

## ЭКСПОРТ ЛОКАЛИЗОВАННОЙ ПРОДУКЦИИ: НОВАЯ СТРАТЕГИЯ ИНОСТРАННЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В РОССИИ

**Макаров Андрей Иванович**

временно исполняющий обязанности директора Департамента стран Европы, Северной Америки и международных организаций Министерства экономического развития Российской Федерации; научный сотрудник лаборатории макроэкономических исследований Института прикладных экономических исследований РАНХиГС.

Адрес: Департамент стран Европы, Северной Америки и международных организаций Министерства экономического развития Российской Федерации, 115324, Москва, Овчинниковская набережная, д. 18/1; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 119571, Москва, пр-т Вернадского, д. 82.

E-mail: [andrew\\_makarow@mail.ru](mailto:andrew_makarow@mail.ru)

В настоящей статье проанализирована и систематизирована информация, а также экспертные оценки новой стратегии иностранных предпринимателей в России в текущих макроэкономических условиях. Особое внимание автор обращает на новые возможности, предоставляемые иностранным инвесторам по экспорту локализованной в России продукции в третьи страны. Сделан вывод об эффективности данной стратегии, в том числе с учетом интересов России по наращиванию высокотехнологичного экспорта. По мнению автора, решение данной проблемы позволит не только стимулировать инновационное предпринимательство, но и расширить его экспортный потенциал и снизить импортозависимость.

*Ключевые слова:* внешнеэкономическая деятельность, международные экономические отношения, локализация, прямые иностранные инвестиции, система поддержки экспорта, торговая политика, торгово-экономические отношения, участники внешнеэкономической деятельности.

## EXPORT OF THE LOCALIZED PRODUCTION: NEW STRATEGY OF FOREIGN ENTREPRENEURS IN RUSSIA

### **Makarov, Andrey I.**

Acting Director, Department of Europe, North America and International Organizations of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation; Research Scientist of the Macroeconomic Research Laboratory of the Applied Economic Studies Institute of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration.

Address: Department of Europe, North America and International Organizations of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation, 18/1 Ovchinnikovskaya naberezhnaya, Moscow, 115324, Russian Federation, Institute of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, 82 Vernadsky Avenue, Moscow, 119571, Russian Federation.

E-mail: andrew\_makarow@mail.ru

The given article presents the analysis, systematization of information and expert opinions on the new strategy of foreign entrepreneurs in Russia in current macroeconomic situation. Particular emphasis is placed on the new opportunities for foreign investors in order to export of localized in Russia products to third countries. Author makes a conclusion on the effectiveness of the given strategy for Russian interests in promotion of high-tech export. According to the author, the solution of this problem will allow not only to stimulate innovative business, but also to expand his export potential and to reduce the dependence on imports.

*Keywords:* foreign economic activity, international economic relations, planning, programming and budgeting system, export support system, trade policy, trade and economic relations, operators of foreign economic activity.

**С**овременная экономическая конъюнктура в России, включая значительную девальвацию рубля, создает более привлекательные условия для локализации производства иностранными компаниями в связи с уменьшением издержек по ряду факторов производства.

Одной из причин этого процесса является снижение стоимости труда: по данным Росстата, при пересчете в доллары США в середине

2015 г. средняя заработная плата в стране составила 591 доллар (для сравнения: в Румынии – 632 доллара, в Китае – 791 доллар, Польше – 1 260 долларов). В 2014 г. ситуация была прямо противоположной: средняя заработная плата в России превышала 1 050 долларов, в Китае – 775 долларов, Румынии – 526 долларов, Польше – 1 214 долларов<sup>1</sup>.

В этой связи, а также с учетом заметного снижения потребительского спроса на российском рынке в условиях неблагоприятной макроэкономической конъюнктуры, многие иностранные компании из США, Европы и Японии начали внедрять новый подход в развитии трансграничного бизнеса, ориентированного на увеличение экспорта производимой, в том числе так называемой локализованной в России, продукции на рынки третьих стран, причем не только СНГ, но и дальнего зарубежья (включая европейские). Особую активность при этом проявляют германские корпорации.

Так, совместное предприятие немецких компаний «Бош» и «Сименс» (BSH Bosch und Siemens Hausgeraete GmbH) экспортирует произведенную в Санкт-Петербурге бытовую технику (холодильники и стиральные машины) на рынки стран СНГ и Балтии. Подразделение «Бош» по производству электроинструментов в городе Энгельсе при осуществлении капиталовложений изначально ориентировалось не только на российский, но и на рынки Восточной и Западной Европы. В итоге более 75% производимой здесь продукции поставляется на экспорт<sup>2</sup>.

В ходе открытия в городе Калуге завода «Фольксваген» по производству двигателей в сентябре 2015 г. было объявлено о намерении начать поставки двигателей и отдельных автомобилей на рынки государств Евразийского экономического союза и СНГ, а также в среднесрочной перспективе – стран Восточной Европы.

Компания «Континенталь» в 2015 г. начала экспорт также производимых на заводе в Калуге шин в Белоруссию, Украину, а также Германию и Францию<sup>3</sup>. С аналогичными планами выступает германская компания «ДМГ-Мори», построившая станкостроительный завод в Ульяновске и планирующая довести уровень локализации до 50%.

Компании «Ман» и «Скания» производят в Санкт-Петербурге грузовые автомобили, ориентированные на продажи в странах СНГ. Аналогичную бизнес-стратегию применяет «Даймлер» при производстве грузовой техники совместно с «Камаз». Компания «Клаас» построила в Краснодарском крае предприятие по производству сельско-

---

<sup>1</sup> URL: <http://www.gks.ru>, <http://www.eurostat.eu>.

<sup>2</sup> URL: <http://www.sgh-group.com/ru>

<sup>3</sup> См.: Воробьев А. Шинный завод Continental в Калуге снижает план производства // Ведомости. – 2015. – 21 сентября.

хозяйственных комбайнов для удовлетворения спроса на рынке государств – членов ЕАЭС.

Российская пивоваренная компания «Балтика» (часть датской CarlsbergGroup) в середине 2015 г. также объявила о расширении экспортных поставок в Западную Европу. В настоящее время в Германии и Польше на долю компании приходится около 40% всех экспортных поставок пива из России<sup>1</sup>.

Германские фармацевтические концерны «Байер» и «Берлин-Хеми» локализовали производство ряда лекарственных средств в России в связи с новыми требованиями к продукции для участия в государственных закупках. С 2014 г. ежегодно фиксируется рост экспорта данной продукции в страны ЕС на 30%.

Помимо немецких компаний расширяют поставки на экспорт компании из других стран, оперирующие на российском рынке. Так, американская транснациональная корпорация «Проктер энд Гэмбл» уже с 1995 г. поставляет производимую в России бытовую химию на экспорт в третьи страны. В настоящее время более 30% выпускаемой в России продукции поставляется на экспорт на рынки СНГ, а также в Турцию и Польшу<sup>2</sup>.

В текущем году могут начаться пробные экспортные поставки автомобилей Datsun российского производства (лицензионная сборка Lada Granta) на рынки ЕАЭС – в Казахстан и Белоруссию. При этом Казахстан уже является крупнейшим рынком для российских автоконцернов, в частности, на него приходится более 80% экспортных поставок ПАО «Автоваз» (автомобили и автокомплекты). Руководство концерна Renault-Nissan также объявило о планах по экспорту продукции концерна в Ливан и Венгрию. С дилерами этих стран уже подписаны соответствующие соглашения<sup>3</sup>. При этом за рубеж поставляются все локализованные в России модели (Logan, Sandero, Duster и др.), и компания заявляет о поставках в третьи страны планируемого к производству в России нового внедорожника Renault Captur. Все вышеизложенное свидетельствует об эффективной реализации новой программно-целевой стратегии по выходу на рынки третьих стран.

В целом для предприятий практически всех рассматриваемых отраслей промышленности (от автопрома до станкостроения) характерны поставки на экспорт в страны Евразийского экономического союза и прежде всего Казахстан.

---

<sup>1</sup> См.: Пивоваренная компания «Балтика» начала регулярные поставки в Румынию, 25 июня 2015 г. – URL: <http://www.corporate.baltika.ru>

<sup>2</sup> URL: <http://www.pg.com/ru>

<sup>3</sup> См.: Штанов В. Nissan хочет экспортировать выпущенные в России Datsun // Ведомости. – 2015. – 21 июля.

В автомобильной промышленности наибольшие экспортные поставки демонстрируют автомобили экономкласса (Hyundai, Kia – 11%) и товары бытовой химии (Procter&Gamble – 25–50%). При этом средний заявленный самими предприятиями уровень локализации производства составляет порядка 50% (таблица).

**Экспорт локализованной в России продукции\***  
(отдельные примеры по основным отраслям промышленности)

Компания (продукция)	Степень локализации, %	Экспорт (основные доступные показатели)
1	2	3
<b>Автомобильная промышленность</b>		
Хендэ Мотор Мануфактуринг Рус (Hyundai Solaris, Kia Rio)	46	11% от произведенной продукции (2014), поставки в страны СНГ
Ford Sollers (Ford Focus, Ford Kuga, Ford Explorer)	40	С октября 2014 г. начались поставки в Казахстан
ФОЛЬКСВАГЕН Групп Рус Volkswagen Polo Skoda Rapid Volkswagen Tiguan	60 50 25	н/д
ПСМА Рус Peugeot 408, Citroën C4	35	0,1% (650 из 46 тыс. произведенных автомобилей) были экспортированы в Белоруссию, Казахстан и Молдавию
Renault-Nissan – АвтоВАЗ Renault Logan 1	75	2% (12 тыс. из 575 тыс. произведенных в 2014 г. автомобилей) (в основном на рынки Белоруссии и Казахстана, Nissan пока не экспортируется)
Renault Duster/Nissan Terrano	66	
Renault Sandero	62	
Nissan Teana	50	
Тойота Рус Toyota Camry	30	6,5% (2014), поставки в Казахстан и Белоруссию
ММС Рус (Mitsubishi) Outlander, Mitsubishi Pajero Sport	20	Планируют начать экспорт в Казахстан и Белоруссию
<b>Автомобильные запчасти и комплектующие</b>		
ООО «Континентал Калуга» (автомобильные покрышки)	50	С апреля 2015 г. осуществляются поставки в Белоруссию, Казахстан и Украину, а также в Германию, Францию, Финляндию и другие скандинавские страны. В настоящий момент уровень экспортных отгрузок завода составляет чуть больше 10%
ООО «Нокиан Шина» (автомобильные покрышки)	около 50	63%
<b>Бытовая техника, электронные инструменты</b>		
ООО «Бош ПауэрТулз» (электронные инструменты)	н/д	До 70% продукции завода поставляется в Западную Европу

\* Источник: годовые отчеты рассматриваемых в таблице компаний.

Окончание табл.

1	2	3
ООО «БСХ Бытовые приборы» (бытовая техника)	50	20%
ООО «Индезит Рус» (стиральные машины)	45	Продукция идет на экспорт в страны СНГ: Казахстан (60%), Белоруссия (25), остальные страны - 15%
ООО «ТПВ Технолоджи» (телевизоры марки Philips)	40	н/д
ООО «Самсунг Электроникс Рус Калуга» (телевизоры, стиральные машины и др.)	14,5	Экспорт в страны СНГ и Южную Корею
Бытовая химия и косметика		
ООО «Проктер энд Гэмбл – Новомосковск» (моющие и чистящие средства Tide, Mr. Proper, Fairy, Миф)	70	30%
ЗАО «Петербург Продактс Интернешнл» (дочерняя компания P&G – производство товаров для бритья)	н/д	
Станкостроение		
ООО «ДМГ МОРИ СЕЙКИ» (станки)	50 (план)	Планируются поставки в страны СНГ и Западной Европы
Пищевая промышленность		
ООО «МАРС» (бренды Snickers, Orbit, M&M's)	80	Поставки в страны Африки, Ближнего Востока и Индии
ООО «Нестле Россия» (продукты питания)	90	Поставки в Азербайджан, Армению, Грузию и Украину
Строительные материалы		
ООО «Кнауф» (строительные материалы)	70-90	Незначительный экспорт в страны СНГ
Сельскохозяйственная техника		
ООО «Клаас» (сельскохозяйственные комбайны)	17 (50% – план)	Планируются экспортные поставки

В соответствии с вступившим в силу с 1 октября 2015 г. Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 июля 2015 г. № 719 «О критериях отнесения промышленной продукции к промышленной продукции, не имеющей аналогов, произведенных в Российской Федерации» для широкого круга отраслей устанавливается средний уровень локализации от 50 до 70%. По достижению указанного уровня иностранный инвестор может рассчитывать на получение статуса локального производителя и соответствующие финансовые и нефинансовые меры поддержки, включая доступ к государственным закупкам на аналогичных с российскими предприятиями условиях.

Таким образом большинство крупных иностранных компаний намерены и в дальнейшем актуализировать применение новых программно-целевых инструментов и финансовые стратегии с целью расширения экспорта из России не только в страны СНГ, но и страны дальнего зарубежья. Необходимо подчеркнуть, что ранее иностранные компании-производители ориентировались только на внутренний рынок России и имиджевые поставки на постсоветском пространстве. При этом одного фактора снижения стоимости рабочей силы с точки зрения проектного бюджетирования явно недостаточно (высокие транспортные издержки, проблемы логистики, отсутствие высококвалифицированных производителей компонентов и пр. могут нивелировать конкурентоспособность локализованных в России предприятий). В этой связи целесообразно распространить действие существующих механизмов поддержки российского экспорта (финансовых и нефинансовых) на данные предприятия с целью стимулирования как импортозамещения, так и диверсификации экспорта в различных сферах. Необходимо также отметить, что ввиду высокой доли импортных комплектующих в стоимости отечественной технологичной продукции, девальвация рубля в большой степени стимулирует экспорт сырья и продукции с невысокой долей валютных затрат (компонента).

В соответствии с исследованием *Financial Times* в 2013 и 2014 гг.<sup>1</sup> не было выявлено статистической взаимосвязи между динамикой валютных курсов в прошедшем году и экспортом в текущем<sup>2</sup>. В результате девальвации торговое сальдо стран мира меняется исключительно за счет сокращения импорта, что вредит глобальной торговле и приводит к активному внедрению так называемой политики «разори своего соседа» (англ. – *beggar thy neighbor*)<sup>3</sup>. Этот феномен возник в связи с тем, что в странах, активно вовлеченных в глобальные цепочки добавленной стоимости, импортная составляющая в готовой продукции высокой степени переработки становится все более весомой. Это означает увеличение конечной стоимости продукции при девальвации, а соответственно и снижение конкурентоспособности и экспортного потенциала в целом.

По оценкам Всемирного банка, на современном этапе снижение валютного курса стимулирует экспорт вдвое слабее, чем в середине

---

<sup>1</sup> По оценкам экспертов ВТО, рост мировой торговли в 2014 г. в номинальном выражении составил 2,8%, что соответствует среднему показателю за предыдущие три года (2,4%). Это наиболее низкое трехгодичное значение, за исключением кризисных 1975 и 2009 гг., когда объемы торговли существенно сократились [3. – С. 29].

<sup>2</sup> См.: Johnson S., Whiffin A. *Financial Times Study Shows Danger to Global Trade from EM Currency Weakening* // *The Financial Times*. – 2015. – August 31.

<sup>3</sup> См.: Невельский А., Оверченко М. *Опасная слабость* // *Ведомости*. – 2015. – 2 сентября.

1990-х гг. Кроме того, чем больше страна интегрируется в глобальное хозяйство, тем меньше валютные колебания влияют на вывоз<sup>1</sup>.

Эти тенденции обусловлены тем, что основной объем международной торговли формируется за счет трансфертных операций между дочерними структурами ТНК, в особенности в сфере машиностроения. Так, до 50% взаимного товарооборота между странами ЕС приходится на запасные части машин и оборудования. Ввиду низкой эластичности трансфертных цен, они не так сильно подвержены изменениям конъюнктуры рынка.

Таким образом, аксиома XX в. «девальвация национальной валюты стимулирует экспорт страны» уже не столь категорична в отношении России и других динамично развивающихся стран мира, что, в частности, обусловлено изменением структуры и механизмов современной международной торговли. В этой связи привлекательность локализации производства обуславливается прежде всего такими факторами, как развитие инфраструктуры, наличие системы поддержки экспорта, низкие производственные издержки и пр.

В условиях сокращения внутреннего российского рынка иностранный инвестор считает целесообразным локализовать производство, в том числе при наличии возможности экспортировать продукцию на рынки третьих стран. В данных условиях инвесторы начинают выстраивать свое бюджетирование, ориентированное на результат, с учетом вышеуказанных реалий.

Новый метод заключается в инвестировании капиталовложений, которые бы окупались с учетом возможностей развития рынков третьих стран, а не опирались, как ранее, на сбыт продукции в стране пребывания. Поэтому перспективным направлением деятельности Российского экспортного центра (РЭЦ) является оказание услуг локализовавшим в России производство иностранным компаниям с целью обеспечения необходимого уровня рентабельности, а также решения задачи поддержки отечественного несырьевого экспорта.

В соответствии с Постановлениями Правительства РФ от 5 февраля 2016 г. № 71 «Об утверждении Правил осуществления акционерным обществом «Российский экспортный центр» деятельности по поддержке экспорта и взаимодействия с федеральными органами исполнительной власти и Государственной корпорацией по атомной энергии «Росатом» и от 22 ноября 2011 г. № 964 «О порядке осуществления деятельности по страхованию и обеспечению экспортных кредитов и инвестиций от предпринимательских и политических рисков» ключевым фактором выступает осуществление определенных технологических процедур и формирование себестоимости продукции на территории

---

<sup>1</sup> Donnan S. Currencies Lose Firepower an Effective Trade Weapon // The Financial Times. – 2015. – August 19.



Российской Федерации, в среднем порядка 30%. Вместе с тем иностранные предприятия, разместившие производство на территории России и выполнившие требования локализации, имеют право воспользоваться всем спектром услуг, что и национальные компании, тем самым Российский экспортный центр будет осуществлять их поддержку при выходе на рынки третьих стран. В такой ситуации иностранные компании, оперирующие в России, могли бы внести заметный вклад в расширение несырьевого и промышленного вывоза из страны, стать «вторым эшелонem» экспортеров несырьевой и промышленной продукции.

Принимая во внимание углубление международного разделения труда и специфику бизнес-процессов, РЭЦ оказывает поддержку и совместным предприятиям на территории иностранных государств с условием неосуществления поставок продукции на территорию России<sup>1</sup>.

Расширение поставок наукоемкой продукции на мировой рынок путем повышения эффективности имеющихся инструментов финансовой и нефинансовой поддержки вывоза должно способствовать решению актуальных внутренних социально-экономических задач, а также выстраиванию глобальных торгово-политических приоритетов России в мировом хозяйстве [5. – С. 172].

Концентрация усилий на данном направлении будет серьезным стимулом для иностранных предпринимателей инвестировать в производство на территории Российской Федерации. Низкие издержки, в том числе на рабочую силу, будут дополнительным конкурентным преимуществом для зарубежных инвесторов. В то же время для обеспечения национальной безопасности по ключевым технологиям и реализации целей точечного импортозамещения в условиях ограниченного доступа к передовым компетенциям по причине введенных в отношении России экономических санкций, необходимо обладание современными ноу-хау в ключевых отраслях: машиностроении, фармацевтике, микроэлектронике, аэрокосмической области и пр.

Принимая во внимание высокий интерес правительств иностранных государств в сохранении ключевых технологий в национальных юрисдикциях, целесообразно проактивно действовать в рамках стратегии Mergers & Acquisitions – приобретать за рубежом высокотехнологичные малые и средние компании или дочерние структуры ТНК, обладающие необходимыми компетенциями при условии трансфера результатов интеллектуальной собственности (прежде всего промышленной). В данном случае показателен пример российской компании «Р-Фарм», которая приобрела современный завод по производству лекарств в твердой оболочке у американского фармакологического кон-

<sup>1</sup> См.: Федеральный закон от 29 июня 2015 г. № ФЗ-82 «О Банке развития».

церна «Пфайзер» в городе Илиертиссен (Бавария, ФРГ). Компания получила доступ к современным производственным и управленческим технологиям, объектам интеллектуальной собственности (формулы лекарств), а также высококвалифицированной рабочей силе.

Таким образом, в русле политики импортозамещения, а также в условиях действия антироссийских санкций, необходимо выработать комплекс государственных мер по оказанию содействия в приобретении зарубежных высокотехнологичных активов в целях модернизации и развития отечественной промышленности.

В Правительстве Российской Федерации прорабатываются предложения Председателя Правления ООО «Деловая Россия» А. Е. Репика по созданию Агентства по технологическому развитию, одной из основных задач которого будет именно стимулирование передачи в российскую юрисдикцию результатов интеллектуальной деятельности компаний, локализовавших свое производство на иностранных предприятиях. Агентство планируется создать к середине 2016 г<sup>1</sup>.

Новым инструментом промышленной политики России в современных условиях может стать так называемый специальный инвестиционный контракт<sup>2</sup>, предполагающий предоставление иностранным инвесторам гарантированных условий ведения бизнеса, а также комплекса льгот и преференций в течение 10 лет (включая доступ к государственному заказу на общих с российскими производителями условиях) в обмен на определенный уровень локализованного высокотехнологичного производства.

В настоящее время продолжается формирование подзаконных актов, определяющих условия работы зарубежных концернов в рамках специинвестконтракта. При их подготовке целесообразно учитывать передовой опыт таких стран, например, как Китай. При заключении аналогичного контракта инвестор берет на себя комплекс обязательств, в том числе по 70% экспорта производимой продукции.

В Южной Корее и Чили, вместо субсидирования отраслей промышленности в целях замены импортных товаров отечественными, правительства предоставляют финансовую поддержку предприятиям (национальным и зарубежным), поставляющим большую часть производимой продукции на экспорт (более 60%). Программы пересматриваются ежегодно, а компании, не достигшие установленных целевых показателей по вывозу, подобной поддержки лишаются [2]. Также необходимо отметить, что некоторые иностранные производители (в том числе экспортно ориентированные) уже начали приспосабливаться к современной российской политике импортозамещения в сфере про-

<sup>1</sup> URL: <http://www.deloros.ru>

<sup>2</sup> См.: Федеральный закон № 488-ФЗ от 31 декабря 2014 г. «О промышленной политике Российской Федерации».

мышленности. Несмотря на это зарубежные партнеры, такие как США, Германия, Франция и др., продолжают использовать проблематику локализации и импортозамещения в качестве дополнительного давления на российскую сторону в различных форматах межправительственных переговоров [4. – С. 35].

В целом, как представляется, импортозамещение необходимо рассматривать в первую очередь с точки зрения новых возможностей для иностранных инвесторов, которые благодаря этому могут рассчитывать на все льготы и привилегии, получаемые от Правительства Российской Федерации российским бизнесом. При этом даже американские инвесторы в существующих непростых условиях торгово-политических санкций отмечают, что, несмотря на имеющиеся жалобы на административные проблемы в России, многие обращения бизнеса к российскому Правительству «стали решаться даже еще быстрее»<sup>1</sup>.

Подводя итог вышесказанному, очевидно, что иностранным концернам в новых экономических реалиях необходимо использовать актуализированные стратегии выхода на российский и иные зарубежные рынки, соблюдая требования промышленной политики страны пребывания, а также учитывая современные тенденции глобальной торговли, в том числе по развитию экспорта локализованной продукции на рынки третьих стран. На данном этапе работа федеральных органов государственной власти в русле этих тенденций направлена на снятие логистических, правовых, административных и информационных барьеров для ведения бизнеса, а также привлечение имеющегося инструментария поддержки внешнеэкономической деятельности: межправительственные комиссии по торгово-экономическому и научно-техническому сотрудничеству, торговые представительства за рубежом, центры поддержки экспорта и пр.

#### Список литературы

1. Долгова М. В. Современные тенденции развития наукоемких и высокотехнологичных отраслей // *Фундаментальные исследования*. – 2014. – № 11-4. – С. 852–857.
2. Дянков С. Почему Россия не справляется с диверсификацией экспорта // *Форбс*. – 2015. – 2 октября.
3. Макаров А., Пахомов А. Итоги мировой торговли товарами и услугами в 2014 г. // *Экономическое развитие России*. – 2015. – № 5.
4. Макаров А. И., Пахомов А. А. Использование инструментов ВТО во внешнеэкономических связях России // *Экономическое развитие России*. – 2016. – Т. 23. – № 2.

---

<sup>1</sup> См.: Американские компании являются лидерами по объему инвестиций в особые экономические зоны России // *Интерфакс*. – 2015. – 7 октября.

5. Макаров А. И., Пахомов А. А., Бирюкова О. В. Поддержка экспорта высокотехнологичной продукции и развитие инновационного сектора России. – М : Дело; РАНХиГС, 2014. – (Серия «Инновационная экономики: регулирование»).

6. Подбиралина Г. В. Основные направления внешнеторгового сотрудничества стран Евразийского экономического союза // Международная торговля и торговая политика. – 2016. – № 1 (5). – С. 15-26.

7. Спартак А. Н. Перспективные направления экспортной специализации России // Российский внешнеэкономический вестник. – 2016. – № 4. – С. 3-10.

#### References

1. Dolgova M. V. Sovremennye tendentsii razvitiya naukoemkikh i vysokotekhnologichnykh otrasley [Current Trends of Development of the Knowledge-Intensive and High-Tech Industries], *Fundamental'nye issledovaniya*, 2014, No. 11-4, pp. 852–857. (In Russ.).

2. Dyankov S. Pochemu Rossiya ne spravlyaetsya s diversifikatsiey eksporta [Why Russia Doesn't Cope with Export Diversification], *Forbs*, 2015, 2 oktyabrya. (In Russ.).

3. Makarov A., Pakhomov A. Itogi mirovoy trgovli tovarami i uslugami v 2014 g. [Results of World Merchandise and Service Trade in 2014], *Ekonomicheskoe razvitie Rossii*, 2015, No. 5. (In Russ.).

4. Makarov A. I., Pakhomov A. A. Ispol'zovanie instrumentov VTO vo vnesheekonomicheskikh svyazyakh Rossii [Use of Tools of the WTO in Foreign Economic Relations of Russia], *Ekonomicheskoe razvitie Rossii*, 2016, Vol. 23, No. 2. (In Russ.).

5. Makarov A. I., Pakhomov A. A., Biryukova O. V. Podderzhka eksporta vysokotekhnologichnoy produktsii i razvitie innovatsionnogo sektora Rossii [High Tech Export Support and Development of Innovative Sector of Russian Economy]. Moscow, Delo; RANKhiGS, 2014, (Seriya «Innovatsionnaya ekonomiki: regulirovanie»). (In Russ.).

6. Podbiralina G. V. Osnovnye napravleniya vneshetorgovogo sotrudnichestva stran Evraziyskogo ekonomicheskogo soyuza [Main Directions of the Foreign Trade Cooperation of the Countries of the Euroasian Economic Union], *Mezhdunarodnaya trgovlya i trgovaya politika*, 2016, No. 1 (5), pp. 15-26. (In Russ.).

7. Spartak A. N. Perspektivnye napravleniya eksportnoy spetsializatsii Rossii [Perspective Directions of Export Specialization of Russia], *Rossiyskiy vnesheekonomicheskii vestnik*, 2016, No. 4, pp. 3-10. (In Russ.).