

# Опыт институциональной поддержки экспорта в США: Часть 1

## Experience of institutional support for exports to the USA: Part 1

УДК 339.5

Получено: 10.01.2024

Одобрено: 24.01.2024

Опубликовано: 25.02.2024

### **Тебекин А.В.**

Д-р техн. наук, д-р экон. наук, профессор, почетный работник науки и техники Российской Федерации, профессор Высшей школы культурной политики и управления в гуманитарной сфере Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, e-mail: Tebekin@gmail.com

### **Tebekin A.V.**

Doctor of Technical Sciences, Doctor of Economic Sciences, Professor, Honorary Worker of Science and Technology of the Russian Federation, Professor of the Higher School of Cultural Policy and Management in the Humanitarian Sphere of Moscow State University. M.V. Lomonosov, e-mail: Tebekin@gmail.com

### **Аллаярова Н.И.**

преподаватель кафедры менеджмента, ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет» (СГЭУ), e-mail: len170121@outlook.com

### **Allayarova N.I.**

Lecturer, Department of Management, Samara State Economic University (SSEU), e-mail: len170121@outlook.com

### **Аннотация**

Актуальность представленного исследования определяется необходимостью поиска эффективных инструментов развития экспортного потенциала в отечественной экономике. Целью представленных исследований является изучение опыта институциональной поддержки экспорта в США как одного из наиболее передовых в мире в интересах развития государственной поддержки экспорта в России. Новизна полученных результатов заключается в обобщении основных инструментов метода торгового финансирования экспорта как наиболее распространенного метода финансовой поддержки экспорта в США. Практическая значимость полученных результатов заключается в определении возможных путей использования основных инструментов метода торгового финансирования экспорта в США в отечественной практике.

**Ключевые слова:** опыт, институциональная поддержка, экспорт, США, часть 1.

### **Abstract**

The relevance of the presented research is determined by the need to find effective tools for developing export potential in the domestic economy. The purpose of the presented research is to study the experience of institutional support for exports in the United States as one of the

most advanced in the world in the interests of developing state support for exports in Russia. The novelty of the results lies in the generalization of the main tools of the method of trade finance for exports as the most common method of financial support for exports to the United States. The practical significance of the results obtained lies in identifying possible ways to use the main tools of the trade finance method for exports to the United States in domestic practice. **Keywords:** experience, institutional support, export, USA, part 1.

### Введение

Соединенные Штаты Америки на протяжении многих лет являются вторыми в мире по объему экспорта товаров (см. табл. 1).

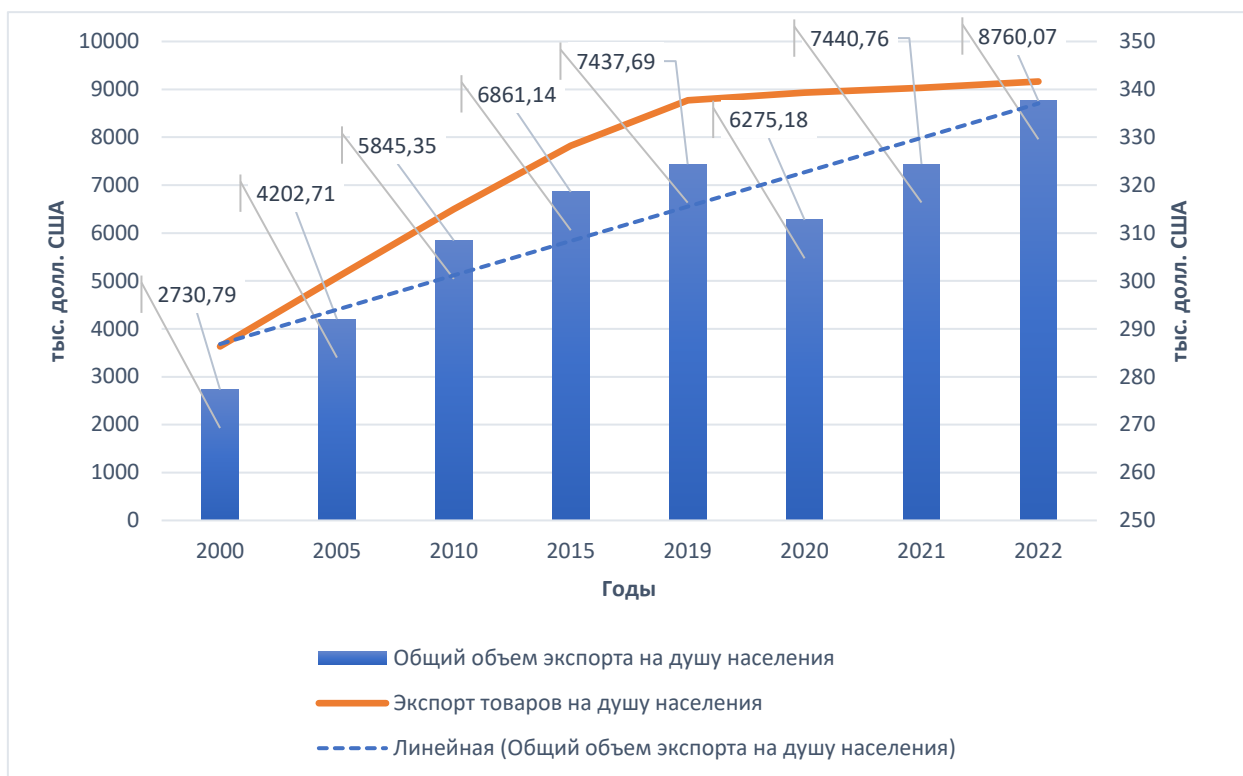
Таблица 1

Рейтинг ведущих стран-экспортеров товаров за период 2005-2022 гг.

2005 г.			2010 г.			2015 г.			2020 г.			2022 г.		
Рейтинг	Страна	Объем экспорта, млрд долл. США	Рейтинг	Страна	Объем экспорта, млрд долл. США	Рейтинг	Страна	Объем экспорта, млрд долл. США	Рейтинг	Страна	Объем экспорта, млрд долл. США	Рейтинг	Страна	Объем экспорта, млрд долл. США
1	Германия	977,1	1	Китай	577,7	1	Китай	273,4	1	Китай	589,1	1	Китай	593,6
2	США	904,3	2	США	278,1	2	США	501,8	2	США	430,2	2	США	062,1
3	Китай	761,9	3	Германия	271,1	3	Германия	328,5	3	Германия	385,8	3	Германия	665,6
4	Япония	594,9	4	Япония	769,7	4	Япония	624,8	4	Япония	641,2	4	Нидерланды	770,3
5	Франция	434,3	5	Франция	511,6	5	Южная Корея	526,7	5	Гонконг	551,5	5	Япония	752,1
6	Великобритания	392,7	6	Нидерланды	492,6	6	Гонконг	510,5	6	Нидерланды	551,4	6	Италия	700,3
7	Италия	373,0	7	Южная Корея	466,3	7	Франция	493,9	7	Южная Корея	512,7	7	Южная Корея	683,5
8	Канада	360,5	8	Италия	446,8	8	Великобритания	466,3	8	Италия	498,8	8	Бельгия	636,4
9	Нидерланды	349,8	9	Великобритания	422,0	9	Нидерланды	464,7	9	Франция	488,5	9	Гонконг	611,4
10	Бельгия	335,7	10	Бельгия	407,6	10	Италия	457,0	10	Мексика	417,0	10	Франция	606,8
11	Гонконг	292,1	11	Гонконг	400,7	11	Канада	408,8	11	Великобритания	395,7	11	Канада	597,1
12	Южная Корея	284,4	12	Россия	397,1	12	Мексика	380,5	12	Канада	388,1	12	Мексика	578,2
13	Россия	241,4	13	Канада	386,6	13	Сингапур	357,9	13	Сингапур	373,6	13	Россия	565,1

2005 г.			2010 г.			2015 г.			2020 г.			2022 г.		
14	Сингапур	229,6	14	Сингапур	351,8	14	Россия	343,9	14	Россия	337,1	14	Великобритания	530,4
15	Мексика	214,2	15	Мексика	298,3	15	Объединенные Арабские Эмираты	300,4	15	Объединенные Арабские Эмираты	335,2	15	Сингапур	515,1
16	Испания	192,8	16	Саудовская Аравия	250,5	16	Швейцария	289,6	16	Швейцария	318,5	16	Вьетнам	469,5
17	Саудовская Аравия	180,2	17	Испания	246,3	17	Испания	277,0	17	Испания	312,1	17	Индия	452,6
18	Малайзия	141,6	18	Индия	220,4	18	Индия	264,3	18	Бельгия	296,1	18	Испания	424,2
19	Швейцария	130,9	19	Австралия	212,1	19	Бельгия	253,4	19	Вьетнам	281,4	19	Австралия	402,1
20	Бразилия	118,5	20	Бразилия	201,9	20	Саудовская Аравия	203,7	20	Индия	275,4	20	Швейцария	402,1
21	Объединенные Арабские Эмираты	115,4	21	Малайзия	198,7	21	Малайзия	200,2	21	Польша	254,2	21	Саудовская Аравия	378,2
22	Австралия	106,0	22	Объединенные Арабские Эмираты	198,3	22	Польша	194,5	22	Австралия	247,2	22	Малайзия	353,1
23	Индия	100,3	23	Швейцария	195,6	23	Австралия	187,8	23	Малайзия	234,1	23	Польша	342,8
24	Польша	89,4	24	Польша	157,1	24	Бразилия	186,7	24	Бразилия	209,1	24	Бразилия	334,4
25	Вьетнам	32,4	25	Вьетнам	72,2	25	Вьетнам	162,0	25	Саудовская Аравия	185,7	25	Объединенные Арабские Эмираты	311,3

Стоимостной объем экспорта в настоящее время составляет почти 3 трлн. долл. США и составляет почти 9 тыс. долл. США на душу населения (рис. 1).



**Рис. 1.** Динамика общего объема экспорта на душу населения в США в 2000-2022 гг.

Источник: составлено по данным ВТО и ЮНКТАД.

Проведенный анализ статистических данных показал, что несмотря на негативное влияние пандемии Covid-19 на мировую экономику в 2020 г., неравномерное восстановление экономики после последствий пандемии Covid-19 и снижение общих объемов экспорта страны в 2020 г. до 2129,3 млрд долл. США, уже в 2021 г. совокупный экспорт страны составил 2532,5 млрд долл. США, что выше уровня 2019 г. на 0,8% и далее наблюдается тенденция к росту, в частности в 2022 г. совокупный объем экспорта достиг 2992,9 млрд долл. США. На фоне выше указанных явлений и финансовой нестабильности доля США в мировом экспорте в 2020 г. снизилась до 9,3% (по сравнению с 9,9% в 2019 г.). Вместе с тем тенденция снижения доли США в мировом экспорте сохраняется и в настоящее время, так в 2021 г. данный показатель составлял 8,9%, однако в 2022 г. зафиксировано небольшое увеличение по отношению к 2021 г. до 9,3% (уровень 2020 г.).

Следует отметить, что менее 1% из 32 миллионов американских компаний экспортируют, из них около 60% успешно продвигают свои товары только на один или два рынка (в Канаду и Мексику, например). А малые и средние предприятия, на долю которых приходится 98% из почти 280 тыс. американских экспортеров, еще менее склонны продавать свой товар на каком-либо втором зарубежном рынке.

В то же время, учитывая тот факт, что 95% потребителей в мире живут за пределами США, нельзя не отметить успешный опыт институциональной поддержки экспорта в Соединенных Штатах, включая: помощь в начале реализации товаров на внешних рынках, в выходе на новые дополнительные экспортные рынки, в повышении предприятиями экспортной активности, в обеспечении им возможности дольше удерживать на рынке свои конкурентные преимущества, диверсифицировать свои портфели и защитить их от периодов спада экономического роста [5].

Указанные аспекты и предопределили выбор темы исследования.

### **Цель исследования**

Целью представленных исследований является изучение опыта институциональной поддержки экспорта в США как одного из наиболее передовых в мире в интересах развития государственной поддержки экспорта в России.

### **Методическая база исследований**

Методическую базу исследований составили известные научные работы, посвященные поддержке экспорта в США таких авторов, как Алешин Д.А. [7], Кадушкина А.А. [9], Касаева Т. В. [10], Локтев Д.Н. [11], Лощенкова А. [12], Мальцева В.А. [13], Минат В.Н. [14], Ревенко Л.С., Ревенко Н.С. [15], Урумов Т.Р. [17], Яворский Д.О. [18] и др.

Методическую базу исследований составили также актуальные информационно-аналитические материалы [1-6] и авторские наработки по теме исследований [8, 16].

### **Основные результаты исследований**

В группе методов финансовых поддержки экспорта в США наибольшее распространение получил метод торгового финансирования экспорта.

Рассматривая использование механизма торгового финансирования для снижения рисков, присущих международной торговле, с целью обеспечения платежей экспортерам, необходимо отметить, что по данным ВТО, на содействие и поддержку международной торговле приходится 80-90% именно торгового финансирования [5]. Однако доступ к данному инструменту, а также риск неплатежей являются серьезным препятствием для малого и среднего бизнеса, ориентированных на выход на мировые рынки.

К основным рискам, с которыми сталкиваются экспортеры, относятся [5]:

- страновой риск – риск финансовых потерь, связанных с политическими, экономическими и социальными условиями и событиями в иностранном государстве;
- коммерческий риск – риск неплатежей и задержек платежей, связанных с неплатежеспособностью импортера или проблемами с денежными потоками;
- валютный риск – риск финансовых потерь из-за колебаний обменного курса при торговле странами, имеющими другую валюту;
- культурное влияние является дополнительным фактором риска, который может негативно повлиять на все аспекты международного бизнеса.

Американские поставщики торгового финансирования делятся на три вида [5]:

- во-первых, это коммерческие и корпоративные банки, предлагающие экспортерам относительно низкую стоимость финансирования путем привлечения депозитов в отличие от небанковских кредиторов. Как правило, коммерческие банки обслуживают более широкий круг малых и средних предприятий, тогда как корпоративные банки вынуждены обслуживать только крупные корпорации. Это связано прежде всего с жестким регулированием деятельности банков, поэтому такие банки менее гибки и медленно принимают решения о кредитовании;

- во-вторых, это поставщики альтернативных финансовых услуг, использующие новые технологии, пытаются заполнить пробел в обслуживании малого и среднего бизнеса по кредитованию, который возник после мирового финансового кризиса 2008 г. Поскольку такие поставщики не принимают депозиты, а получают финансирование от публичных рынков и частных инвесторов, стоимость предлагаемого ими финансирования может быть выше, чем в банке. Вместе с тем, данные поставщики более гибки в обслуживании малого и среднего бизнеса, так как осуществляемые процессы базируются эффективных технологиях управления, поскольку исходная деятельность таких поставщиков, как правило, слабо регулируется;

- в-третьих, это государственные агентства экспортного финансирования США, предоставляющие финансирование для поддержки американского экспорта и создания рабочих мест, когда кредиторы частного сектора не могут или не желают брать на себя коммерческие и страновые риски. К таким агентствам относятся:

- а) экспортно-импортный банк США (Export-Import Bank of the United States – EXIM Bank);
- б) администрация малого бизнеса США (U.S. Small Business Administration);
- в) товарно-кредитная корпорация Министерства сельского хозяйства США (U.S. Department of Agriculture’s Commodity Credit Corporation).

Аналитическая служба Rural America’s (Rural America’s Intelligence Service for Exporters – RAISE) помогает американским сельским предприятиям выявлять новые рынки, получать отраслевую информацию о рынке или выявлять потенциальных деловых партнеров в стране. Отчеты RAISE предоставляют американским компаниям полезную аналитику рынка благодаря доступу к высококачественным инструментам сбора данных по подписке в сочетании с практическими знаниями сотрудников коммерческих служб США, расположенных в посольствах и консульствах США по всему миру.

Руководство по торговому финансированию разрабатывается и публикуется Администрацией международной торговли (International Trade Administration – ИТА) Министерства торговли США. ИТА является одним из ключевых институтов государственной поддержки экспортной деятельности американских компаний, конкурирующих на мировом рынке.

Приоритетными задачами, стоящими перед ИТА, являются:

- укрепление конкурентоспособности американской промышленности;
- продвижение экспорта из США;
- информационная поддержка (предоставление данных и информации, необходимой в осуществлении экспорта);
- привлечение инвестиций;
- обеспечение справедливой торговли посредством строгого соблюдения торговых законов и соглашений (защита от недобросовестной конкуренции).

В целях выполнения выше указанных задач деятельность ИТА по поддержке американских экспортеров включает следующие функции:

- помощь американским компаниям на международных рынках (организация деловых встреч для американских экспортеров с потенциальными покупателями, торговыми представителями и дистрибьюторами со всего мира с помощью своих коммерческих специалистов, которые расположены в более чем 150 городах);
- практическое консультирование по вопросам экспорта (справочный центр по Соглашениям о свободной торговле), инструменты диверсификации рынка (рекомендации о потенциальных новых экспортных рынках на основе текущих схем торговли конкретного предприятия);
- маркетинговый анализ торговли (целевые маркетинговые исследования зарубежных рынков: исследования по странам, отраслям) и предоставление своевременной информации о возможностях отрасли и рыночных условиях от специалистов по торговле в посольствах США;
- предоставление данных статистики внешней торговли США (интерактивные информационные панели и инфографика – TradeStats Express), ежегодные страновые отчеты Industry & Analysis по международной торговле и другая макроэкономическая статистика для более чем 230 торговых партнеров и др.;
- предоставление услуг по подбору партнеров экспертами ИТА по странам и отраслям;
- использование международного бизнес-центра, где отечественные экспортеры могут встретиться в частном порядке с потенциальными международными покупателями, торговыми представителями и деловыми партнерами, а также получить помощь от опытных сотрудников ИТА;
- ежегодный отбор и продвижение около 30 торговых выставок, представляющих ведущие промышленные отрасли, включая информационные технологии, экологические

продукты и услуги, медицинское оборудование и расходные материалы, пищевую промышленность и услуги, упаковку, строительные товары, спортивные товары и потребительские товары;

- организация вебинаров для компаний по всей стране и местных семинаров, адаптированных к интересам местных сообществ экспортеров;
- юридическая защита американских экспортеров, пострадавших от иностранных антидемпинговых, компенсационных пошлин, и защитные расследования в отношении их экспорта.

Важнейшая составная часть процесса реализации ИТА своих функций в области содействия экспорту продукции из США – способствовать американским экспортерам вывезти как можно больше своей продукции, сделав их товары более конкурентоспособными как на внутреннем, так и на международном рынках.

Коммерческая служба США (U.S. Commercial Service – CS), входящая в состав Администрации международной торговли Министерства торговли США, также ведет деятельность по содействию экспорту продукции из США, помогая американским компаниям начать экспортировать свою продукцию или выйти на дополнительные зарубежные рынки [6].

Коммерческая служба США осуществляет информационно-аналитическую и консультационную поддержку посредством виртуальных сервисов, помогая таким образом американским компаниям в разработке успешных стратегий международных продаж посредством оказания следующих услуг [6].

Во-первых, это услуги по исследованию рынка, включая:

- сервис «Индивидуальное маркетинговое исследование» позволяет получать актуальную информацию по выбранному зарубежному рынку, включая тенденции и размер рынка, практику распространения и продвижения продукции, требования к выходу на рынок, нормативные акты, стандарты продукции и регистрацию, ключевых конкурентов и потенциальных агентов, дистрибьютеров или стратегических партнеров.

- сервис «Первичная проверка рынка» предоставляет американским компаниям первоначальную оценку рыночного потенциала продукта или услуги на целевом международном рынке. Сервис оценивает потенциал конкретного продукта или услуги на рынке путем сбора отзывов максимум от пяти участников отрасли и предоставляет рекомендации о том, следует ли выходить на целевой рынок.

Во-вторых, это услуги по подбору партнеров (контрагентов), включая:

- программу «Международный поиск партнеров» предоставляет американским компаниям-экспортерам список до пяти потенциальных международных партнеров/дистрибьюторов, которые выразили заинтересованность в сотрудничестве. Услуга включает в себя идентификацию и охват потенциальных соответствующих фирм, отправку информации о клиентах определенным соответствующим фирмам, подготовку профиля заинтересованных фирм и предоставление отчета с профилем и контактной информацией для заинтересованных фирм;

- сервис «Международный поиск партнеров плюс виртуальные знакомства» предоставляет то же самое, что и сервис «Международный поиск партнеров», но также включает в себя виртуальное знакомство посредством конференцсвязи с пятью потенциальными международными партнерами/дистрибьюторами.

В-третьих, это предоставление ресурсов электронной коммерции для бизнеса включает в себя несколько направлений в рамках поддержки развития трансграничной электронной коммерции (онлайн-продажи B2B и B2C): продажа через веб-сайт, онлайн-реклама, которая способствует продаже товаров, создание бренда, который будет соответствовать предпочтениям потребителей, повышение осведомленности о бренде. Такими направлениями услуг являются:

- Консультации и рекомендации (по вопросам разработки и реализации цифровой стратегии бизнеса) специалистами по международной торговле Коммерческой службы

США американским предприятиям, осуществляющих онлайн-продажи, и которые стремятся увеличить число зарубежных потребителей. Цель цифровой стратегии – определить области бизнес-деятельности, которые требуют дополнительных ресурсов, чтобы успешно продавать и конкурировать в трансграничных каналах онлайн-продаж электронной коммерции, для этого Коммерческой службой США были разработаны пять шагов, которые призваны помочь американским компаниям в разработке международной цифровой стратегии бизнеса;

- Помощь сельскому бизнесу в области электронной коммерции для эффективного развития экспортной деятельности посредством оказания соответствующих услуг Сельским экспортным центром, среди которых: индивидуальные маркетинговые исследования, комплексная проверка потенциального партнера, глобализация веб-сайта, обучение экспорту;

- Предоставление актуальной информации об изменениях в глобальной цифровой политике и регулировании глобальной торговой политики;

- Тарифный инструмент FTA (включает в себя сельскохозяйственные и несельскохозяйственные товары Гармонизированной системы описания и кодирования товаров) предоставляет информацию о текущих тарифных линиях, обеспечивает прозрачность будущих тарифов и года, в котором эти продукты станут беспошлинными [3];

- Инструмент диверсификации рынка был разработан отделом промышленности и анализа ИТА с целью – помочь американским компаниям определить потенциальные новые экспортные рынки, используя текущие торговые модели [4], поскольку более половины американских компаний-экспортеров экспортируют только на один рынок. Данный инструмент представляет собой алгоритм для ранжирования потенциальных рынков, которые могут быть рассмотрены в качестве будущих экспортных рынков [4].

- Доступ к информации по вопросам кибербезопасности и программам-вымогателях, которые имеются в распоряжении федерального правительства; Правительства штатов, местных органов власти и т.д. (Агентство кибербезопасности и инфраструктурной безопасности (Cybersecurity & Infrastructure Security Agency – CISA)) [1];

- Экспресс-инструмент TradeStats – TradeStats Express (TSE) представляет собой инструмент для быстрого получения данных о тенденциях международной торговли (экспорт/импорт на национальном уровне, на уровне штатов и мегаполисов);

- Исследовательский центр обеспечивает американских компаний необходимыми: данными по отраслям и торговле (отчеты, данные и анализ по отраслям специалистами ИТА), исследованиями по странам (торговые данные, исследования и отчеты о странах и рынках по всему миру), информацией о состоянии международной торговли (экспорт, занятость, иностранные инвестиции каждого государства), актуальной информацией о мировых рынках и экспортном потенциале товаров и услуг, аналитикой технологического рынка (электронная коммерция Тайваня, цифровая экономика Танзании, цифровая трансформация ИКТ в Бразилии).

В-четвертых, это комплексная проверка иностранных сторон предоставляет американским компаниям подробную информацию о конкретной иностранной компании, чтобы помочь определить ее пригодность в качестве потенциального делового партнера. Данная услуга включает в себя интервью с руководителями / рекомендателями.

В-пятых, это продвижение товаров или услуг внутри страны включает в себя: акцию «Одна компания», в рамках которой для американской компании организуется рекламное мероприятие (технический семинар, пресс-конференция, обед, ужин, фуршет и т.д.) в целях охвата предпочтительной аудитории или повышения осведомленности о новых продуктах/услугах на конкретном рынке, включая организацию логистики мероприятия/места проведения; проведение целевых компаний прямой почтовой рассылки или рассылки по электронной почте; управление рекламной кампанией и



связанной с мероприятием логистикой; предоставление логистической и рекламной поддержки на место во время мероприятия и предоставление отчета после мероприятия для обсуждения следующих шагов.

В-шестых, это предоставление сервиса «Поставщик бизнес-услуг» – Коммерческой службой США предоставляются списки американских и зарубежных поставщиков бизнес-услуг, которые предлагают помощь в экспорте (консультанты, юристы, экспедиторы и т.д.), инвестициях американским компаниям, готовым к экспорту.

В-седьмых, это сервис «Мероприятия виртуальной ярмарки» предоставляют группе американских компаний из определенных секторов промышленности возможность продвигать свои продукты (услуги) потенциальным партнерам на зарубежном рынке в прямом эфире через платформу вебинаров, координируемую Коммерческой службой США.

В-восьмых, это сервис «Виртуальное знакомство», который предоставляет американским компаниям виртуальное знакомство по телефонной или электронной почте с потенциальным международным покупателем или партнером (американский экспортер самостоятельно идентифицирует иностранную компанию и контактную информацию и запрашивает представление).

В-девятых, это сервис «Представительство на Торговой выставке», который предоставляет американским компаниям, занимающимся экономическим развитием, возможность расширить свои маркетинговые возможности на зарубежных выставках, когда они не могут присутствовать лично. Услуга предполагает проведение рекламных акций перед выставкой через Интернет, социальные сети, электронную почту, представление клиента на зарубежной выставке, демонстрацию рекламных материалов клиента на зарубежной выставке и проведение разъяснительной работы с иностранными покупателями, дистрибьюторами, присутствующими на выставке.

В-десятых, это сервис «Торговое мероприятие», который представляет собой организацию торговых миссий и образовательных семинаров в целях предоставления услуги по подбору иностранных партнеров или консультированию по экспорту на выставках; привлечения делегации покупателей на выставки в США, таким образом правительство США помогает американским экспортерам расширять глобальные продажи на торговых мероприятиях [2].

В-одиннадцатых, это сертифицированные торговые миссии Министерства торговли США – это зарубежные мероприятия, планируемые, организуемые, набираемые и возглавляемые отраслевыми экспертами Министерства торговли США и предназначены для американских предприятий, ориентированных на экспорт. Сертифицированные торговые миссии позволяют американским предприятиям существенно расширить взаимодействие с потенциальными дистрибьюторами, торговыми представителями или партнерами. Этому способствуют личные встречи при содействии высокопоставленных чиновников правительства США.

Сертифицированные торговые миссии организуются с привлечением коммерческого персонала в посольствах и консульствах США за рубежом и размещаются зарубежными офисами коммерческих услуг Министерства торговли США. Как правило, Сертифицированные торговые миссии включают в себя такие мероприятия, как:

- деловые встречи один на один с руководителями зарубежных отраслей и государственными чиновниками, предварительно отобранные в соответствии с конкретными бизнес-целями (торговое представительство, прямые продажи или совместные предприятия на местном рынке);

- брифинги и круглые столы с юридическими и деловыми кругами по вопросам местной деловой практики и возможностях;

- сетевые мероприятия с участием гостей из местных отраслевых лидеров, включая торговые палаты, ассоциации и деловые советы, пользующиеся влиянием в бизнес-сообществе;

- выборочные занятия по местной деловой практике;
- посещение местных предприятий, где могут применены потенциальные технологии (или услуги) или семинары;
- освещение в средствах массовой информации.

В-двенадцатых, предлагается сервис Gold Key, который предоставляет американским компаниям возможность подбора партнеров максимум с пятью заинтересованными партнерами на зарубежном рынке. Полный комплекс услуг включает идентификацию и информирование потенциальных подходящих фирм, отправку информации о клиентах в выявленные подходящие фирмы, подготовку профиля заинтересованных фирм, посещение встреч и предоставление отчета с профилем и контактной информацией заинтересованных фирм.

В-тринадцатых, это сервис официальных писем, который помогает американским компаниям соблюдать местные нормативные требования, которым необходимо следовать для ведения бизнеса в определенных зарубежных странах (например, Официальное письмо Таиланду о Договоре о дружбе, обороне, оборудовании и медицинском обслуживании, Официальное письмо Колумбии).

В-четырнадцатых, это вебинары и локальные семинары для американских компаний-экспортеров, организуемые ИТА и Коммерческой службой США на регулярной основе, по темам международной торговли (включая практические темы такие, как планирование и стратегия экспорту, ознакомление с соответствующими нормативными документами и правилами, возможностями и рыночными условиями за рубежом) в целях продвижения международной торговли. Многие мероприятия организуются с привлечением партнеров из государственного и частного секторов и предоставляют дополнительную возможность американским компаниям-экспортерам общения с экспертами, другими предприятиями и поставщиками экспортных услуг.

В-пятнадцатых, это сервис анализа пробелов глобализация веб-сайтов (Website Globalization Review Gap Analysis Service – WGR) предоставляет техническую и стратегическую оценку усилий бизнеса в области каналов продаж электронной коммерции. Это сервис SEO-диагностики, разработанный для того, чтобы помочь американским компаниям-экспортерам привлечь больше международных потребителей онлайн. Сервис анализа пробелов WGR доступен в рамках консультирования по цифровой стратегии со специалистами Коммерческой службы США.

Данный сервис включает в себя непосредственно оценку веб-сайта компании с точки зрения международного маркетинга и продаж, по результатам оценки предоставляется отчет, в котором предлагается комплекс мероприятий SEO, направленных на продвижение веб-сайта, чтобы веб-присутствие компании стало более привлекательным и функциональным для потенциальных иностранных покупателей.

Таким образом, каждая из вышеперечисленных услуг направлена на поддержку и стимулирование американского экспорта, однако, чтобы получить доступ к данным услугам необходимо соответствовать следующим критериям:

1) Компания должна квалифицироваться как «малый бизнес» в соответствии со стандартами размера Администрации малого бизнеса, которые различаются в соответствии с Кодексом североамериканской системы отраслевой классификации (North American Industry Classification System – NAICS).

2) Годовой доход компании (включая аффилированные компании: материнские, дочерние, филиалы и т.д.) должен составлять менее 1 млрд долл. США.

3) Все предприятия США, не относящиеся к категории малого или среднего бизнеса.

4) Прочие прямые расходы (перевод, транспорт, привлечение подрядчиков, аренда помещения, кейтеринг и т.д.), не включенные в описание услуги, должны быть взяты на себя компанией.

5)

### **Обсуждение результатов и выводы:**

Проведенные исследования показали, что, несмотря на все сложности, присущие современной экономике, Соединенные Штаты Америки на протяжении многих лет продолжают оставаться вторыми в мире по объему экспорта товаров.

При этом США используют действенные инструменты институциональной поддержки экспорта, позволяющие национальным производителям начать реализацию товаров на внешних рынках, осуществить выход на новые дополнительные экспортные рынки, повысить экспортную активность, дольше удерживать на рынке свои конкурентные преимущества, диверсифицировать свои портфели и защитить их от периодов спада экономического роста и т.д.

Проведенные исследования опыта институциональной поддержки экспорта в США как одного из наиболее передовых в мире в интересах развития государственной поддержки экспорта в России позволили сделать следующие выводы.

Установлено, что в группе методов финансовых поддержки экспорта в США наибольшее распространение получил метод торгового финансирования экспорта.

Продемонстрировано, что все поставщики торгового финансирования в США делятся на три вида:

- во-первых, это коммерческие и корпоративные банки, предлагающие экспортерам относительно низкую стоимость финансирования путем привлечения депозитов в отличие от небанковских кредиторов;

- во-вторых, это поставщики альтернативных финансовых услуг, использующие новые технологии, пытаются заполнить пробел в обслуживании малого и среднего бизнеса по кредитованию, который возник после мирового финансового кризиса 2008 г.;

- в-третьих, это государственные агентства экспортного финансирования США, предоставляющие финансирование для поддержки американского экспорта и создания рабочих мест, когда кредиторы частного сектора не могут или не желают брать на себя коммерческие и страновые риски, включая: экспортно-импортный банк США (Export-Import Bank of the United States – EXIM Bank); администрацию малого бизнеса США (U.S. Small Business Administration); товарно-кредитную корпорацию Министерства сельского хозяйства США (U.S. Department of Agriculture's Commodity Credit Corporation).

Показано, что руководство по торговому финансированию разрабатывается и публикуется Администрацией международной торговли (International Trade Administration – ИТА) Министерства торговли США как одним из ключевых институтов государственной поддержки экспортной деятельности американских компаний, конкурирующих на мировом рынке, призванным решать следующие приоритетные задачи: укрепление конкурентоспособности американской промышленности; продвижение экспорта из США; информационная поддержка (предоставление данных и информации, необходимой в осуществлении экспорта); привлечение инвестиций; обеспечение справедливой торговли посредством строгого соблюдения торговых законов и соглашений (защита от недобросовестной конкуренции).

Выделено, что важнейшую роль в содействии американским экспортерам играет информационно-аналитическая и консультационная поддержка, оказываемая Коммерческой службой США (U.S. Commercial Service – CS), входящей в состав Администрации международной торговли Министерства торговли США (ИТА) посредством представления следующих услуг виртуальных сервисов:

- Во-первых, это услуги по исследованию рынка, включая: сервис «Индивидуальное маркетинговое исследование»; сервис «Первичная проверка рынка».

- Во-вторых, это услуги по подбору партнеров (контрагентов), включая: программу «Международный поиск партнеров», сервис «Международный поиск партнеров плюс виртуальные знакомства».

В-третьих, это предоставление ресурсов электронной коммерции для бизнеса включает в себя несколько направлений в рамках поддержки развития трансграничной электронной коммерции (онлайн-продажи B2B и B2C).

В-четвертых, это комплексная проверка иностранных сторон предоставляет американским компаниям подробную информацию о конкретной иностранной компании, чтобы помочь определить ее пригодность в качестве потенциального делового партнера.

В-пятых, это продвижение товаров или услуг внутри страны, включая акцию «Одна компания».

В-шестых, это предоставление сервиса «Поставщик бизнес-услуг».

В-седьмых, это сервис «Мероприятия виртуальной ярмарки».

В-восьмых, это сервис «Виртуальное знакомство».

В-девятых, это сервис «Представительство на Торговой выставке».

В-десятых, это сервис «Торговое мероприятие».

В-одиннадцатых, это сертифицированные торговые миссии Министерства торговли США.

В-двенадцатых, предлагается сервис Gold Key, который предоставляет американским компаниям возможность подбора партнеров максимум с пятью заинтересованными партнерами на зарубежном рынке.

В-тринадцатых, это сервис официальных писем, который помогает американским компаниям соблюдать местные нормативные требования, которым необходимо следовать для ведения бизнеса в определенных зарубежных странах.

В-четырнадцатых, это вебинары и локальные семинары для американских компаний-экспортеров, организуемые ИТА и Коммерческой службой США на регулярной основе, по темам международной торговли.

В-пятнадцатых, это сервис анализа пробелов глобализация веб-сайтов (Website Globalization Review Gap Analysis Service – WGR) предоставляет техническую и стратегическую оценку усилий бизнеса в области каналов продаж электронной коммерции.

Представляется, что результаты проведенных исследований могут быть реализованы при определении возможных путей использования основных инструментов метода торгового финансирования экспорта в США в отечественной практике.

### **Литература**

1. Cybersecurity & Infrastructure Security Agency. America's Cyber Defense Agency <https://www.cisa.gov/resources-tools/services>
2. Events for Exporters. International Trade Administration <https://www.trade.gov/attend-event>
3. FTA Tariff Tool <https://www.export.gov/fta-tariff-tool>
4. Market Diversification <https://beta.trade.gov/marketdiversification>
5. The Trade Finance Guide. A Quick Reference for U.S. Exporters [https://www.trade.gov/sites/default/files/2022-07/Trade\\_Finance\\_Guide\\_2022.pdf](https://www.trade.gov/sites/default/files/2022-07/Trade_Finance_Guide_2022.pdf)
6. U.S. Commercial Service – Virtual Services <https://www.trade.gov/virtual-services>.
7. Алешин Д.А. Современные тенденции поддержки экспорта в развитых странах. // Мировое и национальное хозяйство. 2023, №1. <https://mirec.mgimo.ru/2023/2023-01/modern-trends-of-export-support-in-developed-economies?ysclid=ltlalg6ymm968240920>
8. Аллярова Н.И. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОСУДАРСТВА: СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ. // Журнал экономических исследований. 2022. Т. 8. № 5. С. 3-28.

9. Кадушкина А.А. Анализ зарубежного опыта поддержки и развития экспортной деятельности. // ВЕСТНИК НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ № 1(79). Часть 1. 2020. С.35-38.
10. Касаева, Т. В. Мировой опыт государственной поддержки деятельности предприятий-экспортеров / Т. В. Касаева, А. М. Чотчаев. — Текст: непосредственный // Исследования молодых ученых: материалы LV Междунар. науч. конф. (г. Казань, февраль 2023 г.). — Казань: Молодой ученый, 2023. — С. 18-23.
11. Локтев Д.Н. Поддержка экспортной деятельности российских малых и средних предприятий в США. // Экономика. Бизнес. Банки. 2019. №2, с.155-182.
12. Лощенкова А. АНАЛИЗ ОБЪЕМОВ ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА В СТРАНАХ ОЭСР И БРИКС. // ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РОССИИ. 2018, ТОМ 25, № 5, с.18-23.
13. Мальцева В.А. Государственное стимулирование экспорта сельскохозяйственной продукции в США. // Международная экономика. 2012. № 1. С. 55-63.
14. Минат В. Н. Стимулирование экспорта США: структура, динамика, результаты // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2021. Т. 11, № 1. С. 38–48.
15. Ревенко Л.С., Ревенко Н. С. «Сделано в США»: американский опыт стимулирования экономики // США & Канада: экономика – политика – культура. – 2019. – Выпуск № 9 С. 15-36.
16. Тебекин А.В., Аллаярова Н.И. ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОСУДАРСТВА. // Журнал исследований по управлению. 2023. Т. 9. № 6. С. 39-46.
17. Урумов Т.Р. ПОДДЕРЖКА ЭКСПОРТА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В США И ЕС. // Мировая экономика и международные отношения, 2015, № 6, с. 39–47.
18. Яворовский Д.О. АНАЛИЗ МОДЕЛИ ПОДДЕРЖКИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В США // Вестник науки. 2019, №7(16), том 3, С. 23 - 25.