

УТВЕРЖДАЮ

Первый заместитель Министра
экономического развития Российской Федерации

А.Е. Лихачев

«___» _____ 2015 г.

УТВЕРЖДАЮ

Генеральный директор
АО «Российский экспортный центр»

П.М. Фрадков

«___» _____ 2015 г.

ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ

(«Дорожная карта») Минэкономразвития России, Торгового представительства Российской Федерации в Китайской Народной Республике, АО «Российский экспортный центр», Внешэкономбанка поддержки выхода российских производителей продукции, товаров, услуг на рынок Китая

№ п/п	Задача	Участники	Примечание	Сроки Ответственные
I этап Формирование предложения по продвижению российской продукции (услуг) на рынок КНР				
1.1.	Определение приоритетных направлений российского экспорта в КНР	Минэкономразвития России, Минпромторг России, МИД России, Минсельхоз России, Минкомсвязь России, АО «РЭЦ» (АО «ЭКСАР», РОСЭКСИМБАНК), Внешэкономбанк, ТПП, РСПП, Российско-китайский деловой совет, Российско-китайская палата по торговле машинно-	<p>Формируется на основе:</p> <ol style="list-style-type: none"> Анализа динамики российского экспорта, с учетом востребованности продукции/товаров/услуг в КНР; Обращений российских компаний-экспортеров (действующих и потенциальных) за оказанием поддержки к участникам плана мероприятий. <p>Предлагаемые критерии отбора для компаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> занимаемое место в рейтинге производителей (в зависимости от специфики производимой продукции); доля рынка российского/зарубежного; 	Декабрь 2015 Свод Минэкономразвития России (Трефилов Д.А., Клепикова Н.А., Попов Е.Н.)

		технической и инновационной продукцией, Торгпредство России в Китае (Представительство АО «РЭЦ» в КНР)	<ul style="list-style-type: none"> • опыт работы на аналогичных рынках; 	
1.2.	На основании приоритетных направлений - формирование маркетингового плана продвижения российской продукции/товаров/услуг	Минэкономразвития России, Минпромторг России, МИД России, Минсельхоз России, Минкомсвязь России, АО «РЭЦ» (АО «ЭКСАР», РОСЭКСИМБАНК), Внешэкономбанк, ТПП, РСПП, Российско-китайский деловой совет, Российско-китайская палата по торговле машинно-технической и инновационной продукцией, Торгпредство России в Китае (Представительство АО «РЭЦ» в КНР)	<p>Маркетинговый план должен включать себя следующие разделы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Формирование УТП (уникального торгового предложения); • Разработка, формирование, реализация программы продвижения; • формирование, продвижение, территориального/странового/отраслевого бренда; • формирование комфортного информационного пространства (в том числе через локальные СМИ) в стране нахождения торгпредств для продвижения российской продукции; • Разработка концепций, организация, проведение специализированных мероприятий (в том числе образовательных) для всех видов целевых аудиторий страны пребывания торгпредств (органы власти, бизнес-сообщество, население, российская диаспора в КНР); • использование механизмов межправительственных комиссий, комиссий высокого уровня, рабочих групп, подкомиссий и комитетов в рамках МПК для продвижения интересов российской компании-экспортера (включать в итоговые протоколы МПК/КВУ вопросы, связанные с запуском/реализацией экспортных проектов). <p>Маркетинговый план должен также учитывать подготовку презентационных, рекламных материалов</p>	Январь 2016 Свод Минэкономразвития России (Трефилов Д.А., Клепикова Н.А., Попов Е.Н.)

			и коммерческих предложений на китайском языке.					
Финансовые меры поддержки								
1.3.	Определение возможности обеспечения финансовой и/или гарантойной поддержки приоритетным проектам	АО «РЭЦ» (АО «ЭКСАР», РОСЭКСИМБАНК), Внешэкономбанк		Январь 2016 АО «РЭЦ» (Евстюхин К.Н.)				
1.3.	Ждем предложений от Внешэкономбанка, АО «РЭЦ», АО «ЭКСАР», РОСЭКСИМБАНКА по наполнению данного раздела							
Реализация 2 этапа «дорожной карты» возможна при наличии экономической выгоды от реализации проекта								
II этап								
Продвижение российской продукции (услуг) на рынок КНР								
Разработка стратегии и индивидуального плана поддержки российского экспортёра								
2.1.	Разработка рекомендаций по участию компаний-экспортёров в мероприятиях по продвижению несырьевого экспорта в рамках маркетингового плана	Минэкономразвития России, Торгпредство России в Китае (Представительство АО «РЭЦ» в КНР), Минпромторг России, АО «РЭЦ» (АО «ЭКСАР», РОСЭКСИМБАНК)	Подготовка перечня мероприятий для включения в маркетинговый план, в том числе по участию компаний в бизнес-миссиях, рекламно-выставочных и иных мероприятиях.	Март-май 2016 г. Торгпредство России в Китае (Груздев А.В.) (Представительство АО «РЭЦ» в КНР)				
2.2.	Разработка (в соответствии с маркетинговым планом) согласованного с Минэкономразвития России и Торгпредством России в Китае паспорта проекта	Минэкономразвития России, Торгпредство России в Китае (Представительство АО «РЭЦ» в КНР), АО «РЭЦ» (АО «ЭКСАР», РОСЭКСИМБАНК), Российская компания-экспортёр	Паспорт проекта включает мероприятия Минэкономразвития России, Торгпредства России в Китае (представительства АО «РЭЦ») по содействию российской компании-экспортёру в продвижении продукции (услуг): – взаимодействие с местными органами исполнительной власти для продвижения интересов российской компании-экспортёра; – содействие в организации взаимодействия российской компании-экспортёра с местными компаниями; – взаимодействие с транснациональными корпорациями (ТНК), зарубежными банками развития по включению российской продукции в	Июнь-август 2016 г. Минэкономразвития России (Трефилов Д.А., Клепикова Н.А., Попов Е.Н.)				

		производственные цепочки ТНК.	
--	--	-------------------------------	--

Раздел III. Обеспечение доступа на рынок КНР

Данный раздел будет заполнен на основании результатов анализа участниками плана мероприятий динамики российского экспорта, с учетом востребованности продукции/товаров/услуг в КНР; сбора и обобщения обращений российских компаний-экспортеров (действующих и потенциальных) за оказанием поддержки к участникам плана мероприятий.

Раздел VI. Отчетность и мониторинг

2.7.	Оперативные отчеты по результатам проведения мероприятий маркетингового плана компании-экспортера и переговоров с китайской стороной	Российская компания-экспортер	Рассылка оперативных отчетов по результатам проведения мероприятия и переговоров с китайской стороной осуществляется в адрес Минэкономразвития России, Торгпредства России в Китае (Представительства АО «РЭЦ» в КНР) для организации взаимодействия сторон.	Март 2016 г., далее – регулярно, по мере необходимости Минэкономразвития России (Д.А. Трефилов, Н.А. Клепикова, Е.Н. Попов)
2.8.	Итоговые отчеты по этапам (вехам) проработки маркетингового плана (компания-экспортер) и паспорта проекта (Минэкономразвития России).	Российская компания-экспортер, Минэкономразвития России, Торгпредство России в Китае (Представительство АО «РЭЦ» в КНР)	Рассылка итоговых отчетов по результатам проработки этапа (вехи) проекта осуществляется в адрес Минэкономразвития России, Торгпредства России в Китае (Представительства АО «РЭЦ» в КНР), Российской компании-экспортеру для организации взаимодействия сторон и выработки предложений или корректировки планов.	Март 2016 г., далее – регулярно, по мере необходимости Минэкономразвития России (Д.А. Трефилов, Н.А. Клепикова, Е.Н. Попов)
2.9.	Направление информации по подписанным с китайской стороной контрактным документам	Российская компания-экспортер	Информация направляется в Минэкономразвития России, АО «РЭЦ», Торгпредство России в Китае (Представительство АО «РЭЦ» в КНР) для проведения оценки результатов продвижения продукции (услуг) российской компании-экспортера	Декабрь 2015 г., далее – регулярно, по мере необходимости Торгпредство России в Китае (Груздев А.В.);
2.10.	Мониторинг реализации мероприятий и проработки этапов (вех)	Минэкономразвития России	Оценка результатов продвижения продукции (услуг) российской компании-экспортера Целесообразно рассчитывать с	Декабрь 2015 г., далее – регулярно, по мере

		<p>использованием коэффициента эффективности $K\phi = \frac{СК}{ЗП}$, где: СК – суммарная стоимость заключенных контрактов на поставку продукции, ЗП – затраты на продвижение продукции (финансирование мероприятий по продвижению продукции).</p> <p>Использование в оценке показателя объема экспорта представляется не совсем корректным в связи с тем, что исполнение контрактных обязательств не относится к деятельности по продвижению продукции на рынок. Например, объемы экспорта могут снизиться из-за ненадлежащего исполнения условий контракта, от наступления форс-мажорных обстоятельств и пр. Оценку итогов деятельности по продвижению российской продукции на китайский рынок целесообразно проводить по итогам реализации паспорта проекта.</p>	необходимости Минэкономразвития России (Д.А. Трефилов, Н.А. Клепикова, Е.Н. Попов)
--	--	--	--