УДК 339[(47+57):(510)]

С. Ю. Черников

ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВО-ИНВЕСТИЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РОССИИ С КИТАЕМ¹

Аннотация. Статья посвящена исследованию текущих особенностей деловых отношений России и Китая в свете растущей интернационализации российского бизнеса и санкционной политики западных стран. В результате исследования автор выделяет наиболее перспективные направления инвестиционной и экспортной деятельности на внутреннем рынке КНР для российских компаний.

Ключевые слова: интернационализация российских компаний, бизнес с Китаем, экспорт в КНР, формы инвестиций в КНР, перспективные направления торговли России и Китая.

Sergey Chernikov

TRADE AND INVESTMENT COOPERATION FEATURES BETWEEN RUSSIA AND CHINA

Annotation. The article investigates the current features of business relations of Russia and China in light of the growing internationalization of Russian business and the sanctions policy of Western countries. As a result of research the author identifies the most perspective directions of investment and export activity on the domestic Chinese market for Russian companies.

Keywords: internationalization of Russian companies, business with China, export to China, forms of investment in China, promising areas of trade between Russia and China.

Отношения с Китаем всегда являлись важным направлением внешнеэкономической и политической деятельности Российской Федерации. Огромный производственный потенциал Китая до недавнего времени являлся одним из глобальных факторов, обеспечивающих стабильный спрос на широкую номенклатуру сырьевых товаров, составляющих основу экспорта России. Современные же условия ведения международного бизнеса, в которые западные страны поставили Россию, неизбежно способствуют интенсификации и расширению деятельности России на востоке. При этом вопросами взаимоотношений России и КНР на протяжении последних 20 лет занималось огромное число исследователей, всесторонне анализирующих все аспекты межгосударственных, культурных, социальных и экономических коллизий между двумя странами. Тем не менее, следует отметить, что большая часть авторов концентрирует свое внимание на политических и макроэкономических аспектах взаимоотношений РФ и КНР, как правило, не спускаясь на уровень практического взаимодействия российских и китайских предприятий. Причиной данной ситуации, как считает автор, является сложность выявления практических направлений международной экспансии российских товаров на чрезвычайно насыщенные и конкурентные рынки КНР. Китай является наиболее крупной производственной экономикой, производящей товары для всех лидирующих транснациональных компаний мира. Поиск перспективного направления для экспорта российских товаров или капитала в данной стране является крайне сложной задачей. Тем не менее, на данном этапе развития российского бизнеса необходимо уделять все больше и больше внимания именно данному аспекту межгосударственных отношений.

Таким образом, научной целью данной статьи является выявление наиболее перспективных секторов потребительских и промышленных рынков КНР для экспорта российских товаров или капитала на современном этапе интернационализации компаний России. Для достижения данной цели необходимо исследовать путь интернационализации, пройденный российскими компаниями за последние 20 лет, а также выявить соответствующие текущему этапу способы инвестиционного и то-

© Черников С.Ю., 2016

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта № 15-32-01029/15 а1 «Промышленно-технологическая кооперация России со странами-партнерами БРИКС в условиях санкционной политики США и ЕС»

варного взаимодействия с целевыми рынками. За последние 15 лет российский бизнес прошел длительный период становления. Если в начале 21 века основной целью большинства предприятий было выживание, то в дальнейшие годы успешные компании рано или поздно нацеливались на расширение своих операций вне границ РФ. В этом нет ничего удивительного, т.к. наиболее характерными чертами экономического развития мировой экономики сегодня одновременно являются глобализация и региональная интеграция [1]. Рынки большей части потребительских и промышленных товаров имеют глобальный характер, что во многом размывает традиционное деление бизнеса на внутренний и международный.

Современные особенности интернационализации. На сегодняшний день филиалы и производства крупных российских добывающих и машиностроительных предприятий достаточно длительное время действуют во многих странах мира [5]. Характер данного расширения в целом соответствует привычным сценариям интернационализации бизнеса, в течение которой предприятия проходят несколько отличающихся друг от друга этапов. Как правило, первый этап интернационализации характеризуется ростом на домашнем рынке данной компании. При этом в рамках данного этапа руководство компании уже начинает изучать возможности экспорта с точки зрения его предположительных целей и задач. В частности, особый интерес на данном этапе представляет оценка рисков ведения бизнеса за рубежом, что требует гораздо больше информации, чем для принятия управленческих решений «дома». На первом этапе, как правило, сложность состоит в отсутствии интереса у компаний к систематическому анализу обстановки в собственной стране и изучению ее экономических, культурных и социально-политических тенденций. Недооценка значения подобной информации и отсутствие опыта ее сбора впоследствии создает сложности при выборе партнеров и оценке перспектив зарубежных рынков. Практика российских компаний показала, что компании, прошедшие через экономические и политические изменения в собственной стране, намного лучше подготовлены к интернационализации, чем фирмы, условия деятельности которых длительное время были стабильными [8].

Вторым этапом выхода на зарубежные рынки является экспериментальный экспорт. При благополучном исходе руководство компании, как правило, принимает решение развить успех, хотя и сохраняет преимущественную ориентацию на внутренний рынок. Обычно объем экспортных продаж не превышает 10 % общего объема реализации, и сохраняется на этом уровне довольно долго.

Следующий этап – развитие экспорта в близлежащие страны – характерен для компаний, уже не рассматривающих деятельность на зарубежных рынках лишь как прибыльное дополнение к своим внутренним операциям. Объем экспорта таких компаний уже составляет до 40 % общего объема продаж, что переводит сбор информации о рынках, потребителях, конкурентах, а также мероприятия по изучению успешных действий других компаний за рубежом в разряд систематических действий предприятия.

Четвертый этап характерен для организаций, высоко оценивающие свой потенциал и перспективы будущего развития производства за рубежом. Как правило, к данному этапу подходят в первую очередь технологические компании, либо уже полностью завоевавшие домашний рынок, либо не имеющие возможности изменить свою долю на нем, и, как следствие, нуждающиеся в новых рынках сбыта через открытие дочерних компаний за рубежом. На данной стадии руководство концентрируется на консолидации деятельности на глобальном рынке, улучшении координации и интеграции между рынками путем разработки глобальных стратегий, одним из ключевых элементов которых является переход от локальной к глобальной ориентации. Такой путь проходили в истории своего развития многие российские компании – КАМАЗ, ОАО УМПО, АФК Система, Вымпелком, Магnezит и другие [3].

Китай как направление интернационализации для России. В силу важности Китая как торгового партнера России, данное направление расширения стало одним из первых, на которое об-

ратили внимание компании. Однако специфика китайского рынка, его законодательства, культуры и бюрократических процедур поставили перед первыми компаниями, решившимися на открытие подразделений на территории КНР множество барьеров. Например, даже такие базовые вопросы, как стоимость открытия компании с иностранным капиталом, не имеют однозначного ответа. Это зависит от города, провинции, товара и вида деятельности, а также нескольких других параметров, в зависимости от которых будут варьироваться требования к учредителям, условия регистрации и даже структура налогообложения. При этом даже прохождение довольно запутанной процедуры регистрации неизбежно возникает много проблем, связанных с ввозом оборудования или получением дополнительных разрешений от контролирующих органов [6].

Данные особенности послужили поводом длительной дискуссии относительно наиболее благоприятных форм выхода российских компаний на рынки Китая. В практике международного бизнеса выделяют несколько «чистых» форм выхода на зарубежные рынки – это косвенный и прямой экспорт, франчайзинг, лицензирование, прямые инвестиции и совместные предприятия, а также т.н. «сетевые форматы взаимодействия» (международные стратегические альянсы и глобальные кооперационные сети). В современную эпоху электронных коммуникаций границы между данными традиционными формами в значительной степени размываются, оставляя возможность говорить, скорее, о преобладании той или иной формы взаимодействия.

Главной и, возможно, определяющей особенностью КНР в качестве целевого рынка для торгово-инвестиционного взаимодействия является способность китайских предпринимателей к перехватыванию контроля или копированию в кратчайшие сроки интеллектуальной собственности зарубежных партнеров. Любой незащищенный торговый логотип, название, упаковка и прочее отличительное качество товара незамедлительно копируется, оформляется и позволяет распространять на целевом рынке контрафакт под практически идентичным торговым знаком, сводя на нет все маркетинговые усилия зарубежного партнера [4]. Именно с данной существенной особенностью целевого рынка связаны настоятельные и неоднократные рекомендации экспертов всем компаниями, планирующим ведение деятельности в КНР, о регистрации своего торгового знака как в английском, так и в прямом китайском переводе в соответствующих государственных службах Китая (при этом международная «Мадридская» регистрация практически не имеет никакого смысла). Также данная особенность вкупе с особенностями законодательства крайне усложняет такие формы взаимодействия, как франчайзинг и лицензирование.

Текущие особенности торгового взаимодействия с КНР. Прямой или косвенный экспорт, при обеспечении сохранности интеллектуальной собственности (насколько это возможно), является вполне перспективной формой выхода на китайские рынки. У экспортера в данном случае есть выбор между непосредственным поиском сбытовых партнеров из числа китайских предпринимателей и заключением агентского контракта с одной из многочисленных российских торговых компаний, осуществляющих посреднические и консалтинговые услуги. При этом необходимо учесть, что в качестве экспортного продукта на китайском рынке могут выступать далеко не все товары российской промышленности, по причине наличия либо зарубежных, либо локальных аналогов практически для любой позиции товарной номенклатуры. По оценкам автора, в современных экономических условиях для российских компаний перспективными могут являться следующие направления.

1) **Посредничество в поставках сырьевых товаров: топлива, металлов и продуктов химической промышленности.** Данный рынок существует с момента старта торговых отношений РФ с Китаем, и спрос пока что остается стабильным. Безусловно, данные рынки уже давно распределены, однако, как показывает практика, даже на самых насыщенных рынках имеются возможности для новых моделей торговли или улучшения качества сбыта.

2) **Детское питание.** Данный сегмент рынка в КНР довольно давно занят зарубежными марками, т.к. китайцы в целом с недоверием относятся к местным производителям, небезосновательно подозревая последних в низком качестве продукции. Кроме того, отмена Китаем политики «Одна семья – один ребенок» является важным событием, открывающим для данного бизнеса новые перспективы и возможности для входа [9].

3) **Сельскохозяйственная продукция разной степени переработки.** Данное направление включает в себя в основном прямой экспорт продуктов питания постоянно растущему населению Китая. При этом наиболее перспективными эксперты признают морепродукты и мясную продукцию.

4) **Российская высокотехнологичная продукция сферы информационных технологий.** Несмотря на высокий прогресс Китая в развитии национальной индустрии ИТ, российские программные продукты в сферах электронной безопасности, защиты от хакерских атак, обработки данных и телекоммуникации все еще значительно опережают китайские аналоги. Несмотря на существенные инвестиции китайского правительства, можно ожидать, что в ближайшие несколько лет данный разрыв сохранится, оставляя возможности для российских компаний.

5) **Организация поставок в Китай товаров класса «люкс».** Большая часть населения Китая находится за чертой бедности, и доля людей с высокими доходами невелика в процентном отношении. Однако из-за огромной базы этот невысокий процент составляет огромные цифры. Особое внимание в данном контексте сейчас привлекает продукция Российской ювелирной промышленности, т.к. популярность изделий из бриллиантов в Китае сейчас находится на подъеме.

Инвестиционные аспекты межфирменного взаимодействия России и Китая. В случае успешного экспорта и продвижения товара, а также для облегчения дальнейшего укрепления рыночных позиций, экспортеры могут принять решение об открытии на территории КНР отдельное предприятие. Естественно, компании, планирующие производить некую продукцию в Китае с целью ее экспорта в третьи страны, сразу начинают с этого этапа. В КНР есть 3 возможных варианта для создания компании.

1) **Предприятия с полным иностранным участием.** Это структура с ограниченной ответственностью и 100 % иностранной собственностью. Как правило, подобные предприятия являются инвестиционными двигателями в силу лучшего контроля над управлением, бизнес-процессами и интеллектуальной собственностью. Обратная же сторона модели состоит в размере необходимых инвестиций и уровня обязательств.

2) **Совместное предприятие (СП).** Форма партнерства между иностранными и местными предпринимателями, включающая в себя соглашения о разделении капитала, ресурсов, доходов и убытков. В КНР принято два вида СП: «С долями в уставном капитале» и «Контрактное». Первое – аналог Общества с Ограниченной Ответственностью в РФ. Второе же может формально не являться юридическим объединением и представляет из себя партнерство с разделом доходов и убытков согласно заключенному контракту.

3) **Представительство.** В КНР представительство не считается отдельным юридическим лицом и поэтому не может самостоятельно вести бизнес как таковой. Как правило, оно осуществляет поддерживающие функции – продвижение, рыночные исследования, установка и поддержка деловых связей, закупки, логистика.

При выборе одного из вышеуказанных предприятий необходимо также учитывать, что в КНР существует государственный документ под названием «Правила для иностранных инвестиций». Он регламентирует допуск иностранных компаний в различные отрасли народного хозяйства, и, естественно, планы по созданию предприятия с участием зарубежных партнеров должны быть разрешены данным перечнем. В последней редакции были сделаны существенные послабления. Так в последней редакции количество отраслей с ограничениями на участие иностранцев уменьшено с 79 до 38. При

этом, количество отраслей, в которых при создании предприятий необходимо было давать долю китайским инвесторам, снизилось с 43 до 15. Список запретных для иностранцев отраслей уменьшился до 36 [2].

В последние годы КНР, несмотря на различные экономические сложности, продолжает быть одним из наиболее привлекательных объектов для иностранных инвестиций. Так, хотя в 2014 г. объем прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в экономику материкового Китая вырос на 1,7 % по отношению к предыдущему году (итог – 119,56 млрд долл.). Объем же ПИИ в январе-июле 2015 г. вырос по сравнению с аналогичным периодом годом ранее на 7,9 % и уже достиг 76,63 млрд долл. В этот период в Китае было зарегистрировано 14,4 тыс. новых предприятий с участием иностранного капитала (рост на 8,8 %) [7]. Очевидно, что в силу текущей геополитической ситуации, России необходимо присоединиться к общемировым тенденциям, и перенаправить свои инвестиционные потоки в КНР, с целью утвердить свои позиции на одном из самых перспективных рынков планеты.

Таким образом, рассмотренные в статье особенности текущего состояния экономического развития Китая, а также особенности текущей стадии интернационализации российских компаний, предполагают достаточно узкий набор перспективных направлений для торгово-инвестиционного расширения операционной деятельности отечественных предприятий. В первую очередь, такими направлениями является экспорт продовольствия и детского питания, а также отечественных информационных продуктов. При этом на некоторых из вышеуказанных рынков осуществление прямого экспорта является нецелесообразным по сравнению с прямыми инвестициями. В этом случае, несмотря на значительные различия в требованиях к прямым инвестициям в разных регионах КНР, на данном этапе интернационализации российских компаний предпочтительным выглядит создание совместного предприятия.

Библиографический список

1. Бельянинов, А. Ю. Региональная интеграция в условиях глобализации / А. Ю. Бельянинов // *Обозреватель-Observer*. – 2013. – № 2. – С. 43–57.
2. Законодательство КНР об иностранных инвестициях [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ved.gov.ru/exportcountries/cn/about_cn/laws_ved_cn/invest_law_cn (дата обращения : 21.10.2015).
3. Зиннуров, У. Г. Процесс интернационализации российских предприятий / У. Г. Зиннуров, А. Р. Кажемекайте // *Вестник УГАТУ*. – 2012. – № 1(46). – С. 194–198.
4. Окадьев, К. В. Экспорт программного обеспечения: Россия, Индия, Китай / К. В. Окадьев // *Экономика и предпринимательство*. 2014. – № 4-2 (45-2). – С. 74–78.
5. Российский бизнес за рубежом: динамика развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.skolkovo.ru/images/stories/book/SKOLKOVO_Research_Emerging_Russian_Multinationals_Rus (дата обращения : 21.10.2015).
6. Тимохин, В. Л. Пути экономической интеграции на рынок Китая / В. Л. Тимохин // *Проблемы экономики и менеджмента*. – 2015. – № 4 (44). – С. 80–84.
7. Черников, С. Ю. Недостатки китайской модели развития как пример для России / С. Ю. Черников // *Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право*. – 2014. – № 2. – С. 35–41.
8. Штанов, В. А. Рост доли «КамАЗа» на рынке до 60 % вполне реален. Интервью с Сергеем Когогиным» / В. А. Штанов // *Ведомости*. – 2014. – № 3554.
9. Coeurdacier, N. Fertility Policies and Social Security Reforms in China / N. Coeurdacier, S. Guibaud, K. Jin // *IMF Economic Review*. – 2014. Vol. 62. – Issue 3. – P. 371–408.