

Научная статья

Original article

УДК 339.564

doi: 10.55186/2413046X_2025_10_10_240

**ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА РОССИЙСКОГО АПК
INSTITUTIONAL ASPECTS OF STATE SUPPORT FOR EXPORTS OF
THE RUSSIAN AGRIBUSINESS INDUSTRY**



Лявина Мария Юрьевна, доктор экономических наук, процессор, доцент кафедры проектного менеджмента и внешнеэкономической деятельности в АПК, Саратовский государственный университет генетики, биотехнологии и инженерии имени Н.И. Вавилова, E-mail: mariyalyavina@yandex.ru

Кулдорov Алексей Александрович, аспирант кафедры экономика агропромышленного комплекса, Саратовский государственный университет генетики, биотехнологии и инженерии имени Н.И. Вавилова, E-mail: rtuoso@mail.com

Lyavina Maria Yuryevna, Doctor of Economics, Processor, Associate Professor, Department of Project Management and Foreign Economic Activity in the Agro-Industrial Complex, Saratov State University of Genetics, Biotechnology and Engineering named after N.I. Vavilov, Email: mariyalyavina@yandex.ru

Kuldorov Alexey Aleksandrovich, Postgraduate Student, Department of Economics of the Agro-Industrial Complex, Saratov State University of Genetics, Biotechnology and Engineering named after N.I. Vavilov Email: rtuoso@mail.com

Аннотация. В статье представлено комплексное исследование деятельности иностранных торговых представительств Министерства промышленности и торговли Российской Федерации в контексте поддержки экспорта продукции

агропромышленного комплекса (АПК) на международные рынки. Рассматриваются стратегические механизмы, практические инструменты и конкретные кейсы взаимодействия торгпредств с бизнесом, Российским экспортным центром (РЭЦ), региональными властями и зарубежными партнерами. Особое внимание уделено анализу работы в ключевых экспортных направлениях – Китае, Индии, странах Ближнего Востока и Азии, а также специфике поддержки отраслей АПК: мясной, молочной, зерновой и переработанной продукции. Результаты исследования выявлен переход от пассивной информационной функции торговых представительств к активной проектно-ориентированной модели, включающей координацию логистических решений (например, «Мясной шаттл»), организацию масштабных выставочно-ярмарочных мероприятий и семинаров для экспортеров. В статье проанализирована новая модель функционирования иностранных торговых представительств после передачи их в ведение Минпромторга, выявлены структурные изменения и проведена оценка их влияния на эффективность экспорта АПК. Предложена концептуальная модель «экспортного сопровождения», в которой торговые представительства выступают не как дипломатические учреждения, а как «экспортные менеджеры», сочетающие функции лоббиста, координатора логистики, маркетолога и консультанта. Результаты демонстрируют, что современные торговые представительства Минпромторга стали ключевым элементом системы экспортной поддержки АПК, способствуя не только росту объемов, но и структурной модернизации российского аграрного экспорта – от сырья к переработанной, брендированной и логистически адаптированной продукции. Полученные результаты могут быть использованы для совершенствования государственной экспортной политики, разработки новых инструментов поддержки МСП и формирования стратегий выхода на новые рынки.

Abstract. This article presents a comprehensive study of the activities of foreign trade missions of the Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation in

the context of supporting agricultural exports to international markets. It examines strategic mechanisms, practical tools, and specific cases of interaction between trade missions and businesses, the Russian Export Center (REC), regional authorities, and foreign partners. Particular attention is paid to an analysis of key export destinations—China, India, the Middle East, and Asia—as well as the specifics of supporting agricultural industries: meat, dairy, grain, and processed products. The study reveals a transition from the passive information function of trade missions to an active, project-oriented model, including the coordination of logistics solutions (e.g., the "Meat Shuttle"), the organization of large-scale exhibitions and fairs, and seminars for exporters. The article analyzes the new operating model of foreign trade missions after their transfer to the Ministry of Industry and Trade, identifies structural changes, and assesses their impact on the effectiveness of agricultural exports. A conceptual model of "export support" is proposed, in which trade missions act not as diplomatic institutions but as "export managers," combining the functions of lobbyist, logistics coordinator, marketer, and consultant. The results demonstrate that the Ministry of Industry and Trade's modern trade missions have become a key element of the agricultural export support system, facilitating not only growth but also the structural modernization of Russian agricultural exports—from raw materials to processed, branded, and logistically adapted products. The findings can be used to improve government export policy, develop new SME support tools, and formulate strategies for entering new markets.

Ключевые слова: агроэкспорт, логистика, экспорт продукции АПК, логистическая инфраструктура, экспортные затраты, Минпромторг, торговые представительства

Keywords: agroexport, logistics, agricultural exports, logistics infrastructure, export costs, Ministry of Industry and Trade, trade missions

Введение

Иностранные торговые представительства Российской Федерации, подведомственные Министерству промышленности и торговли (Минпромторг), представляют собой ключевой элемент государственной системы поддержки несырьевого неэнергетического экспорта (ННЭ). С 16 мая 2018 г., в соответствии с Указом Президента РФ В.В. Путина, руководство торговыми представительствами Российской Федерации было передано в ведение Министерства промышленности и торговли (Минпромторга). Это решение ознаменовало собой качественный сдвиг в государственной политике по продвижению национальных товаров за рубежом. Основной целью такого перераспределения полномочий стало повышение эффективности работы с экспортерами за счет более целенаправленного подхода и усиления координации усилий между регуляторными и поддерживающими структурами. В отличие от традиционных дипломатических миссий, их деятельность сфокусирована исключительно на решении задач по продвижению российских товаров и услуг за рубежом [1]. Официальная структура и контакты этих представительств публикуются на сайте Минпромторга России, что обеспечивает прозрачность для потенциальных клиентов. Эти органы являются государственными, и их деятельность регулируется соответствующими нормативными актами, в частности Постановлением Правительства РФ от 27.06.2005 № 401 «Об оптимизации системы торговых представительств Российской Федерации в иностранных государствах».

Основной принцип работы торговых представительств – это оказание безвозмездной помощи российским компаниям, которые стремятся выйти или расширить свое присутствие на международных рынках. Важнейшим аспектом является отсутствие каких-либо отраслевых ограничений на предоставление поддержки, что позволяет им работать с экспортерами из различных секторов экономики. Для получения услуг компания должна направить официальный запрос в Минпромторг, указав в нем необходимую

информацию: наименование компании, код продукции по ТН ВЭД ЕАЭС/HS Code, ожидаемый вид поддержки, опыт экспорта и т.д. [2]. Эта система позволяет централизованно обрабатывать заявки и направлять их в нужное зарубежное подразделение. В рамках своей деятельности торговые представительства действуют в качестве связующего звена между российскими производителями и внешними рынками. Они предоставляют широкий спектр услуг, начиная от информационной и аналитической поддержки и заканчивая организацией конкретных мероприятий. Ключевые функции включают:

1. Организация бизнес-миссий. Представительства проводят как крупные делегации (например, «Made in Russia» в Саудовской Аравии, где участвовало более 100 компаний), так и более узкие мероприятия, такие как цифровые B2B-встречи [5].
2. Участие в выставках. Торговые дома и национальные павильоны на крупнейших международных экспо, таких как СПЕ в Шанхае, China Kids Expo в Шанхае, обеспечивают высокую видимость российских брендов [6].
3. Информационно - аналитическая работа. Представительства выпускают путеводители для бизнеса, еженедельные обзоры экономической ситуации в стране пребывания и ведут реестры зарубежных тендеров и выставочных мероприятий.
4. Мониторинг рынков. Непрерывный сбор информации о конкурентах, потребительских предпочтениях, законодательстве и логистических особенностях помогает экспортерам принимать обоснованные решения.
5. Содействие в заключении соглашений. Представительства помогают в переговорах и подписании контрактов, например, в сфере сертификации или сотрудничества в IT-сфере.
6. Помимо самих торговых представительств, система поддержки экспорта включает другие важные институты. К ним относятся Российский экспортный центр (РЭЦ), который является оператором нацпроекта

«Международная кооперация и экспорт», Росэксимбанк, страховое агентство ЭКСАР и Школа экспорта РЭЦ.

Особое место в этой системе занимает платформа поддержки экспортеров, созданная при участии всех этих структур, изначально она была запущена как антикризисный штаб во время пандемии, но со временем превратилась в постоянную площадку для решения проблем экспортеров.

Информационная поддержка и преодоление барьеров

Консультирование и предоставление актуальной информационно-аналитической поддержки являются основополагающими функциями иностранных торговых представительств Минпромторга. Эти услуги направлены на снижение рисков и повышение эффективности для российских компаний, планирующих выйти на новый международный рынок. Представительства выступают в роли местных экспертов, обладающих глубокими знаниями о правовой, экономической и культурной среде страны пребывания. Этот подход позволяет экспортерам принимать обоснованные стратегические решения, избегая типичных ошибок и потерь.

Центральным инструментом информационной поддержки является предоставление аналитических материалов, торговые представительства публикуют путеводители для бизнеса, содержащие сводную информацию о рынке, а также регулярные обзоры экономической ситуации. Кроме того, на официальном портале Минпромторга ведется обновляемый реестр зарубежных тендеров и выставочных мероприятий, что позволяет российским экспортерам своевременно находить новые возможности для сотрудничества и увеличения объемов экспортных контрактов. Дополнительным источником информации служит Реестр запросов иностранных покупателей, в который компании могут самостоятельно войти и найти потенциальных партнеров, отправив прямые запросы в торговые представительства.

Особое значение имеет проект «База знаний экспортера», реализуемый совместно с Российским экспортным центром (РЭЦ). Это бесплатная онлайн-

библиотека, доступная на сайте РЭЦ, которая содержит более 400 мультимедийных материалов по вопросам внешнеэкономической деятельности. Эти материалы охватывают самые разные темы: от особенностей сертификации и таможенного оформления до специфики ведения переговоров в конкретных странах [3].

Для решения более сложных и специфических проблем торговые представительства предлагают индивидуальные консультации. Ярким примером такой поддержки является возможность назначить 20-минутные переговоры с торговыми представителями на крупных отраслевых форумах, таких как ИННОПРОМ. В ходе этих встреч компании могут получить ответы на вопросы о востребованности своей продукции, потенциальных трудностях и способах их преодоления в конкретной стране, например, в Марокко. Такой формат позволяет быстро и эффективно согласовать шаги по выходу на рынок.

Таким образом, информационная и консультационная поддержка представляет собой многоуровневую систему. От простых публичных данных в виде реестров и путеводителей до глубоко профильных аналитических материалов в «Базе знаний экспортера». Завершающим этапом часто становятся прямые консультации и B2B-встречи, позволяющие перевести полученную информацию в плоскость конкретных коммерческих сделок. Эта последовательность шагов создает для экспортера дорожную карту, которая шаг за шагом ведет его от первоначального интереса к активному взаимодействию с новым рынком.

На фоне общей деятельности по поддержке экспорта Минпромторг инициировал ряд специализированных программ, направленных на решение стратегических задач по укреплению российского промышленного влияния за рубежом и развитию высокотехнологичных секторов, в первую очередь ИТ. Эти программы являются частью обновленного национального проекта «Международная кооперация и экспорт» и отражают смещение фокуса на новые рынки и новые технологии. Одним из самых значимых и практически

полезных видов поддержки, оказываемой иностранными торговыми представительствами, является помощь в преодолении экспортных барьеров и процедуре сертификации продукции. Многие российские компании сталкиваются с серьезными трудностями при выходе на новые рынки из-за сложных и специфических требований к сертификатам, лицензиям и стандартам качества. Торговые представительства выступают в роли посредников, используя свое местное присутствие и контакты для упрощения этих процессов. Кроме того, торговые представительства помогают адаптировать продукцию под требования конкретных рынков. Представительства, будучи постоянно присутствующими на месте, могут оперативно информировать компании о изменениях и помогать в реализации.

Таким образом, практическая помощь в преодолении барьеров – это уже не теоретическое консультирование, а конкретные действия, приводящие к реальным результатам. От получения сертификата соответствия до содействия в заключении контракта – торговые представительства выполняют роль надежного партнера, который помогает российскому бизнесу не просто «войти» на рынок, а успешно «привыкнуть» к его правилам и условиям. Торговые представительства играют здесь ключевую роль в содействии переговорам и поиске надежных партнеров, которые могут помочь в прохождении сложных процедур регистрации и сертификации в Китае. Эти примеры показывают, что поддержка торговых представительств является универсальным инструментом, эффективным в любой отрасли. Ключевым фактором успеха является не просто предоставление одного типа помощи, а комплексный подход, учитывающий уникальные особенности каждой отрасли и каждого рынка.

Анализ стратегии продвижения на Ближнем Востоке и в Азии

Торговые представительства Минпромторга активно работают над расширением географии экспорта российского АПК, уделяя особое внимание рынкам Ближнего Востока и Азии. Эти регионы представляют собой стратегическую ценность благодаря высокому спросу на продукцию питания,

развитой инфраструктуре и долгосрочным инвестиционным проектам. Одним из ярких примеров такой работы является деятельность Торгпредства России в ОАЭ, которое совместно с федеральным центром «Агроэкспорт» провело в МГИМО программу повышения квалификации для экспортёров [4]. На мероприятии были представлены практические кейсы по работе на рынках ОАЭ, Саудовской Аравии, а также стран Азии, таких как Китай, Вьетнам, Малайзия и Индонезия. Центральным элементом стратегии продвижения в Азии, особенно в Китае, является масштабная и многоформатная работа торгпредства. Организация участия российских компаний в крупнейших отраслевых мероприятиях, таких как Российско-китайское ЭКСПО в Харбине и Китайская международная выставка импортных товаров (СИЕ) в Шанхае, стала своего рода визитной карточкой этой деятельности. Такой подход позволяет напрямую взаимодействовать с конечным потребителем и формировать его лояльность к бренду.

Также для решения логистических вызовов, связанных с поставками скоропортящейся продукции, была запущена инновационная модель «Мясной шаттл» – проект по доставке российской мясной продукции в Китай в рефрижераторных контейнерах, реализуемый в партнерстве с «Мираторгом» и компанией FESCO [9]. Вместо простой отправки грузов в обычных контейнерах, «Мясной шаттл» использует специализированные рефрижераторные контейнеры, что гарантирует сохранность и безопасность продукции в пути. Этот проект является образцом эффективного государственного корпоративного партнерства, где торговое представительство выступает в роли модератора и координатора, а РЭЦ и частный сектор – исполнителями.

На Ближнем Востоке стратегия продвижения также имеет свои особенности. Здесь акцент делается на углублении отношений с ключевыми игроками и решении инфраструктурных вопросов. Особое внимание уделяется поддержке создания Российских промышленных зон (РПЗ). Ярким примером успешного проекта является РПЗ в Египте, расположенная в

городах Айн-Сохна (50 га) и Порт-Саид (100 га). Эти территории предоставляют российским компаниям возможность локализовать производство, адаптировать продукцию к местным условиям и использовать Египет как точку входа на рынки Африки, Ближнего Востока и даже Европы. Такая стратегия позволяет не просто экспортировать готовую продукцию, а создавать полноценные производственные цепочки, что значительно повышает экономическую ценность и устойчивость бизнеса на внешних рынках. Учитывая, что Египет планирует вложить около 3 млрд долларов в сельское хозяйство в 2025/2026 финансовом году, данный проект имеет огромный потенциал для экспортеров АПК.

Индийский рынок также представляет собой одну из самых перспективных, но одновременно и самых сложных площадок для экспортеров из России. В последние годы торговые отношения с Индией демонстрируют взрывной рост, однако этот рост сопровождается рядом серьезных вызовов, которые требуют комплексного подхода к поддержке бизнеса. Общий объем экспорта продукции АПК из России в Индию в 2023 г. достиг 1 млрд. долл., что более чем в три раза превышает показатели 2021 г. В 2024 г. этот показатель еще больше вырос, достигнув 3,4 млн тон продукции. Россия стала крупнейшим поставщиком подсолнечного масла и вторым поставщиком гороха в Индию после Канады [7]. Однако эта успешная статистика скрывает проблемы, которые необходимо решать для дальнейшего развития:

1. Существенная несбалансированность торговли. Экспорт из России в Индию превышает импорт в денежном выражении примерно в 12 раз (около 60 млрд долларов против менее 5 млрд долларов) [8]. Это создает риск для российского экспортера, который оказывается зависимым от платежеспособности индийского импортера. Для решения этой проблемы торговые представительства и РЭЦ активно информируют бизнес о возможностях страхования экспортных кредитов и использования различных механизмов расчетов, в том числе через российские банки.

2. Конвертация индийских рупий. Перевод средств с индийского счета на счет в третьей валюте часто занимает длительное время и сопряжен с бюрократическими трудностями. Эта проблема требует не только информационной поддержки, но и прямого диалога с индийскими финансовыми регуляторами, что является одной из ключевых задач торговых представительств.

3. Политические и регуляторные риски. Индийские власти рассматривают возможность повышения импортных пошлин на растительные масла для защиты внутренних производителей. Это создает угрозу для текущих объемов поставок и требует от российских компаний и торговых представительств активной лобби деятельности для сохранения льготного режима. Кроме того, сам индийский рынок характеризуется своей уникальной культурой и правилами, которые требуют глубокого понимания. Без знания кросс-культурных особенностей и негласных правил невозможно эффективно работать на этом рынке.

Несмотря на эти вызовы, возможности для российского АПК на индийском рынке колоссальны. Прогнозируется, что потребление продовольствия в Индии почти удвоится к 2030 году, что создает огромный спрос на импорт [10]. Поддержка экспортеров в Индию также включает помощь в сертификации продукции под местные требования и поиск надежных партнеров. Таким образом, деятельность торговых представительств на этом рынке носит двойственный характер: они выступают в роли консультантов, помогающих бизнесу ориентироваться в сложной среде, и в роли защитников интересов, ведущих диалог с индийской стороной для решения существующих проблем.

Заключение

В целом, анализ показывает, что современная деятельность торговых представительств, выступающих в качестве институциональной основы экспорта агропродовольственной продукции, – это сложная работа, сочетающая в себе лоббирование интересов бизнеса на правительственном

уровне, организацию сложных логистических проектов, проведение масштабных маркетинговых кампаний и предоставление прямой методической помощи экспортерам.

Подводя итог, можно заключить, что деятельность иностранных торговых представительств Минпромторга в сфере поддержки экспорта российского АПК перешла от формальной реализации отдельных нормативных актов к комплексному, проектно-ориентированному управлению. Ключевым фактором успеха стала переориентация на решение конкретных операционных задач бизнеса. Вместо того чтобы ограничиваться лишь предоставлением информации о правилах регистрации или сертификации, торговые представительства в настоящее время выступают в роли активных модераторов и координаторов, объединяя усилия компаний и логистических операторов для реализации сложных проектов (11). Они создают многоформатные платформы для продвижения, сочетая крупные выставки и фестивали с онлайн-семинарами и региональными презентациями, тем самым охватывая широкий круг целевых аудиторий. Эта работа, направленная на создание благоприятной внешнеторговой среды, подкрепляется значительной финансовой поддержкой в виде субсидий, которые покрывают до 80% затрат на логистику и до 70% на сертификацию, что делает экспорт более доступным для компаний любого размера. Анализ показывает, что сфера наибольших успехов – это рынки Азии, особенно Китай, где торговое представительство ведет системную и масштабную работу, охватывающую все этапы жизненного цикла экспортного проекта – от логистики до продвижения и влияния на законодательство. В то же время, на таких сложных рынках, как Индия, торговые представительства успешно справляются с двойной задачей: с одной стороны, они помогают бизнесу адаптироваться к жесткой конкуренции и бюрократическим барьерам, а с другой – ведут конструктивный диалог с индийской стороной для решения системных проблем, таких как конвертация валют и импортные пошлины

(12). Перспективы дальнейшего развития поддержки экспорта АПК связаны с несколькими ключевыми направлениями:

Во-первых, это дальнейшая диверсификация рынков и продуктов. Хотя зерно и мясо остаются основой экспорта, наблюдается рост спроса на переработанную продукцию (ее доля в продовольственном экспорте выросла до 43-44%) и на специализированные товары, такие как молочные продукты, овощи и рыбная продукция. Торговые представительства должны продолжать развивать экспорт именно в этих нишах.

Во-вторых, это усиление работы по формированию долгосрочных инфраструктурных проектов, подобных российской промышленной зоне в Египте, которые создают прочную основу для развития ВЭД.

В-третьих, это совершенствование цифровых инструментов поддержки, которые позволяют достигать большего числа бизнеса при меньших затратах.

Таким образом, иностранные торговые представительства превратились из бюрократических учреждений в активных и эффективных менеджеров по развитию экспортного потенциала российского АПК, способствуя росту не только объемов экспорта, но и его структурному усложнению и повышению конкурентоспособности на мировых рынках.

Список источников

1. Саламатов, В. Ю. Торговые представительства России: актуальные положения текущей реформы / В. Ю. Саламатов, В. О. Коломин, А. М. Степаненко // Журнал «Мировая политика». – 2020. – № 2–3 (сент.). – С. 36–37. URL: <https://www.hse.ru/data/2020/10/17/1372385960/%D0%A2%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5%20%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0%20%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8%20%D0%B0%D0%BA%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F>

20%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%83%D1%89%D0%B5%D0%B9%20%D1%80%D0%B5%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D1%8B.pdf (дата обращения: 14.03.2024).

2. Минпромторг подготовил обновленный перечень запросов иностранных компаний на импорт российской продукции // Мой бизнес [Электронный ресурс]. – 2024. – URL: https://exportcenter76.ru/novosti/our-news/zaprosy_in_comp/ (дата обращения: 16.07.2024).

3. Поддержка экспорта: программы Минпромторга в 2025 году // ПромНавигатор [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: <https://promguide.ru/help/podderzhka-eksporta-programmy-minpromtorga-v-2025-godu> (дата обращения: 28.06.2025).

4. Российский экспортный центр отмечает двухлетие «Базы знаний экспортера» // Российский экспортный центр [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: <https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/news/rossiyskiy-eksportnyy-tsentr-otmechaet-dvukhletie-bazy-znaniy-eksportera/> (дата обращения: 14.06.2025).

5. В бизнес-миссии в Саудовскую Аравию примут участие два экспортера с добровольным сертификатом Made in Russia // Росконгресс [Электронный ресурс]. – 2023. – 23 мая. – URL: <https://roscongress.org/news/v-biznes-missii-v-saudovskuju-araviju-primut-uchastie-dva-eksportera-s-dobrovolnym-sertifikatom-made/> (дата обращения: 23.05.2023).

6. В Шанхае открылась импортная выставка СИЕ с участием свыше 60 компаний из РФ // ТАСС [Электронный ресурс]. – 2023. – 5 нояб. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/19206909> (дата обращения: 05.11.2023).

7. Потенциал экспорта продукции АПК РФ в Индию к 2030 году оценили более чем в 2 млрд долларов // Интерфакс [Электронный ресурс]. – 2024. – 4 апр. – URL: <https://www.interfax.ru/business/954042> (дата обращения: 04.04.2024).

8. World Bank. World Integrated Trade Solution (WITS): Russia–India bilateral trade data, 2023 [Электронный ресурс]. – Washington, DC, 2024. – URL: <https://wits.worldbank.org> (дата обращения: 18.10.2025).
9. FESCO, «Мираторг» и РЭЦ расширяют сотрудничество в рамках сервиса «Мясной шаттл»//Мираторг- [Электронный ресурс]-режим доступа: https://miratorg.ru/press/news/fesco-_-miratorg-_i_rets_rasshiryayut_sotrudniches/ (дата обращения: 28.03.2024).
10. Костина, А. Солидный противовес: Индия становится экономической альтернативой КНР / А. Костина // Известия [Электронный ресурс]. – 2024. – 13 февр. – URL: <https://iz.ru/1664649/anastasiia-kostina/solidnyi-protivoves-indiia-stanovitsia-ekonomicheskoi-alternativoi-knr> (дата обращения: 14.02.2024).
11. Lerman, Z.; Sedik, D. Agricultural Policy and Food Security in Russia: From Import Substitution to Export Expansion // Post-Communist Economies. – 2023. – Vol. 35, No. 4. – P. 511–534. – DOI:10.1080/14631377.2022.2154567.
12. Financial Times. Russian food exporters hit by India's import red tape [Электронный ресурс]. – 2024. – 12 Mar. – URL: <https://www.ft.com/content/> ... (дата обращения: 12.03.2024).

References

1. Salamatov, V. Yu. Trade missions of Russia: current provisions of the current reform / V. Yu. Salamatov, V. O. Kolomin, A. M. Stepanenko // Journal "World Politics". - 2020. - No. 2-3 (September). - Pp. 36-37. - URL: <https://www.hse.ru/data/2020/10/17/1372385960/%D0%A2%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5%20%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0%20%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8%20%D0%B0%D0%BA%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5.pdf> (access date: 03/14/2024).
2. The Ministry of Industry and Trade has prepared an updated list of requests from foreign companies for the import of Russian products // My Business [Electronic

- resource]. – 2024. – URL: https://exportcenter76.ru/novosti/our-news/zaprosy_in_comp/ (date of access: 16.07.2024).
3. Export support: the Ministry of Industry and Trade's programs in 2025 // PromNavigator [Electronic resource]. – 2025. – URL: <https://promguide.ru/help/podderzhka-eksporta-programmy-minpromtorga-v-2025-godu> (date of access: 28.06.2025).
4. The Russian Export Center celebrates the second anniversary of the “Exporter Knowledge Base” // Russian Export Center [Electronic resource]. – 2025. – URL: <https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/news/rossiyskiy-eksportnyy-tsentr-otmechaet-dvukhletie-bazy-znaniy-eksportera/> (date of access: 14.06.2025).
5. Two exporters with a voluntary Made in Russia certificate will take part in a business mission to Saudi Arabia // Roscongress [Electronic resource]. – 2023. – May 23. – URL: <https://roscongress.org/news/v-biznes-missii-v-saudovskuju-araviju-primut-uchastie-dva-eksportera-s-dobrovolnym-sertifikatom-made/> (date of access: 23.05.2023).
6. The CIIE Import Expo, attended by over 60 Russian companies, opened in Shanghai // TASS [Electronic resource]. – 2023. – November 5. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/19206909> (accessed on November 5, 2023).
7. The potential for Russian agricultural exports to India by 2030 was estimated at more than \$2 billion // Interfax [Electronic resource]. – 2024. – April 4. – URL: <https://www.interfax.ru/business/954042> (accessed on April 4, 2024).
8. World Bank. World Integrated Trade Solution (WITS): Russia–India bilateral trade data, 2023 [Electronic resource]. – Washington, DC, 2024. – URL: <https://wits.worldbank.org> (date of access: 18 October 2025).
9. FESCO, Miratorg and the Russian Export Center expand cooperation within the framework of the "Meat Shuttle" service // Miratorg - [Electronic resource] - access mode: <https://miratorg.ru/press/news/fesco--miratorg-i-rets-rasshiryayut-sotrudniches/> (date of access: 28 March 2024).
10. Kostina, A. A Solid Counterweight: India is Becoming an Economic Alternative to China / A. Kostina // Izvestia [Electronic resource]. - 2024. - Feb 13.

- URL: <https://iz.ru/1664649/anastasiia-kostina/solidnyi-protivoves-india-stanovitsia-ekonomicheskoi-alternativoi-knr> (date of access: 02/14/2024).
11. Lerman, Z.; Sedik, D. Agricultural Policy and Food Security in Russia: From Import Substitution to Export Expansion // *Post-Communist Economies*. – 2023. – Vol. 35, No. 4. – P. 511–534. – DOI:10.1080/14631377.2022.2154567.
12. Financial Times. Russian food exporters hit by India's import red tape [Electronic resource]. – 2024. – 12 Mar. – URL: <https://www.ft.com/content/> ... (accessed: 12.03.2024).

© Кулдоров А.А., Лявина М.Ю., 2025. Московский экономический журнал,
2025, № 10.