

ISSN 1025-0184

# Международная

## ЭКОНОМИКА

12/2017



*С Новым годом!*

Содержание

[Главный редактор о главном](#)

[О связи науки, экономической и политической практики](#)

[Наука и практика](#)

Меден Наталия Кирилловна

[Наука, экономика и политика \(научный анализ\)](#)

Статья посвящена поиску оптимальных путей взаимодействия между академической наукой и властными институтами в современной России. Несмотря на известный и во многом оправданный скепсис в отношении потенциальных возможностей гуманитарной науки, такое взаимодействие могло бы оказать позитивное влияние на динамику социально-экономического развития нашей страны при условии максимального освобождения гуманитарных дисциплин от идеологического давления и создания эффективных механизмов взаимодействия между наукой и политикой.

[Геополитика](#)

Хасбулатов Руслан Имранович

[Россия, балансирующая между Европой и Азией](#)

Россия как географический регион находится между двумя сверхмощными субконтинентально-региональными экономическими центрами — ЕС в Европе и Китаем в Азии. Все это объективно требует, во-первых, намного более успешного развития самой страны — мощного экономического рывка. Во-вторых, ускоренного развития экономики многих регионов страны, находящихся в бедственном положении. В-третьих, укрепления многосторонних связей России с ближними соседями — союзниками по ЕАЭС с целью превратить эту интеграционную группу в одну из наиболее успешных в евразийском регионе.

[Кризис экономики и западных ценностей как «новая реальность»](#)

Тетерятников Кирилл Семенович

[Новая реальность/нормальность в мировой экономике и финансах](#)

Статья посвящена актуальным вопросам использования понятия «новая реальность/нормальность» в экономической и финансовой сферах. Автор рассматривает историю появления данного термина в лексиконе политиков и экономистов, разницу в его содержании в западных и российских научно-практических публикациях, перспективы дальнейшего использования в научном обороте и пришел к выводу, что широкое использование данного термина в политике и экономике как в России, так и за рубежом призвано сместить акцент с реальных внутренних, на внешние источники существующих проблем, которые зачастую оказывают лишь косвенное негативное воздействие на экономику и финансы той или иной страны.

[Экспортный потенциал](#)

Погорлецкий Александр Игоревич

[Экспортный потенциал России и возможности роста 1](#)

В данном исследовании охарактеризован экспортный потенциал современной России: выявлены его особенности за минувшее десятилетие, отмечены современные тенденции, проблемы и перспективы. Сделан акцент на поиске новых возможностей роста российского экспорта за счет несырьевых отраслей, включая высокотехнологичную промышленность и информационные технологии,

строительство, производство потребительских товаров длительного пользования, развитие въездного медицинского туризма, а также область культуры и искусства. Отмечена важность имиджевой составляющей экспорта, а также институтов его поддержки. Прослежено влияние режима санкций, ограничивающих возможности развития российских экспортоориентированных секторов. Приводятся примеры деятельности различных российских компаний, иллюстрирующие наличие и успешное развитие экспортного потенциала в разных отраслях национальной экономики.

### [Товарные рынки](#)

Ефанова Елена Павловна

### [Состояние рынков предметов роскоши и ювелирных изделий РФ](#)

В статье говорится о глубоком кризисе, в котором оказался рынок предметов роскоши и ювелирных изделий, а также о возможных путях выхода из него. Представлена краткая история формирования данного рынка в России, дана его классификация и статистика снижения и повышения спроса как в общем, так и на отдельные сегменты.

## Экспортный потенциал России и возможности роста<sup>1</sup>

В данном исследовании охарактеризован экспортный потенциал современной России: выявлены его особенности за минувшее десятилетие, отмечены современные тенденции, проблемы и перспективы. Сделан акцент на поиске новых возможностей роста российского экспорта за счет несырьевых отраслей, включая высокотехнологичную промышленность и информационные технологии, строительство, производство потребительских товаров длительного пользования, развитие въездного медицинского туризма, а также область культуры и искусства. Отмечена важность имиджевой составляющей экспорта, а также институтов его поддержки. Прослежено влияние режима санкций, ограничивающих возможности развития российских экспортоориентированных секторов. Приводятся примеры деятельности различных российских компаний, иллюстрирующие наличие и успешное развитие экспортного потенциала в разных отраслях национальной экономики.

Погорлецкий Александр Игоревич, д-р экон. наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный университет, 199034, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7–9. E-mail: a.pogorletskiy@spbu.ru

Ключевые слова: международная торговля, Россия, санкции, экспорт, экспортный потенциал.

339.9

## Export potential of Russia and growth possibilities

The research provides characteristics of the contemporary Russian export potential taking into account its peculiarities for last decade, modern tendencies, problems and prospects. The author makes an accent on searching new growth possibilities for Russian non-raw material industries such as high-tech sectors and information technologies, construction, consumer long using goods production, development of inward medical tourism, and sphere of culture and art. The importance of image export component and institutional export support is emphasized. The influence of sanction regime which limits possibilities for Russian export oriented sectors development is described. There are also some cases of different Russian companies activities illustrating existence and favorable progress of export potential in various sectors of the national economy.

Pogorletskiy A.

Keywords: international trade; Russia; sanctions; export; export potential.

**Введение.** Текущая ситуация в российской экономике характеризуется т. н. новой нормальностью, связанной с замедлением темпов развития из-за волатильности цен на мировых товарных рынках (с наметившимися тенденциями в сторону понижения стоимости сырья) и усилением влияния геополитических факторов, включая «войну санкций». Это отрицательно влияет на экспортный потенциал России, сокращая стоимостный объем экспорта товаров и услуг, а также меняя географию их поставок за рубеж. При этом 2/3 российского товарного экспорта приходится на энергоносители и продукцию горнодобывающей промышленности, а среди экспорта услуг треть составляют транспортные перевозки, что связано с естественными (абсолютными) преимуществами, которые Россия использует с незапамятных времен. Вместе с тем современный этап развития мировой экономики требует наращивания экспортного потенциала страны за счет высоких технологий и имеющегося интеллектуального капитала. Кроме того, зачастую затруднения в экспорте связаны еще и с тем, что, обладая теми или иными товарами, услугами либо технологиями, Россия просто не может правильно организовать продвижение своих продуктов на зарубежные рынки, создав соответствующую систему поддержки и лицензирования, а также придав российской продукции

позитивную имиджевую составляющую<sup>2</sup>. Очевидно, что рост экспортного потенциала РФ должен быть связан как с необходимыми структурными, так и маркетинговыми компонентами.

*Цель данного исследования* — оценить текущее состояние экспорта товаров и услуг в Российской Федерации, а также обозначить некоторые возможные направления роста экспортного потенциала отечественной экономики (при этом акцент будет сделан на перспективы поставок на внешние рынки ряда российских высокотехнологичных товаров, а также форсирование экспортных продаж определенных видов услуг). Автор в своей публикации развивает идеи, а также теоретические и практические результаты деятельности научной школы кафедры мировой экономики СПбГУ в области международной торговли и торговой политики, в том числе в части оценки экспортных перспектив России как на различных отраслевых рынках (Ерасова, 2004 и 2008; Капусткин, Родионов, 2007; Подоба, 2009 и 2011; Сутырин, Ефимова, Риккио, 2001; Lomagin, 2015, и др.), так и в региональном ракурсе (Сутырин, Капусткин, 2003; Sutyurin, Sherov-Ignatiev, 2005, и др.).

**Российский экспорт за минувшее десятилетие: оценка состояния и характеристика проблем.** Сравнительная характеристика динамики экспорта России и динамики российского ВВП (рис. 1) показывает наличие устойчивой взаимосвязи между двумя данными показателями. Так, рост экспорта до кризиса 2008–2009 гг., а также в посткризисный период 2010–2012 гг. поддерживал позитивную динамику ВВП, а снижение экспорта, напротив, приводило к экономическому спаду (это наиболее очевидно в 2009 г. и начиная с 2014 г.). Обратим внимание также на современный этап развития российской экономики: статистика первой половины 2017 г. показывает, что, несмотря на возобновившийся рост экспорта РФ на фоне улучшения конъюнктуры мирового рынка нефти в начале 2017 г., пока что заметной реакции со стороны ВВП на этот факт нет, хотя в предыдущие переломные моменты за последнее десятилетие при возобновлении роста экспорта позитивная динамика отечественного ВВП была более отчетливой. Очевидно, что структурные изменения, происходящие на мировых рынках и связанные как с поиском нового равновесия цен на сырьевые товары — основные российские экспортные продукты, так и с геополитическими обстоятельствами, также способствующими затруднениям с экспортом российских товаров и услуг, негативным образом сказываются на общем состоянии экономики Российской Федерации.

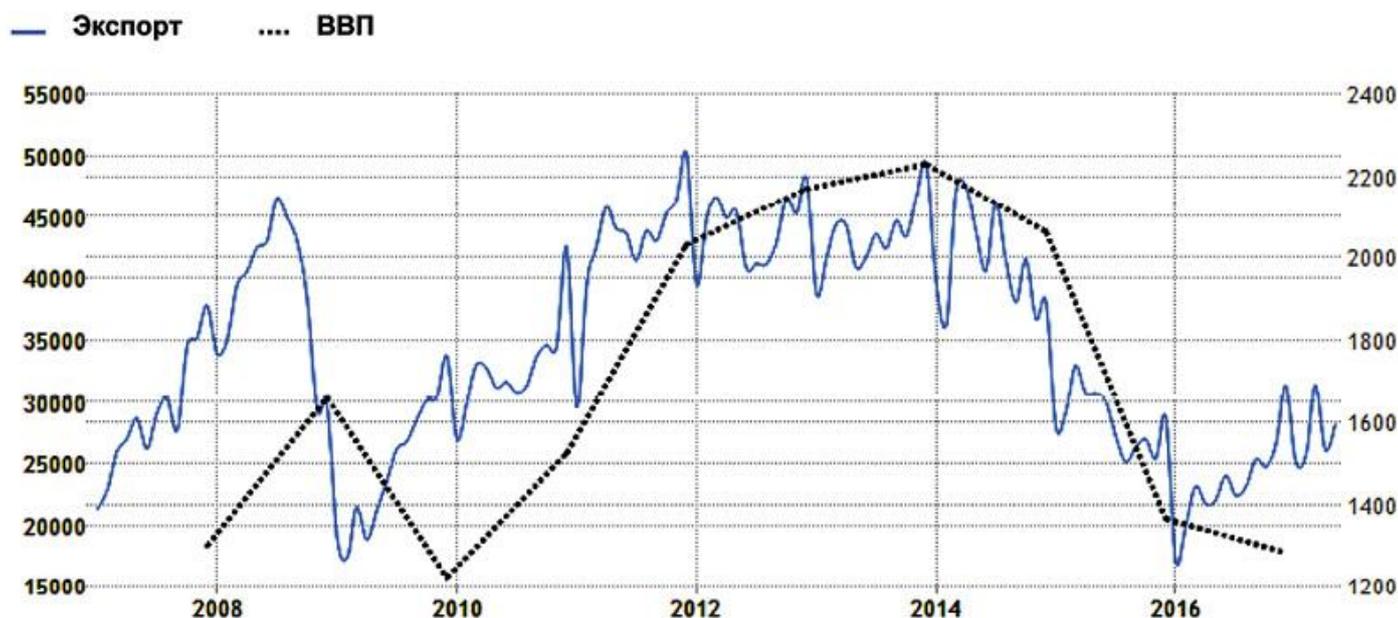


Рис. 1. Динамика ВВП и экспорта РФ, 2007–2017 гг.: сравнительная характеристика  
Составлено по: <https://tradingeconomics.com/russia/exports>.

Ключевые характеристики статистики экспорта РФ за период 2007–2016 гг. представлен в таблице, составленной на основе данных ВТО за соответствующие годы (использованы ежегодники Trade Profiles 2008 — 2017). Анализ данной таблицы позволяет нам сделать следующие выводы:

## Таблица

### Ключевые характеристики экспорта Российской Федерации в 2007–2016 гг.

| Основные показатели экспорта   |                                      | Годы            |                  |                 |                  |               |                  |                  |                  |                   |                   |
|--|--------------------------------------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|---------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
|  |                                      | 2007            | 2008             | 2009            | 2010             | 2011          | 2012             | 2013             | 2014             | 2015              | 2016              |
| 1  |                                      | 2               | 3                | 4               | 5                | 6             | 7                | 8                | 9                | 10                | 11                |
| Место в мировом рейтинге стран-экспортеров   | Товары                               | 12              | 9                | 13              | 12               | 9             | 8                | 10               | 11               | 15                | 17                |
|  | Услуги                               | 17              | 22               | 23              | 23               | 22            | 22               | 21               | 22               | 24                | 25                |
| Доля в мировом экспорте (%)  | Товары                               | 2,55            | 2,93             | 2,43            | 2,63             | 2,86          | 2,88             | 2,78             | 2,62             | 2,06              | 1,77              |
|  | Услуги                               | 1,19            | 1,34             | 1,23            | 1,19             | 1,28          | 1,34             | 1,39             | 1,31             | 1,07              | 1,03              |
| Объем экспорта, млрд долл.   | Товары                               | 355,2           | 471,6            | 303,4           | 400,1            | 522,0         | 529,3            | 523,3            | 497,8            | 340,3             | 281,8             |
|  | Услуги                               | 39,1            | 50,7             | 41,2            | 44,0             | 53,3          | 58,3             | 64,8             | 64,9             | 51,0              | 49,7              |
| Динамика экспорта (% к предыдущему году)   | Товары                               | +17             | +33              | -36             | +32              | +30           | +1               | -1               | -5               | -31               | -17               |
|  | Услуги                               | +27             | +30              | -19             | +21              | +22           | +7               | +11              | -6               | -21               | -2                |
| Товарная структура экспорта (%)  | Сельскохозяйственные продукты        | 6,6             | 5,3              | 6,9             | 5,2              | 5,7           | 6,0              | 5,7              | 6,2              | 8,0               | 8,0               |
|  | Промышленные товары                  | 19,4            | 20,0             | 21,1            | 20,2             | 19,3          | 19,6             | 19,3             | 20,8             | 22,3              | 22,3              |
|  | Энергоносители и минералы            | 72,5            | 73,1             | 69,0            | 70,4             | 71,8          | 71,3             | 71,4             | 70,3             | 67,4              | 67,4              |
|  | Прочее                               | ...             | ...              | ...             | ...              | ...           | ...              | ...              | ...              | 2,3               | 2,3               |
| Ведущие страны — потребители российского экспорта товаров (место и доля в % в структуре экспорта России) | 1                                    | ЕС (55,8)       | ЕС (56,8)        | ЕС (45,9)       | ЕС (52,2)        | ЕС (48,4)     | ЕС (45,1)        | ЕС (45,8)        | ЕС (45,8)        | ЕС (39,6)         | ЕС (45,8)         |
|  | 2                                    | Турция (5,2)    | Турция (5,9)     | Китай (5,6)     | Украина (5,8)    | Китай (7,3)   | Китай (6,4)      | Китай (6,8)      | Китай (6,8)      | Китай (8,2)       | Китай (9,8)       |
|  | 3                                    | Украина (4,7)   | Белоруссия (5,1) | Турция (3,6)    | Турция (5,1)     | Украина (3,8) | Белоруссия (4,0) | Япония (3,7)     | Япония (3,7)     | Япония (4,2)      | Белоруссия (4,9)  |
|  | 4                                    | Китай (4,5)     | Украина (5,0)    | Украина (3,4)   | Китай (5,1)      | США (3,4)     | Турция (3,0)     | Казахстан (3,3)  | Казахстан (3,3)  | Респ. Корея (3,8) | Турция (4,8)      |
|  | 5                                    | Швейцария (4,1) | Китай (4,5)      | Казахстан (3,1) | Белоруссия (4,5) | Турция (3,2)  | Япония (2,9)     | Белоруссия (3,2) | Белоруссия (3,2) | ...               | Респ. Корея (3,5) |
| Структура экспорта услуг (%)   | Транспорт                            | 30,3            | 29,6             | 30,0            | 33,9             | 31,9          | 32,6             | 31,7             | 31,7             | 33,0              | 34,3              |
|  | Туризм                               | 24,6            | 23,6             | 22,8            | 20,4             | 21,4          | 19,2             | 18,5             | 18,1             | 16,4              | 15,7              |
|  | Прочие коммерческие услуги           | 45,1            | 46,8             | 47,2            | 45,6             | 46,8          | 48,2             | 49,7             | 45,3             | 45,3              | 43,7              |
|  | Услуги, связанные с продажей товаров | ...             | ...              | ...             | ...              | ...           | ...              | ...              | 4,9              | 5,1               | 6,3               |

Составлено по: *Trade Profiles 2008–2017, WTO database (<https://www.wto.org>)*.

- начиная с 2013 г. Россия существенно ухудшила свои позиции ведущего мирового экспортера, опустившись к 2016 г. с 8-го на 17-е место в рейтинге экспортеров товаров и с 21-го на 25-е место в рейтинге экспортеров услуг, при этом потеряв почти 40 % былой доли мирового экспорта товаров и чуть больше четверти доли мирового рынка услуг;

- также с 2013 г. темпы роста российского экспорта товаров и услуг — отрицательные;

- заметных изменений в товарной структуре российского экспорта за минувшее десятилетие не произошло: в ней по-прежнему доминируют сырьевые товары (больше 2/3 экспорта), а промышленная продукция увеличила свою долю крайне несущественно, так и не достигнув к 2016 г. четверти товарного экспорта;
- из списка ведущих стран — потребителей российских экспортных товаров исчезла Украина (ее доля в отдельные годы доходила почти до 6 %), сократилась также доля Евросоюза (с почти 57 до менее 46 %), но зато более чем вдвое (с 4,5 до 9,8 %) нарастил свою долю Китай, возросли соответствующие пропорции Японии и Республики Корея — очевиден постепенный поворот курса внешнеэкономической политики России с Европы на Азию;
- в структуре экспорта российских услуг возросла значимость транспорта (с 30 до 34,3 %), но уменьшилась доля туризма (с 24,6 % экспорта услуг в 2007 г. до 15,7 % в 2016 г.).

Обозначенные изменения в экспорте России заставляют задуматься над решением имеющихся проблем, в том числе обратить внимание на имеющиеся потенциальные возможности по наращиванию российского экспорта, особенно в его не сырьевых сегментах. Кроме того, нужно принять во внимание постепенную (на волне нового витка «санкционной войны» между Россией, США и Евросоюзом) изоляцию российских государственных структур, вовлеченных во внешнеэкономическую деятельность. Таким образом, следует провести большую диверсификацию российского экспорта, найдя при этом такие ниши на мировом рынке товаров и услуг, которые позволили бы реализовать свой потенциал как частному сектору экономики, так и наиболее открытым к международному сотрудничеству российским регионам. Мы обратим внимание на некоторые, на наш взгляд, перспективные сферы бизнеса, в рамках которых вполне реально наращивание экспортного потенциала Российской Федерации, в том числе с учетом угроз геополитического характера, рассмотрев при этом возможности (1) поставок на внешние рынки отечественной высокотехнологичной продукции, (2) более активной экспортной деятельности российских строительных компаний, (3) экспортоориентированного производства потребительских товаров длительного пользования, (4) развития въездного медицинского туризма, (5) продвижения российской культуры и искусства за рубеж. На примере данных пяти областей мы покажем, что Россия вполне может быть конкурентоспособна на мировых рынках в вышеозначенных видах деятельности.

**Высокотехнологичный экспорт: перспективные направления развития.** Из индустрии высоких технологий, на наш взгляд, имеющиеся заделы и перспективные разработки отечественных производителей дают неплохие шансы на прочные позиции в таких экспортоориентированных сегментах, как ядерная энергетика, гражданское авиастроение, фармацевтика и производство программных продуктов в сфере информационно-коммуникационных технологий. В ряде данных областей Россия является одним из мировых лидеров, а в некоторых других сферах экспортный потенциал отечественных производителей при благоприятных прогнозах на будущее еще только предстоит наращивать.

*Ядерная энергетика.* Россия обладает уникальными конкурентными преимуществами в мире в производстве, поставке и обслуживании ядерных реакторов: отечественная атомная промышленность выпускает реакторы третьего поколения VVER-1000 и экспортирует. При этом в портфеле российских энергетиков — договоры на экспорт 20 АЭС, а сумма контрактов составляет 133 млрд долл. (Чон Су Ен, 2017). Россия также является одним из партнеров Европейской организации ядерных исследований (ЦЕРН), участвуя в фундаментальных исследованиях в данной области. Заметим, что в области ядерной энергетики Российская Федерация способна поставлять на мировой рынок не только товары (ядерные реакторы), но и целый комплекс услуг послепродажного обслуживания и поддержки, включая развитие целого высокотехнологичного кластера вокруг ядерной энергетики — производство циклотронов, радиоизотопов, препаратов и расходных материалов для медицинских нужд, высокоточных контрольно-измерительных приборов и пр. Некоторая недальновидность общественных настроений в ведущих странах мира из-за «ядерной фобии», существенно замедлившая развитие атомной энергетики в некогда ведущих ее мировых

центрах, включая Германию, Францию, Швейцарию, Скандинавские страны и Японию, сыграла на руку перспективам экспортного потенциала России в этой многообещающей сфере. Однако уязвимостью данной статьи российского экспорта является участие государства в атомных проектах, что попадает под режим санкций стран Запада, направленных против РФ и ее государственных структур.

*Гражданское авиастроение.* В экспорте гражданских авиалайнеров наибольшие перспективы России связаны с уже вставшим на производственный конвейер самолетом «Сухой Суперджет» (SSJ-100) и еще только проходящим заводские испытания MC-21 — новинкой отечественного авиапрома. Из 112 произведенных на середину 2017 г. самолетов SSJ-100 треть лайнеров были в разные годы поставлены иностранным эксплуатантам (в Мексику, Ирландию, Швейцарию, Индонезию, Таиланд, Лаос, Армению и Казахстан). При этом при общих затратах на проект создания самолета, оцениваемых в 2 млрд долл. (Темкин, Преловская, 2015), только один контракт с ирландской авиакомпанией CityJet на поставку 15 лайнеров оценивался в 1 млрд долл. (RT, 2015), что позволяет говорить о коммерческой окупаемости производства данного лайнера. Кроме того, по уровню технической оснащенности, эргономичности и комфорту SSJ-100 не уступает, но в некоторых аспектах превосходит не только своих ближайших конкурентов — бразильские Embraer-190/195 и канадские Bombardier CRJ-1000 и CS100 (производство сопоставимого украинского Ан-148 прекращено — и это тоже сказалось в пользу расширения экспортных поставок SSJ-100), но даже узкофюзеляжные самолеты большей вместимости — Airbus 319/320 и Boeing 737. Поскольку SSJ-100 оказался продуктом, в создании которого приняли участие сразу несколько стран и ведущих компаний мира, он интересен рынку как готовое изделие, в глобальной стоимостной цепочке производства которого объединяются транснациональные интересы. С учетом грамотной маркетинговой стратегии, международной сертификации и быстрого решения неизбежных «детских болезней» нового лайнера это, несомненно, повышает шансы увеличения экспортных поставок SSJ-100 в обозримом будущем, что, помимо всего прочего, способствует и преодолению региональных диспропорций развития России — SSJ-100 выпускается на авиазаводе в Комсомольске-на-Амуре. С учетом имеющегося опыта по введению в коммерческую эксплуатацию и поставкам на экспорт SSJ-100 российские авиастроители могут реализовать в среднесрочной перспективе и задачу, связанную с доводкой и выводением на рынок своей новейшей высокотехнологичной разработки — самолета MC-21, который со временем может занять более интересную нишу, в которой пока монополично действуют игроки более высокого уровня — Airbus и Boeing. Вместе с тем государственная поддержка авиастроительной отрасли в России становится угрозой наращивания ее экспортного потенциала ввиду режима санкций стран Запада.

*Фармацевтика.* Конечно, в сфере экспорта лекарств позиции России на мировом рынке пока более скромные — только 0,12 % доли рынка (34-е место) (Алтайская, 2017). При этом основной акцент в географии поставок до сих пор делался на странах, ранее входивших в состав СССР, а также на развивающихся рынках Юго-Восточной Азии, а в продуктовом ассортименте — на препаратах-дженериках. Тем не менее развитие отечественной фармацевтической отрасли и ее экспортный потенциал претерпевают существенные изменения, чему в немалой степени способствовало принятие в 2009 г. государственной программы «Фарма-2020», оказавшейся одной из самых успешных в отечественной практике. Благодаря этой программе отечественная фарминдустрия в значительной степени преобразилась, начала работать по международному GMP-стандарту (Good Manufacturing Practice). В настоящее время можно говорить уже не просто о возрождении, а и о полноценном развитии производства различных вакцин, препаратов и субстанций в РФ, в том числе высокотехнологичных, с использованием последних достижений биологии, физики, химии, генетики и геномной инженерии. К чести российских производителей они сумели не просто со временем в рамках стратегии национальной лекарственной безопасности реализовать курс на импортозамещение, но и готовы начать масштабную экспортоориентированную экспансию. Среди целевых лекарственных продуктов, поставляемых на экспорт, — вакцины и оригинальные препараты (в том числе получившие американские и европейские сертификаты), маркеры и радиоизотопы, инсулины. Конкурентные преимущества России при этом состоят в низкой себестоимости производимых препаратов и клинических испытаний, тесном междисциплинарном взаимодействии врачей и фармацевтов с представителями технических специальностей (к примеру, в рамках

действующих центров ядерной медицины), стимулирующем законодательстве и прозрачной конкурентной среде.

Одним из интересных кейсов передовых достижений российской фармацевтики, которая наращивает свой экспортный потенциал благодаря успешному механизму государственно-частного партнерства (ГЧП) и применению высоких технологий, является деятельность компании «Герофарм», в короткие сроки ставшей лидером в производстве инсулина в России, причем не только для нужд внутреннего рынка, но и на экспорт. Таким образом, был развеян миф о неспособности России производить качественный и недорогой инсулин с использованием технологий генной инженерии («Герофарм», 2017).

*Продукция сферы информационных технологий.* Экспорт российских информационных технологий за рубеж в 2016 г. составил 7 млрд долл., в 2017 г. ожидается его рост до 10 млрд долл. (Дембинская, 2017), что делает Российскую Федерацию одним из важных игроков на мировом рынке программного обеспечения и прочих продуктов сферы ИТ. В настоящее время российская ИТ-индустрия является одним из драйверов высокотехнологичного развития: немногие страны мира могут похвастаться собственными интернет-поисковиками («Яндекс»), социальными сетями («ВКонтакте» и «Одноклассники»), системами комплексной защиты виртуальной информации («Лаборатория Касперского») и программными продуктами для ведения бухгалтерского учета (1С). Российские аналитики при этом утверждают, что эффективность инвестиций в разработку отечественного программного обеспечения оказывается в пять раз выше, чем от покупки зарубежного («Финмаркет», 2017).

Примечательно, что даже международные скандалы с обвинениями в адрес российских хакеров оказали отечественному программированию скорее позитивную поддержку с точки зрения репутации национальных программистов как высококлассных специалистов, способных на равных конкурировать с США. Тем не менее недалёковидной для дальнейшего успешного развития данной сферы в России является избыточная государственная опека, выражающаяся в растущем контроле информационных потоков, что вынуждает наиболее одаренных представителей отечественной ИТ-индустрии реализовывать свои прорывные проекты за рубежом (Павел Дуров и мессенджер Telegram).

**Экспортная деятельность российских строительных компаний.** Традиционно считается, что экспортировать стройматериалы невыгодно, намного проще локализовать их производство на местах. Вместе с тем российские строительные компании достаточно успешно осуществляют поставки цемента, строительных блоков, кирпича, строительных растворов, бетона, каменной ваты, а также изделий из стекла как на рынок стран СНГ, так и в Евросоюз и Китай. В частности, лидер строительного рынка Северо-Запада России «Группа ЛСР» с 2014 г. экспортирует кирпич собственного производства (компания является крупнейшим в РФ производителем керамического кирпича) в Белоруссию, Казахстан и Финляндию. При этом российские кирпичи оказываются наполовину дешевле соответствующих зарубежных аналогов даже с учетом логистики их поставок на финский рынок («Ради Дома про», 2015). В свою очередь, «ТехноНИКОЛЬ» — крупнейший российский экспортер стройматериалов, базирующийся на Дальнем Востоке, научился конкурировать по себестоимости своей продукции (к примеру, каменной ваты) даже с китайскими производителями, открыв для себя рынки стран Юго-Восточной Азии (Лалякина, 2015). Есть успехи и у строительных компаний — представителей малого и среднего бизнеса. Так, компания из Ростовской области «Ю-Мет» — поставщик строительных металлоконструкций — только за 2015 г. увеличила свою экспортную выручку на 180 % (Восткова и др., 2017). Подобные примеры свидетельствуют о том, что и мировой рынок строительных материалов, на котором существует достаточно жесткая конкуренция как со стороны транснациональных строительных гигантов, так и национальных производителей, постепенно покоряется российским строителям, грамотно организовавшим свой бизнес.

Что касается экспорта строительных услуг, то за период 2013–2015 гг. он сократился с 6 до 3,7 млрд долл. При этом в 2015 г. основной доход (2,9 млрд долл.) был получен российскими

субподрядчиками за реализацию ими строительных работ в России в интересах резидентов зарубежных стран [Центральный банк Российской Федерации (2016 — 48)]. Таким образом, можно предположить наличие серьезных проблем в сфере российского экспорта — спад строительной активности на российском рынке на фоне замедления темпов экономического развития, а также ужесточение режима санкций на отечественные компании с государственным участием — нанесет достаточно чувствительный удар, распространяясь как на строительство транспортно-инфраструктурных объектов, так и на реализацию прочих проектов, реализуемых по программе государственно-частного партнерства. В том числе это станет серьезным препятствием для роста объемов услуг по строительству объектов ядерной энергетики, оказываемых российскими строительными компаниями за рубежом. Вместе с тем определенные надежды в области экспорта строительных услуг связаны с реализацией Россией ряда масштабных инфраструктурных объектов за рубежом — в странах третьего мира. Одним из них является инвестиционный проект создания российской промышленной зоны в Египте, который потребует около 7 млрд вложений в течение ближайших 13 лет («Ведомости», 2017).

**Экспортноориентированное производство потребительских товаров длительного пользования.** Примечательно, что негативные факторы развития отечественного потребительского рынка (в частности, падение доходов граждан, девальвация рубля, рост цен и сокращение продаж, а также избыточные в сравнении с емкостью внутреннего рынка производственные мощности) оказались не так уж плохи для наращивания Россией экспорта потребительских товаров длительного пользования. Этому способствовала еще и стратегически дальновидная государственная политика локализации производства бытовой техники и автомобилей ведущих зарубежных брендов на территории РФ. Как следствие, Россия в статусе нетто-экспортера входит в топ-10 крупнейших мировых производителей стиральных машин, поставляя их в том числе в Германию, Италию и Польшу (Lenta.ru, 2016), а отечественный автопром также последовательно наращивает свой экспорт готовых изделий, запчастей и комплектующих (Королева, 2017). Конечно, бóльшая часть объема выпуска экспортной продукции при этом приходится на транснациональные концерны Bosch und Siemens Hausgeraete (BSH) и Candy в производстве бытовой техники или Renault-Nissan, KIA, Hundai. GM и Volkswagen среди автопроизводителей, но такова общемировая тенденция создания глобальных производственных систем, частью которых становится и РФ. 3 % мирового рынка стиральных машин (8-е место в соответствующей нише) и экспортные доходы, сопоставимые с российским объемом экспорта ракетных двигателей (1 % всего экспорта машиностроительной продукции) (Комраков, 2016) — отнюдь неплохие результаты для отрасли, в которой до этого Россия заметных успехов не имела. Ну а современные технологии, высокое качество сборки и стильный дизайн, копируемый знающими толк в мировых инженерных новинках китайцами (Lada XRay), — такой благодаря сотрудничеству с ведущими зарубежными автопроизводителями становится и российская «Лада». Кроме того, новые заводы с высокотехнологичным оборудованием, созданные на базе зарубежных инвестиций, рабочие места и инфраструктура создают целые производственные кластеры в российских регионах, позитивно влияя на структурный компонент промышленной политики, стимулируя к включению в экспортноориентированные глобальные производственные системы и отечественный бизнес. Поскольку производство потребительских товаров длительного пользования в настоящее время не субсидируется российским правительством, то в данной области отсутствуют риски применения санкций стран Запада, что благоприятствует наращиванию экспортной экспансии.

**Развитие въездного медицинского туризма.** По экспертным оценкам, Россия находится на пятой позиции в мире по привлекательности для медицинского и оздоровительного туризма. Вместе с тем по реальной реализации своих возможностей в качестве мирового центра оказания лечебной помощи она всего лишь 59-я, хотя количество иностранцев, которые приезжают в РФ с целью медицинского туризма, составляет от 7 до 8 млн человек в год (Варламов, 2006). При этом 44 % въездных медицинских туристов обращаются в России за стоматологической помощью, 23 — за гинекологической (включая экстракорпоральное оплодотворение), 17 — прибегают к услугам пластической хирургии, 11 — ортопедии и травматологии, 3 — становятся пациентами сердечно-сосудистых хирургов, а 2 % — офтальмологов (РБК, 2017). Большая часть иностранцев, проходящих лечение в России, — это русскоговорящие пациенты, выходцы из стран постсоветского пространства. 90 % из них предпочитают обращаться в лечебные учреждения Москвы и Санкт-

Петербурга, где стандарты оказания медицинской помощи близки к лучшей мировой практике. Но, как можно заметить из данных статистики, на сложные и высокотехнологичные виды экспорта медицинских услуг едва ли приходится их десятая часть.

Вместе с тем в настоящее время в России функционирует немало передовых по своей оснащенности, клинической практике и научно-исследовательской деятельности медицинских центров, в том числе в онкологии и ядерной медицине, кардиохирургии и хирургии суставов, эндокринологии и гематологии, эпидемиологии и многих других областях. К примеру, в Петербурге работает уникальный для мировой клинической практики Институт мозга человека им. Бехтеревой Российской академии наук, Медицинский институт им. Березина Сергея (МИБС) — это второй по загруженности в мире Центр онкологии, радиохирургии и стереотаксической радиотерапии по числу операций на установке гамма-нож (статистика 2013–2014 гг.), а Научно-исследовательский детский ортопедический институт им. Турнера проводит больше всех в мире операций по трансплантации пальцев стопы ног (Варламов, 2006). В рамках передовых мировых стандартов оказания кардиохирургической помощи в круглосуточном режиме в Северной столице функционирует около 20 стационаров, в городе действует уникальная программа подготовки молодых врачей в области лечения раковых заболеваний «Высшая школа онкологии». Все это подтверждает наличие возможностей для расширения объема оказания медицинских услуг на экспорт, чему в настоящее время уделяется достаточно много внимания. Стимулированию продаж услуг российской медицины за рубеж посвящена специализированная выставка «Медицинский туризм», с 2009 г. проходящая на крупнейшей выставочной площадке Петербурга — в «Экспофоруме». Очевидно, что в обозримом будущем можно рассчитывать на позитивный тренд в развитии въездного медицинского туризма в России, в особенности благодаря успехам реализации государственных программ развития высокотехнологичной помощи в России, «Фарма-2020», реализации ГЧП в сфере медицины и притоку в данную область частных инвестиций (на базе них был создан, в частности, МИБС).

**Продвижение российской культуры и искусства за рубеж.** В настоящее время стоимостные объемы поставок продуктов российской культуры и искусства за рубеж не слишком большие и с трудом могут быть вычленены из общей статистики экспорта. Вместе с тем у них есть достаточно важная имиджевая составляющая, позволяющая использовать т. н. мягкую силу в экспансии России на внешние рынки. Действительно, хорошей альтернативой таким брендовым товарам России, как «автомат Калашникова» или «русская водка», изначально обладающими негативными восприятиями, вполне могут быть однозначно позитивные «русский балет» или «русское фигурное катание», а Mishka из одного из самых популярных в мире мультсериалов «Маша и медведь» ломает стереотипы олицетворения России на Западе в виде злобного, хитроумного, агрессивного, дикого и коварного медведя. В период геополитической конфронтации с Западом, когда санкции — это «всерьез и надолго», России важно продемонстрировать миру, в том числе своим «западным партнерам», свою открытость к контактам, дружелюбие и способность мирного взаимодействия с самыми разными культурами. Кроме того, в условиях, когда сужаются возможности для взаимовыгодного торгового сотрудничества на постсоветском пространстве, где русский язык потерял свой былой авторитет силы мягкого влияния, в том числе и в культурной сфере, важно наметить новые перспективные направления продвижения российской культуры и искусства за рубеж.

К счастью, примеров такого «экспорта» российского культурного кода можно найти не так уж и мало. Так, традиции российской школы фигурного катания, а также успехи российских фигуристов обрели немало поклонников и в Европе, и в Азии (особенно в Японии), и даже в Северной Америке. Соответственно, на крупных международных соревнованиях (Кубок «Ростелекома» и чемпионат Европы — 2018 в Москве) можно ожидать наплыва зарубежных туристов, лояльно настроенных к России. Как правило, при аншлагах проходят зарубежные гастроли ведущих российских балетных, оперных и музыкальных коллективов. Все это еще и со временем вызывает растущий поток зарубежных учащихся в российские вузы, мастер-студии и спортивные школы, что означает не только экспортные поступления (которые, в принципе, невелики), но и, что более важно, позитивный настрой в отношении к России у все большего числа приверженцев российской культуры и искусства. При этом важно формировать позитивный бренд России в глазах западных потребителей с самого детства.

Успех российского мультфильма «Маша и медведь» — отличный кейс, как это можно сделать, отбросив имперско-идеологическую составляющую. Более миллиарда просмотров одной из серий на YouTube, трансляция по телеканалам в 22 странах мира с адаптированным переводом, доходы от продаж почти 300 млн долл. в 2016 г. (Устинова, 2016), любовь и детской аудитории, и родителей не только в христианских, но и в мусульманских странах, умелый маркетинг — вполне достойно для того, чтобы рекомендовать данный пример для более пристального изучения, в том числе российскими экспортерами в других сферах деятельности. Таких высококачественных продуктов с широким охватом целевой аудитории по всему миру, что позволяет не только получать доходы, но еще и высокую степень лояльности стране-производителю, у России не очень много, но успех одного из них может позитивно влиять на появление достойных последователей.

**Проблемы и перспективы выхода российских поставщиков товаров и услуг на зарубежные рынки.** Хотя принято считать, что расширению российского экспорта несырьевых товаров препятствует их невысокий уровень качества и недостаточная инновационность, но это не всегда так. И авиалайнеры, и автомобили, и кирпичи, и мультфильмы российского производства — это качественные продукты, соответствующие глобальным трендам. Но зачастую российские производители элементарно плохо работают с каналами и системами сбыта (включая лицензирование и франчайзинг), не знают зарубежные рынки и тенденции на них, не в состоянии предложить надежный послепродажный сервис и не готовы сами создавать ауру положительного имиджа своей продукции. Конечно, крупные российские экспортеры в последнее время много чего в своей деятельности меняют в лучшую сторону, добиваясь успехов, но малый и средний бизнес, как правило, чаще оказывается в затруднительном положении. Для решения комплексных проблем в деле наращивания экспорта российских товаров и услуг за рубеж желательна всемерная поддержка государства, главной задачей которого становится не просто субсидирование отечественных экспортеров, но и использование косвенных методов продвижения создаваемых ими продуктов на зарубежные рынки. Примечательно, что в последнее время государство обратило внимание на имиджевую составляющую, акцентировав усилия на привлекательности национального бренда *Made in Russia* (рис. 2).



Рис. 2. Логотип национального бренда «Сделано в России» для внешнего рынка

Вместе с тем рецепты успешного экспорта российских товаров и услуг за рубеж не столь уж и сложны: минимум прямого участия государства в проектах, которые вполне могут быть успешными без государственного финансирования и контроля (производство каменной ваты на экспорт или создание школы повышения балетного мастерства зарубежных исполнителей), но более активное участие государства в создании необходимой инфраструктуры экспорта (качественное образование, налоговое стимулирование, регулирование финансового сектора, создание особых экономических зон и пр.), умелое управление каналами сбыта, использование механизмов защиты российских экспортеров в рамках членства в ВТО от заградительных импортных пошлин и обвинений в демпинге, а также всемерное повышение узнаваемости России и ее продуктов через высокое качество товаров и услуг российского производства и их позитивный имидж.

И конечно, главная из проблем, которая зачастую мешает российскому экспорту, — это институциональная составляющая, проявляющаяся в том, что часто государственные институты могут сдерживать развитие перспективных производств, ориентированных в том числе и на внешние рынки, по неэкономическим мотивам. Именно этим объясняется то, что и российский изобретатель

радио Александр Попов из-за режима секретности на русском императорском флоте, где он служил, не сумел в противовес итальянцу Гильермо Маркони коммерциализировать свое изобретение, и Игорь Сикорский — отец русской авиации — был изгнан из Советской России, способствовав успехам американского авиастроения, и лазер тоже изобрели «засекреченные» советские ученые-физики Николай Басов и Александр Прохоров, которые хотя и получили за это Нобелевскую премию, но ни СССР, ни современная Российская Федерация не доминируют в мировом производстве и экспорте лазеров. Основное, что помешало коммерциализации и экспорту соответствующей российской продукции в трех вышеназванных случаях, — это неразвитость соответствующих институтов, которые могли бы содействовать выходу с инновационными разработками Императорской, а затем и Советской России на внешние рынки. Это, к сожалению, до сих пор не преодолено и в Российской Федерации, поскольку институциональный фактор по-прежнему является крайне важным в стремлении форсировать рост отечественной экспортной продукции.

**Заключение.** Наше исследование позволяет сделать следующие выводы:

- несмотря на трудности в современном экономическом развитии, а также вопреки растущему влиянию геополитических факторов, Российская Федерация обладает определенным потенциалом для увеличения количественного и качественного экспорта товаров и услуг;
- неплохими возможностями для форсированного развития экспортного потенциала России обладают такие сферы деятельности, как фармацевтика, информационные технологии, производство товаров длительного потребительского пользования в рамках глобальных производственных систем, въездной медицинский туризм и область культуры и искусства, — в них действующий против России санкционный режим не является препятствием к расширенной бизнес-активности, в том числе с участием зарубежных инвесторов;
- экспорт российских ядерных технологий и атомных электростанций, созданных на их базе, а также авиалайнеров и оказываемых Россией строительных услуг в настоящее время может быть затруднен санкционным режимом США и Европейского союза, что ставит дальнейшее развитие данных сфер и их экспортного потенциала на основе механизмов государственно-частного партнерства в зависимость от дипломатического решения проблемы;
- при продвижении российских товаров и услуг на зарубежные рынки необходимо учитывать имиджевую составляющую, повышая позитивный образ России для зарубежных потребителей, и наилучшими шансами в данном направлении обладают культурные экспортные продукты России;
- основными препятствиями для наращивания российского экспорта являются институциональные ограничения, преодолеть которые не так просто;
- многочисленные истории успеха отдельных российских компаний — экспортеров товаров и услуг свидетельствуют о наличии у России экспортного потенциала в несырьевых отраслях, причем данный потенциал поступательно нарастает.

1. Статья выполнена в рамках проекта РФФИ № 17-02-00688 «Трансформация внешнеэкономической политики России в меняющихся геополитических условиях». The article was wrote in frames of the Russian Foundation for Basic Research Project No. 17-02-00688 Transformation of Russian Foreign Economic Policy in a Changing Geopolitics.
2. В настоящее время в числе топ-10 российских брендов (включая культурные) неизменными лидерами являются «Калашников» (автомат Калашникова) и «водка» (водка «Столичная»/ «Московская») (см. BrandReport, 2013; Мильчин, 2014; Захаров, 2015), что едва ли позволяет позитивно воспринимать Россию и российскую культуру в мире.

Литература:

1. Алтайская Е. Какими лекарствами из России лечат за рубежом? // Катрен Стиль: Онлайн-журнал для фармацевтов и медицинских работников. — 2017. — № 156 [Электронный ресурс]. — Режим доступа:

[https://www.katrenstyle.ru/articles/journal/pharmacy/kakimi\\_lekarstvami\\_rossiya\\_znamenita\\_za\\_gubezhom](https://www.katrenstyle.ru/articles/journal/pharmacy/kakimi_lekarstvami_rossiya_znamenita_za_gubezhom) (дата обращения: 13.08.2017).

2. Варламов А. Лечебное путешествие // Коммерсант.ru. — 25 мая 2016 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/2994141> (дата обращения: 13.08.2017).
3. Инвестиции в создание российской промзоны в Египте составят около 6,9 млрд долл. // Ведомости — 2017. 9 августа [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/newslines/economics/news/2017/08/08/728525-investitsii> (дата обращения: 13.08.2017).
4. Воробьева И. В., Лукичева Т. А. Использование зарубежного опыта для реализации стратегии национального брендинга в легкой промышленности России // Экономика и управление. — 2014. — № 9 (107). — С. 23–26.
5. Востокова А., Чумичев А., Козлов В. Как масштабировать южный экспорт // Эксперт online. — 2017. 10 августа [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://expert.ru/south/2017/05/kak-masshtabirovat-yuzhnyij-eksport/> (дата обращения: 13.08.2017).
6. Дембинская Н. Технологии на экспорт: почему России нужен глобальный IT-рынок // РИА «Новости». — 2017. 27 января [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ria.ru/economy/20170127/1486662978.html> (дата обращения: 13.08.2017).
7. Ерасова Е. А. Научно-технические и экспортные возможности российского оборонно-промышленного комплекса // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 5. Экономика. — 2004. — № 1 (5). — С. 28–33.
8. Ерасова Е. А. Экспортные возможности оборонно-промышленного комплекса современной России // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 5. Экономика. — 2008. — № 1. — С. 65–72.
9. Захаров И. Самые знаменитые бренды России в мире. — 2015. 27 марта [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://basetop.ru/samyie-znamenityie-brendyi-rossii-v-mire/> (дата обращения: 13.08.2017).
10. Капусткин В. И., Родионов П. П. Особенности развития мирового рынка фармацевтической продукции и интересы России // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 5. Экономика. — 2007. — № 1. — С. 77–86.
11. Комраков А. Падение зарплат стимулирует вывоз товаров из РФ. Экспорт стиральных машин сравнялся с продажами ракетных двигателей // Независимая газета. — 2016. 25 ноября [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.ng.ru/economics/2016-11-25/4\\_6869\\_export.html](http://www.ng.ru/economics/2016-11-25/4_6869_export.html) (дата обращения: 13.08.2017).
12. Королева А. Россия из импортера становится экспортером автомобилей // Expert Online. — 2017. 8 августа [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://expert.ru/2017/08/7/import-avtomobilej-v-rf-ruhnl/> (дата обращения: 13.08.2017).
13. Лалякина А. Российские стройматериалы ждут в Китае и Индии // Известия. — 2015. 3 сентября [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://iz.ru/news/590861> (дата обращения: 13.08.2017).
14. Мильчин К. 10 российских культурных брендов, известных в мире [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://expert.ru/russian\\_reporter/2014/22/10-rossijskih-kulturnyih-brendov-izvestnyih-v-mire/](http://expert.ru/russian_reporter/2014/22/10-rossijskih-kulturnyih-brendov-izvestnyih-v-mire/) (дата обращения: 13.08.2017).
15. Подоба З. С. Россия на рынках топливно-энергетических товаров стран Северо-Восточной Азии: Дисс. ... канд. экон. наук / Санкт-Петербургский государственный университет. — 2009.
16. Подоба З. С. Проблемы и перспективы экспорта российского угля // Записки Горного института. — 2011. — Т. 191. — С. 158–163.
17. Попова Л. В. Перспективы экспорта российской нефти в Китай // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 5. Экономика. — 2007. — № 2. — С. 58–67.
18. Ради Дома про. Новости. — 2015. 24 апреля. Группа ЛСР начала экспорт кирпича в Европу [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.radidomapro.ru/ryedktzij/proyzvodstvo-materialov/stroymateriali/gruppa-lsr-natchala-eksport-kirpicha-v-evropu-12554.php> (дата обращения: 13.08.2017).
19. РБК Санкт-Петербург и область. — 2017. 26 мая. Петербург бросает вызов мировым центрам медицинского туризма [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://spb.rbplus.ru/news/592c21a17a8aa9462dd403a2> (дата обращения: 13.08.2017).

20. Сутырин С. Ф., Ефимова Е. Г., Риккио Э. Россия как логистический посредник на евразийском континенте // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 5. Экономика. — 2001. — № 2. — С. 108–110.
21. Сутырин С. Ф., Капусткин В. И. Внешнеэкономические связи Санкт-Петербурга: тенденции и перспективы // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 5. Экономика. — 2003. — № 2 (13). — С. 21–27.
22. Темкин А., Преловская В. Перегрузка «Суперджета»: почему самолет «Сухого» приносит одни убытки. РБК. — 2015. 8 июня [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rbc.ru/business/08/06/2015/55747fb69a794751d9136dbc> (дата обращения: 13.08.2017).
23. Устинова Н. Маша и Медведь: История успеха // Русский очевидец. — 2016. 5 июля [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://rusoch.fr/ru/events/masha-i-misha-istoriya-uspeha.html> (дата обращения: 13.08.2017).
24. Фармацевтическая компания «Герофарм». Пресс-центр. — 2017. 30 января. Национальный продукт. Российский инсулин [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.geropharm.ru/press\\_center/2664/](http://www.geropharm.ru/press_center/2664/) (дата обращения: 13.08.2017).
25. «Финмаркет». Новости. — 2017. 16 августа. Эффективность вложений средств в разработку российского ПО в пять раз выше, чем от покупки зарубежного софта [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.finmarket.ru/news/4589026> (дата обращения: 16.08.2017).
26. Центральный Банк Российской Федерации, 2016. Внешняя торговля Российской Федерации услугами — 2015. Статистический сборник [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.cbr.ru/statistics/credit\\_statistics/External\\_Trade\\_in\\_Services\\_2015.pdf](https://www.cbr.ru/statistics/credit_statistics/External_Trade_in_Services_2015.pdf) (дата обращения: 13.08.2017).
27. Чон Су Ен. Дешево, быстро и без поломок. Топ конкурентоспособных товаров РК // Портал ИноСМИ.ру. 29.07.2017 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://inosmi.ru/economic/20170729/239932922.html> (дата обращения: 13.08.2017).