

DOI: <http://dx.doi.org/10.21686/2410-7395-2023-3-76-95>

ТЕНДЕНЦИИ РАСШИРЕНИЯ ГЕОГРАФИИ ТОРГОВО- ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ОСНОВА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО СУВЕРЕНИТЕТА

Л. П. Гончаренко, Г. А. Тимошенко

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

Вывод бизнеса (продукции либо услуг) на международные рынки раскрывает потенциал для роста выручки и прибыли компаний. Статистические данные подтверждают тот факт, что в современных условиях уровень вовлеченности в экспортную деятельность субъектов российского малого и среднего предпринимательства является незначительным. Зачастую это обусловлено отсутствием у владельцев, а также руководителей бизнеса опыта и знаний по основам внешнеэкономической деятельности. Предприниматели, успешно развивающие свой бизнес на российском рынке, как правило, слабо представляют критерии выбора страны для экспорта, порядок подбора зарубежного партнера, особенности всех процедур выведения бизнеса на международные рынки. Российским правительством предпринимаются существенные шаги по поддержке бизнеса в этом направлении. Сегодня благодаря совершенствованию законодательства, а также консультационной и маркетинговой поддержке со стороны государства значительно упростились процедуры выхода на международные рынки отечественных производителей. С учетом анализа показателей, характеризующих мировые тенденции внешнеторговой деятельности, в статье предлагаются различные методические подходы к определению географии торгово-экономической деятельности в условиях становления российского бизнеса.

Ключевые слова: зарубежные рынки, экспортная деятельность, выход на международные рынки, география торгово-экономической деятельности.

TRENDS IN EXPANDING THE GEOGRAPHY OF TRADE AND ECONOMIC ACTIVITY AS THE BASIS OF TECHNOLOGICAL SOVEREIGNTY

L. P. Goncharenko, G. A. Timoshenko

Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

Bringing business (products or services) to international markets reveals the potential for revenue and profit growth of companies. Statistical data confirm the fact that in modern conditions, the level of involvement in the export activities of Russian small and medium-sized businesses is insignificant. This is often due to the lack of experience and knowledge on the

basics of foreign economic activity among owners and business leaders. Entrepreneurs, even successfully developing their business in the Russian market, as a rule, have little idea of the criteria for choosing a country for export, the procedure for selecting a foreign partner, the specifics of all procedures for bringing business to international markets. The Russian government is taking significant steps to support business in this direction. Today, thanks to the improvement of legislation, as well as consulting and marketing support from the state, the procedures for entering the international markets of domestic producers have been significantly simplified. Taking into account the analysis of indicators characterizing global trends in foreign trade activity, the article offers various methodological approaches to determining the geography of trade and economic activity in the conditions of the formation of Russian business. *Keywords:* foreign markets, export activity, access to international markets, geography of trade and economic activity.

Введение

Важнейшим направлением на современном этапе является развитие и укрепление технологического суверенитета Российской Федерации, к главным проектам которого относится производство продукции таких отраслей, как автомобилестроение, железнодорожное, нефтегазовое, сельскохозяйственное и специализированное машиностроение, медицинская, фармацевтическая и химическая промышленность, станкоинструментальная промышленность и тяжелое машиностроение, судостроение, электронная и электротехническая промышленность, энергетическая и авиационная промышленность. Данные направления являются приоритетными для расширения и совершенствования российского бизнеса как на внутреннем, так и на международных рынках.

Результаты исследования

Процессы продвижения и коммерциализации новых товаров и услуг, появившихся благодаря реализации национальных проектов, должны базироваться на анализе зарубежных рынков, доступных и привлекательных для российского бизнеса. Пандемия COVID-19 в 2020 г., а также политический кризис 2022 г. внесли существенные коррективы во внешнеэкономическую деятельность нашей страны, вызвавшие в перераспределении направлений экспортных и импортных операций, в их вынужденной резкой переориентации. Прежде всего, речь идет об отказе от экономического сотрудничества с рядом недружественных стран Запада с одновременным крутым разворотом российского бизнеса в сторону стран Юго-Восточной и Центральной Азии, а также стран арабского мира. Тем не менее изучение новых и перспективных рынков сбыта целесообразно проводить после анализа сложившихся в последние годы тенденций во внешнеэкономической деятельности России.

По данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат), в 2021 г. внешнеторговый оборот между Россией и странами мира составил 798,0 млрд долларов США (139,3% к 2020 г.) с коэффициентом

сезонности ~12,5% (умеренный)¹. В контексте исследования особый интерес представляют объемы современных российских поставок за рубеж в денежном и физическом выражении, а также их география.

По итогам 2021 г. российский экспорт вырос на 45,7% по сравнению с 2020 г. и достиг 493,3 млрд долларов². Около 87% российского экспорта приходится на страны дальнего зарубежья и 13% – на страны СНГ.

Представленная на рис. 1 отраслевая структура российского экспорта позволяет сделать вывод, что в последние годы существенных изменений в ней не происходило – основой российского экспорта по-прежнему остаются топливно-энергетические товары (далее – ТЭТ), доля которых в 2021 г. составила 54,3%.



Рис. 1. Отраслевая структура российского экспорта в 2021 г.³

Топливо-энергетические товары. Выручка от экспорта ТЭТ в 2021 г. выросла на 59,3% по сравнению с аналогичным показателем годом ранее, что обусловлено резким ростом цен на углеводороды в этот период, хотя в физическом выражении экспортные поставки сохранились на уровне 2020 г. Значительно возросли поставки электроэнергии (почти в 2 раза) и керосина (на 28,3%). При этом сократились физические поставки автомобильного бензина (на 24,5%) и сырой нефти (на 3,8%), что было вызвано как ростом внутреннего потребления, так и сокращением объемов экспорта нефти в связи с ограничениями ее добычи в рамках соглашения ОПЕК+.

¹ URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/26_23-02-2022.html

² URL: <https://customs.gov.ru/statistic/>

³ Там же.

Металлы и изделия из них. Как видно из рис. 1, доля металлов и изделий из них в 2021 г. составила 10,4% российского экспорта. Поставки металлов выросли в 1,5 раза в стоимостном выражении. Увеличение производственной активности в мировой экономике подтолкнуло рост спроса и цен на металлы – экспорт в стоимостном выражении вырос в 1,5 раза при росте физических объемов всего на 7,9% (преимущественно за счет роста поставок черной металлургии на 15%). Одновременно наблюдалось снижение объемов поставок меди и медных сплавов на 40,3%, чугуна – на 6%. Эксперты позитивно оценивают перспективы мирового рынка металлов – ожидается, что в текущем году мировой спрос на сталь вырастет не менее чем на 2,2%. По прогнозам Всемирной ассоциации стали (Worldsteel), в России в 2022 г. ожидается умеренный, но достаточно стабильный рост потребления и спроса на стальную продукцию¹.

Производство химической промышленности. В общей структуре экспорта 2021 г. доля экспорта продукции химической промышленности составила 7,7%. Экспорт товаров химпрома в стоимостном выражении увеличился на 34,8%, однако сопровождался ростом физических объемов всего на 0,6% (в том числе пластмассы и изделий из них – на 18%, каучука и резины – на 11%, удобрений – на 9,9%). На 5,6% сократился объем экспорта фармацевтической продукции.

Продовольственные товары и сырье для их производства. Доля продовольственных товаров в 2021 г. составила 7,3% в общей структуре российского экспорта. При этом поставки продовольствия за рубеж продолжали расти на 21,4% в стоимостном выражении и на 10,4 в физическом объеме. Такой рост вызван не только инфляцией, но и увеличением поставок в другие страны молока и сливок (на 24%), сыров и творога (на 17%), мяса (на 6,6%) и мяса домашней птицы (на 3,4%). По данным Федерального центра «Агроэкспорт» Минсельхоза России, экспорт продукции агропромышленного комплекса (АПК) за 2021 г. составил 36,8 млрд долларов, или 69,3 млн т (абсолютный рекорд). Согласно прогнозам Минсельхоза России, в ближайшие девять лет этот показатель может превысить 47 млрд долларов. Основными покупателями российской сельскохозяйственной продукции являются страны Европейского союза, Китай, Южная Корея и Казахстан. Крупнейшими покупателями российского зерна остаются Турция и Египет, масложировой продукции – Турция и Китай, рыбы и морепродуктов – Южная Корея и страны ЕС [4].

Машины и оборудование. По итогам прошлого года в общей структуре российского экспорта доля машин и оборудования составила 6,6%. Поставки по итогам периода выросли в стоимостном выражении почти на 30%. При этом росли не только цены, но и объемы зарубежных физических поставок. За прошедший год резко вырос объем поставок электриче-

¹ URL: <https://worldsteel.org/>

ского (40,1%) и механического оборудования (29,3%), а также оптических приборов (14%). Одновременно зафиксировано увеличение физических объемов экспорта легковых автомобилей на 37,2%, грузовых – на 10,2%.

Лесоматериалы и целлюлозно-бумажные изделия. Доля экспорта лесоматериалов и целлюлозно-бумажных изделий в общей структуре российских экспортных поставок 2021 г. составила 3,5%. Резкое удорожание лесоматериалов в этот период определило и существенный рост стоимостных объемов поставок из России на 37,4% при одновременном сокращении физического объема поставок на 4,1%. Так, при увеличении объема поставок клееной фанеры на 5,1% сократились поставки и газетной бумаги (13,2%), необработанных лесоматериалов (10,2%) и пиломатериалов (6,4%).

На рис. 2 представлена структура российского экспорта по странам.

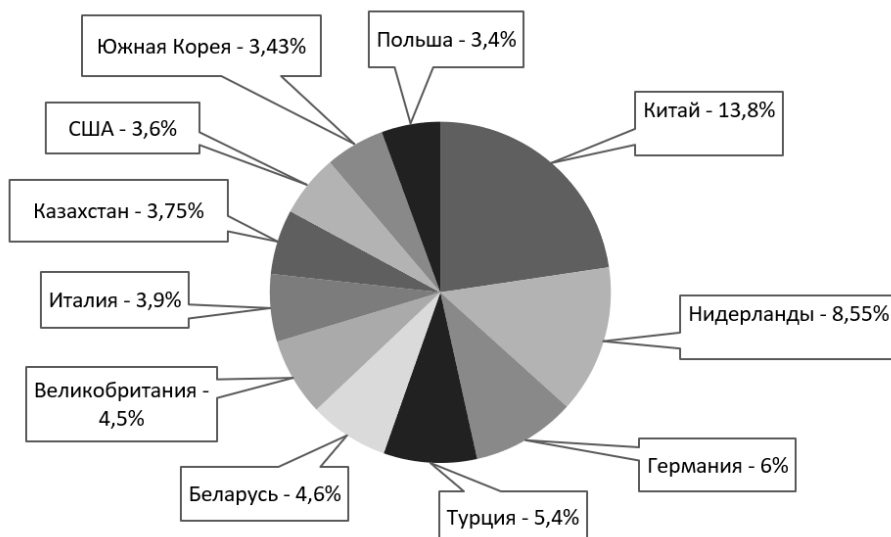


Рис. 2. Структура российского экспорта по странам мира в 2021 г.
(данные по ведущим партнерам)¹

Ведущими покупателями российских товаров и услуг в 2021 г. стали Китай (13,8%), Нидерланды (8,6%), Германия (6%) и Турция (5,4%). Россия остается одним из главных поставщиков топливно-энергетических товаров в эти страны. По итогам года Россия являлась вторым (после Саудовской Аравии) поставщиком нефти в Китай, практически в 3 раза выросли поставки российского трубопроводного газа в КНР. Нидерланды, будучи одним из крупнейших торговых хабов ЕС, приобрели почти 16% объемов российских топливно-энергетических поставок. Россия экспортирует в вышеперечисленные страны металлы и изделия из них, а также продук-

¹ URL: <https://customs.gov.ru/statistic/>

цию химической промышленности, в том числе удобрения. Значительно выросли объемы закупок российской продовольственной продукции странами ЕС, Китаем и Турцией. Из стран бывшего СССР главными потребителями российской продукции остаются Беларусь (4,6%) и Казахстан (3,75%), покупающие в основном топливно-энергетическую продукцию и продовольствие. Великобритания и США, на долю которых приходится 4,5% и 3,6% российского экспорта соответственно, приобретают драгоценные металлы и изделия из них.

Так, в США поставляются до 8% экспортируемых из России драгоценных металлов и изделий из них.

Россия продолжает наращивать активное сотрудничество с Китаем, который за последние годы стал важнейшим покупателем российских углеводородов. По итогам встречи 15 сентября 2022 г. с председателем КНР Си Цзиньпином, прошедшей на полях саммита Шанхайской организации сотрудничества (ШОС) в Самарканде, Президент Российской Федерации Владимир Путин отмечал, что в 2021 г. товарооборот с Китаем составил 140 млрд долларов и предположительно в 2022 г. достигнет 180–190 млрд долларов [5].

Как позитивный следует отметить факт значительного роста в последние годы российского экспорта товаров несырьевого сегмента. По данным АО «Российский экспортный центр» (группа «ВЭБ.РФ»), Россия в 2021 г. установила абсолютный рекорд по несырьевому экспорту, заработав 193 млрд долларов преимущественно благодаря увеличению экспортных поставок металлопродукции, химических товаров, продукции машиностроения и продовольствия. Введение новых производственных мощностей способствует росту объема поставок за рубеж фармацевтической продукции, полимеров и древесных плит¹.

Согласно ключевым показателям национального проекта «Международная кооперация и экспорт», Россия планирует к 2030 г. увеличить физический объем несырьевого неэнергетического экспорта (ННЭ) на 70%.

Результаты экспресс-анализа экспортной активности российских регионов (по федеральным округам и субъектам) отражены на рис. 3, 4.

Следует подробнее остановиться на успешных результатах экспортной деятельности Москвы (41,8% в общероссийском экспорте).

С 2019 г. в России реализуется национальный проект «Международная кооперация и экспорт». Его цель – двукратный рост экспорта российских несырьевых товаров к 2024 г. до 250 млрд долларов. Так, если в 2018 г. на долю столицы приходилось 16% российского несырьевого экспорта, то по итогам 2019 г. – уже 20% (более 43% в общем объеме российского экспорта). По сообщению мэрии, в 2020 г. уровень в 22% несырьево-

¹ URL: <https://www.exportcenter.ru/>

го неэнергетического российского экспорта был достигнут уже за первые полгода (с января по июнь).



Рис. 3. Распределение российского экспорта в 2021 г. по федеральным округам Российской Федерации¹

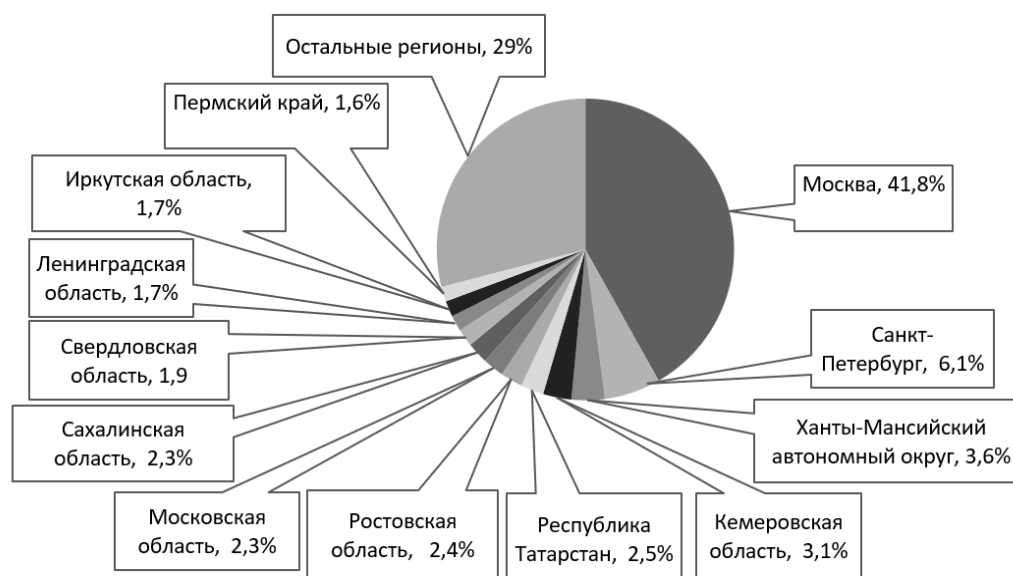


Рис. 4. Распределение российского экспорта в 2021 г. по регионам Российской Федерации

¹ Рис. 3, 4 составлены по: URL: <https://rosstat.gov.ru/>

В количественном выражении объем экспорта московской промышленной продукции в 2021 г. составил 27,8 млрд долларов, что на 32% выше, чем годом ранее. В позапрошлом году Москва экспортировала продукцию в 186 стран мира, в том числе в Китай, Великобританию, Турцию, Беларусь и Казахстан – 50% всего экспорта. Спросом пользовались механическое оборудование и техника, компьютеры (2,81 млрд долларов), полипропилен (129,85 млн), парфюмерия, косметические и туалетные средства (394,24 млн), оптика, приборы, медицинская техника (576,86 млн) и фармацевтическая продукция (260,32 млн) [7].

В подтверждение успехов столицы в экспортной деятельности можно привести несколько значений показателя «Доля обрабатывающих производств Москвы в российской промышленности в 2021 г.»:

- нефтехимия (нефтепродукты, кокс, изделия из них) – 32%;
- полиграфия и копирование носителей информации – 24%;
- электроника (компьютеры, оптика, электротовары) – 16%;
- мебель и прочие готовые изделия – 15%;
- текстильные изделия, одежда, изделия из кожи – 14%;
- автомобили, прицепы, транспортные средства – 8%.

Рассмотренные выше данные позволяют, с одной стороны, провести анализ сложившихся тенденций российского экспорта (его географии, структуры, объемов и пр.), с другой стороны, подготовить информационную базу для выявления перспективных зарубежных рынков, открытых для продвижения и коммерциализации товаров и услуг.

Кроме того, рассмотрение возможностей этого продвижения должно проводиться с учетом многократно усилившегося в 2022 г. санкционного давления, введения торгового эмбарго на российскую продукцию. В этих непростых условиях перспективы продвижения новых товаров и услуг на западных рынках представляются весьма призрачными и нереалистичными, в то время как положительная динамика товарооборота российского бизнеса со странами Юго-Восточной и Центральной Азии, а также странами арабского мира в последние годы позволяет отечественным предпринимателям рассчитывать на позитивное развитие экспортной деятельности на восточном направлении.

Исследование перспективного зарубежного рынка в общем случае включает изучение, анализ и оценку конъюнктурных особенностей, а также конкурентоспособности предприятия и его продукции (или услуг), влияние на участников рынка мер государственного регулирования внешнеэкономической деятельности и других показателей. Алгоритм такого исследования может содержать следующие этапы:

- определение зарубежной страны (круга стран), соответствующей интересам компании;
- анализ российского законодательства, регулирующего внешнеэкономическую деятельность российских предприятий с этими странами;

- определение конъюнктуры, анализ особенностей таможенно-тарифного регулирования внешнеэкономической деятельности в данной стране;
- исследование потребителей выбранной страны и их мотивационных установок;
- оценку общей экономической и политической ситуации в выбранной зарубежной стране (странах);
- предварительный анализ конкурентоспособности компании и ее товаров (услуг) в стране;
- принятие решения о выборе зарубежной страны-импортера (стран) продукции компании.

На первом этапе исследования при установлении страны-импортера следует принять во внимание сложившиеся в 2022 г. тенденции ухода российских компаний с западных рынков (резкого сокращения объемов экспорта).

В табл. 1 приведены данные о количестве населения в 48 недружественных странах, перечень которых утвержден Распоряжением Правительства Российской Федерации от 5 марта 2022 года № 430-р.

С введением антироссийских санкций российские экспортеры утратили доступ на рынок стран, население которых составляет свыше 1 193,7 млн человек. Среди них 27 стран Европейского союза с общей численностью населения 445,35 млн человек, 12 европейских стран, не входящих в ЕС (Албания, Андорра, Великобритания, Исландия, Лихтенштейн, Монако, Норвегия, Сан-Марино, Северная Македония, Украина, Черногория, Швейцария), с общей численностью населения 133,13 млн человек, а также 9 прочих недружественных стран мира (Австралия, Канада, Микронезия, Новая Зеландия, Сингапур, Соединенные Штаты Америки, Тайвань, Южная Корея, Япония) – 615,22 млн человек.

Вместе с тем даже с временной и вынужденной утратой западного рынка емкостью менее 1,2 млрд граждан, основную часть (6,8 млрд человек) следует рассматривать как огромный потенциальный рынок сбыта российской продукции.

Как неоднократно в последние месяцы признавалось в экспертном сообществе, санкционное давление на российскую экономику сыграло злую шутку с его инициаторами – стремительный рост цен на основные энергоносители начал негативно сказываться на экономике стран Запада, прежде всего европейских.

Т а б л и ц а 1

Население недружественных стран*

	Страны, недружественные Российской Федерации	Млн чел.	Примечание
1	Австралия	26,45	
2	Австрия	9,07	ЕС
3	Албания	2,88	Европейская
4	Андорра	0,08	Европейская
5	Бельгия	11,78	ЕС
6	Болгария	6,84	ЕС
7	Великобритания	68,87	Европейская
8	Венгрия	9,59	ЕС
9	Германия	83,79	ЕС
10	Греция	10,33	ЕС
11	Дания	5,85	ЕС
12	Ирландия	4,95	ЕС
13	Исландия	0,35	Европейская
14	Испания	46,48	ЕС
15	Италия	60,62	ЕС
16	Канада	38,65	
17	Кипр	1,24	ЕС
18	Латвия	1,84	ЕС
19	Литва	2,62	ЕС
20	Лихтенштейн	0,04	Европейская
21	Люксембург	0,66	ЕС
22	Мальта	0,44	ЕС
23	Микронезия	0,11	
24	Монако	0,04	Европейская
25	Нидерланды	17,28	ЕС
26	Новая Зеландия	4,9	
27	Норвегия	5,59	Европейская
28	Польша	37,89	ЕС
29	Португалия	10,09	ЕС
30	Румыния	18,89	ЕС
31	Сан-Марино	0,03	Европейская
32	Северная Македония	2,09	Европейская
33	Сингапур	6,15	
34	Словакия	5,47	ЕС
35	Словения	2,09	ЕС
36	Соединенные Штаты Америки	336,86	
37	Тайвань	23,93	
38	Украина	43,63	Европейская
39	Финляндия	5,61	ЕС
40	Франция	65,53	ЕС
41	Хорватия	4,08	ЕС
42	Черногория	0,63	Европейская
43	Чехия	10,72	ЕС
44	Швейцария	8,9	Европейская
45	Швеция	10,3	ЕС
46	Эстония	1,32	ЕС
47	Южная Корея	51,93	
48	Япония	126,26	
	ИТОГО	1 193,71	

* Составлено по: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 5 марта 2022 г. № 430-р. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202203070001?ysclid=lp170hpjre176048457>; URL: <https://www.un.org/ru/global-issues/population> (дата обращения: 01.06.2023).

Не избежала этой участи и Великобритания, на долю которой приходилось до 4,5% российского экспорта. Сотрудничество с ней в добрые времена рассматривалось в бизнес-сообществе как значительный успех. По данным Банка Англии, в сентябре 2022 г. инфляция достигла 13,3%, а цены поднялись на 10%. Одновременно инвестиционный банк США Goldman Sachs прогнозировал, что в 2023 г. в Великобритании инфляция вырастет до 22,4%, при этом размер счетов за электричество для британских домохозяйств до конца года увеличится на 80% с одновременным падением британского ВВП на 3,4%. В банке также заявляли, что в четвертом квартале 2022 г. в Великобритании начнется рецессия, а экономический спад продлится как минимум и в первом полугодии 2023 г. Приходится констатировать, что Соединенное Королевство становится самым слабым членом неформального международного клуба G7. Практически все без исключения европейские страны в той или иной степени сталкиваются с вышеперечисленными проблемами, и их рассмотрение как потенциальных импортеров новых российских товаров и услуг по уже озвученным причинам на данном историческом этапе представляется нецелесообразным.

Новая геополитическая реальность поставила перед внешнеторговым потенциалом и логистической инфраструктурой страны серьезный вызов, вынуждая российских участников ВЭД и игроков рынка транспортных услуг трансформировать привычные логистические цепочки [1]. На 15-м Веронском Евразийском экономическом форуме, проходившем в октябре 2022 г. в Баку, вице-премьер Российской Федерации Алексей Оверчук отметил, что Россия переходит от глобальной осевой модели «Восток – Запад» к модели «Север – Юг». На практике это означает, что Россия в целях обеспечения транспортно-логистической доступности новых рынков приступила к строительству международного транспортного коридора «Север – Юг» по 3 маршрутам:

1. Прикаспийский транспортно-логистический коридор с направлениями по западному берегу Каспия через Дагестан, Азербайджан, по Каспийскому морю и вдоль восточного берега Каспия через Казахстан и Туркмению. Все три направления замыкаются в Иране и выходят к рынкам стран Персидского залива и Юго-Восточной Азии.

2. Транспортно-логистический коридор через Казахстан, Узбекистан, Пакистан в Индию.

3. Транспортно-логистический коридор с железнодорожным и автомобильным сообщением через Монголию в Китай.

Актуальным в этой ситуации представляется и решение задач по трансформированию контейнерных грузопотоков через порты Азово-Черноморского бассейна и запуск паромного сообщения с Турцией.

В условиях разворота российских компаний-экспортеров на Восток интересными в контексте настоящего исследования представляются та-

кие данные о зарубежных странах, как численность населения, размер валового внутреннего продукта, размер ВВП на душу населения по паритету покупательной способности.

В табл. 2 сведены данные 30 стран мира – лидеров по показателю «ВВП на душу населения по паритету покупательной способности», позволяющие провести предварительный анализ емкости потенциальных рынков в различных частях света, а также представлена сводная информацию за 2020 и 2021 гг. по численности населения, по объему валового внутреннего продукта (далее – ВВП), по паритету покупательной способности (далее – ППС) и ВВП на душу населения по ППС соответственно.

По ряду вышеназванных обстоятельств особое внимание при анализе рынков будет уделено данным стран Юго-Восточной и Центральной Азии, а также стран арабского мира.

Следует признать, что решение о выборе определенного рынка конкретной страны должно приниматься на основе значительно большего числа показателей. Внимание должно уделяться не только индикаторам финансово-экономического характера, но и показателям политико-экономического, социально-экономического, демографического, географического характера и многим другим с учетом особенностей экспортных товаров и услуг.

Так, актуальным показателем представляется значение объемов товарооборота между Россией и страной – потенциальным партнером, а также динамика его изменения за последние годы.

В табл. 3 приведены данные по объемам товарооборота с 20 странами-лидерами по этому показателю. Китай как один из важнейших торговых партнеров России демонстрирует позитивные результаты – по данным главного таможенного управления КНР, российско-китайский товарооборот по итогам первых восьми месяцев 2022 г. вырос на 31,4% и достиг значения более 117,2 млрд долларов.

Анализ данных табл. 1, 2, 3 позволяет сделать вывод о ряде особенностей при установлении и расширении географии торгово-экономической деятельности российского бизнеса. Прежде всего, большинство стран-лидеров по таким показателям как ВВП (ППС) на душу населения, объем товарооборота с Российской Федерацией находятся в списке так называемых недружественных стран, что налагает определенные ограничения в работе с потенциальными контрагентами. Также при рассмотрении стран по показателю ВВП (ППС) на душу населения следует учитывать и емкость потенциального рынка, который может оказаться достаточно скромным (например, у ряда лидеров: Люксембург – 0,635 млн человек, Макао – 0,683 млн, Бруней-Даруссалам – 0,444 млн, Сан-Марино – 0,034 млн человек).

Т а б л и ц а 2

Список стран-лидеров по ВВП на душу населения и ВВП по ППС
в 2020, 2021 гг.*

Страна	ВВП на душу населения по ППС, долл.		ВВП по ППС, млрд долл.		Население, млн человек	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Люксембург	120086	131875	75,2	83,7	0,626	0,635
Сингапур	99681	116487	566,8	635,3	5,686	5,454
Ирландия	96021	112463	479,4	566,7	4,993	5,039
Катар	96554	104668	259,2	274,1	2,684	2,618
Швейцария	73231	78530	630,2	680,9	8,606	8,67
ОАЭ	71139	73575	660,3	703,4	9,282	9,56
Макао	57882	71123	39,5	48,6	0,683	0,683
Норвегия	65804	70825	354,3	383,5	5,385	5,415
США	63078	69231	20894	22998	331,23	332,18
Бруней-Даруссалам	64715	66795	28,7	29,7	0,443	0,444
Гонконг	59411	66062	441,2	489,1	7,427	7,403
Сан-Марино	59805	65319	2	2,2	0,034	0,034
Дания	59136	63946	344,3	373,5	5,823	5,84
Нидерланды	57665	62841	1003,8	1098,2	17,408	17,475
Тайвань	56038	62527	1320,3	1461,6	23,561	23,375
Исландия	55717	59792	20,3	22,1	0,364	0,369
Австрия	55125	59692	490,7	534	8,901	8,946
Швеция	54396	58962	564,6	616,3	10,379	10,452
Андорра	52452	58383	4,1	4,6	0,078	0,08
Германия	54551	58378	4536,5	4856,8	83,161	83,196
Бельгия	51722	57036	596	659,7	11,522	11,566
Австралия	51777	56403	1329,8	1450,1	25,684	25,709
Финляндия	50041	53757	276,5	297,5	5,525	5,534
Бахрейн	50648	53384	74,6	79,4	1,472	1,487
Канада	48947	52985	1859,7	2025,4	37,995	38,226
Франция	46213	51364	3017	3361,6	65,284	65,447
Великобритания	45329	50388	3040,7	3402,8	67,081	67,531
Мальта	43618	49560	22,4	25,6	0,515	0,516
Саудовская Аравия	46512	49386	1628,5	1751,2	35,013	35,459

* Составлено по: Россия и страны мира. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Rus_stran_mira_2022_short_final.pdf (дата обращения: 11.05.2023).

Т а б л и ц а 3
20 стран-лидеров по объему товарооборота с Российской Федерацией в 2020, 2021 гг.* (в долл.)

Страна	Товарооборот			Экспорт			Импорт		Сальдо торгового баланса		
	2021	Прирост	2020	2021	Прирост	2020	2021	2020	2022	2020	2020
Китай	140 704 469 092	36 735 288 139	103 969 180 953	68 028 867 523	18 967 904 204	49 060 963 319	72 675 601 569	54 908 217 634	-4 646 734 046	-5 847 254 315	
Германия	56 996 006 995	15 046 185 682	41 949 821 313	29 647 377 386	11 115 225 783	18 532 151 603	27 348 629 609	23 417 669 710	2 298 747 777	-4 885 518 107	
Нидерланды	46 439 517 941	17 865 427 085	28 574 090 856	42 155 390 979	17 333 844 020	24 821 546 959	4 284 126 962	3 752 543 897	37 871 264 017	21 069 003 062	
Беларусь	38 426 865 885	9 885 563 340	28 541 302 545	22 801 937 653	6 845 711 871	15 956 225 782	15 624 928 232	12 585 076 763	7 177 009 421	3 371 149 019	
США	34 414 596 467	10 530 303 262	23 884 293 205	17 537 826 371	6 697 176 851	10 840 649 520	16 876 770 096	13 043 643 685	661 056 275	-2 202 994 165	
Турция	33 024 776 900	12 183 509 450	20 841 267 450	26 511 628 952	10 780 647 914	15 730 981 038	6 513 147 948	5 110 286 412	19 998 481 004	10 620 694 626	
Италия	31 354 903 175	11 131 665 247	20 223 237 928	19 322 029 518	9 311 637 569	10 010 391 949	12 032 873 657	10 212 845 979	7 289 155 861	-202 454 030	
Республика Корея	29 882 263 375	10 278 695 670	19 603 567 705	16 896 774 441	4 452 473 575	12 444 300 866	12 985 488 934	7 159 266 839	3 911 285 507	5 285 034 027	
Великобритания	26 732 534 698	157 557 731	26 574 976 967	22 266 064 336	-920 036 113	23 186 100 449	4 466 470 362	3 388 876 518	17 799 593 974	19 797 223 931	
Казахстан	25 620 992 659	6 555 884 318	19 065 108 341	18 477 728 206	4 446 746 024	14 030 982 182	7 143 264 453	5 034 126 159	11 334 463 753	8 996 856 023	
Польша	22 529 564 941	8 204 610 392	14 324 954 549	16 723 086 583	7 260 283 189	9 462 803 394	5 806 478 358	4 862 151 155	10 916 608 225	4 600 652 239	
Франция	22 044 043 947	9 311 559 327	12 732 484 620	9 839 077 875	5 197 715 176	4 641 362 699	12 204 966 072	8 091 121 921	-2 365 888 197	-3 449 759 222	
Япония	19 874 082 971	3 705 207 302	16 168 875 669	10 747 570 472	1 692 451 482	9 055 118 990	9 126 512 499	7 113 756 679	1 621 057 973	1 941 362 311	
Индия	13 556 004 252	4 299 334 977	9 256 669 275	9 128 674 709	3 330 099 652	5 798 575 057	4 427 329 543	3 458 094 218	4 701 345 166	2 340 480 839	
Финляндия	13 222 214 942	3 218 664 847	10 003 550 095	9 656 182 374	2 549 857 067	7 106 325 307	3 566 032 568	2 897 224 788	6 090 149 806	4 209 100 519	
Украина	12 284 260 430	2 365 618 683	9 918 641 747	8 129 446 495	1 818 777 338	6 310 669 157	4 154 813 935	3 607 972 590	3 974 632 560	2 702 696 567	
Бельгия	11 194 073 862	3 304 710 391	7 889 363 471	8 672 042 691	2 940 034 818	5 732 007 873	2 522 031 171	2 157 355 598	6 150 011 520	3 574 652 275	
Чехия	7 638 838 778	1 528 604 114	6 110 234 664	4 016 680 856	1 584 737 253	2 431 943 603	3 622 157 922	3 678 291 061	394 522 934	-1 246 347 458	
Бразилия	7 484 295 498	3 477 265 833	4 007 029 665	5 261 559 608	3 264 507 418	1 997 052 190	2 222 735 890	2 009 977 475	3 038 823 718	-12 925 285	
Испания	7 349 546 646	2 600 709 447	4 748 837 199	3 844 082 550	2 170 046 072	1 674 036 478	3 505 464 096	3 074 800 721	338 618 454	-1 400 764 243	

* Составлено по: Внешняя торговля России. – URL: <https://russian-trade.com/> (дата обращения: 14.06.2023)

Немаловажными, с точки зрения предпринимателей, становятся такие показатели, как уровень религиозности в стране, а также соотношение числа представителей различных религиозных конфессий в населении зарубежных стран. Так, например, в последние годы развитие экспорта халяльной продукции¹ имеет колоссальные перспективы для российских компаний. По убеждению экспертов, мировой спрос на халяльную продукцию может превысить к 2024 г. 2 трлн долларов, при этом потенциал России по ее экспорту оценивается в 400 млн долларов, а к 2030 г. такой экспорт может удвоиться. Сегодня треть от общего спроса на халяльные продукты приходится на страны Ближнего Востока и Северной Африки – около 440 млрд долларов [3]. Показательны в этой связи примеры успешного продвижения на экспорт халяльной продукции российских компаний в страны, где подавляющее большинство населения исповедует ислам. Так, экспорт халяльной продукции в Татарстане по итогам 2022 г. планировалось нарастить на 25–30%, что превысило значение в 7 млн долларов. Сертификатами по стандарту «халяль» обзаводятся крупнейшие мясные переработчики – лидеры рынка «Черкизово» и «Мираторг». Агрохолдинг «Акашево», расположенный на территории Республики Марий Эл, стал первой российской компанией, которая получила одобрение экспертов Исламской палаты исследования при ОИК (ICRIC, Иран) на поставку мяса птицы в страны мусульманского сообщества. Подписан договор на поставку мяса халяльной птицы с компанией Sahel Al-Madina Kompani for Frozen (Саудовская Аравия). Помимо ОАЭ, продукция агрохолдинга поставляется в Иран и Бахрейн. Общий объем поставок, предусмотренный договором, – 38 тыс. т ежегодно [6]. Данный вид экспорта нашел значительную поддержку в рамках реализации федерального проекта «Экспорт продукции АПК», входящего в состав нацпроекта «Международная кооперация и экспорт». Безусловно, решение о планировании бизнеса, связанного с экспортными поставками халяльной продукции, должно предваряться анализом потенциального рынка стран с населением, придерживающимся мусульманских традиций.

Перед принятием окончательного решения о выборе рынка предпринимателю следует произвести прогнозный расчет его емкости, которая рассматривается как категория максимальной загрузки: все товары (либо услуги), которые возможно реализовать в конкретном регионе за определенный период времени. В количественном выражении емкость рынка представляет собой общий объем реализованной продукции. На емкость рынка прежде всего влияют специфика бизнеса, характер продукции, а также глубина и широта ассортимента товаров (услуг). Вместе с тем на емкость рынка дополнительно оказывают влияния сезонные колебания предпочтений потребителей, внешнеполитические решения,

¹ Технология халяль предусматривает соблюдение определенного набора норм и правил, обязательных при производстве мяса по канонам мусульманской кухни.

межгосударственные взаимоотношения, изменения в налоговой политике страны-импортера, покупательная способность населения, а также местные традиции, климат и др. В качестве примера можно привести расчет емкости рынка хлебобулочной продукции.

Так, компания, владеющая сетью пекарен, рассматривает возможность реализации своей продукции в небольшом городе.

Исходные данные:

- численность населения города – 130 тыс. человек, из которых 95% приобретают хлеб ежедневно, а 3% пекут хлеб самостоятельно, остальные 2% не употребляют хлеб по соображениям соблюдения диеты;
- дневная норма потребления – 1 кг на домохозяйство (~ 3 человека);
- средняя розничная цена хлеба (за 1 кг) – 60 рублей.

Размер целевой аудитории:

$$130\,000 \text{ чел.} \cdot 5\% = 123\,500 \text{ чел.}$$

Норма потребления хлеба на 1 чел. в год:

$$(1 \text{ кг} \cdot 365 \text{ дней}) / 3 \text{ чел.} = 121,67 \text{ кг.}$$

Годовая емкость рынка хлеба в исследуемом городе (в кг):

$$121,67 \text{ кг} \cdot 123\,500 \text{ чел.} = 15\,025\,833,3 \text{ кг.}$$

Годовая емкость рынка хлеба в исследуемом городе (в руб.):

$$15\,025\,833,3 \text{ кг} \cdot 60 \text{ руб.} = 901\,550 \text{ тыс. руб.}$$

По мнению экспертов, по итогам 2022 г. объем рынка электронной торговли превысил 5,5 трлн долл., а к 2025 г. может достичь значения 7 трлн долларов, что составит до четверти всех мировых потребительских расходов.

Одним из инструментов онлайн-трансформации бизнеса, продвижения и коммерциализации новых товаров и услуг на зарубежных рынках становятся маркетплейсы.

Применительно к анализу зарубежных рынков, открытых для продвижения и коммерциализации новых российских товаров и услуг, представляется целесообразным рассмотрение существующих в международном экономическом пространстве маркетплейсов с точки зрения их национальной принадлежности, уровня посещаемости, масштабов и географии совершаемых сделок, товарной номенклатуры и др. В табл. 4 представлены 20 наиболее успешных торговых площадок мира по состоянию на 1 марта 2023 г.

Безусловно, выбор конкретных площадок для размещения информации потребует от экспортера более глубокого и детального изучения рынка электронной коммерции, тем более, что, кроме ведущих маркетплейсов, глобальных по географии охвата аудитории, существует большое количество национальных торговых площадок, зарекомендовавших

себя положительно в конкретных странах и регионах, а также множество корпоративных интернет-магазинов, роль и значение которых для малого и среднего бизнеса остается значимым и весомым. Включение в анализ вышеназванных позиций позволит предпринимателям существенно расширить диапазон своих экспортных возможностей.

Т а б л и ц а 4

20 лучших торговых онлайн-площадок в мире*

Наименование торговой площадки	Регион/ страна	Категория продукта	Посещений в месяц
Amazon	Глобальный/США	Общие	5,69 млрд
eBay	Глобальный/США	Общие	2,98 млрд
Shopee	Юго-Восточная Азия/Сингапур	Общие	631,19 млн
Rakuten	Глобальный/Япония	Общие	590,84 млн
AliExpress	Глобальный/КНР	Общие	526,4 млн
Walmart	Северная Америка/ США	Общие	514,03 млн
Mercado Libre	Южная Америка/ Аргентина	Общие	446,97 млн
Etsy	Глобальный/США	Искусство, ремесла и подарки	397,5 млн
Taobao	Юго-Восточная Азия/China	Общие	333,14 млн
Wildberries	Европа/Россия	Общие	279,8 млн
Pinduoduo	Юго-Восточная Азия/China	Общие	263,3 млн
Trendyol	Евразия/Турция	Общие	222,7 млн
Target	США, Австралия/США	Общие	206,5 млн
Flipkart	Азия/Индия	Общие	202,4 млн
Allegro	Европа/Польша	Общие	201,45 млн
Ozon	Европа/Россия	Общие	196,8 млн
JD.com	Юго-Восточная Азия/China	Общие	186,7 млн
Zalando	Европа/Германия	Мода	170,0 млн
Tokopedia	Юго-Восточная Азия/Индонезия	Общие	163,8 млн
Lazada	Юго-Восточная Азия/Сингапур	Общие	144,22 млн

* Табл. 4 и 5 составлены по: [8].

В табл. 5 представлены торговые площадки, сгруппированные по регионам охвата посетителей.

Т а б л и ц а 5

Лучшие торговые онлайн-площадки в мире по регионам охвата посетителей

Регион	Количество торговых площадок	Посещений в месяц
Северная Америка	48	5,54 млрд
Европа	57	3,84 млрд
Восточная Азия	15	2,51 млрд
Латинская Америка	18	1,53 млрд
Юго-Восточная Азия	12	837,04 млн
Южная Азия	9	654,53 млн
Ближний Восток	7	470,97 млн
Австралия	7	157,82 млн
Африка	6	59,85 млн
Центральная Азия	1	7,1 млн

Кроме рассмотренных выше направлений анализа зарубежных рынков, у предпринимателя есть возможность воспользоваться рядом образовательных, информационных и консультационных сервисов, предлагаемых как на федеральном, так и региональном уровне. «В рамках направления по развитию электронной торговли Российским экспортным центром (далее – РЭЦ) на платформе «Мой экспорт» предлагается бесплатный автоматический сервис по подбору маркетплейсов: вас попросят ответить на ряд вопросов, чтобы оценить товар, его экспортную зрелость, готовность работать онлайн, модель продаж (опт, розница), географию. Система выдаст маркетплейсы, на которых уже продается аналогичная продукция» [2].

Все рассмотренные в исследовании мероприятия предлагается включать в комплекс действий при проведении анализа зарубежных рынков, открытых для продвижения и коммерциализации товаров и услуг, представленных российским бизнесом, в том числе среднего и малого сегмента.

В заключение можно сделать следующие выводы:

- во-первых, выработаны методические подходы к определению географии торгово-экономической деятельности в условиях становления и развития российского малого и среднего бизнеса;
- во-вторых, обозначен ряд критериев и пороговых значений при выборе региона и страны потенциального внешнеэкономического сотрудничества, в том числе вхождение страны в список так называемых недружественных стран; уровень обеспеченности населения и емкость потенциального рынка через значения показателей ВВП (ППС) на душу населения и население страны соответственно; значение сальдо торгового баланса как показателя потенциала экспортной деятельности; наличие и успешность торговых онлайн-площадок у страны или региона потенциального направления экспортной активности; учет национальных и региональных особенностей населения страны-импортера.

Список литературы

1. РЭЦ: три направления логистики помогут России переориентировать экспорт. – URL: <https://ria.ru/20221021/rets-1825659809.html> (дата обращения: 17.05.2023).
2. Маркетплейсы как точка роста: как экспортировать через электронные торговые площадки и какие инструменты могут в этом помочь. – URL: <https://incruussia.ru/specials/marketplaces-point-of-growth/> (дата обращения: 05.06.2023).
3. Мировой спрос на халяльную продукцию к 2024 году может достигнуть \$2 трлн. URL: <https://www.agroinvestor.ru/analytics/news/>

37125-mirovoy-spros-na-khalyalnuyu-produktsiyu-k-2024-godu-mozhet-dostignut-2-trln/ (дата обращения: 18.05.2023).

4. Открытый журнал – инвестиции и трейдинг, финансовое планирование. – URL: <https://journal.open-broker.ru/research/eksport-produkcii-iz-rf-itogi-2021-goda/> (дата обращения: 26.04.2023).

5. Путин заявил о значительном росте товарооборота с Китаем. – URL: <https://ria.ru/20220916/tovarooborot-1817418153.html> (дата обращения: 24.04.2023).

6. Халяль на экспорт. – URL: https://sfera.fm/articles/pticeprom/khalyal-na-eksport_1590 (дата обращения: 29.05.2023).

7. Что производит и экспортирует Москва. – URL: <https://moskvichmag.ru/gorod/chto-proizvodit-i-eksportiruet-moskva/> (дата обращения: 15.06.2023).

8. The World's Top Online Marketplaces in 2023. URL: <https://www.webretailer.com/marketplaces-worldwide/online-marketplaces> (дата обращения: 29.05.2023).

References

1. RETS: tri napravleniya logistiki pomogut Rossii pereorientirovat eksport [Russian Export Center: Three Areas of Logistics Will Help Russia Reorient Exports]. (In Russ.). Available at: <https://ria.ru/20221021/rets-1825659809.html> (accessed 17.05.2023).

2. Marketpleysy kak tochka rosta: kak eksportirovat cherez elektronnye trgovye ploshchadki i kakie instrumenty mogut v etom pomoch [Marketplace as a Growth Point: How to Export Via Electronic Trading Platforms and What Tools Can Help with This]. (In Russ.). Available at: <https://incrussia.ru/specials/marketplaces-point-of-growth/> (accessed 05.06.2023).

3. Mirovoy spros na khalyalnuyu produktsiyu k 2024 godu mozhet dostignut \$2 trln. [Global Demand for Halal Products May Reach \$2 Trillion by 2024] (In Russ.). Available at: <https://www.agroinvestor.ru/analytics/news/37125-mirovoy-spros-na-khalyalnuyu-produktsiyu-k-2024-godu-mozhet-dostignut-2-trln/> (accessed 18.05.2023).

4. Otkrytyy zhurnal – investitsii i treyding, finansovoe planirovanie [Open Journal – Investment and Trading, Financial Planning]. (In Russ.). Available at: <https://journal.open-broker.ru/research/eksport-produkcii-iz-rf-itogi-2021-goda/> (accessed 26.04.2023).

5. Putin zayavil o znachitel'nom roste tovarooborota s Kitaem [Putin Announced a Significant Increase in Trade Turnover with China]. (In Russ.). Available at: <https://ria.ru/20220916/tovarooborot-1817418153.html> (accessed 24.04.2023).

6. Khalyal na eksport. [Halal for Export]. (In Russ.). Available at: https://sfera.fm/articles/pticeprom/khalyal-na-eksport_1590 (accessed 29.05.2023).

7. Chto proizvodit i eksportiruet Moskva [What Moscow Produces and Exports]. (In Russ.). Available at: <https://moskvichmag.ru/gorod/chto-proizvodit-i-eksportiruet-moskva/> (accessed 15.06.2023).

8. The World's Top Online Marketplaces in 2023. Available at: <https://www.webretailer.com/marketplaces-worldwide/online-marketplaces> (accessed 29.05.2023).

Сведения об авторах

Людмила Петровна Гончаренко

доктор экономических наук, профессор,
почетный работник высшего
профессионального образования
Российской Федерации,
директор НИИ «Инновационная
экономика» Высшей школы менеджмента
РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет имени
Г. В. Плеханова», 109992, Москва,
Стремянный пер., д. 36
E-mail: goncharenko.lp@rea.ru

Георгий Александрович Тимошенко

кандидат экономических наук,
ведущий научный сотрудник
НИИ «Инновационная экономика»
Высшей школы менеджмента
РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет
имени Г. В. Плеханова»,
109992, Москва, Стремянный пер.,
д. 36.
E-mail: timoshenko.ga@rea.ru

Information about the authors

Lyudmila P. Goncharenko

Doctor of Economics, Professor,
Honorary Worker of Higher
Professional Education of the Russian
Federation, Director of the Research
Institute "Innovative Economics"
of the Higher School of Management
of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian
University of Economics,
36 Stremyanny Lane,
Moscow, 109992, Russian Federation.
E-mail: goncharenko.lp@rea.ru

Georgy A. Timoshenko

PhD, Leading Researcher
of the Research Institute
"Innovative Economics"
of Higher School of Management
of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian
University of Economics,
36 Stremyanny Lane,
Moscow, 109992,
Russian Federation.
E-mail: timoshenko.ga@rea.ru