 2020 будут подробно рассмотрены в блоке.

Итак, Инкотермс определяет распределение рисков, ответственности и расходов между продавцом и покупателем.

Какие расходы имеются в виду:

- ✓ Расходы на погрузо-разгрузочные работы, включая перевалку.
- ✓ Расходы на основную перевозку
- ✓ Расходы на доставку до основного перевозчика (довозка)
- ✓ Хранение на промежуточных складах
- ✓ Расходы на таможенное оформление в стране экспорта.
- ✓ Расходы на таможенное оформление в стране импорта.
- ✓ Расходы на получение импортных лицензий.
- ✓ Расходы на получение экспортных лицензий.
- ✓ Расходы на упаковку, маркировку.

Структура расходов, вытекающая из Инкотермс, охватывает основные логистические и таможенные операции, поэтому она ложится в основу расчета логистических издержек, включающих в себя в том числе расходы, связанные с таможенным оформлением.

В результате обучения по Блоку участники программы:
1). Актуализируют знания в области Инкотермс
2). Научатся определять виды логистических расходов и оптимизировать их.
3). Узнают о мерах государственной поддержки экспорта в части логистики

ТАМОЖЕННОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ЭКСПОРТНОЙ СДЕЛКИ

Особенностью логистических расходов в международных торговых товарных сделках является обязательное выполнение участниками таможенных операций и процедур.

Таможенное законодательство оперирует понятием *«Товар»*. Этот термин охватывает все, что перемещается через границу, – любое движимое имущество, вещи, грузы, сырье, продукция, экспонаты и стенды на выставку. Не являются товарами. например, программное обеспечение, дизайн-проекты, чертежи (это услуги). Однако, если эти услуги зафиксированы на материальном носителе (флеш-карте, CD-диске) и в таком виде перемещаются через границу, они становятся товаром, и к такому товару – материальному носителю – применяются все требования таможенного законодательства.

Необходимо для себя определить, с какой целью мы перемещаем свой товар и возможно ли изменение этих целей в процессе исполнения контракта.

Таможенная процедура – это установленные законодательством правила и требования, которые экспортер (декларант) должен соблюдать при перемещении товаров через таможенную границу и дальнейшем их использовании. Необходимость уплаты таможенных пошлин и НДС, применение запретов и ограничений, требование о представлении разрешительных документов также зависят от таможенной процедуры, под которую помещаются товары.

Типы таможенных процедур:

- Экспорт
- Таможенный транзит
- Временный вывоз
- Реэкспорт
- Переработка вне таможенной территории
- Реимпорт

Исходя из выбранной таможенной процедуры будут определяться условия помещения товара под выбранную таможенную процедуру, ответственность и риски декларанта.

В ИТОГЕ изучения материалов блока слушатели:
1). Получают практические навыки формирования структуры сделки с точки зрения таможенного оформления товара
2). Овладеют навыками оптимизации экспортных сделок (в части таможни)

ФИНАНСОВЫЕ УСЛОВИЯ СДЕЛКИ

Обсудив стоимостную составляющую экспортного предложения компании, мы переходим к дополнительным факторам, усиливающим его привлекательность – к финансовым условиям сделки.

При прочих равных условиях покупатель предпочитает работать с тем экспортером, который предлагает максимально комфортные условия оплаты или организует финансовое обеспечение сделки. Иногда даже если экспортер проигрывает по цене или качеству продукции, его коммерческое предложение может быть конкурентоспособным в силу условий оплаты или финансирования сделки, которые оно содержит.

Условия оплаты включают в себя:

Методы расчетов – как будет производится оплата:
- простым банковским переводом;
- через инкассо;
- через аккредитив.

Условия и сроки осуществления платежа по контракту

- аванс;
- предоплата;
- оплата против документов;
- отсрочка платежа.

Средства платежа – чем будет осуществлена оплата
- денежными средствами или через долговые инструменты, такие как:
- переводной вексель;
- банковская тратта;
- чеки.

Отсрочка платежа (коммерческий кредит) – это условие оплаты, которое по своей сути представляет собой форму кредитования покупателя.

Коммерческий кредит позволяет:

- ✓ покупателю избегать «кассовых разрывов» и планировать ликвидность (особенно, если продукция имеет сезонный характер);
- ✓ а экспортеру увеличивать объем продаж иностранному покупателю.

Являясь эффективным «финансовым рычагом» для иностранного покупателя, для экспортера коммерческий кредит может быть связан с дополнительными расходами и рисками. У нефинансовых компаний дебиторская задолженность в среднем составляет около 40% от общей суммы активов. У компаний, ориентированных на экспортные продажи, этот показатель может быть значительно выше.

Оценивать дефицит ликвидности при осуществлении регулярных продаж необходимо с учетом всех доходов и расходов компании в целом. Для этого удобно сформировать прогноз движения денежных средств компании на соответствующий период.

В ИТОГЕ прохождения материалов блока участники:
1). Прорабатывают нюансы методов расчета, разбираются в особенностях условий платежа
2). Знакомятся со способами финансирования кассовых разрывов при экспорте
3). Нарабатывают практические навыки работы с Планом Движения Денежных Средств (cash-flow)

ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ЭКСПОРТЕРА

Источник финансирования экспортных сделок для большинства компании – острый и злободневный вопрос, особенно при предоставлении покупателю коммерческого кредита.

На модуле слушатели познакомятся с финансовыми инструментами, применение которых целесообразно, а иногда и необходимо для успешной реализации экспортных проектов:

1. Предэкспортное финансирование:

- кредит экспортеру на пополнение оборотных средств для целей исполнения экспортного контракта;

2. Постэкспортное финансирование:

- кредит экспортеру для покрытия кассовых разрывов в связи с предоставлением покупателю отсрочки платежа (финансирование коммерческого кредита);
- уступка дебиторской задолженности финансовому агенту – факторинг;
- подтвержденный аккредитив с предоставлением финансирования;
- кредит иностранному покупателю (банку иностранного покупателя);

В ИТОГЕ прохождения материалов блока участники:
1). Учатся определять, какие финансовые инструменты наиболее подходят для их экспортных сделок
2). Знакомятся с финансовыми продуктами Группы РЭЦ

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ РЕАЛИЗАЦИИ ЭКСПОРТНОЙ СДЕЛКИ

На протяжении всего жизненного цикла экспортной сделки участники ее встречаются с различными рисками.

Риск – это влияние неопределенности на цели компании. Неопределенность - это состояние, заключающееся в недостаточности или отсутствии информации, понимания или знания относительно того или иного события. Влияние – это те последствия (ущерб или, наоборот, выгода), к которым может привести наступление того или иного события.

Управление рисками – это строгий расчет и анализ. И первым шагом является выявление (идентификация) и систематизация рисков, которым подвержена деятельность компании.

Во внешнеэкономических сделках риски во многом зеркальны, но ряд рисков относится только к экспортеру, а именно:

- ✓ отказ покупателя от исполнения обязательств по контракту (производственный риск);
- ✓ задержка оплаты;
- ✓ отказ от оплаты задолженности или несостоятельность иностранного покупателя.

Важнейшее место в системе инструментов управления рисками принадлежит страхованию и гарантиям, в частности:

- банковские гарантии: платежные и контрактные
- страхование экспортных кредитов, предоставляемое специализированным экспортным агентством ЭКСАР.

Практический эффект в области снижения риска ненадлежащего исполнения сторонами обязательств по экспортному контракту, в целом, и дефолта иностранного покупателя, в частности, дает комбинирование финансовых продуктов, гарантий и страхования (особенно страховых продуктов ЭКСАР).

Отдельно следует выделить валютный риск и способы его минимизации (валютные оговорки, хеджирование).

ИТОГОМ обучения в блоке является:
1). Актуализированное представление участников о видах риска и способах работы с ними
2). Формирование навыков структурирования сделки с применением всех финансовых инструментов

ВНЕШНЕТОРГОВЫЙ КОНТРАКТ

Составление контракта является одним из решающих этапов сделки, оказывающий непосредственное влияние на ее исход.

В модуле мы рассматриваем отдельные элементы контракта по блокам:
- Юридических условий
- Коммерческих условия
- Технических условий
- Логистический условий

При оценке драфта договора, предложенного контрагентом, необходимо убедиться, что в нем в достаточной мере отражены все детали условий контракта, которые мы подробно разберем на занятии.
Кроме того, контракт должен балансировать права и обязанности продавца и покупателя (даже, если одна из сторон – более крупный, а возможно, ведущий в сделке, игрок).

После первичного анализа контракта проводится оценка положений контракта действующим НПА, а также нормам российского права. Важно удостовериться, например, что условия осуществления платежа не противоречат валютному законодательству.

Важны и предлагаемые схемы осуществления сделки. Так, например, во многих европейских странах распространен так называемый семи-бизнес, когда речь идет о трехсторонней сделке, плательщиком выступает одно юридическое лицо, получателем – другое, при этом покупателем считается получатель. Такая схема ведения бизнеса противоречит нормам российского права, поэтому экспортеру требуется обращать внимание не только на то, кто будет выступать в качестве покупателя, но и на таких участников сделки, как плательщик и получатель.

В заключении следует анализ юридических формулировок. В юридических условиях контракта, наиболее часто встречаются случаи казуистики, заложенные недобросовестными партнерами.

ИТОГОМ обучения в блоке является:
1). Комплексное представление о существенных условиях внешнеторгового контракта
2). Изучение алгоритма работы с драфтом контракта, предложенного внешнеторговым партнером

ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ

В завершении обучения участники в форме деловой игры отработают навыки приглашения к сделке партнера.

ДЕНЬ 1 (09:00-18:00)
ВСТУПЛЕНИЕ: представители Школы экспорта РЭЦ
БЛОК 1. **РЕЗУЛЬТАТЫ МЕЖМОДУЛЬНОЙ РАБОТЫ**.
Презентация результатов межмодульной работы по итогам обучения 1 Модуля Акселератора (по группам) *Регламент выступления и ответов на вопросы одной команды до 10 мин.*
ПЕРЕРЫВ
БЛОК 2. **ЭКОНОМИКА ЭКСПОРТНОЙ СДЕЛКИ**
1. Мини-лекция «Основные факторы конкурентоспособности экспортного предложения» 2. Мини-лекция «Конкурентное ценообразование. Источники информации по ценам» 3. Мини-лекция «Карта расходов по экспортной сделке» 4. Практическая работа №1 «Расходы по экспортной сделке»
ОБЕД

БЛОК 3. **МЕЖДУНАРОДНАЯ ЛОГИСТИКА**
1. Мини-лекция «Роль логистики в экономике экспортного контракта» 2. Мини-лекция «Основные затраты на логистику» 3. Мини-лекция «Инкотермс: структура и распределение издержек, риски и ответственность» 4. Практическая работа № 2 5. Мини-лекция «Меры государственной поддержки в области логистики»
ПЕРЕРЫВ
БЛОК 4. **ТАМОЖЕННОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ЭКСПОРТНОЙ СДЕЛКИ**
1. Мини-лекция «Таможенные операции и таможенные процедуры» 2. Мини-лекция «Тарифные и не тарифные меры. Декларант и таможенный представитель. Ответственность и риски» 3. Практическое упражнение № 3 «Выбор таможенной процедуры»
ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ПЕРВОГО ДНЯ ОБУЧЕНИЯ

ДЕНЬ 2 (09:00-18:15)
РЕЗЮМЕ ПО ПРОЙДЕННОМУ МАТЕРИАЛУ
БЛОК 5. **ФИНАНСОВЫЕ УСЛОВИЯ СДЕЛКИ**
1. Мини-лекция «Условия оплаты по экспортному контракту» 2. Мини-лекция «Коммерческий кредит» 3. Мини-лекция «Оценка потребности в финансировании экспорта. Cash flow» 4. Практическое упражнение №4 «Расчет потребности в экспортном финансировании на основании анализа плана движения денежных средств. Cash flow»
БЛОК 6. **ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ЭКСПОРТЕРА**
1. Мини-лекция «Предэкспортное финансирование» 2. Мини-лекция «Продукты Группы РЭЦ по предэкспортному финансированию»
ПЕРЕРЫВ
БЛОК 6. **ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ЭКСПОРТЕРА (продолжение)**
3. Мини-лекция «Постэкспортное финансирование» 4. Мини-лекция «Продукты Группы РЭЦ по постэкспортному финансированию» 5. Практическая работа №5 «Решение бизнес кейсов по теме»
БЛОК 7. **УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ РЕАЛИЗАЦИИ ЭКСПОРТНОЙ СДЕЛКИ**
1. Мини-лекция «Риски экспортера. Карта рисков по экспортной сделке»

2. Мини-лекция «Управление рисками экспортного проекта» 3. Практическая работа №6 «Расчет убытков»
ОБЕД
БЛОК 7. **УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ РЕАЛИЗАЦИИ ЭКСПОРТНОЙ СДЕЛКИ (продолжение)**
4. Мини-лекция «Валютный риск. Хеджирование» 5. Мини-лекция «Страхование и гарантии в системе управления рисками экспортной сделки» 6. Мини-лекция «Комбинирование финансовых продуктов как способ снижения рисков в экспортной сделке» 7. Практическая работа №7 «Структурирование проекта поставки энергетического оборудования в Республику Казахстан»
ПЕРЕРЫВ
БЛОК 8. **ВНЕШНЕТОРГОВЫЙ КОНТРАКТ**
Мини-лекция «Существенные условия внешнеторгового контракта»
БЛОК 9. **ДОРАБОТКА КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ**
Сквозная практическая работа «Разработка основных положений коммерческого предложения. Усиление финансовыми инструментами»
ОБСУЖДЕНИЕ МЕЖМОДУЛЬНОГО ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ
ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ОБУЧЕНИЯ. ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ УЧАСТНИКОВ.

МОДУЛЬ 3
«ЗАКЛЮЧЕНИЕ ВНЕШНЕТОРГОВОГО КОНТРАКТА»

Если первый и второй модули Акселерационной программы посвящены определению рынка, подготовке товара, разработке максимально привлекательных логистических и финансовых условий для контрагента, минимизации риски, то **главная задача 3 модуля** – подготовить экспортера к реализации сделки.
В этой связи материалы модуля охватывают следующие четыре аспекта:

1) Экспортный контроль
2) Валютный контроль
3) Работа с НДС при экспорте
4) Коммуникационное навыки в работе экспортера

ЭКСПОРТНЫЙ КОНТРОЛЬ

В связи с политической нестабильностью в различных регионах мира, а также террористическими угрозами особое значение приобретает эффективность международной системы регулирования перемещения товаров и технологий, которые могут быть использованы для создания оружия массового поражения или при совершении террористических актов. Для этого на межгосударственном уровне принят ряд соглашений по ограничению экспорта и импорта таких товаров. Именно эти международные соглашения и легли в основу понятия ***экспортный контроль.***

Для России экспортный контроль является неотъемлемой частью внешней и внутренней политики (Федеральный закон «Об экспортном контроле» от 18.07.1999 № 183-ФЗ). Он основывается на разрешительном механизме осуществления экспорта и импорта контролируемых товаров и технологий. Контролю подвергаются внешнеэкономические сделки с ограниченной группой товаров (технологий), включенные в специальные списки (в настоящее время их шесть).

Одна из обязанностей экспортера – определить, входит ли продукция в списки и, если да, правильно отработать все шаги получения разрешения на вывоз продукта за рубеж. Этом и посвящен блок «Экспортный контроль».

В результате обучения по Блоку участники программы:
1). Обучаются принципам идентификации товара в соответствии со списками
2). Изучают алгоритм дальнейшей работы с государственными органами по оформлению разрешений на вывоз товара за границу (при необходимости)
3). Изучают систему организаций, вовлеченных в исполнение положений ФЗ №183-ФЗ, а также принципы организации экспортного контроля на собственном предприятии.

ОСНОВНЫЕ РИСКИ НАРУШЕНИЯ ТРЕБОВАНИЙ ВАЛЮТНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ЭКСПОРТНОГО ПРОЕКТА

Основная цель действующего валютного законодательства – обеспечить устойчивость национальной валюты и стабилизацию на валютном рынке. Задачей валютного контроля также является учет валютных операций и формирование платежного баланса страны.

Законодательство сохраняет значительное количество ограничений и правил контроля, которые не слишком обременительны и практически незаметны при совершении типовых сделок, однако *становятся ощутимы при возникновении нестандартной ситуации*. Нестандартная ситуация может возникнуть, например, когда контрагент предлагает рассчитаться в своей национальной валюте, а ваш банк не имеет соответствующих корреспондентских счетов; или, когда покупатель предлагает рассчитаться ценными бумагами. Иными словами, нормы валютного регулирования – это еще одно правило для участников внешнеторговой деятельности.

Вопросы валютного контроля рассматриваются в связке с этапами заключения и исполнения экспортного контракта:
1. Формирование основных условий контракта
2. Исполнение обязательств, предусмотренных контрактом.

На первом этапе важно уделить внимание написанию текста контракта и указанию в нем всех необходимых требований, учитывая законодательные требования к репатриации.

Требование о репатриации – это основное требование Федерального закона «О валютном регулировании и валютном контроле». В рамках этого требования возникает большое число вопросов, которые мы рассмотрим в программе.

В результате обучения по Блоку участники программы:
1). Актуализируют знания по валютному законодательству РФ
2). Рассмотрят 4 правила репатриации выручки
3). Изучат сроки предоставления документов и информации в уполномоченный банк
4). Попрактикуются в определении размеров ответственности при различных нарушениях валютного законодательства

НАЛОГИ ПРИ ЭКСПОРТЕ

На каждом этапе жизненного цикла экспортного проекта происходят события, имеющие налоговые последствия. Важно выявить такие события и выработать конкретные шаги, направленные на минимизацию негативных последствий для

экспортного проекта на каждой его стадии.

Любой проект начинается со стадии планирования. Планирование проекта предполагает построение бизнес-модели и бизнес-плана, а также расчет желаемого финансового результата, свободного денежного потока и объем необходимого финансирования. С налоговой точки зрения на размер чистой прибыли, свободного денежного потока и сумму уплачиваемых налогов в бизнесе, который осуществляет экспортную деятельность, будет влиять ряд факторов, которые мы определим в ходе обучения.

Важнейшей частью обучения по теме станет подробный и всесторонний анализ налога на добавленную стоимость (НДС) при экспорте товаров, включая вопросы его возмещения из бюджета и связанные с этим риски.

Интересной возможностью для ряда предприятий является процедура ускоренного возмещения НДС под гарантию банка. Целесообразность использования этой возможности предприятием для каждого конкретного предприятия может отличаться и будет подробно рассмотрена в блоке

В результате обучения по Блоку участники программы:
1). Актуализируют знания по особенностям систем налогообложения и их применения при экспорте
2). Всесторонне проанализируют целесообразность использования ОСН при экспорте
3). Рассмотрят риски работы с НДС при экспорте и алгоритм действий по минимизации этих рисков
4). Детально изучат механизм ускоренного возмещения НДС (в том числе с помощью гарантии банка)

ЭФФЕКТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ ПРИ ЭКСПОРТЕ

К вопросам коммуникации компания обращается на протяжении всего жизненного цикла экспортного проекта. Компания вступаем во взаимодействие с контрагентом (в коммуникацию) на этапе выбора рынка и поиска покупателя, на этапе подготовки товара (уточнение требований к товару, например), естественно, на этапе переговоров и заключения контракта.
От того, насколько грамотно организован коммуникативный процесс с представителями иностранных компаний во многом зависит успех подписания внешнеторговой сделки и дальнейшее развитие стратегических контактов. Именно навыки эффективной коммуникации с деловым партнером, в конечном счете, делают сделку фактически возможной.

В этой связи в блоке предложены к рассмотрению принципы и этапы переговорного процесса с учетом особенностей деловых культур контрагентов, а также основные инструменты коммуникации и вопросы эффективной презентации.

Переговоры предназначены в основном для того, чтобы с помощью взаимного обмена мнениями получить отвечающее интересам обеих сторон соглашение и достичь результатов, которые бы устроили всех его участников. Успех переговоров – результат кропотливой предварительной подготовки, сбора и анализа большого массива материала, четкого понимания целей и границ, умения выстраивать переговорный процесс участниками. В конечном итоге – успех переговоров зависит от тог, как сработали все элементы процесса.

В ходе обучения прорабатывается алгоритм подготовки и проведения переговоров, проясняются понятия интересов и позиций сторон, смешение которых и неумение отличить одно от другого, ведет подчас к провалу.

Важным элементом обучения является активация переговорных техник, которыми уже обладают слушатели (умение задавать правильные и своевременные вопросы, навыки аргументации, противодействие манипуляции).

Ключевым элементом обучения станет тема проведения эффективной презентации.

Навыки презентации – один из ключевых soft skills, которыми должны обладать сотрудники, вовлеченные в работу над экспортным проектом. Участники обучения узнают о целях, формах и способах презентации, а также получат уникальную возможность отточить мастерство под руководством профессионалов-практиков Школы экспорта РЭЦ в ходе финальной защиты проектов.

В результате обучения по Блоку участники программы:
1). Актуализируют знания по основам и этапам подготовки и проведения переговоров с иностранным контрагентом.
2). Познакомятся с принципами подготовки эффективной презентации
3). Отработают навыки презентации коммерческого предложения

ДЕНЬ 1 (09:00-18:00)
ВСТУПЛЕНИЕ: представители Школы экспорта РЭЦ
БЛОК 1. **РЕЗУЛЬТАТЫ МЕЖМОДУЛЬНОЙ РАБОТЫ**
Презентация результатов межмодульной работы по итогам обучения 2 Модуля Акселератора (по группам).

Регламент выступления и ответов на вопросы одной команды до 10 мин.
ПЕРЕРЫВ
БЛОК 2. **ЭКСПОРТНЫЙ КОНТРОЛЬ**
1. Мини лекция «Нормативная база экспортного контроля» 2. Мини лекция «Процедура экспортного контроля» 3. Мини лекция «Ответственность за нарушение правил ЭК» 4. Мини лекция «Организация ЭК на предприятии» 5. Практическая работа № 1 «Определение соответствия товара контрольным спискам»
ОБЕД
БЛОК 3. **ОСНОВНЫЕ РИСКИ НАРУШЕНИЯ ТРЕБОВАНИЙ ВАЛЮТНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ЭКСПОРТНОГО ПРОЕКТА**
1. Мини лекция «Требование о репатриации иностранной валюты и валюты РФ». 2. Практическая работа № 2 «Сроки постановки на учет экспортных контрактов на поставку товаров» 3. Мини лекция «Нарушение сроков предоставления документов и информации в уполномоченный банк» 4. Практическая работа № 3 «Расчет возможной административной ответственности при нарушении требований о репатриации и нарушении сроков предоставления документов и информации по экспортной сделке».
ПЕРЕРЫВ
БЛОК 4. **НДС ПРИ ЭКСПОРТЕ**
1. Мини лекция «НДС при экспорте» 2. Практическая работа № 4 «Выбор оптимальной модели бизнеса с точки зрения системы налогообложения»
ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ПЕРВОГО ДНЯ ОБУЧЕНИЯ

ДЕНЬ 2 (09:00-18:20)
Презентация Школы экспорта РЭЦ (программы, сайт, соц. сети)
БЛОК 5. **ЭФФЕКТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ ПРИ ЭКСПОРТЕ**
1. Мини-лекция «Учет кросс-культурных различий при ведении международных переговоров» 2. Мини-лекция «Подготовка и проведение международных переговоров. Интересы и позиции сторон» 3. Мини-лекция «Аргументация, манипуляция, конфликт в переговорах» 4. Мини-лекция «Завершение переговоров»
ПЕРЕРЫВ
БЛОК 5. **ЭФФЕКТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ ПРИ ЭКСПОРТЕ (продолжение)**
1. Практическая работа №5 «Международные переговоры» 2. Мини лекция «Что такое бизнес-презентация. Цель, формы бизнес - презентации» 3. Мини лекция «Подготовка презентации» 4. Мини лекция «Выступление; вербальные и невербальные техники»
ОБЕД
БЛОК 6 **ПОДГОТОВКА КОМАНДАМИ ПРЕЗЕНТАЦИЙ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ**
БЛОК 7 **ПРЕЗЕНТАЦИИ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ**
ПЕРЕРЫВ
БЛОК 7 **ПРЕЗЕНТАЦИИ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ**
ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ОБУЧЕНИЯ: ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ УЧАСТНИКОВ/ВРУЧЕНИЕ УДОСТОВЕРЕНИЙ

Приложение №2

№	Субъект РФ	Наименование юридического лица	ИНН	Юридический адрес	Ответственный за «Акселератор экспортного роста» в компании (Ф.И.О, телефон, должность, e-mail)	Ф.И.О., участника, телефон, e-mail	Должность