

РОЛЬ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Есина А. Р.

к.э.н.,
доцент кафедры
экономики промышленности
РЭУ им. Г.В. Плеханова
e-mail: allache@mail.ru

Деяева А. О.

студентка
факультет МШБиМЭ,
РЭУ им. Г.В.Плеханова

Любимова Е. М.

студентка
факультет МШБиМЭ,
РЭУ им. Г.В.Плеханова

Селиванова М. Н.

студентка
факультет МШБиМЭ,
РЭУ им. Г.В.Плеханова

Хайлова Е. А.

студентка
факультет МШБиМЭ,
РЭУ им. Г.В.Плеханова

Аннотация. В статье рассматриваются основные тенденции и изменения, происходящие в структуре российского экспорта и импорта, а также объясняются причины сложившейся ситуации на рынке товаров и услуг, обусловленные во многом цифровой экономикой.

Ключевые слова: цифровая экономика, международная деятельность, экспорт, импорт, Инкотермс, импортозамещение.

THE ROLE OF THE DIGITAL ECONOMY IN THE INTERNATIONAL ACTIVITY OF RUSSIAN ENTERPRISES

Esina A.R.

Ph.D.,

Associate Professor

Industrial Economics Department

Plekhanov Russian University of Economics

e-mail: allache@mail.ru

Dedyaeva A.O.

Student

IBS-Plekhanov

Plekhanov Russian University of Economics

Lyubimova E.M.

Student

IBS-Plekhanov

Plekhanov Russian University of Economics

Selyvanova M.N.

Student

IBS-Plekhanov

Plekhanov Russian University of Economics

Khaylova E.A.

Student

IBS-Plekhanov

Plekhanov Russian University of Economics

Abstract. This article deals with the main trends and changes occurring in the structure of Russian export and import. Moreover, it explains the reasons for the current situation in the commodity and service market, due in large part to the digital economy.

Keywords: digital economy, international activity, export, import, Incoterms, import substitution.

В последнее время в российской экономике наблюдается своеобразный парадокс. С одной стороны, девальвация рубля повысила привлекательность внешних рынков для российского бизнеса – появилась возможность предложить

зарубежному потребителю продукцию, конкурентоспособную по цене, и получить весомую, в пересчете на рубли, экспортную выручку. Однако, несмотря на то, что круг участников внешнеэкономической деятельности в силу этого быстро расширяется – его пополняют новички, быстрого роста объема экспортных поставок пока не наблюдается. Но почему же интерес к экспорту растет быстро, а объем экспортных поставок медленно? Что мешает? Попробуем разобраться в этом вопросе.

Во-первых, следует отметить, что эмоциональное состояние руководства компании, которая впервые столкнулась с внешнеторговым контрактом, как правило, динамично меняется – от эйфории до ужаса. Это можно объяснить тем, что поначалу все кажется легким и сверхприбыльным. Предприниматели радостно подсчитывают будущую экспортную выручку, а далее делают для себя несколько неприятных открытий: нужно заключать внешнеторговый контракт на чужом языке по чужим правилам, затем надо осуществить доставку товара, что недешево стоит, и заключительный этап – таможенное оформление. Помимо всего прочего компании не стоит забывать и о курсе валют, который нередко скачет. Взвесив все плюсы и минусы, неопытного экспортера или же совсем новичка чаще всего посещает такая мысль, что лучше не рисковать и повременить с экспортом.

Различия в торговой практике разных стран могут привести к взаимному недопониманию между сторонами, заключившими сделку, что влечет за собой споры и судебные разбирательства, сопровождающиеся потерей времени и денег.

Вместе с тем важнейшим направлением развития мировой торговли является формирование рынка векселей. В международной практике имеются специальные правила современных вексельных правоотношений, основанных на унифицированном вексельном законодательстве, принятом на Международной Женевской конференции [10, с.99].

Кроме того, чтобы избежать этих неприятностей, Международной торговой палатой были разработаны правила по толкованию наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли, известные как Инкотермс (от англ. International commerce terms – «Международные торговые термины»). Последние поправки были внесены в 2010 году, от чего правила получили названия «Инкотермс-2010» (рис. 1).

Инкотермс-2010

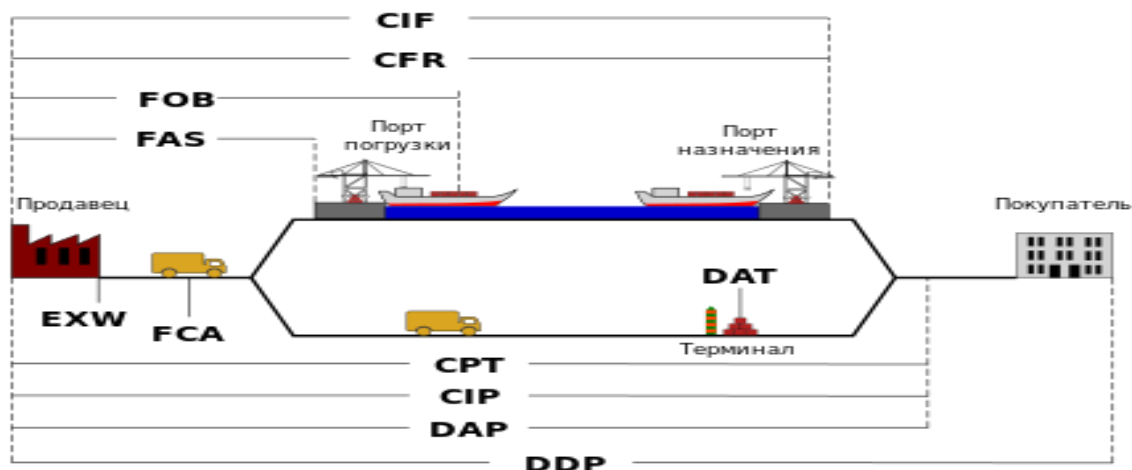


Рис. 1. Области действия терминов Инкотермс-2010

Базисные условия поставки – это основа экспортной цены. Экспортные (контрактные) цены всегда приводятся с указанием базисных условий поставки, что указывает на включение в цену таких дополнительных расходов, как хранение на складе экспортера, транспортировка до порта назначения, расходы на страхование, погрузочно-разгрузочные работы, таможенное оформление [8].

Международные торговые термины представляют собой стандартные условия договора купли-продажи, которые регламентируют:

- распределение между продавцом и покупателем обязательств и транспортных расходов по доставке товара, то есть определение, какие расходы и до какого момента несет продавец, и какие, начиная с какого момента, покупатель;
- момент перехода с продавца на покупателя рисков повреждения, утраты или случайной гибели груза;
- дату и место поставки товара, то есть определение момента фактической передачи продавцом товара в распоряжение покупателя или его представителя (например, транспортной компании), следовательно, выполнения или невыполнения первым своих обязательств по срокам поставки.

Многие мелкие интернет-магазины розничной торговли, используя электронную почту и принимая кредитные карты, обнаружили, что возможно выполнять внутренние заказы, имея минимум персонала. Ситуация становится более сложной в рамках международной электронной торговли, так как продавец должен указывать разную цену для каждого покупателя – в зависимости от стоимости перевозки и/или таможенных сборов, которые должны будут быть уплачены для отправки товара по назначению.

Несомненно, экспорт и экспортная поставка – цепочка сложных операций, которыми должны заниматься специалисты, например, банки. В этом смысле

важна роль банка как market place – к нему обращаются и те, кто ищет поставщиков продукции, подчас редкой, нишевой, и те, кто ищет рынок для своих товаров. И чем шире становится круг клиентов-участников ВЭД, тем чаще банку случается помочь в установлении контактов.

Так заместитель председателя правления Банка «Санкт-Петербург» по корпоративному бизнесу Александр Конышков рассказал [1], что его сотрудники предложили бизнесу такую специализированную поддержку и увидели отклик – как сегодняшней, так и отложенный, спрос на эти услуги. Отложенный спрос в основном заметен в массовом сегменте, так как средние по величине компании изучают свои экспортные возможности, готовятся к старту поставок за рубеж. Если же говорить о крупных предприятиях, то там внешнеэкономические сделки формируются годами. По словам Александра Конышкова, в прошлом году, приступив к сопровождению таких сделок, компании инвестировали уже фактически в 2018 год. Вообще же в 2018 и 2019 годах он ожидает поступательный рост в массовом сегменте, так как интерес к экспорту со стороны компаний растет, и полагается, что будет расти и дальше.

Однако, заручившись поддержкой банка и других специалистов, не стоит забывать и об еще одной трудности, с которой сталкиваются предприниматели, – это выбор направления экспорта. На данный момент, по мнению многих специалистов, перспективен экспорт сельхозпродукции. Поскольку «средний чек» внутри России падает, то есть прямой смысл предлагать востребованную продукцию отечественного АПК на зарубежные рынки. Но есть и противники такого суждения. Они аргументируют это тем, что в мире немало стран с более развитым, чем у нас, сельским хозяйством. Между тем Россия – часть мирового рынка, а для него характерна географическая сегментация потребления. Например, куриные ножки выгодно покупать в США, потому что американцы предпочитают белое мясо курицы, а грудки дешевле стоят в Китае, где любят, наоборот, красное мясо. Куриные крылья хорошо закупать в Финляндии зимой, поскольку это «несезон» – финны потребляют крылышки в основном летом, когда выезжают на барбекю. Свиные уши очень востребованы в Китае, а в России их вообще не едят. Таким образом, можно сделать вывод, что хорошо осведомленный сельхозпроизводитель может, учитывая эти детали, найти подходящие и наиболее выгодные для себя сегменты экспорта.

Но проблемы в бизнесе связаны не только с экспортом, но и с импортом. В нынешней ситуации очень легко доказать, что товар сделан в России. Стоит только «симулировать» процентную долю уровня локализации. Участвующий в обсуждении политики импортозамещения чиновник отмечает: «Считается все по таможенной стоимости, она занижается, завышаются накладные расходы и расходы, которые совершаются на закупках, комплектующих в стране. Получается, что мы создаем российский продукт, который на самом деле таковым не является. Мы бы хотели другие условия». [7]

Для решения этой насущной проблемы Минпромторг разрабатывает проект постановления, который внесет ясность в данный вопрос. Постановление будет регулировать критерии отнесения продукции к российской, а также критерии отнесения к продукции, аналоги которой не производятся в стране, так как такое оборудование при ввозе не облагается НДС.

Существует несколько таких критериев. Во-первых, оговаривается перечень условий и операций в России, процентная доля стоимости материалов и компонентов из-за рубежа в цене конечной продукции, которая должна быть рассчитана по таможенной стоимости при их ввозе или по документально подтвержденной цене их первой продажи в России. Важную роль играет электронная торговля, так как Интернет стал эффективным посредником между предприятиями во всем мире. Интеграция информационных и коммуникационных технологий (ИСТ) в международные коммерческие операции предоставляет новые возможности для бизнеса и потребителей. Во-вторых, производитель должен выполнять научно-исследовательские работы, а также привлекать к работе граждан России.

Определенные показатели устанавливаются для каждой из восьми отраслей: медицинское оборудование, фармацевтика, электроника и микроэлектроника, станкостроение, автомобилестроение, специальное машиностроение, фотоника и светотехника, электротехника и электроэнергетика. Также существует несколько десятков наименований продукции, для которых предлагаются отдельные условия.

Для промышленной продукции, не имеющей аналогов в России, есть два критерия отнесения. Во-первых, продукция не должна иметь такие же технические и эксплуатационные характеристики, химические, физические и другие свойства, не относящиеся исключительно к ее внешнему виду, которые более чем на 20% влияют на ее работу. Во-вторых, для товара, который производится в России, учитывается разница более 20% в стоимости или затратах на его эксплуатацию.

Руководитель отраслевого отделения по фармацевтике и биотехнологиям «Деловой России» Захар Голант с грустью констатирует факт: «Сейчас нет не только критериев, но и внятной процедуры подтверждения. Например, чтобы назвать свою компанию производителем локальной продукции, достаточно при оформлении заявки на сайте госзакупок просто поставить галочку — и вы сразу получите 15-процентные преференции» [2]. Он также добавляет, что в фармацевтике существует множество неочевидных критериев, которые следует учесть.

Для некоторых категорий продукции (например, которую поставляют в Минобороны) уже сейчас требуются 100% отечественные компоненты. Исходя из критериев Минпромторга, доля зарубежных составляющих в товарах гражданского сектора не должна превышать 30% к 2019 году, а, следовательно, содержащиеся в некоторых устройствах зарубежные комплектующие, придется

заменить, чтобы соответствовать новым нормам [2]. Следует также отметить, что из-за высокого курса доллара выгоднее сейчас использовать отечественные компоненты.

По данным опроса, проводимым информационным агентством РБК, «представители бизнес-сообщества говорят, что теперь с учетом повышенного внимания государства к программам импортозамещения компании, которые будут соответствовать критериям производителя «российского продукта», могли бы рассчитывать на преференции» [2]. Однако, главный вопрос заключается в том, какой путь изберет государство - поощрять тех, кто соответствует критериям, или же санкции для тех, кто под эти критерии не подпадает.

На этот вопрос первый зампред общественного совета при Минпромторге Антон Данилов-Данильян отвечает так: «Если вы действительно являетесь полноценной российской компанией и производите продукт по этим критериям, то гораздо легче получить помощь в государственных институтах развития. Компании смогут рассчитывать на помощь в расширении производства и в страховании для выхода на экспортные рынки» [2].

Отдельное внимание уделяется допуску компаний к госзакупкам. Исходя из документов Минпромторга, планируется разработка проектов, которые будут содержать в себе условие для допуска товаров к госзакупкам, а именно – производство этих товаров в странах, входящих в Евразийский экономический союз. Стоит также отметить, что уже несколько лет в правительстве обсуждается идея обязать иностранные компании локализовать производство в России, желающие участвовать в госзакупках. Однако критерии признания компании или её товаров локализованными недостаточно точны и подробны, что может привести к злоупотреблениям.

Итак, мы видим, что, во-первых, предприниматели, которые задумываются об экспорте своей продукции сталкиваются со множеством препятствий и трудностей. Это неродной язык, незнакомые правила, сложности перевозки, выбор направления и рынка сбыта. Все эти аспекты требуют досконального изучения и экономического подхода. Как бы то ни было, игра стоит свеч. Осведомленный и амбициозный предприниматель, заручившись поддержкой специалистов, в сегодняшней экономической обстановке имеет все шансы, чтобы преуспеть. Поэтому, неудивительно, если в скором времени интерес к спросу и объемы экспортных поставок будут равны. Во-вторых, касаясь ситуации с импортозамещением, на современном этапе необходимо разработать критерии отнесения товара к российскому и стимулировать отечественное производство, поощряя наших производителей.

Существенную роль в решении этих вопросов играет внедрение цифровой экономики. В первом случае компьютерная визуализация поможет проложить различные варианты маршрутов поставок продуктов и выбрать наилучший, то есть более быстрый, безопасный и недорогой. Оплата товара, его доставки также может быть произведена через Интернет [9]. Для импортозамещения идеальным

вариантом будет создание единой электронной базы с различными критериями классификации товаров.

Литература

1. Иванова Светлана Александровна Анализ внешнеэкономической деятельности российской Федерации в условиях неопределенности // Universum: экономика и юриспруденция. 2016. №2 (23).
2. Ильина Евгения Валерьевна Влияние санкций на экономику России // ВЭПС. 2015. №4.
3. Одесс Владимир Исаакович Импорт и его замещение отечественной продукцией – задача Российской экономики и реальность её быстрого решения // Бизнес в законе. 2014. №4.
4. Результаты оперативного мониторинга социально-экономического развития России и субъектов РФ. Кузнецов В.И., Есина А.Р., Свирчевский В.Д., Быстров А.В., Филиппов В.С., Завьялова Н.Б., Завьялов Д.В., Сагинова О.В., Комарова И.П., Сигарев А.В., Пшеницына Е.И., Новикова Е.С., Зайцева Е.В., Ермолаев С.А., Герасимова И.А., Сивкова А.Е., Соколов М.А., Гагиев Н.Н., Седова Н.В., Амирова Н.Р. и др. Аналитические записки / ситуационный центр социально-экономического развития регионов. Москва, 2016. Том Выпуск 17 II квартал 2016.
5. Справочник экономиста предприятия Каленов О.Е., Казакова Р.П., Болкина Г.И., Акуленко Н.Б., Кучеренко А.И., Кукушкин С.Н., Девяткин О.В., Есина А.Р., Зурин М.В., Клюкин И.Н., Слепухин В.Г., Маевская Е.Б., Паштова Л.Г., Говорин А.А., Назарова Е.В., Свирчевский В.Д., Игнатова Л.Н. Москва, 2017. Сер. Справочники Инфра-М
6. [Электронный ресурс] URL: <http://www.rbcplus.ru/news/58a880867a8aa9634c14131a>
7. [Электронный ресурс] URL: <http://www.rbc.ru/economics/26/05/2015/55632b2f9a7947230519d6ae>
8. Экономика и организация пищевых производств. Дубровин И.А., Есина А.Р., Стуканова И.П. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению "Технология сырья и продуктов животного происхождения" / Под общей редакцией И.А. Дубровина. Москва, 2015. (4-е издание)
9. Влияние информационных технологий на эффективность деятельности предприятий оптово-розничной торговли. Моргунова Е.П., Моргунова М.К. Бюллетень науки и практики. 2017. № 2 (15). С. 215-224.
10. Игнатова Л.Н. Социально-экономические аспекты повышения эффективности использования производственных ресурсов в промышленных корпорациях: монография /Л.Н. Игнатова. – М.: ИД «АТИСО», 2011.