

Стандарт
деятельности органов исполнительной власти
субъекта Российской Федерации по обеспечению благоприятных условий
для развития экспортной деятельности
(Региональный экспортный стандарт)

Стандарт деятельности органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации по обеспечению благоприятных условий для развития экспортной деятельности (Региональный экспортный стандарт) разработан в соответствии со сводным планом приоритетного проекта «Системные меры развития международной кооперации и экспорта» приоритетного направления развития Российской Федерации «Международная кооперация и экспорт» в целях совершенствования институциональной экспортной среды в субъектах Российской Федерации.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1. Стратегия субъекта Российской Федерации в области обеспечения благоприятных условий для ведения экспортной деятельности	5
1.1. Утверждение высшими органами исполнительной власти субъекта Российской Федерации Стратегии в области обеспечения благоприятных условий для ведения экспортной деятельности	5
1.2. Формирование и ежегодное обновление Плана развития экспортного потенциала субъекта Российской Федерации и содействия выходу региональных компаний на внешние рынки	6
2. Создание благоприятных условий для осуществления экспортной деятельности в субъекте Российской Федерации.....	8
2.1. Наличие Экспортного совета при высшем должностном лице субъекта Российской Федерации.....	8
2.2. Создание структурного подразделения, ответственного за развитие несырьевого экспорта.....	9
2.3. Создание и ежегодное обеспечение деятельности центра поддержки экспорта субъектов предпринимательства субъекта Российской Федерации	10
2.4. Наличие достаточного количества объектов консультационной инфраструктуры поддержки экспорта в субъекте Российской Федерации	10
2.5. Участие экспортеров в составе официальных делегаций за рубеж, возглавляемых высшим должностным лицом субъекта Российской Федерации или его заместителями	11
2.6. Организация дней международного бизнеса в субъекте Российской Федерации.....	12
2.7. Создание и продвижение регионального бренда на внешних рынках	12
2.8. Обеспечение присутствия субъекта Российской Федерации на внешних рынках	13
2.9. Ведение публичного реестра экспортеров субъекта Российской Федерации.....	13
2.10. Создание информационного ресурса, посвященного экспортной деятельности субъекта Российской Федерации	14
2.11. Обучение начинающих экспортеров	14
2.12. Поощрение создания объединений и ассоциаций экспортеров, торговых домов на территории субъекта Российской Федерации	15
3. Ресурсное обеспечение системы поддержки экспорта.....	16
3.1. Наличие выделенного бюджета на поддержку экспортеров или экспортно ориентированных компаний	16
3.2. Доступность финансовой поддержки экспортной деятельности	16
4. Основные статистические ориентиры субъекта Российской Федерации на 2020 год при оптимизации условий ведения экспортной деятельности в регионе.....	17
Заключение	18

Введение

Согласно поручению Президента Российской Федерации по итогам послания Федеральному Собранию Российской Федерации (подпункт «б» пункта 1 поручения Президента Российской Федерации от 5 декабря 2016 года № Пр-2346) одной из основных мер, обеспечивающих достижение не позднее 2019–2020 годов темпов роста экономики Российской Федерации, превышающих темпы роста мировой экономики, должно стать наращивание объема несырьевого экспорта.

Для достижения поставленных целей наряду с дальнейшим развитием инфраструктуры продвижения экспорта и системы поддержки отечественных производителей, по мнению Акционерного общества «Российский экспортный центр» (далее – АО «РЭЦ»), необходима последовательная работа по увеличению количества новых экспортеров российской конкурентоспособной продукции. Особый акцент важно сделать на более эффективном использовании экспортного потенциала российских регионов и активном привлечении к экспортной деятельности малых и средних предприятий (МСП).

Справочно:

В настоящий момент в Российской Федерации зарегистрировано 6 млн МСП, в соответствии со статистикой ФТС только 14 тыс. из них являются экспортерами, что составляет всего 0,23%. Именно этот сектор экономики обладает наибольшим потенциалом роста несырьевого неэнергетического экспорта.

При этом опросы предпринимателей демонстрируют существенное различие в простоте ведения экспортной деятельности от региона к региону. Это обусловлено такими факторами, как качество правоприменения нормативно-правового акта в сфере осуществления экспорта, наличие инфраструктуры поддержки экспорта, географическое положение субъекта, транспортная доступность, климатические условия.

Политика субъектов Российской Федерации в области поддержки и развития экспортной деятельности в настоящее время носит несистемный и разнонаправленный характер. Стандарт деятельности органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации по обеспечению благоприятных условий для развития экспортной деятельности (Региональный экспортный стандарт) (далее – Стандарт) является инициативой АО «РЭЦ», направленной на совершенствование институциональной экспортной среды в регионах.

Данный документ закрепляет комплекс мер, способствующих активизации экспортной деятельности в регионе, успешная реализация которых позволит увеличить число экспортеров и объем экспортной продукции, сформировать эффективную инфраструктуру поддержки экспорта и обеспечить вовлечение региональных органов исполнительной власти и представителей бизнес-сообщества в процесс реализации региональной политики в области поддержки и развития экспортной деятельности.

1. Стратегия субъекта Российской Федерации в области обеспечения благоприятных условий для ведения экспортной деятельности

1.1. Утверждение высшими органами исполнительной власти субъекта Российской Федерации Стратегии в области обеспечения благоприятных условий для ведения экспортной деятельности

В субъекте Российской Федерации должна быть разработана, утверждена и принята к исполнению Стратегия в области обеспечения благоприятных условий для ведения экспортной деятельности (далее – Экспортная стратегия).

Экспортная стратегия должна отражать приоритеты развития экспортной деятельности региона и учитывать задачи, определенные в основном направлении стратегического развития Российской Федерации «Международная кооперация и экспорт».

Экспортная стратегия описывает взаимосвязанные по целям, задачам, срокам осуществления и ресурсам целевые программы, отдельные проекты и мероприятия, обеспечивающие увеличение объема несырьевого экспорта в субъекте Российской Федерации, а также создание условий для роста числа экспортно ориентированных компаний.

В документе должны быть предусмотрены механизмы выявления и снижения барьеров, с которыми сталкиваются субъекты предпринимательства при выходе на внешние рынки, сроки их разработки и реализации.

Экспортная стратегия может приниматься в виде отдельного документа либо в виде раздела более общего документа, описывающего стратегию социально-экономического развития субъекта Российской Федерации, и утверждаться в порядке, предусмотренном общим документом.

Экспортная стратегия должна содержать информацию о:

- текущем состоянии экспорта субъекта Российской Федерации (динамика экспорта в разбивке по основным отраслям / группам товаров за последние три года; динамика географии экспорта за последние три года и др. информация);
- анализе потенциально-перспективных зарубежных экспортных рынков;
- анализе основных внутренних и внешних барьеров, с которыми сталкиваются экспортеры;
- целях и задачах субъекта Российской Федерации в части развития экспорта (включая оценку экспортного потенциала, прогноз экспорта по основным отраслям / группам товаров);
- формате и принципах взаимодействия органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации с экспортерами региона, отраслевыми ассоциациями экспортеров и др.;
- ресурсах, необходимых для реализации Экспортной стратегии.

Разработка Экспортной стратегии и ее корректировка должны вестись публично. К публичному обсуждению Экспортной стратегии привлекаются эксперты, участники экспортной деятельности и органы исполнительной власти. Помимо проведения стратегических сессий, консультаций, совещаний и рабочих групп должно вестись открытое публичное обсуждение разрабатываемой Экспортной стратегии в электронных СМИ (в том числе на информационном ресурсе, посвященном экспортной деятельности субъекта Российской Федерации).

К разработке Экспортной стратегии следует привлекать экспертные организации, АО «РЭЦ» и другие организации, специализирующиеся в области внешнеэкономической деятельности и имеющие успешный опыт выполнения подобных проектов в России или за рубежом.

Экспортная стратегия выносится на рассмотрение Экспортного совета при высшем должностном лице субъекта Российской Федерации и подлежит утверждению законодательным органом субъекта Российской Федерации или высшим должностным лицом субъекта Российской Федерации. Изменения и дополнения к Экспортной стратегии должны утверждаться в том же порядке, который предусмотрен для утверждения самой стратегии.

1.2. Формирование и ежегодное обновление Плана развития экспортного потенциала субъекта Российской Федерации и содействия выходу региональных компаний на внешние рынки

В субъекте Российской Федерации должен ежегодно формироваться План развития экспортного потенциала субъекта Российской Федерации и содействия выходу региональных компаний на внешние рынки (далее – План).

План должен соответствовать в полной мере Экспортной стратегии и предусматривать ее поэтапную реализацию. В Плате указываются промежуточные цели субъекта Российской Федерации для достижения статистических ориентиров Стандарта, сроки реализации данных целей, источники финансирования, ответственные исполнители и плановые показатели результативности каждого мероприятия Плана и система их оценки.

План должен быть сформирован в декабре года, предшествующего году его реализации. В декабре года реализации Плана субъект Российской Федерации должен подводить итоги и выносить фактические показатели результативности каждого мероприятия Плана на заседание Экспортного совета при высшем должностном лице субъекта Российской Федерации. В случае неполного достижения плановых показателей одного или нескольких мероприятий Плана Экспортный совет при высшем должностном лице субъекта Российской Федерации принимает решение о переносе невыполненных мероприятий Плана на следующий год.

В случае неисполнения показателей мероприятий Плана субъект Российской Федерации должен принять меры по отношению к исполнителям в целях исключения неисполнения мероприятий Плана в дальнейшем.

План должен содержать в том числе следующие мероприятия:

- обучающие семинары по различным вопросам экспортной деятельности;
- круглые столы, конференции, форумы и другие промоутерские мероприятия, направленные на популяризацию экспортной деятельности и повышение привлекательности образа экспортера среди экономически активного населения субъекта Российской Федерации;
- бизнес-миссии за рубеж и в другие субъекты Российской Федерации в целях оказания содействия предпринимателям, зарегистрированным в субъекте Российской Федерации, в поиске зарубежных партнеров, проведении переговоров, обеспечении поставок российской продукции за рубеж;
- международные выставочно-ярмарочные мероприятия за рубежом и на территории Российской Федерации;

- мероприятия в рамках дней международного бизнеса в субъекте Российской Федерации;
- реверсные бизнес-миссии – приемы иностранных делегаций, состоящие из иностранных компаний, желающих и готовых приобрести продукцию российского производства;
- мероприятия по развитию регионального бренда;
- другие мероприятия по поддержке действующих региональных экспортеров и компаний, планирующих осуществлять экспортную деятельность.

План призван исключить дублирование мер поддержки экспортеров, осуществляемых объектами инфраструктуры поддержки предпринимательства, институтами развития, общественными организациями и объединениями предпринимателей, в том числе отраслевыми союзами и другими вовлеченными структурами.

План призван оптимизировать расходы всех вовлеченных структур на поддержку действующих региональных экспортеров и компаний, планирующих осуществлять экспортную деятельность.

2. Создание благоприятных условий для осуществления экспортной деятельности в субъекте Российской Федерации

2.1. Наличие Экспортного совета при высшем должностном лице субъекта Российской Федерации

В субъекте Российской Федерации должен функционировать на регулярной основе Экспортный совет при высшем должностном лице субъекта Российской Федерации (далее – Совет).

Совет – экспертный совещательный координационный орган, в состав которого должны входить представители органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации, институтов развития, объектов инфраструктуры поддержки предпринимательства, регионального центра поддержки экспорта, общественных организаций и объединений предпринимателей, включая отраслевые союзы. Наименование Совета определяется субъектом Российской Федерации.

В компетенцию Совета входит:

- рассмотрение проекта Экспортной стратегии, анализ ее реализации, подготовка и рассмотрение предложений по ее корректировке;
- разработка предложений для включения в План, рассмотрение его фактических показателей результативности, а также принятие решения о переносе невыполненных мероприятий Плана на следующий год и разработка рекомендаций по принятию мер по исключению неисполнения мероприятий Плана в дальнейшем;
- разработка рекомендаций по организации взаимодействия органов исполнительной власти региона, действующих региональных экспортеров и компаний, планирующих осуществлять экспортную деятельность, и организаций, участвующих в поддержке и развитии экспортной деятельности субъекта Российской Федерации;
- разработка рекомендаций по выявлению и уменьшению административных барьеров и иных барьеров, препятствующих развитию экспортной деятельности компаний, зарегистрированных в субъекте Российской Федерации;
- разработка предложений по приоритетным направлениям осуществления экспортной деятельности субъекта Российской Федерации;
- разработка рекомендаций по мерам государственной поддержки экспорта;
- ежегодная разработка и утверждение планов совместной работы по развитию экспорта в субъекте Российской Федерации.

К компетенции Совета могут быть отнесены иные полномочия.

Положение о Совете, включая порядок его формирования, утверждается высшим должностным лицом субъекта Российской Федерации.

Совет собирается на заседания регулярно, не реже одного раза в квартал. Заседания Совета проводятся публично и открыто. Обеспечена возможность личного участия в заседании действующих региональных экспортеров и компаний, планирующих осуществлять экспортную деятельность, не являющихся членами Совета. Осуществляется онлайн-трансляция заседаний в сети Интернет. Итоги заседаний Совета публикуются на информационном ресурсе, посвященном экспортной деятельности субъекта Российской Федерации.

Функциями Совета может быть наделен уже существующий орган в случае его соответствия вышеуказанным требованиям.

2.2. Создание структурного подразделения, ответственного за развитие несырьевого экспорта

В субъекте Российской Федерации должно быть создано структурное подразделение, в компетенции которого входит развитие несырьевого экспорта. Структурное подразделение призвано координировать все меры поддержки экспорта, реализуемые в субъекте Российской Федерации.

В компетенции структурного подразделения входит:

- разработка Экспортной стратегии, техническое обеспечение ее согласования и утверждения в субъекте Российской Федерации;
- формирование и ежегодное обновление Плана;
- исполнение функции секретариата Экспортного совета;
- разработка рекомендаций для региональных органов исполнительной власти по стимулированию курируемых отраслей экономики к экспортной деятельности;
- разработка мер государственной поддержки, направленных на развитие несырьевого экспорта и информирование экспортеров о региональных и федеральных механизмах и инструментах поддержки;
- участие в организации визитов высшего должностного лица субъекта Российской Федерации или его заместителей за рубежом, в том числе формирование делегации из числа действующих региональных экспортеров и/или компаний, планирующих осуществлять экспортную деятельность и ориентированных на рынок страны визита;
- составление и ежегодная актуализация публичного реестра экспортеров, включающего наименование и контактные данные компаний, отрасль деятельности, экспортируемую продукцию, страны экспорта, в том числе организация работы по проведению сплошных и выборочных опросов субъектов предпринимательства, зарегистрированных в субъекте Российской Федерации;
- участие в продвижении регионального бренда на зарубежных рынках;
- организация дней международного бизнеса;
- создание, поддержка и продвижение информационного ресурса, посвященного экспортной деятельности субъекта Российской Федерации;
- управление деятельностью собственных торговых представительств субъекта Российской Федерации за рубежом и/или участие в работе по подготовке кадров для торговых представительств Российской Федерации за рубежом.

К компетенциям структурного подразделения могут быть отнесены иные полномочия.

Структурное подразделение может также осуществлять функцию регионального проектного офиса основного направления стратегического развития Российской Федерации «Международная кооперация и экспорт» (создание которого предусмотрено решением заседания президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и приоритетным проектам (п.4 протокола от 1 октября 2016 года №6) в субъекте Российской Федерации по решению высшего должностного лица субъекта Российской Федерации.

2.3. Создание и ежегодное обеспечение деятельности центра поддержки экспорта субъектов предпринимательства субъекта Российской Федерации

Субъект Российской Федерации должен создать и обеспечивать функционирование на регулярной основе центра поддержки экспорта (далее – Центр) в рамках Государственной программы поддержки малого и среднего предпринимательства, реализуемой Минэкономразвития России.

Центр должен соответствовать требованиям, разработанным АО «РЭЦ» и утвержденным Минэкономразвития России.

Основными функциями Центра являются:

- участие в определении приоритетных направлений поддержки экспортной деятельности субъектов предпринимательства на уровне субъекта Российской Федерации, в том числе в разработке и реализации мероприятий региональной программы поддержки экспорта;
- предоставление экспортно ориентированным субъектам предпринимательства комплекса услуг, перечень которых утвержден требованиями Минэкономразвития России;
- популяризация экспортной деятельности, сбор и распространение информации об экспортных возможностях и соответствующих инвестиционных потребностях субъектов предпринимательства на уровне субъекта Российской Федерации, в том числе каталогов, брошюр, специализированных баз данных;
- содействие в правовой охране результатов интеллектуальной деятельности экспортно ориентированных субъектов предпринимательства за рубежом;
- продвижение информации об экспортно ориентированных субъектах предпринимательства в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, а также на международных электронных торговых площадках;
- организация и проведение в субъекте Российской Федерации ежегодного конкурса «Лучший экспортер года» среди экспортеров;
- ведение учета обращений субъектов предпринимательства в Центр;
- другие функции.

Центр может выступать в качестве основного регионального партнера АО «РЭЦ» в субъекте Российской Федерации и получить статус «точки присутствия» на основании заключенного партнерского соглашения по вопросам экспортной деятельности с АО «РЭЦ».

2.4. Наличие достаточного количества объектов консультационной инфраструктуры поддержки экспорта в субъекте Российской Федерации

Субъект Российской Федерации должен обеспечить наличие объекта консультационной инфраструктуры поддержки действующих экспортеров и компаний, планирующих осуществлять экспортную деятельность, в каждом муниципальном образовании с численностью населения свыше 300 тыс. человек.

Указанная организация должна осуществлять:

- информирование и консультирование предпринимательского сообщества о существующих мерах государственной поддержки экспорта;

- обеспечение доступа компаний, зарегистрированных и ведущих предпринимательскую деятельность в муниципальном образовании субъекта Российской Федерации, ко всем существующим мерам поддержки экспорта в Российской Федерации;
- работу по популяризации экспортной деятельности среди экономически активного населения муниципального образования субъекта Российской Федерации;
- обучение предпринимательского сообщества муниципального образования субъекта Российской Федерации основам ведения экспортной деятельности.

Объект консультационной инфраструктуры поддержки экспорта может быть отдельным юридическим лицом или структурным подразделением существующей в муниципальном образовании инфраструктуры поддержки предпринимательской деятельности.

Функционалом объекта консультационной инфраструктуры поддержки экспортной деятельности также может быть наделено объединение предпринимателей, в том числе отраслевой союз или общественная организация, обладающая необходимой информацией и статусом.

2.5. Участие экспортеров в составе официальных делегаций за рубеж, возглавляемых высшим должностным лицом субъекта Российской Федерации или его заместителями

Визиты высших должностных лиц субъекта Российской Федерации за рубеж направлены на продвижение регионального бренда, привлечение иностранных инвестиций в регион, а также поддержку региональных производителей и поставщиков продукции в выходе и укреплении на зарубежном рынке.

При подготовке визитов субъекту Российской Федерации необходимо провести работу по определению наиболее перспективных отраслей экспорта на рынок страны посещения с учетом принятой стратегии.

Визиты высших должностных лиц субъекта Российской Федерации за рубеж должны сопровождаться делегациями предпринимателей, состоящими из действующих региональных (зарегистрированных на территории субъекта Российской Федерации) экспортеров и/или компаний, планирующих осуществлять экспортную деятельность, и заинтересованных в выходе на рынок страны визита.

При подготовке визита в иностранное государство субъектом Российской Федерации должна быть обеспечена точечная проработка барьеров, с которыми сталкиваются региональные компании на рынке страны визита.

В рамках визитов высших должностных лиц субъекта Российской Федерации за рубеж необходимо проводить встречи, способствующие продвижению российской продукции на рынок страны посещения, с приглашением как органов власти иностранного государства, так и иностранных компаний – потенциальных импортеров российской продукции.

По итогам визита высшего должностного лица субъекта Российской Федерации или его заместителей за рубеж должны быть подготовлены и выпущены поручения по снятию выявленных барьеров, препятствующих экспорту в страну визита, а также определены дальнейшие направления развития.

Информация обо всех планируемых визитах и их итогах должна быть размещена на информационном ресурсе, посвященном экспортной деятельности субъекта Российской Федерации.

2.6. Организация дней международного бизнеса в субъекте Российской Федерации

Субъект Российской Федерации должен организовывать дни международного бизнеса не менее одного раза в два года.

Дни международного бизнеса должны проводиться масштабно и включать в себя:

- прием иностранных делегаций не менее чем из 10 стран мира;
- организация выставочно-ярмарочных мероприятий на территории субъекта Российской Федерации;
- организация культурно-развлекательных мероприятий с целью продвижения национальной и региональной идеологии на экспорт;
- организация «гастрономических туров» для иностранных делегаций с целью продвижения пищевой промышленности субъекта Российской Федерации;
- обеспечение площадки для проведения деловых переговоров в рамках дней международного бизнеса.

При этом в субъекте Российской Федерации должна вестись работа по организации «реверсных» бизнес-миссий с целью ознакомления потенциальных покупателей российских товаров (работ, услуг) с возможностями российских экспортеров.

2.7. Создание и продвижение регионального бренда на внешних рынках

Планом реализации Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года, утвержденным распоряжением Правительства Российской Федерации от 2 июня 2016 года № 1083-р, предусмотрено развитие проекта «Сделано в России», в рамках которого создаются условия для маркировки товаров российского производства под единым знаком «Сделано в России», а также формируется система управления эффектом страны происхождения для российской продукции. В рамках концепции проекта также предусмотрено развитие института региональных программ поддержки товаров местного производства (региональные знаки качества, программы «Сделано в регионе N»).

Региональный бренд является эффективным инструментом реализации стратегии развития территории, направленным на стимулирование спроса на российскую продукцию и повышение качества. Грамотная разработка и позиционирование бренда позволят объединить интересы предпринимательского сообщества, органов власти и населения региона в целом.

Региональный бренд способствует повышению значимости и уровня узнаваемости российской продукции, производимой в субъекте Российской Федерации, улучшению ее качества, а также увеличению объемов экспорта и количества экспортеров.

Региональный бренд должен соответствовать стратегическим задачам развития территории.

Цель позиционирования единого регионального бренда – это обеспечение присутствия бренда субъекта Российской Федерации в информационном пространстве, узнаваемости знака региона, а также привлечение притока финансовых ресурсов на территорию и повышение конкурентоспособности региона.

Субъект Российской Федерации должен обеспечить реализацию специализированных мероприятий, направленных на разработку рекламных и информационных материалов в рамках коммуникационных программ на разных уровнях, и включить их в План и/или поддерживать другие региональные бренды. Продукция российских экспортеров также может пройти процедуру добровольной сертификации «Сделано в России».

2.8. Обеспечение присутствия субъекта Российской Федерации на внешних рынках

Субъект Российской Федерации должен обеспечить свое присутствие на зарубежных рынках посредством создания собственных торговых представительств субъекта Российской Федерации за рубежом и/или подготовки кадров для Торговых представительств Российской Федерации за рубежом или торговых домов АО «РЭЦ», а также осуществления взаимодействия с представителями российской инфраструктуры поддержки экспорта за рубежом.

Собственные торговые представительства субъекта Российской Федерации за рубежом должны представлять интересы регионального бизнеса в стране пребывания, оказывать содействие в поиске партнеров для предприятий субъекта Российской Федерации, обеспечивать возможность проведения переговоров между региональным бизнесом и иностранными компаниями, продвигать региональный бренд субъекта Российской Федерации, а также оказывать содействие региональным компаниям в открытии собственных торговых представительств за рубежом и создании совместных предприятий на территории другого государства

Подготовка кадров для Торговых представительств Российской Федерации за рубежом может осуществляться, в том числе за счет направления студентов старших курсов высших учебных заведений субъекта Российской Федерации на преддипломную практику в Торговые представительства Российской Федерации за рубежом.

2.9. Ведение публичного реестра экспортеров субъекта Российской Федерации

В субъекте Российской Федерации должен быть создан реестр экспортеров, включающий наименование и контактные данные компаний, зарегистрированных в субъекте Российской Федерации и осуществляющих экспортную деятельность, ранжирование по отрасли деятельности компаний, по кодам ТНВЭД, странам экспорта. Реестр должен содержать контактные данные компаний, включенных в него. Доступ к реестру должен быть публичным, в том числе реестр должен публиковаться в сети Интернет на информационном ресурсе, посвященном экспортной деятельности субъекта Российской Федерации.

В целях формирования реестра в субъекте Российской Федерации должны проводиться выборочные опросы предпринимательского сообщества не реже одного раза в год, а также

сплошные опросы зарегистрированных в субъекте Российской Федерации предпринимателей не реже одного раза в четыре года. Также субъект Российской Федерации должен использовать статистические данные федеральных статистических служб для формирования реестра.

Реестр экспортеров субъекта Российской Федерации должен обновляться не реже одного раза в год.

2.10. Создание информационного ресурса, посвященного экспортной деятельности субъекта Российской Федерации

В субъекте Российской Федерации должен быть создан специализированный интернет-портал, посвященный экспортной деятельности.

На интернет-портале субъект Российской Федерации размещает:

- Экспортную стратегию субъекта Российской Федерации;
- утвержденный Экспортным советом ежегодный План;
- ежегодные итоги реализации плана;
- контактные данные структурного подразделения, ответственного за развитие несырьевого экспорта;
- список членов Экспортного совета;
- план заседаний и информацию об онлайн-трансляции заседаний Экспортного совета, а также записи предыдущих заседаний;
- контактные данные и функции инфраструктуры поддержки экспорта субъекта Российской Федерации;
- информацию о планируемых визитах высших должностных лиц субъекта Российской Федерации за рубеж и отчеты о прошедших визитах;
- механизмы продвижения регионального бренда, в том числе перечень компаний, использующих региональный бренд, а также новостную ленту с упоминанием регионального бренда в российских и зарубежных СМИ;
- контакты зарубежных торговых представительств субъекта Российской Федерации и/или ссылку на контакты торговых представительств Российской Федерации за рубежом;
- меры поддержки экспорта, реализуемые в субъекте Российской Федерации;
- перечень компаний, зарегистрированных в субъекте Российской Федерации и ведущие экспортную деятельность;
- перечень стран, в которые компании, зарегистрированные в субъекте Российской Федерации, уже поставляют свою продукцию;
- информацию о программах и продуктах реализуемых АО «РЭЦ».

2.11. Обучение начинающих экспортеров

Одним из основных факторов, влияющих на низкий уровень экспортной активности, в особенности среди субъектов малого и среднего предпринимательства, является недостаток информации о ведении экспортной деятельности, незнание экспортных процедур, существующих мер государственной поддержки, отсутствие квалифицированных кадров.

Многими субъектами Российской Федерации проводятся различные обучающие семинары для предпринимателей по ведению внешнеэкономической деятельности, однако ни в одном регионе не реализуется комплексный подход, включающий в себя все аспекты экспортной деятельности и практику применения полученных знаний.

В субъекте Российской Федерации должна быть создана образовательная площадка (в т.ч. с возможным привлечением АО «РЭЦ») для начинающих экспортеров, в рамках которой предприниматели смогут получить базовые знания по следующим темам:

- жизненный цикл экспортного проекта: от подготовки до конечной реализации;
- государственная поддержка действующих экспортеров и компаний, планирующих осуществлять экспортную деятельность;
- эффективный маркетинг при экспортной деятельности;
- деловая коммуникация в экспортной деятельности;
- правовые особенности при ведении экспортной деятельности, включая документационное обеспечение;
- управление финансовыми ресурсами при ведении экспортной деятельности;
- налоговый учет при ведении экспортной деятельности;
- таможенное оформление экспортных операций;
- логистические особенности при ведении внешнеэкономической деятельности;
- возможности онлайн-торговли для экспортеров;
- и другие.

2.12. Поощрение создания объединений и ассоциаций экспортеров, торговых домов на территории субъекта Российской Федерации

Субъект Российской Федерации должен поощрять создание на своей территории объединений и ассоциаций экспортеров, а также следующим этапом поддерживать объединения и ассоциации в создании коммерческих торговых домов, позволяющих координировать деятельность отраслевых малых и средних предприятий, их совместному выходу на внешние рынки.

В случае создания указанных организаций ее представители должны быть включены в Экспортный совет, принимать участие в разработке рекомендаций для Экспортной стратегии, осуществлять сбор и анализ барьеров, препятствующих ведению экспортной деятельности, разрабатывать механизмы снятия указанных барьеров.

При разработке Плана должны быть учтены интересы объединений и ассоциаций экспортеров и торговых домов.

3. Ресурсное обеспечение системы поддержки экспорта

3.1. Наличие выделенного бюджета на поддержку экспортеров или экспортно ориентированных компаний

В субъекте Российской Федерации должна быть разработана и утверждена отдельная государственная программа по внешнеэкономической деятельности или подпрограмма по внешнеэкономической деятельности. Объем бюджетных ассигнований на финансовое обеспечение реализации указанной программы должен составлять не менее чем 0,01% ВРП субъекта Российской Федерации.

Государственная программа по внешнеэкономической деятельности должна содержать следующие статьи расходов:

- выявление и снижение административных барьеров;
- создание и обеспечение деятельности центра поддержки экспорта субъектов предпринимательства субъекта Российской Федерации;
- создание и обеспечение деятельности достаточного количества объектов консультационной инфраструктуры поддержки экспорта в субъекте Российской Федерации;
- ведение публичного реестра экспортеров субъекта Российской Федерации;
- проведение сплошных и выборочных опросов действующих экспортеров и компаний, планирующих осуществлять экспортную деятельность;
- создание, поддержка и продвижение информационного ресурса, посвященного экспортной деятельности субъекта Российской Федерации;
- проведение официальных визитов высшего должностного лица субъекта Российской Федерации и его заместителей за рубеж с целью продвижения регионального бренда, привлечения иностранных инвестиций в регион, а также поддержки региональных производителей и поставщиков продукции в выходе и укреплении на зарубежных рынках;
- создание и продвижение регионального бренда на внешних рынках;
- создание и обеспечение деятельности торговых представительств субъектов Российской Федерации за рубежом;
- обучение начинающих экспортеров;
- программы субсидирования региональных банков по предоставлению льготного финансирования действующим экспортерам;
- другое.

3.2. Доступность финансовой поддержки экспортной деятельности

В субъекте Российской Федерации должна быть обеспечена координация всех существующих финансовых структур, включая институты развития, гарантийные и микрофинансовые организации, банки. Это позволит оперативно выводить российских производителей на внешние рынки, предоставляя финансирование системно и на каждой стадии жизненного цикла компании.

В субъекте Российской Федерации должны быть разработаны и утверждены программы по стимулированию региональных банков и других финансовых организаций субъекта Российской Федерации к обеспечению доступного финансирования экспортной деятельности.

4. Основные статистические ориентиры субъекта Российской Федерации на 2020 год при оптимизации условий ведения экспортной деятельности в регионе

В таблице №1 представлены основные статистические ориентиры субъекта Российской Федерации при оптимизации условий ведения экспортной деятельности в регионе.

Таблица №1

	Наименование показателя для субъекта Российской Федерации	Рекомендуемое значение
1	Увеличение объема несырьевого неэнергетического экспорта субъекта Российской Федерации в два раза в 2020 году относительно уровня 2016 года	100%
2	Доля компаний, осуществляющих экспортную деятельность в субъекте Российской Федерации, от зарегистрированных компаний в субъекте Российской Федерации в 2020 году	2%

В таблице №2 представлены дополнительные статистические ориентиры субъекта Российской Федерации при оптимизации условий ведения экспортной деятельности в регионе.

Таблица №2

	Наименование показателя для субъекта Российской Федерации	Рекомендуемое значение
1	Количество малых и средних компаний-экспортеров	Не менее 500 шт.
2	Ежегодный прирост количества малых и средних компаний-экспортеров	Не менее 5 %
3	Диверсификация несырьевого экспорта (максимальная доля одной отрасли)	Не более 40 %
4	Диверсификация географии поставок (количество стран экспорта)	Не менее 25 стран

Заключение

Апробация и внедрение Стандарта в субъектах Российской Федерации осуществляется на основании утвержденной дорожной карты внедрения Стандарта (далее — Дорожная карта), которая разрабатывается совместно АО «РЭЦ» и органами исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации. Дорожная карта представляет собой пошаговый формализованный план, определяющий конкретные мероприятия по реализации требований Стандарта, и сроки их выполнения, а также ответственных исполнителей.

АО «РЭЦ» будет на регулярной основе публиковать количественную и качественную оценку внедрения Стандарта. По результатам внедрения Стандарта АО «РЭЦ» будут обобщены лучшие региональные практики, сформирован индекс экспортной активности субъектов Российской Федерации и, при необходимости, на основе результатов внедрения будет проведена его корректировка.

По итогам внедрения Стандарта будут выделены лучшие практики субъектов Российской Федерации. Практика субъектов Российской Федерации, соответствующих всем условиям, будет масштабирована на другие регионы.