

Ван Цзинжань

ЭКСПОРТ СТРОИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ В СТРАНЫ СНГ

Сотрудничество в сфере строительства является одной из важнейших составляющих в экономических взаимоотношениях между Китаем и странами СНГ. В деятельности китайских строительных предприятий в странах СНГ главное место занимает подряд строительства объектов инфраструктуры, которые включают в себя в основном железные дороги, шоссейные дороги, мосты, туннели и проекты по водному хозяйству, а также торгово-развлекательные центры и гостиницы, жилье.

Наиболее крупным рынком экспорта строительных услуг Китая является Россия (800,3 млн долл. в 2017 г.). В Казахстан в 2017 г. экспортировано строительных услуг на сумму 529,9 млн долл., в Беларусь – 442,3 млн долл., в Украину – 224,3 млн долл., в Узбекистан – 315,7 млн долл. При этом доля Казахстана в последние годы снижается, тогда как доли России, Таджикистана, Беларуси и Украины увеличиваются.

Согласно оценке международной конкурентоспособности китайские компании на рынках стран СНГ имеют конкретные преимущества. Помимо относительно низких затрат на рабочую силу, есть значительный разрыв между компаниями Китая и их основными конкурентами в масштабах бизнеса, доле и положении на международном рынке, технических возможностях, возможностях научных исследований и разработок, в человеческих ресурсах и эффективности труда, в организационной структуре и механизмах управления. Вместе с тем существуют угрозы положению этих компаний на рынках стран СНГ, важнейшими из них являются: усиление конкуренции и появление новых крупных холдинговых структур, приход на рынок крупных иностранных строительных холдингов, колебания курса доллара и евро.

Ключевыми направлениями развития экспорта строительных услуг китайских компаний в страны СНГ являются: подписание партнерских соглашений с крупными производственными ТНК; заключение партнерских соглашений с инженерно-консультационными компаниями, а также принятие ряда инициатив по разработке «безвозмездных» технико-экономических обоснований строительства; привлечение местных агентских фирм при участии в международных торгах; открытие филиалов. При этом китайским компаниям необходимо принять меры по внедрению новых технологий и совершенствованию экономического механизма, повышению эффективности труда путем разработки и внедрения систем стратегического планирования, маркетинга и финансового менеджмента.

Ван Яцин

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОРПОРАЦИИ ALIBABA GROUP

Стратегические действия Alibaba направлены на поддержание внутреннего китайского рынка, а также на расширение своего бизнеса в развивающихся странах, таких как Индия, которая является второй страной с быстро