

Стейкхолдерский подход к развитию внешней торговли сельскохозяйственной продукцией (на примере Вьетнама)

Stakeholder Approach to the Development of Foreign Trade in Agricultural Products (on the Example of Vietnam)

DOI 10.12737/2306-627X-2022-11-2-10-15

Получено: 27 апреля 2022 г. / Одобрено: 05 мая 2022 г. / Опубликовано: 27 июня 2022 г.

Фам Нгок ВанАспирант кафедры Мировой экономики,
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова», г. Москва**Pham Ngoc Van**Postgraduate Student, Department of World Economy,
Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow

Аннотация

В статье обоснована целесообразность применения Вьетнамом стейкхолдерского подхода к развитию внешней торговли сельскохозяйственной продукцией, составляющей основу экспортных операций. Прямая заинтересованность государства в увеличении оборотов стимулирует сектор государственного управления к поиску новых подходов к расширению возможностей международного обмена. Структурированы заинтересованные стороны, с которыми взаимодействует Вьетнам в процессе осуществления внешней торговли сельскохозяйственной продукцией, определены стейкхолдеры с прямым и опосредованным интересом. Использование стейкхолдерского подхода может стать одним из эффективных инструментов реализации стратегических целей.

Ключевые слова: стейкхолдерский подход, внешняя торговля, сельскохозяйственная продукция.

Abstract

The article substantiates the expediency of Vietnam's application of a stakeholder approach to the development of foreign trade in agricultural products, which forms the basis of export operations. The direct interest of the state in increasing turnover stimulates the public administration sector to look for new approaches to expand international exchange opportunities. The author structured the stakeholders with whom Vietnam interacts in the process of foreign trade in agricultural products, identified stakeholders with direct and indirect interest. The use of a stakeholder approach can become one of the effective tools for achieving strategic goals.

Keywords: stakeholder approach, foreign trade, agricultural products.

1. Введение

Сегодня в мировой экономике происходят кардинальные институциональные преобразования, требующие пересмотра принципов внешней торговли государств, подходов к взаимодействию между странами, расстановки акцентов в управлении экспортно-импортными операциями и др. В рамках настоящего исследования предпринята попытка обосновать приоритетность стейкхолдерского подхода к развитию внешней торговли сельскохозяйственной продукцией, последовательная реализация которого, на наш взгляд, позволит достигать намеченных целей как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

Стейкхолдерский подход к управлению, зародившийся в рамках теории фирмы более 40 лет назад, сегодня занимает серьезную нишу в менеджменте и применяется в управлении различными процессами, в том числе в управлении внешнеторговой деятельностью.

Субъекты экономики, принимающие участие в таких базовых процессах, как производство, распределение, обмен и потребление благ, так или иначе взаимодействуют со стейкхолдерами (заинтересованными сторонами), способными сквозь призму собственных желаний и представлений влиять на результаты или непосредственно испытывать влияние на себе. Речь идет об отдельных индивидуумах, ор-

ганизациях, объединениях, государствах и др. [6] Для выстраивания эффективных коммуникаций, через которые приходят возможности, необходимо принимать во внимание интересы основных стейкхолдеров.

Точкой отсчета формирования теории заинтересованных сторон принято считать 1960-е годы. Участник экономических отношений, являясь неотъемлемой частью бизнес-пространства, подвержен воздействию (прямому или косвенному) со стороны других субъектов экономики и в состоянии самостоятельно влиять на стратегию поведения других. Рассматривая стейкхолдерскую теорию с позиции фирмы, в общем виде, основные стейкхолдеры представлены покупателями, поставщиками, обществом, акционерами, инвесторами, работниками и т.д. [8].

На протяжении второй половины XX в. данная теория активно развивалась, соответствуя этапам институциональной перестройки экономической системы. К началу XXI в. основу стейкхолдерской теории составили положения о построении взаимодействия с различными группами стейкхолдеров таким образом, чтобы происходило расширение возможностей создания дополнительной стоимости благ. Именно эффективные коммуникации являются залогом успешности реализации стратегии устойчивого развития бизнеса, основу которых составляет

выявление потребностей заинтересованных сторон и их удовлетворение.

Идейными вдохновителями подобной интерпретации являются Дж. Пост, Л. Престон и С. Сакс [10]. Выделяя экологичные взаимоотношения со стейкхолдерами в качестве самостоятельного актива, авторы предлагают варианты подходов к управлению им, направленные на поиск компромиссных решений для поддержания баланса интересов.

При принятии решения сектором государственного управления о применении стейкхолдерского подхода к развитию внешней торговли сельскохозяйственной продукцией необходимо понимать, что придется пересмотреть внутренние установки, сместить фокус с исключительно собственных интересов на выявление истинных потребностей стран-партнеров и создание условий для удовлетворения их интересов. Другими словами, только став причиной успешного международного товарообмена, государство сможет достичь собственных целей во внешней торговле.

Таким образом, стейкхолдерский подход к развитию внешней торговли сельскохозяйственной продукцией заключается в ориентации на повышение результативности международного обмена сельскохозяйственной продукцией на платформе выявленных потребностей импортеров и экспортеров и их удовлетворения посредством формирования условий наибольшего благоприятствования для осуществления внешнеторговой деятельности.

2. Методы исследования

В процессе исследования использовались теоретические разработки авторов, в область научных интересов которых входит стейкхолдерский подход и особенности его развития в современных условиях мировой экономики [4, 5, 6]. Из методов исследования применялись синтез, логический метод, методы сравнения, обобщения, структуризации и адаптации стейкхолдерского подхода к развитию внешней торговли сельскохозяйственной продукцией Вьетнамом.

3. Результаты

Рассмотрим состав заинтересованных сторон мирового рынка сельскохозяйственной продукции, с которыми взаимодействует Вьетнам, структурировав их в разрезе стейкхолдеров с прямым и опосредованным интересом.

Стейкхолдеры с прямым интересом представлены в следующем составе.

1. Страны импортеры и экспортеры в лице сектора государственного управления, который имеет различную структуру в зависимости от внутреннего устройства страны. Как правило, он представлен

органами власти и местного самоуправления, государственными организациями, органами управления государственных фондов и др.

Стороны заинтересованы в осуществлении качественного международного товарообмена, стабильных экспортно-импортных операциях, позволяющих пополнять бюджеты и обеспечивать продовольственную безопасность страны, в частности, сельскохозяйственной продукцией.

2. Производители сельскохозяйственной продукции — организации или единоличные хозяйства, производящие непосредственно продукцию сельского хозяйства или продовольствие с усовершенствованным составом, а также осуществляющие первичную и последующую ее переработку.

Производители сельхозпродукции являются непосредственными поставщиками сырья, с которых начинается процесс переработки в пищевой промышленности. Несмотря на внедрение инновационных технологий, значение сельскохозяйственного сырья для пищевой индустрии только возрастает, поскольку сегодня приоритеты расставлены в пользу натуральности и экологичности. Все хозяйствующие субъекты, занятые обеспечением граждан сельхозпродукцией или поставляющие сырье для пищевой промышленности, относятся к сельхозпроизводителям.

Среди сельхозпроизводителей есть те, которые при реализации продукции за рубеж напрямую выстраивают отношения с внешними партнерами. В этом случае отсутствует дополнительное звено в виде посреднических организаций. К данной категории относятся крупнейшие организации пищевой промышленности, консорциумы, совместные организации, занимающиеся экспортными поставками. Как правило, большая часть организаций, занимающихся внешней торговлей, формируют для себя полный цикл — от производства до реализации [1].

Опыт лучших практик показывает, что отдельные сельскохозяйственные товаропроизводители не могут профинансировать полномасштабный выход на мировой рынок и установление контактов, через которые можно наладить экспорт на постоянной основе. Для решения финансовых вопросов, маркетинговых и логистических целесообразно объединение в консорциумы, через которые проводится выгодная внешняя политика. Если сотрудничество в рамках отдельных проектов успешно, открываются новые направления деятельности.

3. Импортеры сельскохозяйственной продукции, которых можно систематизировать следующим образом:

- структуры сектора государственного управления, при непосредственном участии и контроле кото-

рых приобретаются социально значимые товары. Например, продукция для сферы здравоохранения, продовольствие для пополнения стратегических запасов и обеспечения безопасности страны и др. Данная категория товаров приобретается за счет государственных средств;

- органы управления территориями, принимающие самостоятельные решения относительно импорта сельскохозяйственной продукции, ориентируясь на существующий спрос и возможности местных рынков;
- специализированные коммерческие организации, занимающиеся импортом;
- хозяйственные организации, расположенные в приграничных и прибрежных зонах, облегчающие организационные вопросы в процессе приобретения импортных товаров и др.

4. Посредники, являющиеся связующим звеном между товаропроизводителями сельхозпродукции и зарубежными импортерами.

Посредники представляют на зарубежных рынках непосредственно товаропроизводителя. Как правило, это торговые дома, трейдерские компании, бренды, внешнеэкономические компании, отраслевые объединения [2].

Цель посреднической деятельности — получение и максимизация прибыли через прогнозирование и оценку воздействия различных инструментов на состояние рыночной конъюнктуры, от которой зависит успешность продвижения сельскохозяйственных товаров.

Посредничество осуществляется в различных формах. Прежде всего, это специализированные внешнеэкономические организации, работающие на государственном уровне, деятельность которых регламентирована различного рода соглашениями между странами. Речь идет об экспортных операциях, реализуемых зарубежными организациями в рамках полученных разрешений, и импорте, объемы которого согласованы на правительственном уровне.

Сопровождение экспортно-импортных сделок по международному товарообмену сельскохозяйственной продукцией для получения дохода в виде комиссии является основным видом деятельности посреднических организаций. Помимо посреднических услуг, в зависимости от наполнения договора о взаимодействии, предлагаются консультационные услуги по проблемным аспектам внешнеторговой деятельности, оценка конкурентных преимуществ на рынке, формирование и реализация стратегии ведения внешней торговли сельскохозяйственной продукцией.

Смешанные общества встречаются довольно редко, форма их проявления — слияние сельскохо-

зяйственных товаропроизводителей с иностранными хозяйствующими субъектами. Помимо непосредственно реализации продукции предлагаются ноу-хау, технические разработки и др., что популярно в развитых в технологическом отношении странах. Кроме того, возможно заключение договоров на подготовительные работы для представления на мировом рынке, на оказание финансовых услуг, в частности, банковских и страховых, транспортные и сопроводительные услуги.

Торговые дома за рубежом, как правило, открывают объединения компаний, заинтересованных в осуществлении таких видов деятельности, как предоставление транспортных услуг, складские услуги, страхование перевозок сельскохозяйственной продукции и др.

Структуризация осуществляемых на мировом рынке операций позволяет обозначить виды торгово-посреднических организаций: торговые, коммиссионные, агентские, брокерские.

Торговые организации представляют на рынке самих себя, разница только в том, работают они по договорам с другими сторонами или осуществляют независимую деятельность. В первом случае состав реализуемой сельхозпродукции и зарубежные рынки сбыта четко прописаны договорами, временные интервалы и стоимость также зафиксированы. Очевидно, что это дилеры или дистрибьюторы, официально представляющие сельскохозяйственных товаропроизводителей на мировом рынке.

Во втором случае торговые организации крупным оптом скупают сельхозпродукцию, далее реализуя мелким оптом на собственных условиях. Они обладают серьезным потенциалом — свободными финансовыми средствами для крупных сделок, собственным транспортом, складскими помещениями и др.

Основное отличие коммиссионных организаций в том, что они не приобретают сельхозпродукцию в принципе за собственные средства. Торговые операции осуществляются за счет производителя, но от имени коммиссионера. Удобство сотрудничества с ними для производителей сельхозпродукции заключается в получении услуг консигнации, т.е. предпродажное складирование продукции на площадях консигнатора.

В свою очередь, агенты анализируют потенциальные каналы сбыта сельхозпродукции и выстраивают взаимовыгодное сотрудничество, официально представляя за рубежом производителей. Если полномочия позволяют, то заключают сделки и сопровождают их.

Брокерские организации занимаются исключительно поиском партнеров, которым интересен им-

порт сельхозпродукции, за подобные услуги им причитается вознаграждение (свободны от реализации продукции).

Очевидно, что производители сельхозпродукции, ориентированные на экспорт, и внешнеэкономические объединения являются активными участниками внешней торговли, позиции которых на мировом рынке прочны и конкурентоспособны [3].

5. Транснациональные корпорации (ТНК), специализирующиеся на производстве сельскохозяйственной продукции, играют ключевую роль на мировом рынке. В Юго-Восточной Азии ТНК занимаются преимущественно производством и переработкой тропических фруктов, пальмового масла, каучука, чая, кофе, специй и др., относящихся к группе «колониальных товаров». Наибольшее распространение получило плантационное хозяйство — выращивание масличных пальм и каучуконосов. Соответственно, подразделения ТНК базируются, как правило, в местностях произрастания исходного сырья. В свою очередь, сельскохозяйственные ТНК развитых стран структурированы более широко с точки зрения отраслевой принадлежности и географического ландшафта. Помимо непосредственно выращивания сельскохозяйственных культур, ТНК являются главными инвесторами (речь идет о прямых инвестициях) в многочисленные сегменты АПК мировой экономики.

6. Сельскохозяйственные кластеры, представляющие собой объединение производителей сельскохозяйственной продукции посредством кооперации, включают производство, переработку, реализацию продукции, снабженческо-заготовительную и кредитную сферы. Опыт лучших практик показывает, что использование кластерного механизма за счет эластичности позволяет адаптироваться под изменяющиеся условия внутренней и внешней среды [7].

К стейкхолдерам с опосредованным интересом относятся следующие категории.

1. Международные торгово-экономические организации, в числе которых Всемирная торговая организация (ВТО), Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), Международная таможенная организация (МТО), Международная торговая палата (МТП) и др.

2. Региональные и субрегиональные интеграционные объединения государств: МЕРКОСУР, Европейский Союз, Североамериканская зона свободной торговли НАФТА, Соглашение о свободной торговле между странами АСЕАН, ЕАЭС и др.

3. Сервисные организации, предоставляющие услуги субъектам внешней торговли. Например,

к данным организациям относятся таможенные брокеры, транспортные и экспедиционные компании, организации, предоставляющие услуги по хранению продукции на складах, ассоциации международного сотрудничества, международные неправительственные организации, специализированные государственные организации, торгово-промышленные палаты, специализированные банки, финансово-страховые компании и др.

Необходимо уточнить, что сервисные организации не только предоставляют вышеперечисленные услуги, но и оказывают разностороннюю консультационную помощь, касающуюся маркетинговой стратегии выхода на мировой рынок. Немаловажно методическое обеспечение, позволяющее прописать алгоритм завоевания и удержания доли рынка сельскохозяйственной продукции, включающий организационные аспекты деятельности, таможенные операции, проведение расчетов в иностранной валюте и др.

4. Инвесторы, осуществляющие финансовые вложения в сельское хозяйство. Данная отрасль не является привлекательной для инвестиций, поскольку деятельность не приносит существенной прибыли и содержит различного рода риски, связанные большей частью с природными и климатическими условиями. Тем не менее от ее состояния и перспектив развития напрямую зависит экономика государства и национальная безопасность. Создание условий наибольшего благоприятствования для инвестирования является основной задачей сектора государственного управления.

5. СМИ, в том числе отраслевые, занимающиеся освещением проблем сельского хозяйства, достижениями агропромышленного комплекса, внедрением новых технологий, формами предпринимательской деятельности и др., формирующим общественное мнение о состоянии, тенденциях развития отечественного сельского хозяйства, инновациях за рубежом и др.

6. Товарные биржи, специализирующиеся на сельскохозяйственной продукции.

7. Кредиторы. Зарубежный опыт показывает, что в действующих программах для агропромышленного комплекса широко представлены кредиты фермерам. Через поддержку предпринимательства в аграрной отрасли реализуется стратегия ее устойчивого развития.

Сектором государственного управления на постоянной основе разрабатываются дополнения к предусмотренному льготному кредитованию производителей сельскохозяйственной продукции. Так, сегодня в данном процессе задействованы не только крупные банки, но и небольшие регио-

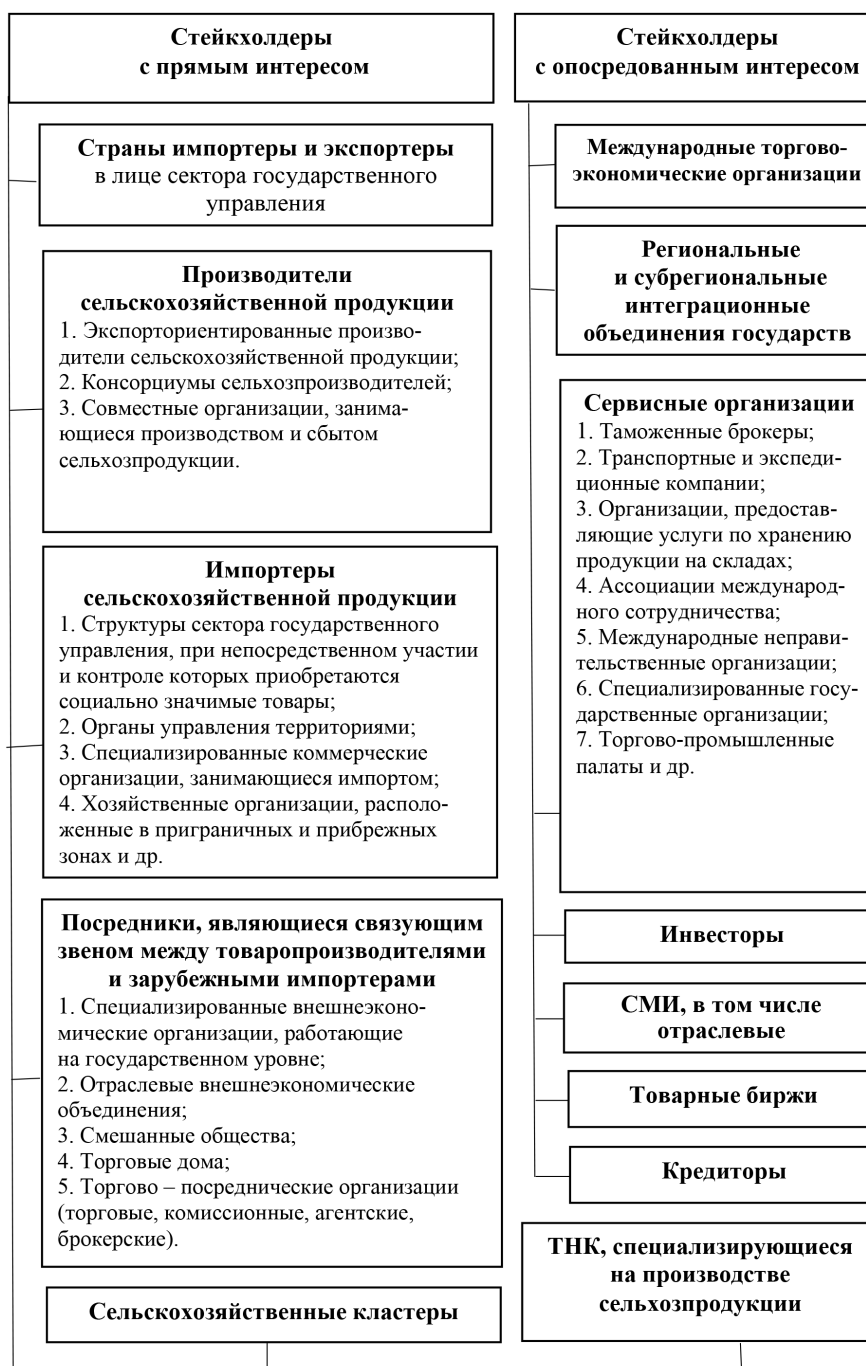


Рис. Карта стейкхолдеров мирового рынка сельскохозяйственной продукции, с которыми взаимодействует Вьетнам в процессе осуществления внешней торговли [9, 11]

нальные игроки, в том числе работающие с базовой лицензией.

На рисунке представлена классификация, позволяющая дифференцировать интерес субъектов, действующих на мировом рынке, и оценить степень влияния на тенденции внешней торговли сельскохозяйственной продукцией.

Участники внешнеэкономической деятельности, способные объективно оценить собственные позиции в стейкхолдерской матрице, степень испытываемого влияния и его последствия, диагностировать

запросы других заинтересованных сторон, приобретают несомненные конкурентные преимущества.

Иллюстрация основных групп стейкхолдеров, представленных на мировом рынке сельскохозяйственной продукции, отражена на рисунке.

Вывод: для составления плана ведения внешней торговли сельскохозяйственной продукцией, последовательная реализация которого позволила бы достигать намеченных целей, сектору государственного управления Вьетнама необходимо продумать направления взаимодействия с заинтересованными сторо-

нами, представленными на мировом рынке. Эффективность выстраивания отношений напрямую зависит от ранжирования интересов стейкхолдеров, создание благоприятных условий для удовлетворения которых является платформой наращивания экспортных оборотов.

Литература

1. Аганбегян А.Г. Устойчивый рост сельского хозяйства и его финансовое обеспечение // Деньги и кредит. 2017. № 7. С. 3–9.
2. Аникин Б.А., Аникин О.Б., Тхыонг Н.К. Внешняя торговля России и Вьетнама: современные тенденции и перспективы развития // Управление. 2020. № 8 (4). С. 31–41. <https://doi.org/10.26425/2309-3633-2020-8-4-31-41>.
3. Вартанова М.Л., Дробот Е.В. Перспективы цифровизации сельского хозяйства как приоритетного направления импортозамещения // Экономические отношения. 2018. Том 8. № 1. С. 1–18.
4. Фурта С.Д. Управление стейкхолдерами проекта: ревизия 5-го издания PMBOK Guide (I часть) / С.Д. Фурта, Т.Б. Соломатина, Т. Хоппл // Инициативы XXI века. 2013. № 4. С. 15–22.
5. Харин А.Г. Стейкхолдерский подход в управлении организациями: перспективы применения теоретико-игровых моделей / А.Г. Харин, Т.П. Гареев // Terra Economicus. 2014. Т. 12. № 4. С. 105–113.
6. Ципес Г.Л. Управление отношениями с заинтересованными сторонами проекта: от простого к сложному (часть 2) / Г.Л. Ципес, Н.М. Шадаева // Управление проектами и программами. 2015. № 03 (43). С. 218–228.
7. Шустиков В. Цифровые технологии приходят в сельское хозяйство. СК Сколково. [Электронный ресурс]. URL: <https://sk.ru/news/b/pressreleases/archive/2018/02/21/cifrovye-tehnologii-prihodyat-v-selskoe-hozyaystvo.aspx> (дата обращения: 21.03.2022).
8. Clarkson M. A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance / M. Clarkson // The Academy of Management Review. 1995. Vol. 20 (1). P. 92–117.
9. General statistics office of Vietnam [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.gso.gov.vn/Default_en.aspx?tabid=491 (дата обращения: 05.01.2022г.)
10. Preston L. Stakeholder Management and Corporate Performance / L. Preston, H.J. Sapienza // Journal of Behavioral Economics. 1990. № 19 (4). P. 361–375.
11. World Economic Forum & Partnering Against Corruption Initiative (PACI). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.businessstandards.ru/library/books/?ELEMENT_ID=1948 (Дата обращения: 20.03.2022).

Классификация стейкхолдеров и построение карты позволяет точно диагностировать участников процесса взаимодействия, выделить ключевых стейкхолдеров для оценки степени взаимного влияния и его последствий для расширения международного обмена.

References

1. Aganbegyan A.G. Ustoychivyy rost sel'skogo khozyaystva i ego finansovoe obespechenie [Sustainable growth of agriculture and its financial support]. *Den'gi i kredit* [Money and credit]. 2017, I. 7, pp. 3–9.
2. Anikin B.A., Anikin O.B., Tkhyong N.K. *Vneshnyaya trgovlya Rossii i V'etnama: sovremennye tendentsii i perspektivy razvitiya*. *Upravlenie* [Foreign trade of Russia and Vietnam: current trends and development prospects. Control]. 2020; 8(4), pp. 31–41. <https://doi.org/10.26425/2309-3633-2020-8-4-31-41>
3. Vartanova M.L., Drobot E.V. Perspektivy tsifrovizatsii sel'skogo khozyaystva kak prioritetnogo napravleniya importozameshcheniya [Prospects for the digitalization of agriculture as a priority for import substitution]. *Ekonomicheskie otnosheniya* [Economic relations]. 2018, V. 8, I. 1, pp. 1–18.
4. Furta, S.D. Upravlenie steykholderami proekta: reviziya 5-go izdaniya PMBOK Guide (I chast') [Project stakeholder management: revision of the 5th edition of the PMBOK Guide (part I)]. *Iniitsiativy XXI veka* [Initiatives of the XXI century]. 2013, I. 4, pp. 15–22.
5. Kharin, A.G. Steykhholderskiy podkhod v upravlenii organizatsiyami: perspektivy primeneniya teoretiko-igrovyykh modelyey [Stakeholder approach in management of organizations: prospects for the use of game-theoretic models]. *Terra Economicus* [Terra Economicus]. 2014, V. 12, I. 4, pp. 105–113.
6. Tsipes, G.L. Upravlenie otnosheniyami s zainteresovannymi storonami proekta: ot prostogo k slozhnomu (chast' 2) [Management of relationships with project stakeholders: from simple to complex (part 2)]. *Upravlenie proektami i programmami* [Management of projects and programs]. 2015, I. 03 (43), pp. 218–228.
7. Shustikov V. *Tsifrovye tekhnologii prikhodyat v sel'skoe khozyaystvo*. *SK Skolkovo*. [Digital technologies come to agriculture. SK Skolkovo]. Available at: <https://sk.ru/news/b/pressreleases/archive/2018/02/21/cifrovye-tehnologii-prihodyat-v-selskoe-hozyaystvo.aspx> (accessed 21 March 2022).
8. Clarkson, M. A Stakeholder Framework For Analyzing And Evaluating Corporate Social Performance / M. Clarkson // The Academy of Management Review. — 1995. — Vol. 20 (1). — P. 92–117.
9. General statistics office of Vietnam [Elektronnyy resurs]. Available at: https://www.gso.gov.vn/Default_en.aspx?tabid=491 (accessed 05 January 2022)
10. Preston, L. Stakeholder Management and Corporate Performance / L. Preston, H.J. Sapienza // Journal of Behavioral Economics. — 1990. — I. 19 (4). — P. 361–375.
11. World Economic Forum & Partnering Against Corruption Initiative (PACI). [Elektronnyy resurs]. Available at: http://www.businessstandards.ru/library/books/?ELEMENT_ID=1948 (accessed 20 March 2022).