УДК 339.544

АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И/ИЛИ УСЛУГ НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ (НА ПРИМЕРЕ КИТАЯ И США)**Хаиров Б.Г., Бердов А.А., Куничкин А.М.***ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Москва, e-mail: rector@sibsutis.ru*

В статье уделяется внимание изучению и последующему анализу опыта США и Китая в области повышения конкурентоспособности страны на международной арене, в том числе за счет продвижения товаров и/или услуг на внешние рынки, и возможности заимствования рассмотренных аспектов в политику повышения конкурентоспособности Российской Федерации. Предметом исследования является инфраструктура повышения международной конкурентоспособности китайской и американской продукции. Основная идея социально-экономического развития Китая направлена на поэтапное развитие перспективных регионов; отличительной чертой экономики США является ориентация на научно-технический прогресс, что сопровождается агрессивной международной торговой политикой. Отдельное значение авторы придают конгрессно-выставочной деятельности, которая, как показывает анализ зарубежного опыта, позволяет значительно расширять знания заинтересованных в продвижении лиц о каналах поставок и о поставщиках. В заключение работы был сформулирован перечень мер для дальнейшего развития инфраструктуры международной конкурентоспособности Российской Федерации. При написании работы использовались методы системного и сравнительного анализа, обобщения.

Ключевые слова: макроэкономика, национальная конкурентоспособность, международная торговля, экономический потенциал страны, конгрессно-выставочная деятельность

ANALYSIS OF FOREIGN EXPERIENCE IN PROMOTING GOODS AND / OR SERVICES TO FOREIGN MARKETS (ON THE EXAMPLE OF CHINA AND THE UNITED STATES)**Khairov B.G., Berdov A.A., Kunichkin A.M.***Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, e-mail: rector@sibsutis.ru*

The article focuses on the study and subsequent analysis of the experience of the United States and China in improving the country's competitiveness in the international arena, including through the promotion of goods and/or services to foreign markets, and the possibility of borrowing the aspects considered into the policy of improving the competitiveness of the Russian Federation. The subject of the study is the infrastructure for improving the international competitiveness of Chinese and American products. The main idea of China's socio-economic development is aimed at the gradual development of promising regions; a distinctive feature of the US economy is its focus on scientific and technological progress, which is accompanied by aggressive international trade policies. The authors attach particular importance to congress and exhibition activities, which, as the analysis of foreign experience shows, allows significantly expanding the knowledge of those interested in promoting persons about supply channels and suppliers. In conclusion, a list of measures for the further development of the infrastructure of international competitiveness was formulated for the Russian Federation. When writing the work, methods of systemic and comparative analysis, generalization were used. The article was prepared based on the results of studies carried out at the expense of budget allocations as part of the state task to the Financial University under the Government of the Russian Federation.

Keywords: macroeconomics, national competitiveness, international trade, economic potential of the country, Congress and exhibition activities

«Конкурентоспособность страны в современной экономике – это категория, которая включает в себя как способность создавать, производить и реализовывать товары или услуги высочайшего качества, пользующиеся спросом на мировом рынке, так и способность достигать устойчивых и высоких темпов роста реальных доходов населения в долгосрочной перспективе» [1, с. 157].

Всемирный экономический форум (World Economic Forum) трактует понятие «национальная конкурентоспособность»

как «способность государства и его институтов обеспечивать стабильные и постоянные темпы экономического роста, устойчивые в среднесрочной перспективе» [2]. Международная организация на основании статистических и социологических данных производит расчет индекса глобальной конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index). Исследование проводится ежегодно начиная с 2004 года и представляет собой изучение 113 признаков конкурентоспособности, сгруппированных в 12 обобщенных показателей (рис. 1).

Рис. 1. Показатели, определяющие национальную конкурентоспособность стран на мировой арене [2]

Исследования как теоретического, так и эмпирического характера определили выбор представленных на рис. 1 показателей, однако каждый фактор в отдельности не сумеет обеспечить высокий уровень конкурентоспособности экономики страны в целом. Эффект от качественного развития системы образования может быть омрачен недостатками рынка труда, например слабой сменяемостью кадров, что в итоге приведет к сложностям в процессе трудоустройства выпускников высших учебных заведений. Экономический уклад страны следует считать конкурентоспособным при условии достижения значительных результатов по всем показателям. В табл. 1 представлена выдержка из рейтинга 2019 г., где отражены страны, чей опыт повышения конкурентоспособности своей продукции и/или услуг на мировом рынке будет рассмотрен далее в работе.

Таблица 1
Рейтинг национальной конкурентоспособности стран на международной арене по методике ВЭФ [2]

Место в рейтинге	Страна
1	Сингапур
2	США
...	...
28	Китай
...	...
43	Российская Федерация
...	...

Всемирный экономический форум рекомендует странам для повышения национальной конкурентоспособности акценти-

ровать внимание на содействии открытости и нарастании международного сотрудничества, так как устойчивость развития – это основное условие обеспечения жизнедеятельности международной экономики [2].

Цель исследования: анализ опыта США и Китая в области повышения конкурентоспособности страны на международной арене, в том числе за счет продвижения товаров и/или услуг на внешние рынки, и возможности заимствования рассмотренных аспектов в политику повышения конкурентоспособности Российской Федерации.

Материалы и методы исследования

При написании работы использовались методы системного и сравнительного анализа, обобщения. В работе проведен контент-анализ нормативных актов (статистических сборников) и открытых информационных и аналитических материалов по инфраструктуре повышения международной конкурентоспособности продукции и услуг на внешних рынках.

1. Китайский опыт продвижения товаров и/или услуг на внешние рынки

«Сфокусированное» развитие Китая предполагает организацию притока инвестиций в те регионы и отрасли, где наблюдаются перспективные возможности для получения прибыли, размещения производства высокотехнологичной продукции с ориентацией на экспорт, однако они в настоящее время по каким-то причинам не интересны инвесторам (отсутствие квалифицированных кадров, инфраструктуры и т.д.). «При этом формирование требуемых условий для развития данных возможностей стимулирует рост не только конкурентоспособности продукции и/или услуг данной

территории, но отчасти и развитие конкурентоспособности уже ранее развитых территорий в целом» [3, с. 188]. С точки зрения отраслевой структуры региона эта стратегия представляется эффективной.

Снижение потенциала конкурентоспособности страны в стратегическом плане на мировом рынке может стать следствием узкой специализации региональных экономик, поэтому достижение такого состояния одной или нескольких отраслей экономики региона воспринимается органами государственной власти как сигнал для концентрации усилий на развитии иных отраслей, способных стать конкурентоспособными в ближайшей перспективе.

На рис. 2 представлена динамика экспорта товаров и услуг Китая с 2009 по 2019 г. [4], однако отметим, что по итогам 2020 г. тенденции роста нарушаются в связи с распространением новой коронавирусной инфекции.

Китай занимает первое место в мире по объему производства более 100 видов товаров легкой промышленности, включая часы, велосипеды, швейные машины, аккумуляторные батареи, пиво, мебель, механизмы для обработки пластмасс. В стране наблюдается беспрецедентный и стремительный рост промышленности. «Валовая добавленная стоимость в указанной отрасли с 12 млрд. юаней в 1952 г. увеличилась до 30,5 трлн юаней в 2018 г., или рост в 971 раз с учетом неизменности цен» [4].

С 2001 г., с момента вступления Китая в ВТО, степень зависимости экономики страны от внешней торговли постоянно росла и продолжает расти, увеличилась глубина участия Китая в системе международного разделения труда. С одной стороны, быстрое развитие внешней торговли выступает в качестве стимула развития внутренних производственных сил, что способствует росту числового значения ВВП; с другой стороны, высокая степень зависимости китайской экономики от экспорта несет в себе

латентную угрозу стабильному развитию экономики страны, которую нельзя оставить без внимания.

Для продвижения китайских товаров и/или услуг на мировом рынке местные власти проводят различные ярмарки, выставки, презентации, которые позволяют продавцам и покупателям со всего мира встретиться на одной территории и заключить сделки. Подобные мероприятия в первую очередь формируют понимание рынка, его тенденций и вектора развития – это важно как для постоянных покупателей, так и для новичков, которые хотят начать свой бизнес. Большинство выставок в КНР организуются только по отраслевым направлениям.

Гонконгская ярмарка электроники (Hong Kong Electronics Fair) проводится два раза в год, в мае и октябре, в престижном выставочном центре Гонконга собираются около 3 000 известных и перспективных производителей электроники для демонстрации своих достижений на крупнейшей во всей Азии технической ярмарке. Количество посетителей выставки варьируется в районе 60 000 чел. [5].

Международная выставка запчастей, технологий и оборудования для автосервиса (Automechanika Shanghai) – крупная специализированная выставка для профессионалов автобизнеса. Ежегодно в ней участвуют более 6 000 экспонентов с инновациями и техническими разработками автомобильной промышленности, новейшим оборудованием для обслуживания и ремонта, расходными материалами, а количество посетителей достигает 200 тыс. [6].

Приведенные примеры из выставочной жизни КНР свидетельствуют о безграничных перспективах товарно-промышленного потенциала страны. Посещение выставки нужного направления – один из самых верных способов приобретения надежных деловых связей между производителями.

Рис. 2. Объем экспорта товаров и услуг Китая, млн долл. США [4]

Китайские производители, со своей стороны, в целях продвижения своей продукции и/или услуг принимают активное участие в работе крупнейших мировых форумов, таких как ЭКСПО, Петербургский международный экономический форум и др.

Для активизации процесса экономического развития КНР привлекается иностранный капитал. «Основными причинами высоких поступлений иностранных инвестиций в КНР являются: высокий уровень социально-экономической и политической стабильности; емкий внутренний рынок и дешевая рабочая сила; активная национальная инвестиционная политика; совершенствование и либерализация юридической базы в направлении создания благоприятного режима для иностранных компаний» [7, с. 35]. Описанное позволяет зарубежным инвесторам увеличить долю уверенности в получении высокой и устойчивой доходности, защищенности вкладываемых средств, именно поэтому около 90% инвесторов планируют дальнейшее расширение деятельности в КНР.

Процесс привлечения и использования иностранного капитала в КНР представлен в виде сформированного государственными структурами каталога отраслей для иностранных инвестиций. «Согласно документу к поощряемым отраслям для размещения зарубежных инвестиций в КНР отнесено более 260 направлений: от сельского хозяйства до машиностроения, а в военной и горнодобывающей сферах, масс-медиа и СМИ и т.д. запрещено использование иностранного капитала» [7, с. 35].

Более 70% осуществлённых инвестиций являются кредитами и займами на льготных условиях. Зарубежные инвесторы чаще вкладывают собственные средства в промышленный и обрабатывающий секторы экономики, высокотехнологичное производство, предприятия по глубокой переработке сырья.

Положительные моменты экономического развития Китая обнаруживаются в увеличении объемов промышленного производства и занятии ключевых позиций на мировом рынке по производству большого количества различной продукции.

2. Американский опыт продвижения товаров и/или услуг на внешние рынки

Экономика этой страны – самая крупная и диверсифицированная национальная экономика мира. Среди развитых стран мира США практически не имеют конкурентов по своему индустриальному развитию. С некоторыми экономическими показателями можно ознакомиться ниже в табл. 2.

Отрасли сферы услуг формируют большую часть ВВП страны; доля материального производства (сельское хозяйство, строительство, сырьевые отрасли промышленности) составляет 20,6% ВВП [8] и постепенно снижается. Субъекты промышленности страны стараются обеспечивать высокий уровень собственного технического развития, вовлекают в производственный процесс самые последние достижения научно-технического прогресса, что позволяет делать экономику США конкурентоспособной. США располагают одним из самых высокоэффективных хозяйств в мире, что зачастую выражается в зависимости других стран от США в области науки и современных технологий.

Государственные органы США для лоббирования интересов своих производителей на международном рынке товаров и/или услуг используют достаточно агрессивные и ультимативные методы, относительно недавно заключенная торговая сделка США и Китая свидетельствует об этом: ключевым аспектом документа является факт того, что Китай должен нарастить на 200 млрд долл. объем закупаемых у США товаров, а США, со своей стороны, при сохранении всех торговых пошлин по отношению к китайским товарам позволяет им поступать на американский рынок.

Таблица 2

Основные экономические показатели США [8]

Показатель	Значение	Период
Объем ВВП	20544 млрд долл.	За 2019 г.
Годовой темп роста ВВП	2,3%	На 4 квартал 2019 г.
Государственный долг к ВВП	107%	За 2019 г.
Уровень инфляции за год	2,5%	На январь 2020 г.
Торговый баланс	- 48,88 млрд долл.	На декабрь 2019 г.
Прямые иностранные инвестиции	50,582 млрд долл.	На 3 квартал 2019 г.
Уровень безработицы	3,6%	На январь 2020 г.

Еще одним способом продвижения американских товаров и/или услуг на мировой рынок является организация на территории страны международных многопрофильных и профильных ярмарок, выставок и форумов, стимулирование к участию бизнесменов в них с целью заключения выгодных деловых контрактов.

HELI-EXPO – самая серьезная и представительная вертолетостроительная выставка в мире. Ежегодно на ней представляются более 700 экспонентов (комплектующие, запчасти, двигатели, навигационное оборудование и др.) и более 60 единиц воздушной техники, количество участников из множества стран мира варьируется в пределах 20 тыс. чел. В рамках работы выставки проводятся 100 учебных курсов, семинаров, практических занятий и форумов. Мероприятие позволяет не только ознакомиться или представить достижения в области разработки вертолетостроительного оборудования, но и найти каналы поставок или сбыта продукции на мировом рынке [9].

New York international autoshow (Нью-Йоркский международный автосалон) – международная выставка автомобилей и технологий, проходящая ежегодно в Нью-Йорке с 1900 г. В рамках мероприятия проходят премьеры новых, обновленных и концептуальных автомобилей различных автопроизводителей из многих стран мира – всего около 1000 легковых и грузовых автомобилей; организуются корпоративные встречи и мероприятия членами Greater New York Auto Dealers Association (GNYADA) и международной ассоциации автомобильных журналистов (IMPA) [10].

Выставочная жизнь США очень разнообразна, приведенные примеры свидетельствуют о высоком уровне развития как промышленности страны, так и сферы предоставления услуг. Также стоит отметить, что американские организаторы подобных мероприятий охотно приглашают в качестве участников зарубежных партнеров.

Важно отметить, что американская торговая политика направлена на открытие рынков по всему миру для создания новых возможностей и повышения уровня жизни семей, фермеров, производителей, рабочих, потребителей и предприятий. Соединенные Штаты Америки являются участниками многочисленных торговых соглашений с другими странами и участвуют в переговорах о заключении новых торговых соглашений с рядом стран и регионов мира.

Заключение

В практике США и КНР имеется достаточно обширный опыт успешной реализа-

ции программ повышения конкурентоспособности товаров и/или услуг.

Основная идея социально-экономического развития Китая направлена на сфокусированное развитие регионов, где наблюдаются перспективные возможности для получения прибыли в будущем, размещения производства высокотехнологичной продукции с ориентацией на экспорт, однако они в настоящее время по каким-то причинам не интересны инвесторам (отсутствие квалифицированных кадров, инфраструктуры и т.д.). Предприятиям, планирующим расширение, будет выгоднее размещать новые производства на данных территориях, чем перемещаться в другие регионы. Тенденция повышения конкурентоспособности конкретных городов и регионов, где находится производство, на США не распространяется. США удаётся осуществлять достаточно агрессивную торговую политику для реализации своих амбиций. Отличительной чертой экономического уклада страны является ориентация на научно-технический прогресс, что позволяет ей быть первой во многих отраслях.

Предпосылкой устойчивого развития страны в долгосрочной перспективе является создание и развитие прочных основ конкурентоспособности ее экономики на мировом уровне за счет активного финансирования инноваций, а также процессов обмена новыми знаниями, технологиями и новым опытом – эта совокупность составляет суть конгрессно-выставочной деятельности. Приведенные авторами исследования экономические показатели и высокий уровень развития экспорта в странах, чей опыт рассмотрен в работе, свидетельствуют о значимом экономическом эффекте конгрессно-выставочной деятельности для экономической системы стран, поэтому там целенаправленно содействуют созданию соответствующей инфраструктуры, а также специальных условий для проведения деловых мероприятий на своей территории. Стоит обратить внимание на следующую закономерность: практически все фестивали, выставки, форумы зарубежных стран носят так называемый монопрофильный характер, то есть их темой является конкретное направление, например автомобилестроение, энергетика, недвижимость и т.п. Как показывает анализ зарубежного опыта, такая деятельность позволяет значительно расширять знания заинтересованных в продвижении лиц о каналах поставок и о поставщиках, а также существенно увеличивать уровень конкурентоспособности страны на международной арене при продвижении товаров и/или услуг.

Применение зарубежного опыта будет способствовать продвижению российской высокотехнологичной, инновационной и иных продукции и услуг на внешние рынки. Решение проводимого авторами исследования вопроса предполагает реализацию государством, регионом, городом комплекса разносторонних мер, среди которых стоит выделить следующие:

- изучение экономического потенциала страны/региона/города, их конкурентоспособности, а также тенденций в развитии мировых рынков для определения отраслевых и товарных приоритетов содействия экспорту, участие в международных выставках, конгрессах, фестивалях;

- специализация регионов при проведении значимых мероприятий на своей территории на конкретных отраслях промышленности;

- активизация содействия органов власти отечественным производителям по вопросу продвижению российской экспортной продукции;

- широкое привлечение российских деловых кругов к проведению совместных мероприятий как внутри страны, так и на международной арене и др.

Таким образом, длительное влияние и устойчивый характер – характеристики, на которые опираются фундаментальные условия и принципы программ повышения конкурентоспособности страны на мировой арене, в том числе по продвижению товаров и/или услуг на внешние рынки.

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных ассигнований в рамках выполнения государственного задания Финансовому университету при Правительстве Российской Федерации.

Список литературы

1. Губанова Е.В., Клишина Е.В., Кузина Е.Ю. Современные методы продвижения продукции на российский рынок и за рубеж // Актуальные проблемы менеджмента и маркетинга в сфере внешнеэкономической деятельности. 2017. № 3. С. 156–161.
2. Индекс глобальной конкурентоспособности. [Электронный ресурс]. URL: <https://gtmarket.ru/ratings/global-competitiveness-index/info/> (дата обращения: 06.12.2020).
3. Герасимов К.Б. Технологии управления продвижением продукции // Актуальные тренды регионального и местного развития. 2015. № 2. С. 187–193.
4. Китай занимает первое место в мире по объему производства продукции легкой промышленности. [Электронный ресурс]. URL: <http://russian.people.com.cn/n3/2019/0711/c31518-9596227.html> (дата обращения: 06.12.2020).
5. Hong Kong Electronics Fair. [Электронный ресурс]. URL: <https://expomap.ru/expo/hong-kong-electronics-fair-spring-2020/> (дата обращения: 06.12.2020).
6. Automechanika Shanghai. [Электронный ресурс]. URL: <https://expomap.ru/expo/automechanika-shanghai-2019/> (дата обращения: 06.12.2020).
7. Габова Е.А. Импорт капитала и инвестиционный климат КНР // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. 2014. С. 32–36.
8. Развитие и структура экономики США. [Электронный ресурс]. URL: <https://fb.ru/article/454363/razvitiye-i-struktura-ekonomiki-ssha> (дата обращения: 06.12.2020).
9. HELI-EXPO. [Электронный ресурс]. URL: <https://expomap.ru/expo/heli-expo/> (дата обращения: 06.12.2020).
10. New York international auto show. [Электронный ресурс]. URL: <https://expomap.ru/expo/new-york-international-automobile-show-nyias-2020/> (дата обращения: 06.12.2020).