

чества в создании транспортно-логистического коридора в Северо-Восточной Азии: ускоренное строительство первого железнодорожного моста через реку Амур позволит соединить Транссиб и Байкало-Амурскую магистрали с портами Ванино, Советская Гавань и Находка, с городом Харбин и впоследствии увеличить грузооборот в регионе.

Специалистам из России и Китая целесообразно изучить возможности развития регионального сотрудничества в электронной торговле между двумя странами, странами Северо-Восточной Азии, Азии и Европы: это позволит расширить границы китайско-российской торговли, снизить стоимость товаров, увеличить эффективность торговли и логистики, сократив цепочку «производитель – потребитель», снизив издержки на хранение товаров.

Необходимо расширение сотрудничества в сфере китайско-российского туризма (а именно беспроцентной торговли, коммерческого туризма) путем увеличения количества ночных рейсов, международных и туристических чартерных рейсов, развития сотрудничества авиакомпаний, аэропортов, турфирм, а также создание приграничных зон свободной торговли, промышленных зон научно-технического сотрудничества, которые могли бы стать кластерами для отработки новых форм двустороннего торгово-экономического взаимодействия.

**Лю Кайли**

## МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Переход к рыночным отношениям обуславливает необходимость разработки предприятием маркетинговой стратегии развития, позволяющей приспособиться к изменению условий ее функционирования.

Проведенный анализ внешнеторговой деятельности китайских компаний в Беларуси показал, что Беларусь не является для Китая значимым импортером: доля белорусской продукции в импортных закупках Китая в 2016 г. составляла всего 0,06 %. Белорусский экспорт в Китай имеет преимущественно сырьевой характер. В 2016 г. китайские товары в импорте Беларуси составили 8 %. Китайский импорт в Беларуси – инвестиционный и потребительский. В рамках инвестиционных проектов осуществляются поставки комплексного оборудования, финансируемые за счет китайских кредитов. Потребительский китайский импорт во многом зависит от платежеспособности населения и склонности к потреблению.

Систематизировав особенности развития белорусско-китайского сотрудничества в сфере телекоммуникаций, мы выявили, что основными стратегиями ведущих ТНК на белорусском рынке телекоммуникационного оборудования являются: экспорт, представительство и производство оборудования. Для работы СЗАО «БелДжи» характерно развитие широкой сервисной сети во всех областных городах Беларуси, производство наиболее популярных моделей автомобилей «Geely» в среднем ценовом сегменте, ориентация на экспорт автомобилей в страны СНГ, разработка программы стимулирования

покупателей. Исследование направлений формирования и реализации глобальной стратегии бизнеса телекоммуникационными компаниями Китая показало, что основными формами организации работы компаний «Huawei» и «ZTE» являются: прямой экспорт с созданием коммерческого представительства; создание совместных предприятий.

С целью расширения деятельности на белорусском рынке компании «Huawei» предложено открыть официальные представительства, создать товаропроводящие сети и развивать дилерство; создать совместное предприятие. Предложены следующие пути развития маркетинговой стратегии компании «Geely» на белорусском рынке: обновление модельного ряда; выход компании на новые сегменты: выпуск автомобилей бизнес- и премиум-класса; повышение качества продукции; повышение уровня гарантийного обслуживания; усиление контроля над рынком автомобильных запчастей или организация продаж через собственные торговые точки; развитие дилерской сети; повышение важности мнения потребителей; внедрение более привлекательных кредитных условий, а также собственной программы утилизации старых автомобилей. Для расширения деятельности на белорусском рынке компании «Geely» предложено создать структуры службы маркетинга по регионам, в частности, открыть представительства в областных городах Беларуси.

## **Лю Мяо**

### **ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КИТАЙСКИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПАНИЙ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ**

Инновационное предпринимательство, новые и высокие технологии, инновации, в целом «новая экономика» в Китае рассматриваются как первостепенный источник экономического роста и как инструмент индустриализации нового типа. Инновационный курс объявлен новой национальной стратегией, направленной на создание предпосылок для мирового научно-технического лидерства КНР на основе ориентированных на будущее самостоятельных инноваций и принципа акцентированного скачка и означает сосредоточение сил на ключевых областях, обладающих определенными преимуществами.

Основную роль в осуществлении поддержки инновационного сектора в КНР традиционно играет государство, но значительное внимание уделяется привлечению частных инвесторов и предприятий к финансированию инновационного сектора. Опора на иностранный капитал в отношении модернизации китайской экономики близка к исчерпанию, по крайней мере в нынешнем ее виде, и требует существенной корректировки. Поэтому повышение способностей к самостоятельным инновациям провозглашается в Китае одной из главных задач развития, инструментом создания основ «новой экономики». Эффективность создаваемых в Китае новых производств оценивается, прежде всего, с точки зрения их содействия внедрению передовых технологий и инноваций.