

Формирование предпринимательских компетенций: практический кейс магистранта ВШСиТ из КНР



В Высшей школе сервиса и торговли прошло практическое занятие дисциплины «Организация предпринимательской деятельности в торговле», на котором приглашенный спикер из Китая выступил с авторским кейсом перед студентами второго курса направления «Торговое дело».

В рамках практического занятия дисциплины «Организация предпринимательской деятельности в торговле» магистрант второго курса программы «Управление цифровыми экосистемами в торговле» Ван Минхао представил своим соотечественникам авторский кейс «Предпринимательство китайского студента в России: от первого заказа до собственного канала продаж».



В ходе выступления спикер последовательно раскрыл три этапа своего предпринимательского пути в Российской Федерации:

Первый этап - оказание услуг по закупке и трансграничной логистике. Первая сделка была инициирована в результате случайного знакомства: студент оказал содействие российскому предпринимателю в регистрации аккаунта в мессенджере WeChat, после чего организовал поставку товаров из Китая на сумму около 20 000 юаней (253 000 руб.), выполнив функцию координатора между китайским поставщиком, логистическим оператором и российским заказчиком.

Второй этап - создание интернет-магазина кухонных товаров совместно с российским партнером-однокурсником. Партнеры осуществили выход на российские маркетплейсы Ozon и Wildberries, достигли пиковых показателей до 160 заказов в день, однако столкнулись с отсутствием прибыли вследствие недооценки совокупных расходов на рекламное продвижение, комиссию площадки, сертификацию продукции, логистику и складское хранение.

Третий этап - переход к профессиональной деятельности в китайской производственной компании и формирование собственной дистрибьюторской модели в сегменте автокомпонентов и запчастей для специальной техники. Текущая стратегия развития предполагает последовательную реализацию следующих этапов: тестирование спроса через B2C-канал, верификация экономической модели проекта, запуск дистрибьюторской деятельности, формирование собственной клиентской базы в сегменте B2B.



В ходе доклада докладчик акцентировал внимание аудитории на следующих ключевых тезисах:

- предпринимательская деятельность инициируется решением конкретной проблемы клиента; высокий объем продаж не обеспечивает рентабельность без учета полной структуры затрат;
- трансграничный бизнес требует комплексного управления сроками, товарными запасами и денежными потоками;
- масштабирование возможно только после верификации экономики проекта в рамках малого бизнес-цикла.

«Без собственного опыта в предпринимательстве, без детального понимания каждого бизнес-процесса и без осознания потенциально возможных рисков сложно построить эффективную финансовую модель. Практико-ориентированный подход в дисциплинах, связанных с бизнес-планированием, позволяет сформировать у обучающихся системное понимание бизнеса и готовность к запуску собственных проектов. Благодаря кейсу Ван Минхао мы узнали о ключевых нюансах, которые позволяют выстроить жизнеспособную трансграничную дистрибьюторскую модель, учитывающую специфику операций между Китаем и Россией», ¾ подчеркнула ассистент Высшей школы сервиса и торговли, преподаватель дисциплины «Организация предпринимательской деятельности в торговле», Татьяна Черкесова.



По завершении доклада состоялась сессия вопросов и ответов, в ходе которой участники обсудили критерии выбора товарной ниши, специфику работы с российскими маркетплейсами, условия партнерства с российскими коллегами, а также механизмы перехода от B2C к B2B-модели продаж.

Мероприятие было адресовано китайским обучающимся, проявляющим интерес к российскому рынку, трансграничной электронной коммерции и предпринимательской деятельности на территории Российской Федерации. Участники отметили высокую практическую значимость представленного кейса и возможность адаптации полученного опыта в собственных предпринимательских проектах.