

Научная статья. Исторические науки

УДК 327(470+571:597)

DOI: 10.31696/2072-8271-2024-4-4-65-187-203

ШОК И ШОКОЛАД: РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ ВО ВЬЕТНАМ В 2018-2022 ГГ.

Алина Валерьевна ВЛАДИМИРОВА ¹, Кристина Владимировна ЦХЕ ²

^{1,2} ИВ РАН, Москва, Россия

¹ a.vladimirova@ivran.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4069-3166>

² brodskychris@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0000-7433-8694>

Аннотация: Вьетнам считается крайне перспективным экспортным рынком для продукции российского агропромышленного комплекса (АПК), в том числе и для кондитерских изделий. Хотя потребление шоколада во Вьетнаме пока относительно невысоко, ожидается, что оно будет увеличиваться на фоне развития экономики и роста доходов. Исходя из этой предпосылки, на основе данных по внешней торговле анализируется роль России как поставщика сладостей во Вьетнам и рассматриваются изменения товарной структуры в период с 2018 по 2022 гг. Особое внимание уделяется вопросу устойчивости российско-вьетнамских внешнеторговых отношений в силу того, что на обозначенный период пришлось два мощных шока: пандемия COVID-19 и санкции, введенные в связи с российской специальной военной операцией на Украине (СВО).

Ключевые слова: Вьетнам, Россия, внешняя торговля, шоколад, кондитерские изделия, экспорт АПК, шок, кризис, пандемия

Для цитирования: Владимирова А.В., Цхе К.В. Шок и шоколад: российский экспорт кондитерских изделий во Вьетнам в 2018-2022 гг. // Юго-Восточная Азия: актуальные проблемы развития, 2024, Том 4, №4 (65). С. 187–203. DOI: 10.31696/2072-8271-2024-4-4-65-187-203

Работа выполнена в рамках государственного задания Министерства науки и высшего образования Российской Федерации (тема № FMNN-2024-0001 «Лаборатория цифровых исследований современного Востока»)

Original article. Historical sciences

SHOCK AND CHOCOLATE: RUSSIAN EXPORT OF CONFECTIONERY TO VIETNAM IN 2018-2022

Alina V. VLADIMIROVA ¹ Kristina Vladimirovna TSKHE ²

^{1,2} IOS RAS, Russia, Moscow,

¹ a.vladimirova@ivran.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4069-3166>

² brodskychris@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0000-7433-8694>

Abstract: Vietnam is a promising export market for products of the Russian agro-industrial complex, including confectionery. Although chocolate consumption in Vietnam is relatively low, it is projected to grow in response to economic development and increasing income levels. Thus, based on international trade data, we analyse the role of Russia as a sweets supplier to Vietnam and explore changes in the export commodity structure from 2018 to 2022. We pay special attention to the resilience of Russian-Vietnamese foreign trade relations during this period in light of two significant shocks: the COVID-19 pandemic and the sanctions imposed due to the Russian special military operation in Ukraine (SVO).

Keywords: Vietnam, Russia, foreign trade, chocolate, confectionery, agricultural exports, crisis, shock, pandemic

For citation: Vladimirova A.V., Tskhe K.V. *Shock and Chocolate: Russian Export of Confectionery to Vietnam in 2018-2022. Yugo-Vostochnaya Aziya: aktual'nyye problemy razvitiya*, 2024, T. 4, № 4 (65). Pp. 187–203. DOI: 10.31696/2072-8271-2024-4-4-65-187-203

The research was carried out within the state assignment of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation (theme No. FMNN-2024-0001 "Laboratory of Digital Studies of the Modern East")

Введение

В последние годы Россия постоянно демонстрирует успехи в развитии экспорта продукции агропромышленного комплекса (АПК) и с 2020 г. уверенно занимает 17-е место в рейтинге крупнейших мировых экспортеров, продолжая наращивать объемы поставок продовольствия быстрее других стран¹. Как отмечает Д. Краснов, руководитель Федерального центра «Агроэкспорт» Минсельхоза России, по итогам 2023 г. экспорт аграрной продукции составил 45 млрд долл. США, что позволило нам с точки зрения масштабов выйти на уровень таких стран, как Австралия и Бельгия². По его мнению, важным фактором подобных достижений является то, что изначально была сделана верная ставка на развитие поставок в первую очередь в перспективные страны Азии, Африки, Ближнего Востока³. Тренд на усиление торговых связей с дружественными странами действительно хорошо заметен: их доля в общем объеме российских поставок продукции АПК выросла с 73% в 2021 г. до 87% в 2023 г., при этом в последний год экспорт в Китай в денежном выражении увеличился на 52,7%, Индию – на 45,7%, в Египет – на 10,6%⁴. Среди стран Юго-Восточной Азии (ЮВА) в 2023 г.

особо выделилась Индонезия, увеличившая объемы поставок из России в 6 раз в денежном выражении и в 22 раза – в физическом⁵.

Отметим, что наряду с такими отраслями, как мясная, молочная, масложировая и зерновая, «Агроэкспорт» относит к ключевым и кондитерскую отрасль⁶. Для этого есть целый ряд причин. Во-первых, как любят отмечать представители этого сектора, любое государство заинтересовано в росте отгрузок продукции с высокой добавленной стоимостью, поскольку так быстрее увеличиваются доходы от экспорта: например, тонна мучных кондитерских изделий стоит в шесть раз дороже, чем тонна необработанных зерновых продуктов⁷. Во-вторых, отечественные кондитеры обладают высоким потенциалом: несмотря на присутствие на внутреннем рынке бельгийского и швейцарского шоколада, опросы разных лет показывают, что подавляющее большинство россиян считают отечественный самый качественным⁸ и продолжают отдавать предпочтение именно ему⁹. Мнение потребителей подтверждается и эмпирическими данными: так, исследования АНО «Российская система качества» (Роскачество) не выявляют заменителей масла какао в составе шоколада ведущих отечественных марок, и все отобранные образцы соответствуют требованиям стандарта¹⁰. Притом столь любимая многими «Алёнка» часто рекомендуется к покупке не только по субъективному мнению о вкусе, но и по содержанию какао (37% при требуемых 25% для молочного шоколада)¹¹.

Неудивительно, что холдинг «Объединенные кондитеры» отмечает интерес к шоколаду «Алёнка» не только в России: например, этот бренд уже стал одной из визитных карточек нашей страны в Китае¹². В целом, складывается впечатление, что китайцам нравятся сладости из России: согласно недавним данным Главного таможенного управления (ГТУ КНР), в январе-сентябре 2024 г. Китай импортировал 11,2 тыс. тонн российских шоколадных кондитерских изделий на 31,8 млн долл. США, что вывело Россию на 1 место по поставкам в натуральном выражении¹³. Но в этой, несомненно, хорошей новости внимание привлекает уточнение, что речь идет об объемах поставок, а не о стоимости. К сожалению, приходится констатировать, что при всех несомненных успехах отрасли с поставками кондитерских изделий в Азию есть определенные сложности. И речь идет не только о занимаемых сегментах, но и о том, что мы наблюдаем достаточно серьезную флуктуацию на, казалось бы, уже завоеванных экспортных рынках: так, в 2021 г. импорт из России в Поднебесную оценивался в 107,1 млн долл., в 2022 г. произошло существенное падение до 39,3 млн долл.¹⁴, после чего в 2023 г. наблюдался рост до 55,5 млн долл.¹⁵.

Причины таких серьезных изменений вполне очевидны. Соответственно, в условиях, когда менее чем за пять лет система международных экономических отношений испытывает два таких серьезных шока, как пандемия COVID-19 и санкции, введенные в связи с российской специальной военной операцией на Украине (СВО), вопросы устойчивости внешнеторговых связей становятся критически важными. Поэтому особый интерес представляет оценка роли России как поставщика кондитерских изделий именно в этот сложный период, и мы рассмотрим Вьетнам как страну, которая в течение последних лет по торговому обороту возглавляла рейтинг наших партнеров в ЮВА (на 2021 г. страна занимала 21 место в общем перечне¹⁶).

Особенности потребления кондитерских изделий во Вьетнаме

В последние годы правильное питание стало одним из ключевых трендов в области заботы о себе, но отказаться от сахара может быть не так просто: в России лишь 8% респондентов сообщают о равнодушии к сладкому, в то время как 39% едят кондитерские изделия ежедневно, в особенности отдавая предпочтения конфетам и шоколаду¹⁷. Примечательно, что во Вьетнаме потребление шоколада не так велико¹⁸, хотя страна сама является одним из производителей какао-бобов, пусть и значительно отстающим по объемам поставок от экспортеров из Западной Африки и Южной Америки. В основном популярностью пользуются плитки шоколада и шоколадные конфеты в коробках; последние обычно преподносят как подарок.

Преимущественно на вьетнамском рынке представлена продукция крупных транснациональных компаний, в первую очередь таких как *Mars*, *Nestlé* и *Mondelēz*, однако встречается продукция и местного производства, например, шоколадные плитки *Alluvia*. В экспресс-обзоре «Агроэкспорта»¹⁹ указывается, что большой популярностью во Вьетнаме пользуются различные шоколадные печенья известных международных брендов, адаптированные под локальный рынок путем добавления привычных местным жителям вкусовых добавок, в основном тропических фруктов. Однако, если посмотреть на предложения популярных вьетнамских маркетплейсов, таких как *Tiki*, *Lazada* и *Shopee*, то предлагаемая вкусовая линейка шоколада международных производителей ничем не отличается от продукции этих брендов, представленной, например, в России. Зато, если говорить о «местных» вкусовых добавках, *Alluvia* производит как горький плиточный шоколад, так и с имбирем, и с перцем, и с кешью.

В свете обозначенного тренда на рост популярности правильного питания представляется любопытным, что на сайте вьетнамского премиального шоколадного бренда *SHE*, запущенного инженером-химиком Чьонг Тхи Тхань Тхюи, упор как раз делается на пользу их продукции для здоровья²⁰. О пользе для здоровья говорили в интервью и основатели *Alluvia*: компания даже начала сотрудничать со стартапом *Sokfarm*, чтобы заменить сахар на кокосовый нектар²¹.

Усилия вьетнамских компаний-производителей шоколада привлечь внимание к своему товару свидетельствуют о том, что потребление кондитерских изделий в стране будет увеличиваться на фоне развития экономики и роста доходов. Согласно прогнозу Всемирного банка²², уже к 2035 г. более половины населения Вьетнама станут представителями глобального среднего класса, и, соответственно, емкость этого экспортного рынка значительно возрастет.

Данные

Источник данных. Поскольку с 2022 г. Россия ограничивает доступ к данным по своей внешней торговле, для анализа была использована зеркальная статистика из базы «Комтрейд ООН»²³. На сентябрь 2024 г. показатели Вьетнама за 2023 г. еще не были внесены полностью, что является нормой для этого ресурса, однако в связи с этим возможно установить верхнюю хронологическую рамку только 2022 г. Поясним, что данные уже были опубликованы на официальных государственных ресурсах Вьетнама²⁴, но методология расчета и агрегирования статистики может достаточно сильно отличаться от страны к стране²⁵, поэтому, если в исследовании предполагается провести сравнение торговых партнеров, то стоит брать все показатели из одного источника. Таким образом, чтобы свести к минимуму влияние асимметрии зеркальной статистики внешней торговли на результаты анализа, набор используемых в статье данных был создан на основе показателей импорта, переданных в «Комтрейд ООН» Вьетнамом, и охватывает пятилетний период с 2018 по 2022 гг.

Коды категорий товаров. В качестве классификации была выбрана «Гармонизированная система описания и кодирования товаров» (*Harmonized System, HS*), поскольку она в наибольшей степени совместима с используемой в России «Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза» (ТН

ВЭД)²⁶. Согласно классификации, кондитерским изделиям принадлежат следующие коды уровня агрегации данных, указываемых четырьмя цифрами (HS4):

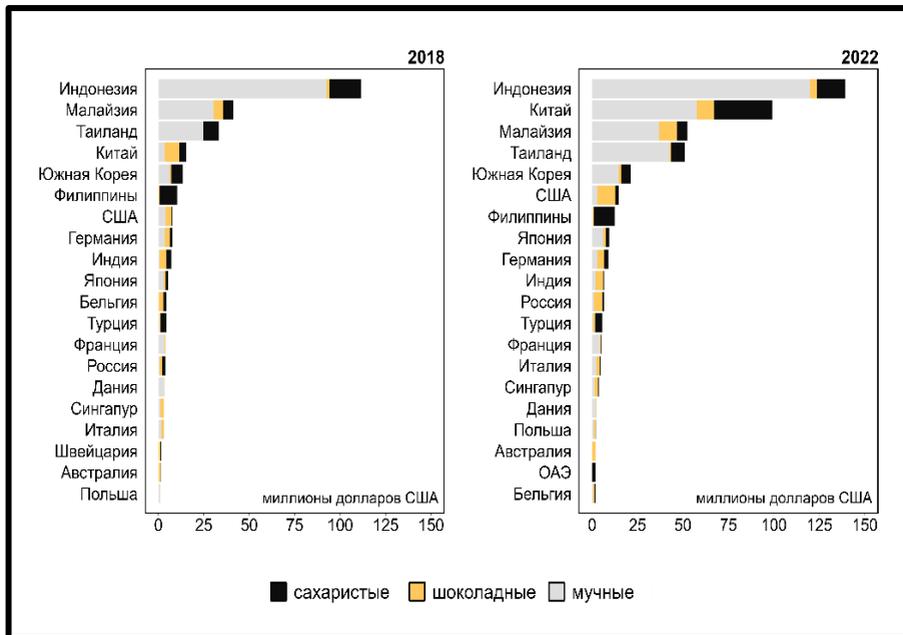
1704	кондитерские изделия из сахара (включая белый шоколад), не содержащие какао
1806	шоколад и прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао
1905	хлеб, мучные кондитерские изделия, пирожные, печенье и прочие хлебобулочные и мучные кондитерские изделия, содержащие или не содержащие какао; вафельные пластины, пустые капсулы, пригодные для использования в фармацевтических целях, вафельные облатки для запечатывания, рисовая бумага и аналогичные продукты

Учитывая особый интерес к экспорту шоколадных кондитерских изделий, также обратим внимание на ряд кодов агрегации данных, указываемых шестью цифрами (HS6), а именно на категорию 180631, к которой относят плитки с начинкой, на 180632 – плитки без начинки, и 180690, в которую входят все шоколадные конфеты, с начинкой или без начинки.

Роль России как поставщика кондитерских изделий во Вьетнам

В рассматриваемый период Россия входила в двадцатку лидеров по поставкам кондитерских изделий во Вьетнам и, постепенно наращивая объемы экспорта, поднялась с 14 места в 2018 г. до 11 места в 2022 г. В денежном выражении этот рост выглядит более значимо: с 3,76 млн долл. США до 6,73 млн долл. (примерно в 1,8 раза). То, что России не удалось подняться выше, отчасти связано со спецификой структуры вьетнамского импорта: так на первом месте и в 2018 г., и в 2022 г. оказывалась Индонезия, но основная доля ее поставок приходилась не на шоколадные кондитерские изделия, а на мучные, равно как и у всех других стран, занявших верхние пять строчек рейтинга (График 1).

График 1.
Основные поставщики кондитерских изделий
во Вьетнам в 2018 и 2022 гг.

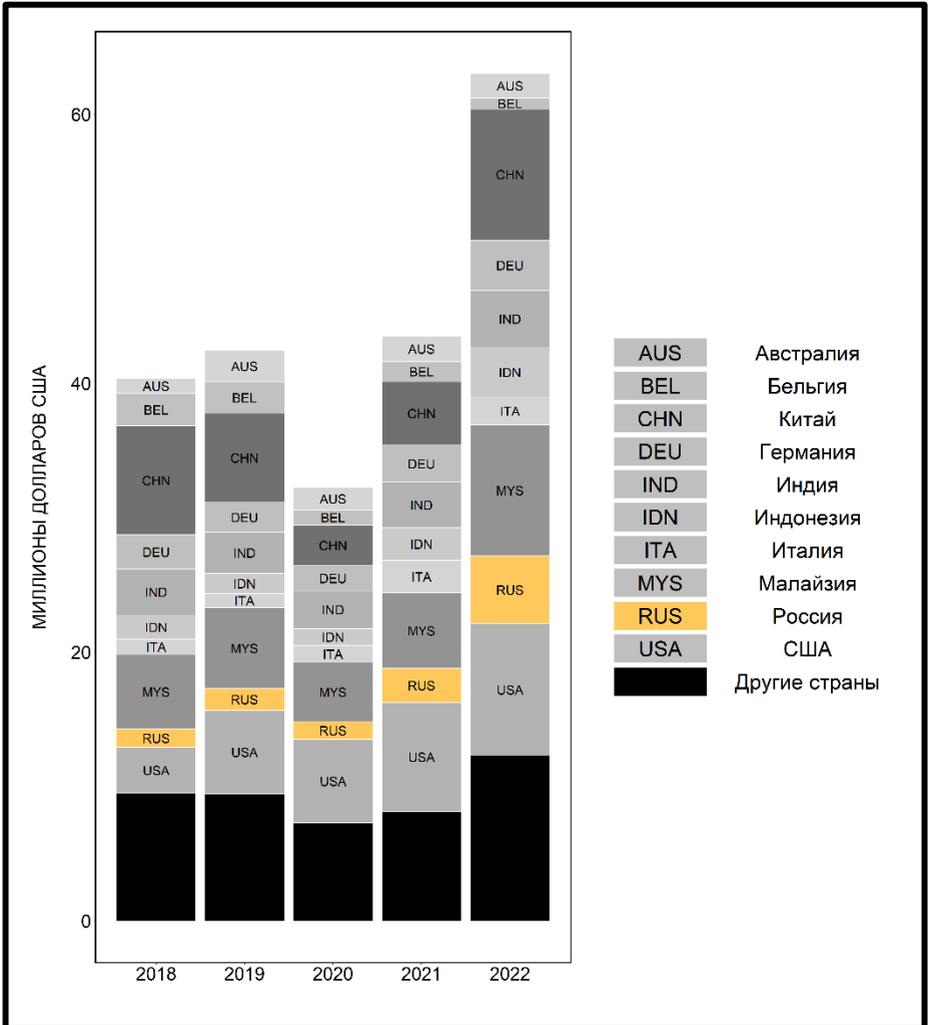


На представленных столбчатых диаграммах четко видно, что во Вьетнаме импорт сладостей возрастает: за пять лет поставки сахаристых кондитерских изделий увеличились на 44,3% (до 94,7 млн долл. США), шоколадных – на 59,6% (до 62,3 млн долл.) и мучных – на 64,1% (до 306,1 млн долл.). Особенно хорошо в этом отношении себя показывает Китай, поставки которого увеличились в 6,5 раз для всех категорий кондитерских изделий (с 15,2 млн долл. до 99,0 млн долл.). Если сравнивать темпы роста экспорта с Индонезией – в 1,25 раза для всех трех категорий (с 111,3 млн долл. до 139,3 млн долл.), то вполне вероятно, что в ближайшие годы лидер рейтинга может поменяться.

Интересно, что хуже всего у лидеров рейтинга обстоят дела именно с шоколадными кондитерскими изделиями, на экспорт которых делает ставку Россия. Так, у Китая их поставки выросли всего в 1,2 раза, в то время как стоимость экспорта мучных кондитерских изделий – в 16,5 раз, а сахаристых – в 8,9 раз. У Индонезии в – 2,1 раза, у Малайзии – в 1,8 раза, у Таиланда – в 1,9 раза, и у Южной Кореи – в 1,6 раза. На

2022 г. среди основных поставщиков шоколадной продукции во Вьетнам, кроме Китая (9,7 млн долл. США) и Малайзии (9,8 млн долл.), были еще и США (9,8 млн долл.), которые хотя и заняли первое место, но с крайне небольшим отрывом, составившим меньше 100 тыс. долл. (График 2).

График 2.
Динамика поставок шоколадных кондитерских изделий во Вьетнам в 2018–2022 гг.



На этом фоне результат России с четвертым местом в рейтинге поставщиков шоколада (5,0 млн долл. США) и приростом в 3,7 раза по этой категории кондитерских изделий выглядит очень достойно, хотя, конечно, остается вопрос, почему произошло падение в 2 раза поставок кондитерских изделий из сахара, в то время как у других стран получилось объемы нарастить.

Кондитерские изделия в товарной структуре экспорта России во Вьетнам

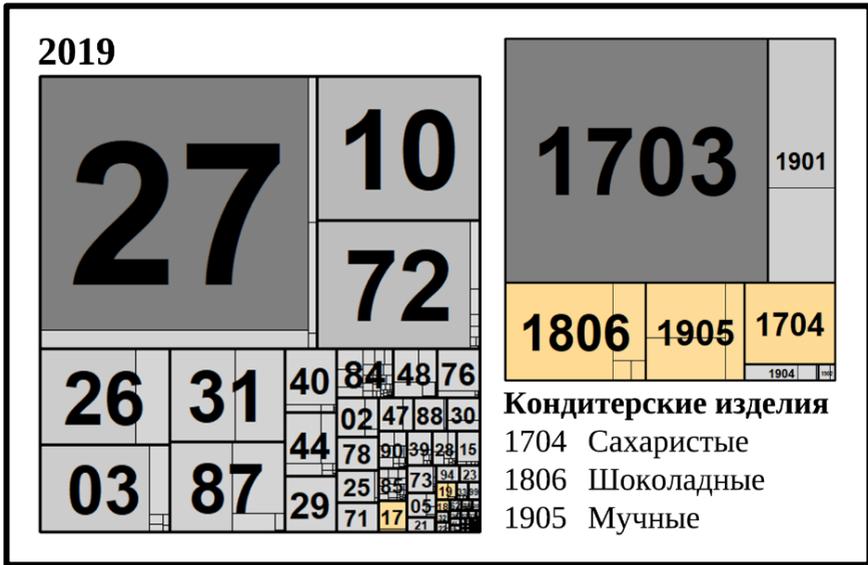
Не вызывает сомнений, что на результаты внешнеторговой деятельности экспортеров кондитерских изделий в значительной степени повлияли пришедшие на этот период два глобальных шока, равно как это произошло и с представителями всех других отраслей. Посему интересно посмотреть, как выглядела товарная структура экспорта России во Вьетнам в 2019 г., накануне пандемии COVID-19, и по итогам 2022 г., когда уже пошла волна ограничений, связанных и с санкциями, введенных против России.

На графике 3 мы видим, что согласно данным, предоставленным Вьетнамом о своем импорте из России, в 2019 г. примерно 37,5% приходилось на поставки минерального топлива и нефти (код ТН ВЭД: 27), 11,8% – на злаки (код ТН ВЭД: 10) и 10,5% – на черные металлы (код ТН ВЭД: 72). Напомним, что из-за феномена асимметрии зеркальной статистики данные, предоставленные Вьетнамом в ООН, могут отличаться от переданных Россией, но базовые характеристики товарной структуры достаточно устойчивы, в силу чего могут изучаться и по показателям импорта, и по показателям экспорта.

Существенные доли российского импорта в 2019 г. приходились также на руду (код ТН ВЭД: 26), рыбу и ракообразных (код ТН ВЭД: 03), удобрения (код ТН ВЭД: 31) и средства наземного транспорта (код ТН ВЭД: 87). Сахар и кондитерские изделия из него (код ТН ВЭД: 17) находились в этом перечне на 23 месте и приносили примерно 0,5% от стоимости всего российского импорта. Показатели для продуктов из муки, крахмала и молока (код ТН ВЭД: 19), а также из какао (код ТН ВЭД: 18) были еще ниже. Причем основная доля в этих трех категориях приходилась на мелассу (код ТН ВЭД: 1703), стоимости поставок которой уступали все кондитерские изделия вместе взятые: \$7,5 млн против \$1,6 млн за шоколадные (код ТН ВЭД: 1806), \$1,1 млн за мучные (код ТН ВЭД: 1905) и \$0,9 млн за сахаристые (код ТН ВЭД: 1704). Что же касается шоколадной продукции, то здесь явно доминировали плитки с

начинкой (код ТН ВЭД: 180631), на которые приходилось 76,3% объема импорта этой категории.

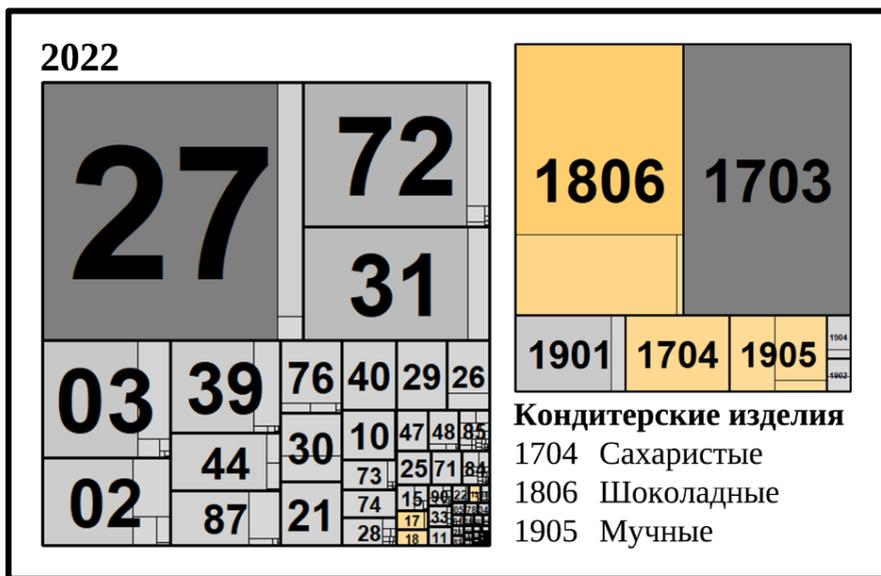
График 3.
Товарная структура импорта из России
во Вьетнам в 2019 г.



В 2022 г., как мы видим на графике 4, ситуация изменилась, особенно для категорий сладостей. Лидером по поставкам так и оставались минеральное топливо и нефть (код ТН ВЭД: 27), но их доля в общей стоимости российского импорта снизилась до 32,4%, в то время как стоимость проданных Вьетнаму удобрений (код ТН ВЭД: 31) выросла до 10,2%. Среди основных категорий все еще оставались черные металлы (код ТН ВЭД: 72), но, к сожалению, доля зерна (код ТН ВЭД: 10) упала до 1,3%, в связи с чем эта товарная группа переместилась в перечне со 2-го на 15-е место. Однако ситуация с поставками шоколадной продукции стала выглядеть по-другому. Как мы видим, эта категория (код ТН ВЭД: 1806) сильно потеснила мелассу, и соотношение стоимости стало уже в пользу кондитерских изделий. Отчасти это связано с падением поставок мелассы до 5,0 млн долл. США, но отчасти – и с увеличением поставок шоколада до 5 млн долл., о чем, впрочем, уже говорилось ранее. В 2022 г. в этой категории доля плиток с начинкой (код ТН ВЭД: 180631) все еще была высокой, но снизилась до 70,3%, в то время как доля шоколадных конфет (код ТН ВЭД: 180690) выросла до 28,5%.

Доля плиток без начинок (код ТН ВЭД: 180632) упала до 1,2%, несмотря на то, что наблюдался незначительный рост по стоимости.

График 4.
Товарная структура импорта из России
во Вьетнам в 2022 г.



В целом ситуация с российским экспортом продукции АПК во Вьетнам выглядит неоднозначно. По ряду категорий мы видим явные успехи: например, увеличение долей, приходящихся на рыбу (код ТН ВЭД: 03) и мясо (код ТН ВЭД: 02), где-то наблюдается снижение, как это случилось с зерном (код ТН ВЭД: 10) и мелассой (код ТН ВЭД: 1703), поэтому имеет смысл оценить ситуацию в целом. Возможно, экономические шоки повлияли на поставки товаров не только во Вьетнам.

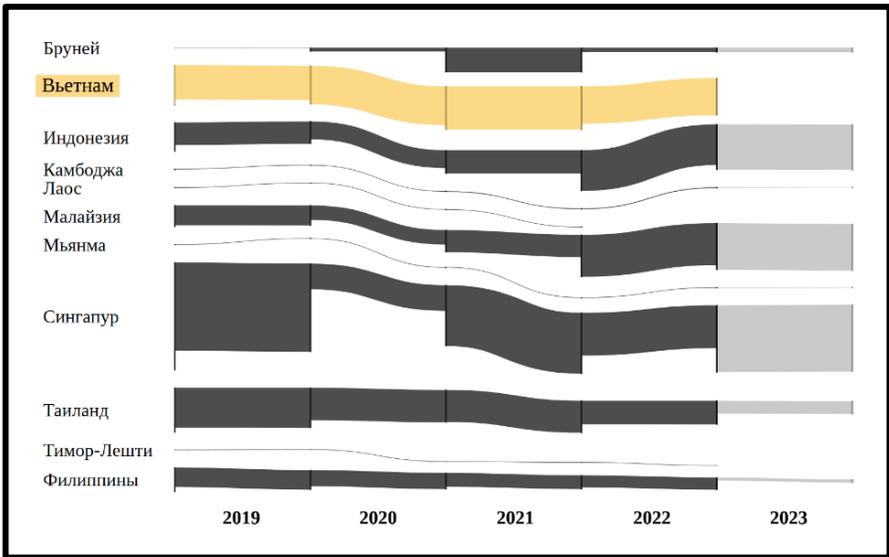
Экспорт кондитерских изделий и устойчивость российско-вьетнамских внешнеторговых связей

Пандемия коронавируса SARS-CoV-2, начавшая в конце 2019 г., более трех лет находилась в статусе мировой чрезвычайной угрозы в сфере здравоохранения и оказала огромное влияние на все регионы и все сферы деятельности, включая и торговлю. К счастью, власти Вьетнама оперативно среагировали на угрозу не только введением ограничительных мер, но и активной информационной политикой, поэтому во

время первой волны эта страна часто упоминалась Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ) в качестве примера эффективной организации борьбы с распространением вируса²⁷. Поэтому в целом не вызывает удивления тот факт, что в 2020 г. Вьетнам и в области внешней торговли показал результаты лучше, чем многие другие страны.

На графике 5 можно проследить динамику российского импорта в странах ЮВА с 2019 по 2023 г. Хотя у нескольких торговых партнеров пока отсутствуют показатели за последний период, тем не менее общая картина вырисовывается достаточно четко. В 2020 г. когда торговый оборот России со странами ЮВА стремительно сокращался, Вьетнаму удалось нарастить поставки до 2,01 млрд долл. США и занять первое место в рейтинге экспортных рынков в этом регионе. Но на фоне этого достижения еще больше выделяется 2022 г., когда тренд на рост объема поставок сменился на сокращение: с 2,3 млрд долл. в 2021 г. до 1,9 млрд долл. в 2022 г., а затем падение медленно продолжалось и в 2023 г.

График 5.
Объемы российского импорта в стоимостном выражении в странах Юго-Восточной Азии в 2019–2023 гг.



Объяснить эту ситуацию факторами, не относящимся к геополитике, достаточно сложно. Как хорошо видно на том же графике, другим странам ЮВА, которые в целом развивают свою внешнюю торговлю

не так успешно, как Вьетнам, удалось упрочить связи с Россией. Так, в 2022 г. экспорт в Малайзию вырос в 1,9 раза до 2,2 млрд долл. США, а в Индонезию – в 1,7 раза тоже до 2,2 млрд долл. Не говоря о том, что эти две страны территориально не ближе Вьетнама, ни у одной из них, кроме прочего, нет заключенного с 2015 г. соглашения о свободной торговле с Евразийским экономическим союзом (ЕАЭС). В силу этого, хотя Вьетнам не присоединился к санкциям и занял нейтральную позицию, не осудил Россию по примеру многих других стран, к сожалению, нельзя сделать вывод, что наши внешнеторговые связи характеризуются как устойчивые.

Не вызывает сомнений, что Вьетнам – это действительно перспективный рынок, на котором отечественная продукция АПК может добиться успехов, что в полной мере относится и к кондитерам²⁸. Но востоковедам и сотрудникам профильных ведомств необходимо постоянно заниматься мониторингом ситуации и оперативно реагировать на возникающие вызовы. Шоколад, может, и кажется на первый взгляд товаром не слишком серьезным, в первую очередь связанным с отдыхом и праздниками, однако легко перечислить множество причин, почему стоит вкладываться в поддержку экспорта именно этого продукта.

Во-первых, приятные ассоциации, вызываемые сладостями, могут положительно сказаться и на имидже страны - сбалансировать образ России, добавив к жесткости успешного поставщика энергоресурсов и продукции военно-промышленного комплекса немного мягкости. К тому же людям свойственно с теплотой вспоминать детство и любимые тогда вкусы, а у отечественных кондитеров есть бренд «Алёнка» с ярко-выраженной национальной спецификой и уже продемонстрировавший, что он вполне может стать популярным среди детей не только России, но и других стран. Особенно если в продвижении отечественного шоколада снова поучаствуют популярные блогеры²⁹.

Однако среди причин поддерживать экспортеров сладостей есть множество экономических. И речь идет не только о том, что это товары с высокой добавленной стоимостью. Возвращаясь к теме шоков, шоколад оказался весьма устойчивыми к негативным последствиям пандемии. Например, как мы знаем, спрос на мясо снижался, поскольку оно часто потребляется вне дома в местах общественного питания, в то время как для кондитерских изделий невозможность выйти в свет не является такой уж проблемой, ведь они устойчиво занимают позиции в корзинах онлайн-магазинов продовольствия³⁰. Это важная характеристика, учитывая как пандемия COVID-19 повлияла на поведение потребителей. Исследование консалтинговой компании *McKinsey &*

Company показывает³¹, что во Вьетнаме от 67% до 88% респондентов, которые во время ограничений на передвижения обратились к альтернативным походу в магазин способам покупки продуктов питания, продолжают пользоваться именно этими новыми каналами сбыта.

К тому же сами кондитеры в полной мере оправдывают средства и усилия, вложенные в них государством. Они не только активно работают с сельхозатташе, создаваемой с 2019 г. международной сетью представителей Министерства сельского хозяйства России³², но и одними из первых открыли торговый дом в Китае³³. Между тем такие представительства могут не только выполнять множество полезных функций для собственной компании, но и становиться опорным пунктом для продвижения и другой продукции своей страны, что особенно важно в периоды кризисов и глобальных шоков. Есть основания предполагать, что во Вьетнаме этот подход тоже может окупить вложения, особенно если судить по активной деятельности павильона российской продукции АПК в Ханое, в котором уже представлено более 800 товарных позиций от 48 производителей³⁴.

Заключение

В 2024 г. исполнилось 75 лет установления дипломатических отношений между Россией и Вьетнамом, в честь чего прошел целый ряд торжественных мероприятий на разных уровнях, в том числе и на знаковой для сотрудничества с Азией площадке Восточного экономического форума (ВЭФ)³⁵. Это было ожидаемо, поскольку в России ко Вьетнаму относятся очень тепло. Специалисты по ЮВА из ведущих университетов традиционно отмечают «многоплановость двустороннего сотрудничества и высокий уровень доверия между странами»³⁶, экономисты с обеих сторон пишут про исторические корни и общность интересов³⁷, политики считают, что «стратегическое партнерство России и Вьетнама – это существенный рычаг для возвращения международной обстановки в нормальное русло»³⁸... За всеми перечисленными утверждениями, конечно же, стоят проверенные временем факты, но бизнесменам при выборе партнеров в эпоху стратегической торговли стоит при принятии решений больше опираться на релевантные экономические данные, а они говорят, что, хотя Вьетнам и крайне перспективный рынок для отечественной продукции АПК, с ним стоит быть осторожнее.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

ВЛАДИМИРОВА Алина Валерьевна, руководитель направления сетевого анализа, научный сотрудник Лаборатории цифровых исследований современного Востока Института востоковедения РАН, Москва, Россия

ЦХЕ Кристина Владимировна, лаборант-исследователь Лаборатории цифровых исследований современного Востока Института востоковедения РАН, Москва, Россия

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Статья поступила в редакцию 10.10.2024; одобрена после рецензирования 31.10.2024; принята к публикации 27.11.2024.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Alina V. VLADIMIROVA, Head of Network Analysis, researcher, Laboratory for Digital Studies of the Modern East, Institute of Oriental Studies of the RAS, Moscow, Russia

TSKHE Kristina Vladimirovna, research assistant, Laboratory for Digital Studies of the Modern East, Institute of Oriental Studies of the RAS, Moscow, Russia

Contributions of the authors: the authors contributed equality to this article. The authors declare no conflicts of interests.

The article was submitted 10.10.2024; approved 31.10.2024; accepted to publication 27.11.2024.

¹ Россия в мировом рейтинге экспортеров продукции АПК поднялась на 17-е место // ИА «Финмаркет». URL: <https://www.finmarket.ru/news/5479436>

² В «Агроэкспорте» призвали стремиться войти в 10 крупнейших агроэкспортеров // ТАСС. URL: <https://tass.ru/ekonomika/19483831>

³ Карабут Т. За последние десять лет аграрный экспорт вырос в три раза // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2022/09/26/za-poslednie-desiat-let-agrarnyj-eksport-vyros-v-tri-raza.html>

⁴ Шокурова Е. К 2030 году экспорт продукции АПК может вырасти до \$55,2 млрд // Агроинвестор. URL: <https://www.agroinvestor.ru/markets/news/42052-k-2030-godu-eksport-produktsii-apk-mozhet-vyrasti-do-55-2-mlrd/>

⁵ В 2023 году российский агроэкспорт в Индонезию вырос в 6 раз // Агроэкспорт. URL: <https://aemcx.ru/2024/03/11/v-2023-godu-rossijskij-agroeksport-v-indoneziyu-vyros-v-6-raz/>

⁶ Отраслевое сообщество обозначило ключевые направления дальнейшего развития экспорта аграрной продукции // Агроэкспорт. URL: <https://aemcx.ru/2024/09/17/otraslevoe-soobshhestvo-oboznachilo-klyuchevye-napravleniya-dalnejshego-razvitiya-eksporta-agrarnoj-produkcii/>

⁷ Литвинова Е. Экспорт российской кондитерской продукции в КНР в прошлом году снизился на 56% // Агроинвестор. URL: <https://www.agroinvestor.ru/markets/news/40922-eksport-rossiyskoj-konditerskoj-produktsii-v-kr-v-proshlom-godu-snizilsya-na-56/>

⁸ ВЦИОМ: Россияне считают отечественный шоколад самым лучшим, в пятерке лидеров только один иностранный сорт // РБК. URL: https://www.rbc.ru/spb_sz/freenews/55929e99a794719538c777a

⁹ Городниченко А. Россияне остаются верны отечественным продуктам и иностранной технике // Мойка78. URL: <https://moika78.ru/news/2018-11-08/51630-rossiyane-ostayutsya-verny-otechestvennym-produktam-i-inostrannoy-tekhnike/>

¹⁰ Роскачество проверило шоколад // ТАСС. URL: <https://tass.ru/ekonomika/9936943>

¹¹ Молочный шоколад Алёнка – рейтинг 5 по отзывам экспертов // Роскачество. URL: <https://rskrf.ru/goods/shokolad-molochnyu-alyenka/>

¹² «Объединенные кондитеры» — лидеры продаж в Китае // АО «Российский экспортный центр». URL: https://www.exportcenter.ru/press_center/obedinennye-konditery-lidery-prodazh-v-kitae/

¹³ Россия крупнейший поставщик шоколада в Китай // Telegram. Агроэкспорт. URL: <https://t.me/mcxae/6312>

- ¹⁴ Экспорт шоколада из РФ в Китай снизился вполнину в прошлом году // РБК. URL: <https://prim.rbc.ru/prim/greenews/64f18c9a9a79476f628b9400>
- ¹⁵ Китай в 2023 году увеличил импорт шоколада из РФ до \$55,4 млн // Сетевое издание "Интерфакс.ру". URL: <https://www.interfax.ru/world/942087>.
- ¹⁶ Торговля между Россией и Вьетнамом в 2021 г. // Внешняя Торговля России. URL: <https://russian-trade.com/reports-and-reviews/2022-02/torgovlya-mezhdu-rossiey-i-vietnamom-v-2021-g/>
- ¹⁷ Сладкая жизнь – 2023 // ВЦИОМ. Новости. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/sladkaja-zhizn-2023>.
- ¹⁸ Экспортный гид. Шоколад и шоколадные кондитерские изделия. Вьетнам. М.: ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2023. 151 С.
- ¹⁹ Экспресс-обзор внешней торговли. Вьетнам & шоколадные кондитерские изделия // Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации». URL: https://aemcsx.ru/wp-content/uploads/2021/02/Обзор-ВЭД_Шоколад_Вьетнам_02.02.2021.pdf
- ²⁰ SHE chocolate. URL: <https://shechocolate.com.vn/vn/>
- ²¹ Hành trình tìm cửa sổ của startup chocolate miền Tây // VnExpress. URL: <https://vnexpress.net/hanh-trinh-tim-cua-song-cua-startup-chocolate-mien-tay-4779776.html>.
- ²² Vietnam 2035: Toward Prosperity, Creativity, Equity, and Democracy. Washington: The World Bank, 2016. P. 12.
- ²³ Commodity Trade Statistics Database (COMTRADE) // United Nations Statistics Division. URL: <https://comtradeplus.un.org/>
- ²⁴ Số liệu xuất nhập khẩu các tháng năm 2023 // Tổng cục Thống kê. URL: <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2023/03/so-lieu-xuat-nhap-khau-cac-thang-nam-2023/>
- ²⁵ Владимирова А.В. Аналитический обзор основных факторов, влияющих на рост асимметрии показателей экспорта и импорта стран Юго-Восточной Азии // Юго-Восточная Азия: актуальные проблемы развития. 2020. Т. 1. № 1 (46). С. 45–68.
- ²⁶ Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 14.09.2021 N 80 (ред. от 03.10.2024) «Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза и Единого таможенного тарифа Евразийского экономического союза, а также об изменении и признании утратившими силу некоторых решений Совета Евразийской экономической комиссии» // Консультант-Плюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_397176/.
- ²⁷ Вьетнам эффективно борется с распространением коронавируса // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20200303/1567916196.html>
- ²⁸ Обзор ВЭД. Шоколадные кондитерские изделия. М.: ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2024. С. 39.
- ²⁹ Syunnerberg A. Ngọt ngào số cô la: Vì sao người Việt và người Trung Quốc mua kẹo của Nga // Sputnik Việt Nam. URL: <https://kevesko.vn/20220101/ngot-ngao-so-co-la-vi-sao-nguoi-viet-va-nguoi-trung-quoc-mua-keo-cua-nga-12960782.html>
- ³⁰ Павлова М. Какие продукты россияне чаще заказывают онлайн // Т—Ж. URL: <https://journal.tinkoff.ru/most-likely-food-stat/>
- ³¹ Das R., Francois M., Pham L., Pham V., Kyaw K.K., Kuijpers D. Vietnamese Consumers Are Coming of Age in 2023: How Businesses Can Stay Ahead // McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/vietnamese-consumers-are-coming-of-age-in-2023-how-businesses-can-stay-ahead>.
- ³² Атташе по АПК // Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации». URL: <https://aemcsx.ru/export/attache/>
- ³³ Представительство за рубежом – элемент стратегии или необходимость? // Агрозкс-порт. URL: <https://aemcsx.ru/2023/12/20/представительство-за-рубежом-элем/>
- ³⁴ Павильон продукции АПК во Вьетнаме продвигает товары из РФ на местном рынке // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20241101/apk-1981369129.html>

³⁵ Россия и Вьетнам: история дружбы и перспективы сотрудничества двух стран // Ассоциация «Российское историческое общество». URL: <https://historyrussia.org/sobytiya/rossiya-i-vetnam-istoriya-druzhby-i-perspektivy-sotrudnichestva-dvukh-stran.html>

³⁶ Вершинина В. Россия и Вьетнам в поисках новых точек пересечения // Российский совет по международным делам (РСМД). URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/rossiya-i-vetnam-v-poiskakh-novykh-tochek-peresecheniya/>

³⁷ Novikova E.S., Nguyen H.P., Le H.A. The Trading Cooperation of Vietnam with Russia Under the Current Global Turbulence // The Russian Journal of Vietnamese Studies. 2023. Vol. 7. No. 4. P. 26.

³⁸ Кошечкина В. В России назвали главную цель стратегического партнерства с Вьетнамом // Lenta.RU. URL: <https://lenta.ru/news/2024/06/20/tsele-partnerstva-s-vietnamom/>