

Стимулирование взаимной торговли субъектов малого бизнеса Российской Федерации и Республики Вьетнам

Василькина А. С., студент бакалавриата группы ТД4-1,
ФГБОУ ВО Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
e-mail: vasilkina-stasya@yandex.ru

Научный руководитель Арский А. А.
к.э.н., доцент кафедры «Маркетинг и логистика»
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
e-mail: arskiy@list.ru

Vasilkina A., student group TD4-1

Financial University under the Government of the Russian Federation
e-mail: vasilkina-stasya@yandex.ru

Scientific adviser Alexander A. Arskiy

Ph.D (Econ.), Department of «Marketing and Logistic», the lecturer, Financial University under the Government of the Russian Federation,
e-mail: arskiy@list.ru

The development of mutual trade of small business entities of the Russian Federation and the Republic of Vietnam

Аннотация.

Статья содержит рекомендации по стимулированию деловой активности к совместной международной торговле субъектов малого бизнеса Российской Федерации и Республики Вьетнам. Обосновывается необходимость разработки и использования субъектами малого бизнеса информационных порталов в сети интернет для оперативного и прямого информационного обмена о спросе и предложении на рынках товаров и услуг двух стран

Annotation

This article describes the recommendations for the promotion of small business in the international trade of the Russian Federation and the Republic of Vietnam.

Actual direction is the development of Internet resources by small businesses to exchange information. It is proposed to organize study tours for businessmen of the two countries and to support student startups.

Ключевые слова: малый бизнес, логистика, Вьетнам, стартап, международная торговля.

Keywords: of small businesses, logistics, Vietnam, startup, international trade.

Развитие процессов международной торговли актуально для любой страны на любом из этапов ее развития, и в этой связи Российская Федерация и Республика Вьетнам не являются исключением. Практическая реализация двустороннего сотрудничества в сфере международной торговли была рассмотрена автором при прохождении стажировки в Республике Вьетнам в период 2014–2015 гг. Данная статья систематизирует результаты анализа состояния двусторонних торговых связей применительно к субъектам малого бизнеса двух стран и раскрывает алгоритм стимулирования их деловой активности.

Дипломатические отношения Российской Федерации и Республики Вьетнам складываются на протяжении 65 лет. Истории известны драматические периоды в государственности Республики Вьетнам, связанные с гражданской войной и внешней интервенцией, и в эти годы, как известно, СССР всегда протягивал руку помощи и дружбы вьетнамскому народу. В настоящие дни российско-вьетнамские отношения переживают фазу динамического развития, основным экономическим индикатором которого являются объемы взаимной торговли.

Перечень товарных групп, оборачивающихся в товарообороте между Российской Федерацией и Республикой Вьетнам, довольно устойчив. Так, в 2014 году традиционно первые строки по сумме российского импорта из Республики Вьетнам занимают телефонные аппараты (доля Республики Вьетнам по отношению к суммарному импорту Российской Федерации в данной категории товаров 6,79% по сравнению с 11,25% в

2013 г.), вычислительные машины и блоки (4,25% против 6,82% в 2013 г.), объясняется расположением на территории Республики Вьетнам заводов крупнейших зарубежных производителей этой техники. Обувь (7,83%, на 0,67% больше, чем в 2013 г.), кофе (22,73%; +2,91% по сравнению с 2013 г.) и пылесосы (26,75%; +5,61% к результату 2013 г.).

Традиционными экспортными товарами для Российской Федерации на «вьетнамском направлении» являются нефть и нефтепродукты, приборы, аппаратура и модели, предназначенные для демонстрационных целей (например, при обучении или экспонировании), не пригодные для другого использования, удобрения минеральные или химические, цветные и черные металлы, аппаратура радиолокационная, радионавигационная и радиоаппаратура дистанционного управления, а также разнообразные виды транспорта и комплектующие к ним (в том числе военная техника). По данным Федеральной таможенной службы Российской Федерации, объемы взаимной торговли и темпы роста товарооборота имеют следующие значения (табл. 1).

Таблица 1

Итоги внешней торговли Российской Федерации и Республики Вьетнам
в 2010–2014 гг. (млн долл. США)

Год	Экспорт РФ– Вьетнам	Импорт РФ– Вьетнам	Товарооборот РФ–Вьетнам	Темп роста экспорта %	Темп роста импорта %	Темп роста товарооборота %
2010	1334,5	1110,9	2445,4			
2011	1338,7	1722,4	3061,0	100	155	125
2012	1388,6	2274,0	3662,6	104	132	120
2013	1373,5	2595,7	3969,2	99	114	108
2014	1451,7	2295,8	3747,5	106	88	94

Проанализировав структуру вьетнамского экспорта, можно отметить значительную долю субъектов малого бизнеса, ведущих торговлю с российскими коллегами, что же касается российского экспорта, то здесь его доля невелика, это объясняется спецификой товаров (военная техника, специальная техника) и масштабами торговли (поставки нефтепродуктов).

Взаимодействие субъектов малого бизнеса двух стран осложнено некоторыми барьерами, преодоление которых позволит вывести взаимодействие двух экономик на качественно новый уровень. Барьеры или проблемы условно можно разделить на две группы.

Первая проблема – отсутствие оперативной и достоверной информации о спросе и предложении на рынках двух стран, прежде всего в сети интернет. Отсутствие у субъекта малого бизнеса интернет-портала для демонстрации товаров или оказываемых услуг, языковой барьер – отсутствие информации на портале партнера на родном языке субъекта малого бизнеса, недостоверная информация на интернет-портале. Все эти «просчеты» субъекта малого бизнеса негативно сказываются на его позиционировании на международном и внутреннем рынке.

Вторая проблема – отсутствие представления об организации логистики внешнеэкономического контракта. Большинство субъектов малого бизнеса не представляют алгоритма логистики, и это становится главной причиной отказа от купли-продажи товаров на международном рынке [1].

Какие направления стимулирования деловой активности можно предложить субъектам малого бизнеса с каждой стороны в контексте описанных выше проблем? Предлагается рассмотреть комплекс следующих мероприятий, направленных на стимулирование деловой активности субъектов малого бизнеса, как в Российской Федерации, так и в Республике Вьетнам.

Первый этап предполагает создание электронного ресурса с занесением адресов предприятий и организаций, специализирующихся на выпуске экспортных товаров в двусторонней торговле. При этом к размещаемой информации предъявляются следующие требования: информация должна быть актуальной, информация должна быть достоверной, не допускается разглашение информации без ссылки на данный информационный ресурс [2]. Контактная информация (адреса и ссылки на информационные ресурсы) субъектов малого бизнеса, а также краткое описание основной деятельности субъектов на рынке вносится в

базу данных обозначенного ресурса по запросу субъекта экономики при представлении подтверждающих документов о регистрации на той или иной территории. Кроме того, в данную базу вносятся данные транспортно-логистических компаний, обеспечивающих транспортировку грузов в интересах субъектов малого бизнеса [3]. При этом стоимость оказываемых логистических услуг данными компаниями должна быть сбалансированной, то есть рыночной, что обеспечивается конкуренцией на данном транспортном направлении [4]. Администрирование и техническая поддержка ресурса могут быть осуществлены Торгово-промышленными палатами двух стран.

Второй этап предполагает организацию и проведение деловых поездок на заводы-изготовители представителей малого бизнеса для ознакомления с номенклатурой, технологией производства и особенностью доставки продукции. При реализации второго этапа процесс стимулирования деловой активности дает мультипликативный эффект в секторе гостиничного бизнеса и секторе услуг профессиональных переводчиков с иностранного языка.

Материальные затраты по реализации данных мероприятий незначительны, так, например, разработка информационного ресурса и его техническая поддержка обойдутся Администратору в 10–12 тыс. долл. США в год. Финансирование второго этапа осуществляется на основе самофинансирования заинтересованных в сотрудничестве субъектов малого бизнеса, так, например, командировка российского предпринимателя в г. Ханой обойдется российскому субъекту малого бизнеса в 50–80 тыс. руб. Представители малого бизнеса Республики Вьетнам позитивно оценивают перспективы развития двустороннего экономического сотрудничества на своем уровне, прежде всего, вьетнамских предпринимателей интересует сегментация рынка, налоговые режимы и миграционное законодательство нашей страны. Основными факторами, содействующими развитию вьетнамского бизнеса в нашей стране, по их мнению, является наличие спроса на товары традиционного вьетнамского экспорта (особенно в мегаполисах) и стабильность политической системы, гарантирующей сохранность инвестиций.

Автор выражает уверенность в эффективности предложенных мероприятий, так как началом делового сотрудничества является налаживание деловых контактов и проведение маркетинговых исследований «на месте». Любое стимулирование деловой активности также предполагает определенную последовательность мотивации при ценовом торге между партнерами, то есть партнеры, заключающие торговую сделку по импорту/экспорту товаров и владеющие полной информацией о стоимости услуг транспортно-логистической компании и иных логистических издержках, могут предложить партнеру снижение стоимости на товар, так как необходимость компенсации «непредвиденных» расходов отсутствует [5].

В долгосрочной перспективе актуальным направлением стимулирования деловой активности является международное сотрудничество в области студенческого обмена. Вьетнамские студенты, обучающиеся в Российской Федерации, и российские студенты, обучающиеся в Республике Вьетнам, – это, по сути, носители деловых идей, черпающие знания и делающие наблюдения в стране-партнере на протяжении 4–5 лет (курса обучения в вузе). Эффективным направлением поддержки инициативных студентов является система грантов, выдаваемых для развития перспективных студенческих стартапов или целевое финансирование проектов в форматах образовательных кластеров [6].

Список литературы

1. Арский А.А. Особенности преподавания логистических дисциплин. Материалы конференции. Международная научно-практическая конференция «Ценности и интересы современного общества». Общество, право, человек. Часть 2-я // Московский государственный университет экономики, статистики и информатики – М., 2014. – 300 с. 21–24 с.
2. Арский А.А. Информационная логистика во внешнеэкономической деятельности // Мир современной науки, – М.: № 3(31), 2015. С. 48–50.
3. Арский А.А. Механизм управления взаимодействием таможенных органов с участниками внешнеэкономической деятельности с использованием услуг транспортно-логистических компаний. Монография. – М.: «Дашков и К», 2014, –125 с.
4. Арский А.А. Особенность формирования стоимости логистической услуги // Экономика. Налоги. Право. – М.: Финансовый университет, № 1, 2014. – 134 с., с. 44–47.
5. Арский А.А. Стимулирование потребителей в секторе складского аутсорсинга // Экономика. Налоги. Право. – М.: Финансовый университет, № 4, 2015. – 154 с., с. 63–67.
6. Арский А.А. «Дорожная карта» логистических стартапов// Стратегии бизнеса. – Санкт-Петербург. Издательский дом «Реальная экономика». № 2 (10), 2015. – с. 3–5.