

# **Теоретические основы формирования и реализации экспортного потенциала государства: современные методологические аспекты**

## **Theoretical foundations for the formation and implementation of the export potential of the state: modern methodological aspects**

УДК 330.83

Получено: 15.08.2022

Одобрено: 12.09.2022

Опубликовано: 25.10.2022

**Аллаярова Н.И.**

Аспирант кафедры Международных экономических отношений, Российская таможенная академия г. Люберцы  
e-mail: len170121@outlook.com

**Allayarova N.I.**

Postgraduate student, Department of International Economic Relations, Russian Customs Academy of Lyubertsy  
e-mail: len170121@outlook.com

### **Аннотация**

Актуальность представленного рассмотрения определяется активным развитием международной торговли, усилением ее влияния как на макроэкономические процессы, так и на экономические отношения субъектов внешнеторговой деятельности. Формирование теорий, моделей международной торговли, которые рассматриваются в работе, в большинстве своем основывалось на эмпирических данных, полученных в результате исследований. Большой вклад в развитие теории международной торговли внес М. Портер. Целью представленных исследований является теоретический анализ подходов к объяснению сложной структуры международной торговли в интересах определения содержания категории «экспортный потенциал государства». Научная новизна представленных исследований заключается в формировании модели декомпозиции теорий внешней торговли на базе проведенного ретроспективного анализа, которая представлена в ранее проведенном исследовании. Практическая значимость полученных результатов заключается в формировании сущности понятия «экспортный потенциал государства».

**Ключевые слова:** теоретические основы, формирование, реализация, экспортный потенциал государства, историко-методологические аспекты.

### **Abstract**

The relevance of the presented consideration is determined by the active development of international trade, the strengthening of its influence on both macroeconomic processes and economic relations of subjects of foreign trade activity. The formation of theories, models of international trade, which are considered in the work, mostly based on empirical data obtained through research. Great contribution to the development of international trade theory was made by M. Porter. The aim of the presented research is to analyze theoretically the approaches to explaining the complex structure of international trade in order to define the content of the

category "export potential of the state". The scientific novelty of the presented research lies in the formation of a model for decomposition of foreign trade theories on the basis of the conducted retrospective analysis, which is presented in the previously conducted research. The practical significance of the obtained results consists in the formation of the essence of the concept of "export potential of the state".

**Keywords:** theoretical foundations, formation, implementation, export potential of the state, historical and methodological aspects.

### **Введение**

История экономики – важнейшая часть экономической теории, в составе которой политическая экономия как совокупность наиболее устоявшихся экономических доктрин и истории развития экономической мысли (история экономических учений) [39]. Выяснение главных тенденций и направлений развития экономической мысли является важным инструментом познания теории международной торговли. Существование классификации экономических теорий и концепций внешней торговли позволяет раскрыть сущность, место и роль международного обмена в системе экономических отношений.

Следующая тенденция неоклассических теорий международной торговли, определяющая развитие экономической мысли – это объяснение различных аспектов международной торговли экономистами второй половины XX столетия через призму допущений и абстракций. Более того, эта группа новейших теорий (теория эффекта масштаба, модель внутриотраслевой международной торговли, динамические модели международной торговли, теории технологического разрыва, жизненного цикла товара в международной, внутриотраслевой торговле, несовершенной конкуренции) предлагает новые подходы, принципы, способные объяснить сложную структуру международной торговли, в равной степени уделяя внимание анализу предложения и спроса на товары в международной торговле.

В условиях развития внешней торговли, нового международного экономического порядка, переходом национальной экономики к новым политико-экономическим отношениям экспортный потенциал страны является одним из важнейших инструментов макроэкономического развития страны.

В данной работе автором, в продолжение рассмотрения историко-методологических аспектов формирования и реализации экспортного потенциала государства [49], рассмотрена группа новейших (альтернативных) теорий, которые связывают преимущества стран прежде всего с технологическими факторами, поскольку раскрытие содержания теоретических положений новой политической экономии, как ответвления неоклассического направления должны способствовать формированию на их основе терминологического и понятийного определения экспортного потенциала государства.

### **Цель исследования**

Таким образом, целью представленного исследования является теоретический анализ подходов к объяснению сложной структуры международной торговли в интересах определения содержания категории «экспортный потенциал государства».

### **Методологическая основа и методическая база исследований**

Методологическую базу исследований составили фундаментальные теоретические положения в области выявления, анализа, объяснения причин развития и повышения роли торговли между странами, формулирования теорий, введение концепций международной торговли и приведения к общему механизму их формирования с целью выявления причинно-следственных связей и закономерностей, определяющих сущность и содержание проблем практического применения тех или иных концепций, а также конкретизации последствий участия во внешней торговле для национальной экономики [7, 9, 12, 13, 20-23, 26, 28, 29, 31-33, 36].

Методическую базу представленных исследований составили научные разработки в области:

- структуризации теорий, толковании понятий (Макрусев В.В. [1], Черныш А.Я. [2], Райзберг Б.А. [3]);
- динамических технологических различий между странами (инновационная составляющая экономического развития) (Тебекин А.В. [4, 6, 8, 40], Черныш А.Я. [5], Шпак Г.Б. [10], С.Ю. Глазьев [11]);
- внутриотраслевого и межотраслевого торгового обмена между странами (Волгина Н.А. [30], Киреев [24], Cieřlik A., Wincenciak L. [25], Гнидченко А.А. [27]);
- исследования проблем конкурентоспособности национальной экономики (Померанцева Н.Ю. [34], Бутаев Р.Ш. [35], Портер М. [36, 37], Тебекин А.В. [41-46], Убель С.В. [38]).

### **Основные результаты исследований**

Необходимо отметить, что однозначной трактовки и четкого определения понятия «экспортный потенциал государства» на сегодняшний день не существует, в связи с этим это делает необходимым подробно рассмотреть ряд новейших экономических теорий (вторая половина XX в.), учитывающих структурные и отчасти политические изменения, а также раскрывающих принципы оптимального участия национальных экономик во внешнеторговом обмене, факторы конкурентоспособности отдельных стран на мировом рынке, так и объективных закономерностей развития международной торговли.

Любая теория – это целостная, стройная логическая система достоверных знаний в определенной области – объекта данной теории, содержание которой определяется совокупностью компонентов теории:

- понятия и категории, вводимые по определенным логико-методологическим принципам и правилам;
- общие и частные теоретические модели изучаемых объектов;
- теоретические законы и закономерности;
- научные положения и утверждения;
- идеи (концепции);
- методы, технологии, методики и др. компоненты [1, 2].

Понятия – это наипростейшие концептуальные формы теории. Они – теоретический образ признаков, свойств и отношений изучаемых объектов [2]. Главной особенностью понятия является то, что оно никогда не соотносится лишь с признаком отдельного объекта (явления процесса). Оно всегда есть образ того или иного признака класса объектов, качественно идентичных друг другу, но отличных друг от друга количественно.

Родовым для понятия «экспортный потенциал государства» является понятие «экспорт». В соответствии с Современным экономическим словарем под «экспортом» понимается: «...вывоз, за границу товаров, проданных иностранным покупателям, предназначенных для продажи на иностранных рынках или для переработки в другой стране. К экспорту относят также перевозку товаров транзитом через другую страну и вывоз привезенных из другой страны товаров для продажи их в третьей стране (реэкспорт)» [3]. При этом в вышеуказанном словаре отдельно дается определение понятия «экспортный потенциал», который понимается, как «потенциальная способность, возможность данной страны экспортировать имеющиеся у нее или производимые ресурсы, продукты» [3].

Сущность категории «экспортный потенциал государства» основывается на сущности и содержании понятий «экспорт» и «потенциал». Определение содержания исследуемой категории требует достаточно тщательного системного осмысления с позиций теоретико-методологического подхода. Кроме того, необходимо установление взаимосвязей, сопоставлений понятия «экспортный потенциал» с составляющим его

категорией «экономический потенциал», который также представлен в упомянутом Экономическом словаре, как «совокупная способность экономики страны, ее отраслей, предприятий, хозяйств осуществлять производственно-экономическую деятельность, выпускать продукцию, товары, услуги, удовлетворять запросы населения, общественные потребности, обеспечивать развитие производства и потребления». Экономический потенциал страны определяется ее природными ресурсами, средствами производства, трудовым и научно-техническим потенциалом, накопленным национальным богатством [3].

Вместе с тем, в результате экспорта возникают дополнительные ресурсы, эффективное и рациональное использование которых стимулирует экономический рост национальных государств, а также расширяются и углубляются экономические отношения между отдельными странами, группами стран, отдельными экономическими союзами, организациями и фирмами. Значение экспорта для экономики России заключается в том, что он является важным финансовым внешнеторговым фактором модернизации национальной экономики, а также может стать важным инструментом развития имеющихся и потенциальных конкурентных преимуществ страны в международном разделении труда в части производства и экспорта конкурентоспособной отечественной продукции с высокой долей добавленной стоимости, гарантирующей максимальный экономический эффект от внешней торговли, например, дополнительная выручка для федерального бюджета.

Достижение такой экономической цели невозможно без решения двух взаимосвязанных задач: развитие экспортного потенциала (диверсификация экспортной базы национальной экономики, обеспечение необходимых капиталовложений в инновационные отрасли экономики, например) и расширение отечественного экспорта (рынка сбыта российской продукции), поддерживая интересы российского предпринимательства на внешнем рынке в условиях постоянно усиливающейся глобальной конкуренции, принятии дискриминационных мер в отношении России.

Экспортный потенциал и его фактическая реализация служат основным индикатором конкурентоспособности страны в международном разделении труда, а также являющийся одним из инструментов макроэкономического развития России (обеспечение и поддержание конкурентных возможностей страны; создание конкурентоспособной экономики знаний и передовых технологий; расширение глобальных конкурентных преимуществ в традиционных отраслях экономики; превращение инноваций в ведущий фактор экономического роста во всех секторах экономики; переход к инновационной экономике; обеспечение структурной диверсификации и др.).

Задача состоит в том, что правительствам стран, принимающих решения по вопросам экономической политики, межгосударственным организациям, регулирующим экономическую политику своих участников, частным фирмам, предприятиям, отдельным предпринимателям, составляющим несущую основу мирохозяйственных контактов, необходимо применение в оптимальном сочетании принципов протекционизма и свободы торговли в мирохозяйственной деятельности, исходя из целей максимального эффективного включения национальной экономики в мирохозяйственные отношения. Во многих странах ключевой задачей в области международной торговли является содействие экспортерам в вывозе как можно большей своей продукции, сделав их продукты более конкурентоспособными на иностранном рынке, и ограничить импорт с помощью импортных тарифов, квот и других инструментов торговой политики, сделав иностранные продукты менее конкурентными на внутреннем рынке.

Принципиально новыми подходами, объясняющими современную структуру международной торговли, и в равной степени уделяя внимание анализу предложения и спроса на товары в международной торговле является группа новейших

(альтернативных) теорий внешней торговли, которые связывают преимущества стран с технологическими факторами, инновациями, различным уровнем монополизации рынков, дифференциацией товаров и др.:

- I. Технологические теории.
- II. Теория эффекта масштаба и несовершенной конкуренции.
- III. Теории внутриотраслевой международной торговли.
- IV. Теория конкурентных преимуществ.

В настоящее время основополагающей проблемой любой экономической системы является обеспечение ее роста. К концу второй половины XX в. постепенно возникло понимание того, что главными факторами развития экономики являются научно-технический прогресс (НТП), эффективность системы управления новыми научно-техническими знаниями, постоянная разработка и внедрение передовых технологий.

Серьезное влияние на жизнь общества оказывает целый комплекс достижений НТП и инноваций – это компьютерные, лазерные, микроволновые, полупроводниковые, робототехнические технологии, технологии средств связи, генной инженерии, получения синтетических топлив и т.д. Сегодняшние ускоренные темпы автоматизации и цифровизации всех сфер и отраслей производства и управления, и уровень насыщения рынка требуют от предприятий быстро реагировать на новые разработки, а еще лучше предлагать нововведения [4], поскольку при выходе нововведений на рынок и их реализации в качестве инновации возникает рост конкурентоспособности товара, обеспечивается рост объемов продаж и прибыли, предприятие дольше удерживает на рынке свои конкурентные преимущества. Таким образом, повышение инновационной активности – важнейшее условие формирования эффективной инновационной экономики [5].

Известный ученый в области инновации и родоначальник теории инноваций Йозеф Алоиз Шумпетер:

- первым указал на техническую новацию как экономическое средство получения высокой прибыли: «Прибыль, по существу, является результатом выполнения новых комбинаций, без развития нет прибыли, без прибыли нет развития» [6, 7];

- исследовал инновационные процессы, выявил роль предпринимателя в инновационном процессе;

- отмечал, что предприниматель является связующим звеном между изобретением и нововведением [7, 8].

Следует отдельно отметить, что в теории инноваций Й. Шумпетера исследуются основные закономерности экономического развития, более того ученый соотнес экономический рост предприятия и экономическое развитие, конкретизировал, что развитие – это создание нового ранее неизвестных продуктов, технологий или услуги – инновации, а рост – это увеличение объема производства товаров и услуг [9]. Ключевую роль в экономическом развитии играют инновации и изобретения, предприниматели (новаторы и имитаторы), кредитно-денежная система, монополия в результате опережающей коммерциализации изобретений и идей. То есть капиталистическая экономика для Й. Шумпетера не может быть понята в отрыве от данных факторов, способствующих конкуренции и прибыли как дохода от инноваций, тем не менее экономическая сущность данного явления не была показана.

В качестве причин циклического развития экономики австрийским ученым рассматриваются вопросы взаимосвязи новых научно-организационных комбинаций производственных факторов и длинных циклов. Этот подход тождественен концепции больших циклов (48-55 лет) Н.Д. Кондратьева [47].

Формирование теории инноваций Й. Шумпетером играло важную роль в решении стратегических проблем развития производства в XX в. В своей теории австрийский ученый отмечал: «новые комбинации сил и вещей (инноваций) служат основой развития и вытеснения существовавших ранее технологий» [8]. Понятие «инновация» он ввел в

своей работе «Теория экономического развития» (1912), где инновации понимались как новые комбинации сил и вещей, имеющих в нашей сфере.

Область применения инновации достаточно широкая, поэтому управление инновационным процессом требует подразделять инновации, где решающим фактором выступают комбинации инновационных изменений.

Й. Шумпетер выделял пять характерных изменений, присущих инновации [8, 9]:

1) изготовление нового, т.е. еще не известного потребителям, блага или создание нового качества того или иного блага (с более новыми потребительскими свойствами: функциональными, эксплуатационными и др.) или создание нового количества каких-то благ, услуг;

2) внедрение нового, т.е. данной области промышленности еще практически не известного, метода (способа) ведения производства, хозяйствования, в основе которого не обязательно лежит новое научное открытие и который может заключаться также в новом способе коммерческого использования соответствующего товара;

3) освоение нового рынка сбыта (не только сбыта готовой продукции, но и финансов, рабочей силы, производственного оборудования и т.д.), т.е. такого рынка, на котором до сих пор данная отрасль промышленности этой страны еще не была представлена, независимо от того, существовал этот рынок прежде или нет;

4) получение новых источников сырья, материалов, энергии, топлива и т.д. или полуфабрикатов, например, ввоз новых зарубежных технологий посредством внешней торговли, получение зарубежной техники и технологий в процессе освоения иностранных инвестиций, собственные технологические разработки с использованием новых энергетических источников (солнечной, геотермальной энергии, энергии ветра, водорода и др.) и т.д.);

5) проведение соответствующей реорганизации производства, материально-технического снабжения и сбыта и т.д., например, обеспечение монопольного положения (посредством создания треста) или подрыв монопольного положения другого предприятия.

Следует отметить, что, по мнению Й. Шумпетера, вышеуказанные пять случаев процесса «осуществления новых комбинаций» тождественны процессу экономического развития.

Й. Шумпетер обоснованно разделяет два термина «инновация» и «инновационный процесс». Инновационный процесс связан с созданием, освоением и внедрением инноваций. В контексте инновации как процесса – нововведение развивается во времени и имеет отчетливо выраженные стадии.

Согласно трактовкам Й. Шумпетера [9, 10] инновация:

1) новая научно-организационная комбинация производственных факторов, мотивированная предпринимательским духом;

2) это изменения с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных и транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности – так называемый процесс «созидательного разрушения», во внутренней логике нововведений – новый момент динамизации экономического развития;

3) (от англ. Innovation) – по смыслу идентична понятию «нововведение» и подразумевает под собой объект, внедренный в производство в результате проведенного научного исследования, сделанного научного открытия, качественно отличный по своим параметрам от предыдущих аналогов либо не имеющий аналогов, приносящий существенную экономическую выгоду.

Таким образом, инновация является конечным результатом инновационной деятельности (процесса). При этом инновационную деятельность следует рассматривать в контексте процесса организации, координации научно-производственной,

экономической деятельности персонала управления по созданию, освоению и внедрению инноваций [5].

Принципиально важным в концепции Й. Шумпетера является то обстоятельство, что новейшие научно-технические достижения позволяют не только сократить производственные издержки и удешевить их, но и способствуют увеличению других факторов производства, а также максимизации дополнительно полученной стоимости.

Таким образом, Й. Шумпетер, разработав теорию инноваций, заложил основу для разработки проблематики инноваций в различных областях экономической науки, что, в свою очередь, способствовало бурному развитию данной теории различными учеными.

Значительный вклад в развитие теории инноваций сделали российские ученые, разработав концепцию технологических укладов. Так, С. Глазьевым был введен в научный оборот термин технологического уклада [11], а также развил теорию Н. Кондратьева [47] и выделил пять технологических укладов. Позднее А. Тебекин выделил семь технологических укладов [48].

Инновационный фактор развития экономики неразрывно связан с познанием закономерностей развития производственных систем, совершенствованием качества и изменением количества используемых ресурсов, и оптимизацией структур их управления, а, следовательно, и их информационного содержания.

Важной составляющей смены экспортно-сырьевой ориентации российской промышленности на инновационную, которая сейчас свойственна стране является увеличение мощностей национального хозяйства, реализация имеющегося высокого научно-технического потенциала, квалифицированной рабочей силы в развитии экономических субъектов и государственных институтов. Вместе с этим необходима диверсификация видов деятельности; формирование источников и каналов долгосрочных инвестиций; поиск и стимулирование точек экономического роста; устранение различных барьеров на пути выхода отечественных предприятий промышленности на мировой рынок и стимулирование экспорта продукции с высокой степенью переработки; создание рациональной структуры организационно-хозяйственных отношений, учитывая вышеназванные сравнительные преимущества страны, а также принимая во внимание классические положения экономической теории в контексте существующих экономических реалий. Конечно, реализация вышеперечисленных факторов наращивания экономических мощностей предполагает проведение осмысленной промышленной политики, которая должна исходить из имеющихся ресурсов на фоне современных тенденций регулирования денежно-кредитной сферы.

Основной моделей динамических технологических различий стала попытка дать ответ на вопрос о том, как изменение технологии с течением времени влияет на внешнюю торговлю. Так, американский экономист Майкл Познер один из первых, кто обосновал идею взаимосвязи технологических изменений и взаимной торговли стран, разработав модель технологического разрыва (1961 г.) [12]. Согласно данной модели, новейшие технологии, или новый метод (способ) производства, полученные одной страной, наделяют ее сравнительными преимуществами в соответствующей отрасли, производя товары с меньшими издержками и, тем самым, позволяют ей выигрывать конкурентную борьбу на внешних рынках [12]. Однако такое положение может продолжаться ограниченное время, пока другие страны не преодолеют технологический разрыв в соответствующей отрасли. По мнению М. Познера, когда технологический разрыв перестал быть таковым, причины для развития торговли данным товаром исчезают.

Концепция данной теории лежит в объяснении причин торговли между развитыми странами, а также между странами, пропорционально равными между собой факторами производства.

Так, в 1966 г. модель технологического разрыва была развита другим американским экономистом, Раймондом Верноном. В общеизвестной работе «Международные инвестиции и международная торговля в жизненном цикле товара» ученый описал модель цикла жизни товара [13], которая может рассматриваться и как самостоятельная теория внешней торговли, и как теория, развивающая теорию сравнительной наделенности факторами производства. Однако, в отличие от последней, модель Р. Вернона исследует сравнительное преимущество стран в динамике, а не в статике.

В концепции рассмотрения цикла жизни товара в международной торговле отмечается, что некоторые страны специализируются на производстве и экспорте современной высокотехнологичной продукции, в то время как другие сосредоточены на производстве и вывозе уже известных товаров. Промышленно развитые страны, располагающие достаточными финансовыми ресурсами и высококвалифицированной рабочей силой, способной вести научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) и внедрять результаты исследований в практику, в состоянии инвестировать больше средств для обновления технологий (нано-, био-, информационно-коммуникационные и аддитивные технологии), усиления стимулов к нововведениям и, производя на их основе новую продукцию (программные продукты, комплексы управления сложными технологическими системами и др.), и пополняя ею рынок, получают динамическое сравнительное преимущество перед другими странами.

В соответствии с общим тезисом теории жизненного цикла товара, продукт возникает с момента жизнеспособности на рынке и уходит с момента достижения целей продавца, проходя несколько этапов жизни в международной торговле – внедрение, рост, зрелость, упадок. Доктрина цикла жизни товара в международной торговле обосновывает схему, по которой разработка технологического нововведения осуществляется на этапе внедрения после выявления потребности в продукции; после чего организуется производство, товар совершенствуется, растут его продажи внутри страны, начинается экспорт за рубеж.

На *этапе внедрения* возникает повышенная трудоемкость продукта. По мере технических усовершенствований, освоения новых видов технологического оборудования осуществляется переход к крупносерийному массовому производству. Это обосновывает относительно больший удельный вес в экспорте готовой продукции промышленно развитых стран – 77%, в частности лидерами в торговле готовыми изделиями (трудоемких товаров) являются Германия (14,2%), США (13%), Япония (12,9%), что вызвало так называемый парадокс Леонтьева.

Для *этапа роста* характерно насыщение соответствующих общественных потребностей внутри страны, создается необходимая инфраструктура для увеличения объемов производства и сбыта нового товара за рубеж из страны, где он был разработан, продукт становится более стандартизированным, отвечающим требуемому рынком уровня. Иностранной конкуренции пока нет, страна-производитель имеет временную монополию в производстве и торговле новым продуктом, создаются предпосылки для развития международной кооперации.

*Этап зрелости* предусматривает перенос технологий и производств из развитых стран в развивающиеся, где низкие издержки на рабочую силу и слабые социальные гарантии. Развивающиеся страны, производя продукцию на основе лицензии насыщают не только свои рынки, но импортируют эти товары в страны нововведений для последующего сбыта ими в других странах, выводя их (товары) на глобальный рынок, что обусловило экспортный бум. Кроме того, на данном этапе уравнивается спрос, усиливается роль ценовой и тарифной политики, продукция стандартизирована, что характерно для крупносерийного масштабного производства на передовой технологической основе в развивающихся странах, в частности в так называемых новых индустриальных странах (Сингапур, Тайвань, Гонконг, Республика Корея, Малайзия и



др.). В качестве примера можно привести изделия телевизионной аппаратуры, бытовой техники, оргтехники, вычислительной и компьютерной техники и т.д.

При достижении последнего *этапа (упадка)* жизненного цикла товара инвестиции в развитие технологии приносят убывающую отдачу, так как происходит сужение рынка в развитых странах, производство и сбыт сосредоточены в большей степени в развивающихся странах, а страна нововведений, ориентированная на данную продукцию, становится чистым импортером. В связи с этим передовые компании промышленно развитых стран концентрируются на разработке, производстве и внедрении во внешнюю торговлю технологически сложной, более совершенной готовой продукции. Применение данной теории неэффективно в случае особо дорогостоящих товаров. В действительности, данная теория дает промышленно развитым странам международные технологические преимущества, благодаря которым они расширяют свои возможности установления контроля над рынками менее развитых стран.

Мировая экономика расширяет традиционные рамки трактовки теории жизненного цикла товара, т.е. помимо нововведений, касаемых насыщения общественных потребностей, становится важным – направленность на экономию ресурсов, в связи с чем особое значение приобретают аддитивные технологии.

Под аддитивными технологиями (от англ. to add — добавлять) понимается способ объединения материала для выращивания изделия из данных 3D-модели с помощью 3D-принтера. Преимущества аддитивных технологий заключаются в том, что данный вид технологии позволяет в короткие сроки конструировать и воспроизводить объекты с высокой трудоемкостью создания в условиях обычного традиционного производства от мельчайших деталей со сверхсложной конфигурацией и внутренней структурой в медицине или аэрокосмической отрасли до крупных промышленных конструкций; снижение стоимости жизненного цикла продукта; высокая мобильность; сокращение сроков вывода новых продуктов на рынок; снижение издержек производства; экономия ресурсов и минимизация отходов; из-за отсутствия загрязняющих веществ в производстве происходит снижение загрязнений окружающей среды. Россия занимает 11-е место (2% от мировой доли) в мире по производству и внедрению аддитивных технологий. Тем не менее российский рынок 3D-печати вырос в несколько раз, совокупные продажи оборудования, комплектующих и услуг в сфере аддитивного производства (в том числе НИОКР) достигли 4,5 млрд руб. в год по данным 2018 г. в настоящее время на российском рынке аддитивных технологий отечественное оборудование занимает около 42%, а импортное порядка 60%, что говорит о снижении импортозависимости по данным Минпромторга [14].

Аддитивные технологии как один из драйверов развития современной промышленности формируют сравнительные преимущества современных передовых компаний. По данным Минпромторга [14] в России эксплуатируется около 600–650 промышленных 3D-принтеров, из которых лишь около 10% – аддитивные машины, работающие с металлическими порошками. Теория жизненного цикла становится неотъемлемой частью перехода к непрерывному инновационному этапу развития мировой экономической системы, важнейшим элементом которой является распространение технологий и институтов мирохозяйственных связей.

Таким образом, следует отметить, что положения динамических теорий международной торговли, в частности теории цикла жизни товара, международную торговлю объясняют с позиций динамических различий в технологических уровнях отдельных стран. Более богатые страны (наиболее экономически развитые), у которых наивысший показатель валового внутреннего продукта на душу населения и соответственно достаточно хорошая обеспеченность квалифицированной рабочей силой и научными исследованиями, позволяет этим странам производить и экспортировать высокотехнологичную продукцию, в которой реализуются научно-технические

разработки, не производимую в других странах, наращивая тем самым свое экономическое преимущество в мировом хозяйстве.

Важным моментом, раскрывающим экономическую сущность преимуществ производства и экспорта высокотехнологичных продуктов, является то, что в процессе разработки и производства используется высококвалифицированный труд, который обладает свойством, что является наиболее развитым общим фактором (может использоваться в различных отраслях промышленности), создает продукцию с наиболее высокой долей добавленной стоимости в цене, позволяющую получить при реализации такой продукции на мировых рынках дополнительный экономический выигрыш в виде интеллектуальной ренты от экспорта продукции высококвалифицированного труда. Это труд научных работников, разработчиков, программистов, конструкторов, стоимость рабочей силы которых наиболее низкая относительно величины вновь созданной стоимости.

Из общей экономической теории известно, что внешняя торговля рассматривалась как один из факторов умножения преимуществ отдельной страны в мировом хозяйстве и как фактор, противодействующий падению нормы прибыли отдельной фирмы, приводит к оптимальному распределению факторов производства (труд и капитал) между отраслями.

Данное утверждение, выдвинутое сторонниками классической модели, относится к XVIII-XIX вв. В соответствии с воззрениями классиков – использование более дешевой рабочей силы и сырьевых материалов ведет к минимизации издержек производства и повышению размеров выигрыша от торговли. Для внешней торговли характерно некоторое удешевление элементов постоянного капитала и сокращение времени, необходимое для производства жизненных средств, которые воплощаются в переменном капитале, в связи с чем норма прибыли увеличивается, а себестоимость постоянного капитала снижается (т.е. сумма начисленного износа основного капитала и затрат сырья снижается).

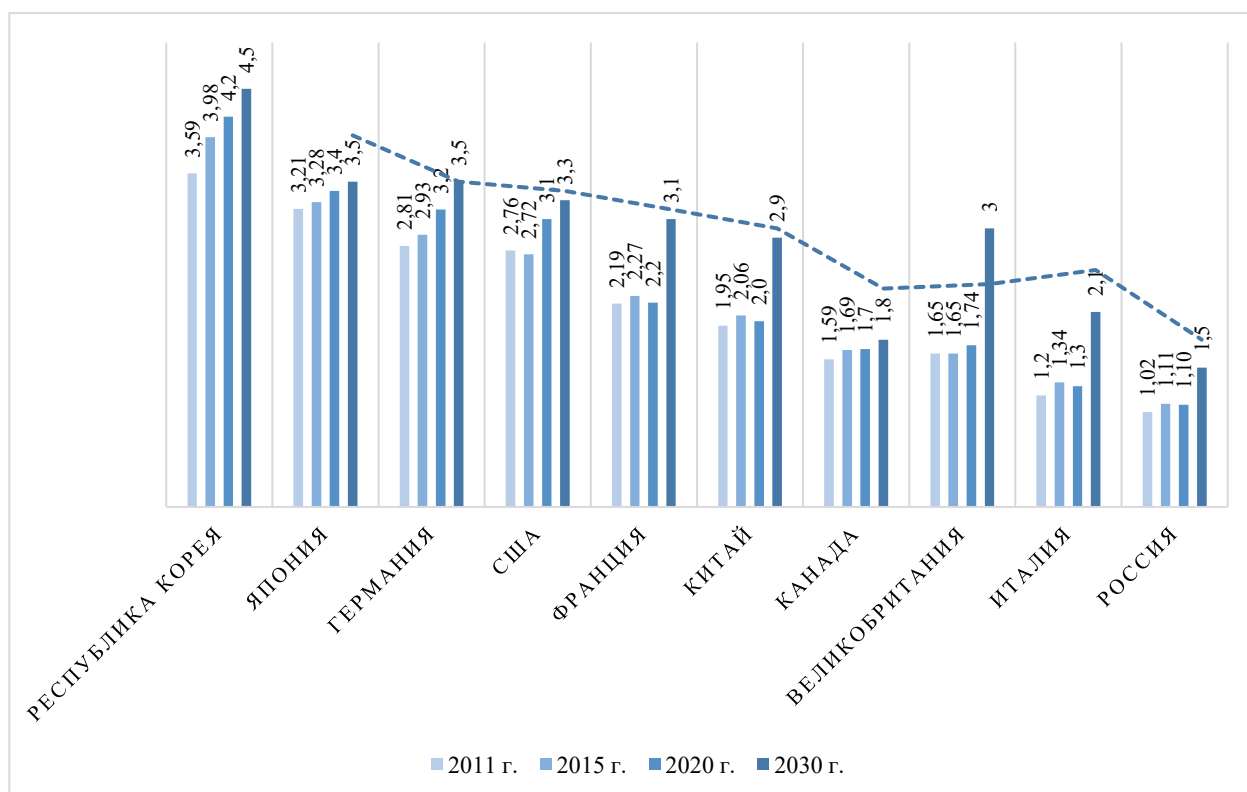
Суть этого утверждения сводится к тому, что внешняя торговля для всех стран-участников приносит абсолютную выгоду, но на практике это трудно реализуемо. Важной составляющей в современном технологическом укладе является тенденция перехода к экономике научных знаний, а главным фактором развития современной экономики любой страны является научно-технический прогресс. Развитие НИОКР и высококвалифицированный труд в большей степени позволяют наращивать производство высокотехнологичной продукции и определяют сегодня конкурентоспособность национальной экономики – в мировой торговле экономические эффекты получают те страны, которые поддерживают необходимый уровень вложений в образование и науку, путем реализации различных инструментов промышленной политики: субсидирование научно-исследовательских работ, льготные кредиты, активное государственное стимулирование инновационных направлений и др., что, в свою очередь, должно заинтересовать предприятия во внедрении технологического нововведения (результатов научно-технического прогресса).

Важнейшей целью современной промышленной политики государств становится задача по созданию и преумножению конкурентных преимуществ, а также в полной мере удовлетворять постоянно возрастающие общественные потребности посредством внедрения высокотехнологичной продукции, освоения выпуска сырьевых товаров и топлива с наибольшей долей добавленной стоимости, обновления основных фондов.

Подобный вектор промышленной политики будет стимулировать инвестиции в развитие отраслей «высоких технологий», а также позволит расширить сбыт товаров, произведенных с использованием сложного труда и с более высокой долей добавленной стоимости, что, в свою очередь, приведет к максимизации экономического эффекта от внешней торговли и обеспечению высоких темпов экономического роста. Данная трактовка следует из теории внешней торговли, и находит подтверждение в мировой

практике, что экономические выигрыши каждой страны обусловлены реализацией ее потенциала в ускорении разработки и производства продукции, обеспечивающей получение наибольшей экономии у потребителя. В какой степени готова это реализовать каждая страна, зависит от структуры экономики страны и уровня совершенства ее хозяйственного механизма.

Однако следует отметить, что в случае преобладания в структуре промышленного производства доли топливно-энергетического комплекса и химико-металлургического комплексов и отказа от собственного производства и соответственно замена ее импортируемой высокотехнологичной продукцией, никакого экономического выигрыша страна не получает и более того разрыв в отставании от передовых стран увеличивается, которые составляют «ядро» современного мирового технико-экономического пространства (США, Япония, Южная Корея) и имеют высокую долю расходов на НИОКР в валовом внутреннем продукте (рис. 1).



**Рис. 1.** Расходы на научные исследования и опытно-конструкторские разработки (НИОКР), в % от ВВП России и других стран [15-19]

Таким образом, проблема нарастания технологического и институционального отставания, неэквивалентного внешнеэкономического обмена характерна и для современного этапа развития России, которая обеспечивает себя практически только сверхдоходами от экспорта энергосырьевых товаров, что неизбежно влечет ее сырьевую направленность (специализацию).

Углублением развития модели М. Познера стало применение к ее парадигме, предложенной Гэри Клайдом Хафбауэром в 1966 г., так называемого имитационного лага [20]: временное технологическое превосходство дает стране-изобретателю возможность использовать в международной торговле сравнительное преимущество в производстве современной высокотехнологичной продукции в течение определенного ограниченного времени. Кроме того, Г. Хафбауэр ввел в модель еще один элемент для удлинения имитационного лага – динамическую экономию от масштаба производства. Ее суть состоит в снижении средних издержек по мере того, как совокупный объем

производства возрастает, т.е. страна-изобретатель может удерживать на рынке свое сравнительное преимущество в течение более длительного периода времени, даже когда новые технологии, методы производства скопированы производителями других стран. Это объясняется имеющимся опытом, накапливаемым при выполнении операций, который выступает в качестве одного из факторов технического прогресса, понимаемого как снижение доли труда в единице готовой продукции.

Г. Хафбауэр, как и М. Познер считал, что инновационная сфера формируется под влиянием факторов. При этом в одних странах такое влияние наблюдается, в то время как в других – нет. Г. Хафбауэр объясняет это тем, что технологический прорыв более вероятно произойдет в странах с высоким уровнем заработной платы, так как высокие заработные платы создают условия для производителей и потребителей находить средства для экономии на труде. Таким образом, ученый приходит к выводу, что опережающий экспорт современных высокотехнологичных товаров будет идти из стран с высокой заработной платой в страны с низкой заработной платой. Данная гипотеза практически полностью соответствует подходам М. Познера и Р. Вернона.

Говоря об уровне технического развития производительных сил страны, о совокупном объеме спроса на мировом рынке, а также совмещении интересов национальной экономики и интересов производителей, участвующих в международном товарообороте – все эти элементы напрямую связаны с эффектом масштаба, который возникает при наличии двух условий: а) при определенной организации производства, обусловленной специализацией производства и управления; б) применении эффективной технологии, обусловленной масштабом производства, – благодаря которым долгосрочные средние издержки сокращаются по мере увеличения объема выпускаемой продукции, таким образом, возникает положительный эффект масштаба (экономия от масштаба).

Авторами данной теории – торговля на основе эффекта масштаба являются американские ученые-экономисты Мюррей Кэмп, Пол Кругман, Кельвин Ланкастер, которые в качестве альтернативы классическому объяснению международной торговли выдвинули тезис о том, что страны, идентичные по наделенности факторами производства, будут иметь выгоду от торговли между собой в случае специализации в отраслях, которым присущ эффект массового производства при таком условии специализация способствует расширению объемов производства и выпуску продукции с меньшими затратами и по более низкой цене соответственно [21-23]. Однако случай с эффектом массового производства можно увидеть в действии при наличии достаточно емкого рынка. Данное обстоятельство может быть обеспечено международной торговлей, которая позволяет увеличить размеры рынка сбыта. Иными словами, международная торговля продолжает оставаться ведущей формой международных экономических отношений, которые создают общее поле международного товарообмена, выходящее за границы отдельных стран, и таким образом продавцы могут предложить покупателям более расширенный ассортимент и в больших объемах продукцию по более гибким ценам, исходя из динамики спроса и предложения, и свободного ценообразования.

Кроме того, нельзя исключать, что сам факт торговли на основе эффекта масштаба несет в себе и предпосылки нарушения совершенной конкуренции, специфика которой заключается в специализации на производстве отдельного вида продукции и увеличении числа таких предприятий, которые впоследствии становятся монополистами в своей сфере. Фактически речь идет об изменении структуры рынков: олигополистический с доминированием межотраслевой торговли – страны торгуют преимущественно готовой продукцией, однородными (гомогенными) товарами различных отраслей. Примером межотраслевой торговли может служить – экспорт Россией энергоносителей и импорт зерновых культур; рынок монополистической конкуренции предполагает развитую внутриотраслевую торговлю преимущественно

дифференцированными (гетерогенными) товарами одной отрасли. В качестве примера внутриотраслевой торговли можно привести – экспорт США полупроводников фирмы Texas Instruments и импорт китайских полупроводников, или экспорт Великобританией автомобилей марки Jaguar и импорт автомобилей из Германии бренда Mercedes-Benz, в этом случае возникает эффект масштаба, ввиду того, что фирмы специализируются на выпуске узкой номенклатуры товаров для внутреннего и внешнего рынков и с ростом объема выпускаемой продукции средние издержки затрат на единицу продукции снижаются.

Таким образом, экономическая сущность эффекта масштаба заключается в том, что торговля между одинаковыми или схожими по признаку обеспеченности факторами производства, объясняется специализацией стран на определенных товарах не на основе сравнительных преимуществ, а в силу экономики масштаба, который представляет собой такое развитие производства, при котором увеличение затрат факторов на единицу товара приводит к росту производства больше, чем на единицу. Внешний эффект масштаба приводит к возникновению совершенной конкуренции, а внутренний эффект масштаба ведет к возникновению несовершенной конкуренции [24].

Следует отметить, наиболее характерной особенностью современной международной торговли является то обстоятельство, что в ней преобладает не межотраслевой обмен товарами разных отраслей, а внутриотраслевой, когда экспортные и импортные торговые потоки одной и той же страны сконцентрированы на товарах одной и той же отрасли, который присущ развитым странам [25]. Приведенные ранее примеры указывают на данную тенденцию развития мировой торговли.

Однако большая часть российской внешней торговли является межотраслевой, когда готовые изделия одной отрасли продаются в обмен на готовые изделия других отраслей. Это частично объясняет необходимость защиты слабых отраслей промышленности от иностранной конкуренции с помощью импортных тарифов. Более того, Россия вынуждена в течение довольно длительного времени развивать преимущественно межотраслевую торговлю, поскольку ее экономический строй сильно отличается от ее торговых партнеров как размерами, так и обеспеченностью факторами производства.

Известно, что внутриотраслевая торговля предполагает обмен дифференцированными товарами одной и той же отрасли, однако внутриотраслевая торговля может принимать форму торговли гомогенными (идентичными) товарами.

Создание теории внутриотраслевой торговли, объясняющей развитие международной торговли через дифференциацию продуктов потребителем по фирме-производителю, бренду, стране производства – результат преимущественно эмпирического исследования, проведенного венгерским экономистом Беллой Баласса (1967, 1986). Началом послужило введение ученым в научный оборот понятия внутриотраслевой торговли – обмена между примерно одинаково развитыми странами дифференцированной продукцией одной отрасли, тем самым отличив ее от межотраслевой торговли – обмена гомогенной продукцией между странами различных отраслей (1966). В результате исследования выяснилось, что внутриотраслевая торговля положительно коррелирует с дифференциацией продуктов. Еще одним из следствий разделения торговли на два вида, является следующее: между странами с разным соотношением труда и капитала преобладала межотраслевая торговля; а между странами, где это соотношение было близко, доминировала внутриотраслевая торговля.

С помощью «индекса Балассы», предложенным венгерским экономистом в 1965 г., принято оценивать конкурентоспособность страны в международной торговле на уровне товаров, который показывает в какой степени страна специализируется на вывозе продукции по сравнению с общемировой практикой [26]. Он рассчитывается на базе соотношения долей экспорта определенного товара в общем объеме экспорта страны и долей этого товара в общем объеме мирового экспорта:

$$RCA_1 = \left( \frac{X_{iy}}{X_{it}} \right) / \left( \frac{X_{nj}}{X_{nt}} \right) = \left( \frac{X_{ij}}{X_{nj}} \right) / \left( \frac{X_{it}}{X_{nt}} \right), (1)$$

где  $X$  – экспорт,

$i$  – исследуемая страна,

$j$  – товар (или отрасль промышленности),

$t$  – группа товаров (или отраслей промышленности) и

$n$  – группа стран.

Поскольку вычисление производится на основе уже имеющихся данных об экспорте товаров данной страны или группы стран указанный индекс получил название коэффициента «выявленного сравнительного преимущества» (Revealed comparative advantage – RCA). Индекс Баласса широко применяется при расчете выявленного сравнительного преимущества, поскольку главным его достоинством является легкость интерпретации, построения и требуются лишь данные об экспорте. Экономический смысл коэффициента «выявленного сравнительного преимущества» состоит в следующем: страна обладает сравнительным преимуществом при  $RCA > 1$ . Если  $RCA < 1$ , следовательно, страна имеет «выявленное непреимущество» в определенной группе товаров или отраслей.

Однако индекс Баласса имеет и ряд недостатков, среди которых: а) применим только для сравнения стран со схожим уровнем экономического развития, соответствующим требованиям мировой рыночной экономики и участия в мировом экспорте (например, страны Европейского союза); б) структурные искажения значений индекса Баласса, вызванные в результате того, что специализация на одном товаре зависит от специализации на другом, поскольку высокая доля в экспорте одного товара предполагает низкую долю в экспорте другого [27]; в) индекс несимметричен, т.е. сконструирован таким образом, что его значение находится на промежутке от нуля до бесконечности. При этом в промежутке от нуля до единицы находятся неконкурентоспособные товары, а в промежутке от единицы до бесконечности – конкурентоспособные. Вследствие несимметричности индекса, его использование в математических уравнениях требует внимательного подхода, так как его значение может принимать сильно большие величины – «выбросы» [27].

Индекс Баласса является общеизвестным среди экономистов и часто используемым индикатором конкурентоспособности товаров, основанным на показателях товаропотоков, при этом индекс много раз пересматривался, модифицировался различными учеными, например, в классической работе Герберта Грубеля и Питера Дж. Ллойда [28].

Что касается концептуального характера внутриотраслевой торговли гомогенным товаром, то здесь представляются работы Джеймса Брандера и Пола Кругмана [29], в которых была предложена модель взаимного демпинга. Модель позволяет анализировать, результирующий фактор при вступлении двух стран в торговлю, у которых внутренний рынок гомогенного товара монополизирован только одним продавцом. В основе модели лежат следующие допущения:

1) модель предполагает, что обе страны схожи по всем параметрам (по размеру, наборам факторов производства, предпочтением потребителей и пр.). В отсутствие торговли между ними на рынке каждой из стран существует только один монополист, производящий данный гомогенный товар;

2) поведение фирм на рынке, отличном по структуре от совершенной конкуренции, где фирмы принимают решение только в отношении объема производства, при котором прибыль максимизируется, - не влияет на уровень рыночных цен.

Однако иначе обстоят дела в рамках олигополистического рынка, где каждая фирма-продавец настолько крупная, что ее решение относительно объема производства

оказывает влияние и на рынок в целом, и на решения других олигополистов [30]. Вследствие этого, фирмы принимают во внимание действия конкурентов.

В случае дуополии, когда обе страны одинаковы во всех отношениях, каждый производитель будет продавать определенное количество товара на своем внутреннем рынке и экспортировать остальной объем на рынок конкурента, который действует по такой же схеме.

Взаимный демпинг в модели дуополии Брандера-Кругмана: заключается в том, что в случае нулевых транспортных издержек на внутреннем рынке, оба производителя снова будут делить объемы выпуска товаров для продажи на внутренний рынок и внешний. При этом соотношение объемов внутренних и внешних продаж будет отличаться: объемы поставок товаров потребителям другой страны будут меньше, чем было раньше. Более того, производители будут продавать товары на зарубежном рынке по цене более низкой, чем их нормативная цена на внутреннем рынке. Соответственно случай, когда продажи продукта на иностранном рынке осуществляются по цене более низкой, чем их нормальная цена в экспортирующей стране, получил название демпинга. Ввиду того, что демпинг испытывают рынки обеих стран, Дж. Брандер и П. Кругман дали название этому явлению «взаимный демпинг» [29].

Вместе с тем, вышеизложенные подходы не объясняют в целом товарные потоки внутриотраслевой торговли. Наиболее полным и убедительным объяснением внутриотраслевой торговли служит сфера торговли дифференцированными товарами, которые являются идентичными, но не абсолютными заменителями друг друга; они имеют высокую, но не бесконечную положительную кросс-эластичность спроса [30]. При этом дифференциация имеет две формы – горизонтальная, когда товары различаются по виду, стилю, внешним свойствам и т.д. Эта форма дифференциации присуща многим отраслям, выпускающим продукты краткосрочного пользования (например, обувь, одежда, косметика и т.д.). Конкуренция в данном случае принимает неценовую форму, когда каждый производитель стремится дифференцировать (отличить) свой продукт от продукта конкурента. Как правило, фирмы в таких отраслях вкладывают значительную часть бюджета в маркетинг (сбыт, продвижение на рынок, установление цены).

К вертикальной дифференциации относятся товары, отличающиеся по качественным характеристикам. Этот тип дифференциации характерен для отраслей, выпускающих продукцию долгосрочного пользования (например, оргтехника, бытовая техника, автомобили и т.д.). Конкуренция в данных отраслях создает стимулы к инновациям с целью обновления продукции, повышения технического уровня и качества продукции [2]. В некоторых случаях применяется термин технологическая дифференциация, когда компаниями осуществляется разработка новых продуктов, которые являются субститутами для уже действующих. Компании стремятся увеличить свою прибыль и рентабельность, повысить ценовую конкурентоспособность продукции, совершенствуя качественные параметры продукта, или разрабатывая новые продукты, включая стратегии продвижения продукта к потребителям. Компании в таких отраслях имеют высокий уровень затрат на НИОКР, при этом в некоторых странах предусмотрен ряд федеральных программ, главной целью которых является содействие финансированию НИОКР.

Следует отметить, что обе формы дифференциации товара способны приводить к процессам, связанным с международной торговлей. Далее рассмотрим такие теории.

Особое место среди моделей внутриотраслевой торговли горизонтально дифференцированными товарами занимает модель Ланкастера. В 1980 г. австралийский экономист К. Ланкастер разработал модель базовых свойств [31], в которой горизонтально дифференцированные товары рассматривались как товары, обладающие одними и теми же базовыми свойствами, но в разных пропорциях. Суть подхода:

потребитель покупает на рынке не товар как таковой, а совокупность воплощенных в нем потребительских свойств.

При анализе выбора потребителя между свойствами товара используется концепция потребительских предпочтений. При это делаются следующие предположения:

- предпочтения потребителя по отношению к потребительским свойства продукция устойчивы;

- потребительские свойства являются для покупателя благом;

- 3) большая интенсивность потребительского свойства продукции предпочтительнее меньшей;

- 4) для потребительских свойств действует закон убывающей предельной полезности;

- 5) потребитель в состоянии оценить интенсивность потребительских свойств, воплощенных в продукции, и измерить их полезность.

Модель Ланкастера, как и другие модели внутриотраслевой торговли горизонтально дифференцированными продуктами, показывает взаимосвязь ценовой и неценовой конкуренции между фирмами. Эффективность ценовой конкуренции тем выше, чем совершеннее возможности замещения характеристик, заключенных в товаре, для потребителя, и наоборот. Однако жесткая приверженность бренду не исключает успешной ценовой конкуренции [30]. Центральным звеном модели Ланкастера являются методологические основы формирования ценовой политики с учетом целей, которые ставит перед собой фирма на рынке дифференцированного товара.

Другими экономистами Авинашем Дикситом и Джозефом Стиглицем в 1977 г. был предложен альтернативный подход к анализу спроса на горизонтальные товары [32]. Отправным пунктом стали основополагающие идеи монополистической конкуренции, предложенные Эдвардом Чемберлином в 1933 г.:

- фирмы продают продукты, не являющиеся совершенными субститутами, т.е. продукты дифференцированы;

- каждая фирма производит единственный вид продукта с возрастающей отдачей от масштаба и в состоянии устанавливать цену, превышающую предельные издержки;

- количество фирм в отрасли достаточно большое, чтобы каждая фирма занимала небольшой объем рынка;

- свободный вход на рынок и выход с рынка, прибыль фирм в долгосрочном периоде оказывается нулевой.

А. Диксит и Дж. Стиглиц, опираясь на эти идеи, разработали современную модель монополистической конкуренции, в основе которой любовь потребителей к разнообразию и возрастающей отдаче от масштаба. Суть подхода сводится к следующему: вместо того, чтобы отдавать предпочтение одному варианту товара над другим (как в модели Ланкастера), потребители хотят потреблять множество различных вариантов, потому что им просто нравится разнообразие как таковое [30].

Модель Диксита-Стиглица «любовь к разнообразию» была представлена в формализованном виде с помощью функции полезности с постоянной эластичностью замещения (функция CES), а возрастающая отдача от масштаба – посредством положительных постоянных издержек, а также предельных издержек, не зависящих от объема производства.

Модель Диксита-Стиглица в формализованном виде со стороны спроса: предполагается, что все потребители ведут себя аналогичным образом, и их вкусы могут быть представлены с помощью функции полезности в следующем соотношении:

$$U = \sum v(c_i) \dot{v} > 0, \dot{v} < 0, \quad (2)$$

где  $c_i$  – потребление  $i$ -го товара потребителем,



$v$  – доля потребления каждого товара.

С точки зрения предложения предполагаются следующие допущения: каждый товар имеет сходную производственную функцию (вследствие этого, не существует базиса для торговли, основанной на соотношениях факторов производства), используя единственный фактор производства – труд, как и в модели Д. Рикардо. Согласно модели, товары производятся в условиях возрастающей отдачи (снижающихся издержек), ввиду того, что определенную долю общих затрат составляют постоянные затраты. Ввиду существования постоянных затрат, а также функции полезности симметричной природы, каждый производитель производит только один товар, при этом существует такое множество товаров, как и производителей. Иначе говоря, производители не стремятся выпускать один и тот же вариант товара. Вместе с тем, допускается, что существует свобода входа на рынок и выхода из него. Вследствие чего, если один производитель получает ненулевую прибыль, новые фирмы будут входить в рынок, снижая цены, пока дополнительная прибыль не снизится до нуля. П. Кругман применил указанные идеи к теории международной торговли и исследовал полученные эффекты.

Шведский экономист Стаффан Линдер в 60-е годы XX в. исследовал феномен пересекающегося спроса [33], который является одной из предпосылок внутриотраслевой международной торговли, и на этой основе разработал теорию пересекающегося спроса, которая объясняет международную торговлю преимущественно с точки зрения спроса. В соответствии с данной теорией структура экспорта страны в определяющей степени зависит от спроса в стране-импортере. По мнению С. Линдера, спрос становится реальным в том случае, когда он подкрепляется относительно высоким уровнем дохода, т.е. чем выше уровень дохода, тем более качественный товар требуется потребителю. Вследствие этого, чем больше пересекаются или хотя бы сопоставимы структуры спроса в странах-партнерах, подкрепленные высоким уровнем дохода, тем выше уровень торговли между ними.

Теория пересекающегося спроса предполагает, что потребители в странах с примерно идентичным уровнем дохода имеют примерно одинаковые вкусы, каждой стране эффективнее продавать на иностранном рынке те товары, в производстве и торговле которыми на внутреннем рынке накоплен большой опыт. Применение данной теории на практике требует предварительного изучения уровня и распределения доходов между странами, поскольку в большинстве стран мира, в том числе и в России, разрыв в уровнях доходах различных слоев населения очень велик [24]. Наиболее эффективным будет применение теории в исследовании торговли между странами с примерно схожим уровнем и структурой доходов.

Известно, что внутриотраслевая торговля измеряется индексом, который показывает, что ее доля в торговле развитых стран постоянно увеличивается. Так, в 70-х годах XX в. американскими экономистами Г. Грубелем и П. Дж. Ллойдом был сконструирован индекс на основе проведенных эмпирических исследований.

Индекс Грубеля-Ллойда представляет собой определение размеров внутриотраслевой торговли товара или услуги, и вычисляется по формуле [34]:

$$GL_j = \frac{X_j + M_j - |X_j - M_j|}{X_j + M_j} = 1 - \frac{|X_j - M_j|}{X_j + M_j}, \quad (3)$$

где  $X_j$  – экспорт страны в целом или в рамках одной товарной группы,

$M_j$  – импорт страны в целом или в рамках одной товарной группы,

$GL_j$  – индекс внутриотраслевой международной торговли.

Значение индекса всегда находится в интервале от 0 до единицы, при этом большая его величина свидетельствует о большей доле внутриотраслевой торговли (т.е.,

когда  $GL_j = 0$ , то внутриотраслевая торговля отсутствует; если  $GL_j = 1$ , то внутриотраслевая торговля максимальна, и это достигается в том случае, когда экспорт равен импорту. Иначе говоря, чем ближе коэффициент  $GL_j$  к 1, тем больше внутриотраслевая торговля. Ограничение применения индекса  $GL_j$  состоит в том, что его значение сильно зависит от того, как определена отрасль или товарная группа. Чем шире определение, тем больше вероятность, что в рамках товарной группы страны торгуют каким-то количеством дифференцированных товаров, и тем выше значение индекса. Соответственно, чем уже определена товарная группа, тем  $GL_j$  обычно ниже.

Большой вклад в теорию международной торговли сделал американский ученый Майкл Портер, разработав теорию конкурентных преимуществ страны в начале 90-х гг. XX в. на базе проведенных им исследований проблем конкурентоспособности отдельных фирм национальной экономики страны в целом [35, 36].

Сильная сторона исследования конкурентоспособности заключается в том, что оно показало взаимозависимость факторов, сформировавшихся в стране фирмы, и конкурентного преимущества фирмы как на внутреннем, так и на мировом рынке. Критериями преимущества в международной конкуренции М. Портер выделяет – наличие крупного и постоянного экспорта в значительный ряд стран и (или) существенный вывоз капитала [35].

Ключевыми тезисами исследования являются:

- международная конкурентоспособность страны определяется конкурентными преимуществами ее фирм [портер];

- успех в международной конкуренции обусловлен не столько наличием факторов, а тем, где и насколько эффективно они используются [36, 37];

- для повышения конкурентоспособности страны в международной торговле необходим переход от использования традиционно понимаемых сравнительных преимуществ (естественные ресурсы, дешевая рабочая сила и др.) к использованию конкурентных преимуществ, в основе которых инновационная диверсификация производства за счет инновационной продукции и высокоэффективных технологических процессов, которая более эффективна, чем меры реструктуризации и снижения затрат [36, 37]. В частности, это переход на инновационную деятельность, предполагающую интенсивную разработку новых продуктов и технологических процессов, что позволяет стране опережать другие страны в технологическом плане.

Основой теории М. Портера выступает постулат о том, что конкурентоспособность (и составляющие ее конкурентные преимущества) отражает высокую продуктивность использования ресурсов [36, 37]. Этот постулат справедлив как на уровне отдельной фирмы, так и на уровне национальной экономики. Исходя из этого, можно утверждать, что для обеспечения конкурентоспособности фирмы должны постоянно заботиться о наиболее полном и эффективном использовании имеющихся в их распоряжении, а также приобретаемых для будущего производства всех видов ресурсов. Конкурентоспособность можно выявить только посредством сравнительного анализа фирм одной отрасли (или фирм, выпускающих товары субституты) как на уровне страны, так и на уровне мирового рынка [38].

Исходя из опыта фирм значительного числа ведущих индустриальных стран, на которые приходится около половины мирового экспорта, М. Портер отмечает, что для достижения успеха на мировом рынке необходимо сочетание правильно выбранной стратегии фирмы с конкурентными преимуществами страны и, таким образом ученый-экономист выделяет четыре детерминанты создания конкурентоспособного производства (рис. 2).



**Рис. 2.** Система детерминантов конкурентного преимущества [36]

Так называемый «национальный ромб» характеризует систему конкурентного преимущества, детерминанты которой находятся во взаимосвязи между собой, создавая эффект эмерджентности, воздействуют на потенциальную конкурентоспособность предприятий. Кроме того, следует отметить, что на саму систему детерминантов конкурентного преимущества влияют два немаловажных фактора – меры торговой политики государства и случайные события как экономического, так и политического характера. Рассмотрим более подробно детерминанты, которые играют важную роль в достижении конкурентоспособности фирмы страны:

1) Параметры факторов производства – это рабочая сила, земля, капитал, предпринимательская способность, собственная база знаний (сумма научно-технической и рыночной информации), инфраструктура (энергетическая, инновационная, транспортная, социальная, научно-исследовательская и др.). Совокупность материальных и нематериальных предпосылок производства необходимые составляющие как с позиции формирования конкурентных преимуществ страны в целом, так и с точки зрения конкурентной среды экспортоориентированных отраслей.

Факторы подразделяются на два вида:

- общие факторы, которые создают конкретные преимущества для большинства отраслей (уровень квалификации занятых, доля занятых с высшим образованием, транспортная система и т.д.);

- специализированные факторы создают конкретные преимущества для отдельных отраслей. Такие факторы способны обеспечивать более устойчивые конкурентные преимущества фирмам, входящим в определенную отрасль экономики (например, информационные, основанные на наукоемких и компьютерных технологиях) но они, как правило, и требуют более высокого уровня инвестиционной активности, тесной связи науки с экономикой, высокого уровня образования, развитой инфраструктуры.

2) Стратегия и структура фирмы, конкуренция: эти детерминанты составляют конкретную среду внутри страны. При отсутствии соответствующей конкурентной среды между фирмами и необходимой реорганизации национальные конкурентные преимущества отсутствуют.

3) Параметры спроса: цена спроса, объем спроса, динамика развития спроса, дифференциация спроса по видам товаров (услуг), избирательность покупателей к качеству товаров (услуг), оценка конкурентоспособности товаров (услуг) и т.д. До выхода на мировой рынок новые товары (услуги) внедряются в производство, потребление на внутреннем рынке, который должен иметь определенные параметры требований к товарам (услугам).

4) Схожие и поддерживающие отрасли: экспортоориентированные отрасли должны иметь соответствующее окружение, т.е. конкурентоспособные на международном рынке фирмы (или поддерживающие отрасли), обеспечивающие их сырьем, полуфабрикатами, комплектующими, информацией. М. Портер отмечает, что достигнутая фирмой высокая конкурентоспособность распространяется на ее ближайшее окружение – поставщиков, потребителей, конкурентов [36, 37].

5) Случайные события и факторы: создание новой ценности, новой выгоды, технологические прорывы, резкие колебания цен на сырьевые товары или энергоносители, резкие изменения обменных курсов, всплески мирового (или регионального) спроса, непредвиденные политические действия, инфляция, кризис, войны и т.д. Случайные события могут резко изменить конкурентные позиции стран. При этом, для возникновения случайного события в стране должны существовать благоприятные условия, которые могут создать детерминанты «национального ромба».

6) Роль государства в организации хозяйственной жизни общества весьма значительна, и ее влияние прямо или косвенно распространяется на все четыре детерминанты «национального ромба». Одновременно правительство может подвергаться влиянию детерминантов как позитивному, так и негативному. Наиболее сильное влияние правительство оказывает на вторую детерминанту – конкурентную среду в трех аспектах:

- выступая в роли государственного защитника товаров и услуг, исходя из социально-экономических целей и т.д.;

- реализуя проконкурентные механизмы промышленной политики, внедрение эффективных институтов по исполнению антимонопольного законодательства и т.д.;

- оказывая содействие развитию родственных и смежных отраслей, взаимодействующих с ведущими экспортными отраслями.

По мере усложнения экономической и социальной среды роль государства в формировании конкурентных преимуществ различных отраслей национальной экономики, а также в стимулировании производителей товаров с высокой степенью переработки и оказании услуг увеличивается.

Аспект влияния государства на конкурентную среду характеризуется некоторыми макроэкономическими регуляторами:

- направленность государственных инвестиций на развитие конкуренции (целевых капиталовложений);

- развитие фундаментальных и прикладных научных исследований, и опытно-конструкторских работ для удовлетворения потребностей производителей в передовой технике и технологиях;

- удовлетворение общественных потребностей за счет расширения ассортимента товаров, услуг, повышения их качества и снижения цен;

- недискриминационный доступ к поставкам товаров за рубеж и внутренний рынок;

- обеспечение на внутреннем рынке конкурентной среды для отечественных и иностранных товаров и равновыгодности реализации на международном и внутреннем рынках сырьевых товаров с применением мер таможенного регулирования;
- прямое государственное регулирование потоков капитала для увеличения положительного сальдо притока и оттока капитала;
- временная таможенная защита молодых отраслей промышленности;
- развитие рынков продукции с высокой долей добавленной стоимости, что стимулирует развитие научно-технического прогресса и др.

По мнению М. Портера, страны имеют наибольшие шансы на успех в тех отраслях, где «национальный ромб» имеет наиболее благоприятный характер.

Таким образом, «национальный ромб» – это система, компоненты которой взаимно усиливаются, т.е. каждый детерминант влияет на все остальные. Так, большая величина спроса на товары фирмы сама по себе не даст ей конкурентного преимущества, если острота конкуренции недостаточна, чтобы фирма отреагировала на этот спрос. Вместе с тем, преимущества в одной детерминанте могут создать или усилить преимущества в других [38].

Конкурентное преимущество на базе одной-двух детерминант возможно в отдельных секторах экономики (например, с сильной зависимостью от природных ресурсов, или где применяются традиционные технологии и навыки). Как правило, такое преимущество сложно удержать, поскольку оно быстро переходит из страны в страну, а глобальные предприятия с легкостью могут нивелировать его, действуя «в обход» посредством глобальной стратегии. Для того, чтобы предприятие могло получить и дольше удерживать на рынке свое конкурентное преимущество в перспективных наукоемких и технологически интенсивных отраслях, составляющих основу развитой экономики, нужно иметь преимущество во всех составных компонентах «ромба». Преимущество по каждому детерминанту не является предпосылкой для конкурентного преимущества в отрасли. Тесная связь преимуществ по всем детерминантам обеспечивает дополнительное положительное влияние, которое иностранным конкурентам сложно нейтрализовать или скопировать.

Поддержание равноконкурентной среды на внутреннем рынке не обходится без формирования цен, стимулирующих производство отечественной продукции с более высокой долей добавленной стоимости. Ценовой механизм конкурентной среды тесно связан с регулированием внешней торговли, так как для поддержания равноконкурентной среды на внутреннем рынке необходимо выравнивание цен на внутреннем рынке для потребителя, учитывая равную выгоду использования иностранных и идентичных отечественных товаров потребителем.

Очевидно, что создание конкурентоспособных отраслей невозможно без поддержки государства. Такое участие государства очень важно в период становления, поскольку пока еще недостаточно развитое предприятие неспособно за короткий промежуток времени самостоятельно создать необходимые факторы конкурентного преимущества (прибыльности) и выдержать конкуренцию со стороны импортных товаров. При этом наличие конкурентов на внутреннем рынке стимулирует предприятие к выходу на мировой рынок при условии достаточной конкурентоспособности товара.

Акцентируя внимание на создании специализированных факторов (человеческий капитал (социальная рента), возможность пользоваться завозным исходным природным сырьем (присвоение экологической ренты), движение инноваций (научно-исследовательские, маркетинговые разработки, развитие персонала и организации фирм) (интеллектуальная рента)), М. Портер заключает, что развивающимся странам необходимо отходить от прямолинейных решений, связанных с естественными преимуществами в факторной обеспеченности, когда такие базисные факторы как дешевая рабочая сила, природные ресурсы, месторасположение и др. формируют скоротечную возможность экспорта, что говорит об уязвимости такой направленности

национальной экономики перед обменным курсом и изменениями в факторных издержках. Вместе с тем, когда ресурсоемкость уменьшается, структура спроса усложняется большинство из указанных преимуществ не увеличиваются [37].

В контексте внутренней конкуренции и географической концентрации, на отраслевом уровне М. Портером вводится еще одно дополнительное понятие – «кластер» (cluster), т.е. пакет, пучок, блок, и раскрывается его сущность. Кластер представляет собой географически соседствующие взаимосвязанные фирмы и связанные с ними организации, действующие в определенной отрасли и характеризующиеся общностью деятельности, взаимодополняющие друг друга. Конкурентоспособные фирмы находятся в кластерах – географическом сосредоточении вертикально (покупатель-продавец) и горизонтально (общие потребители, технологии, каналы) интегрированных однородных и поддерживающих производств, обеспечивая конкурентные позиции на рынках – отраслевом, национальном, мировом.

Следует отметить, что формирование кластеров существенным образом влияет на конкуренцию, в частности повышается производительность всех входящих в кластер фирм; повышается способность к созданию и распространению инноваций; стимулируются новые бизнесы, поддерживающие создания новшеств, их диффузии, что способствует расширению границ кластера, увеличению размеров рынка и удовлетворению существующих и возникающих потребностей.

Формирование кластеров для национальной экономики играет важную роль с точки зрения роста внутреннего рынка и базы международной экспансии. Высокая конкурентоспособность страны обеспечивается устойчивыми позициями отдельных кластеров, тогда как, в отсутствие таких кластеров даже высокоразвитая экономика может дать весьма средние результаты.

Многие исследователи-экономисты признают, что теория М. Портера наиболее полным образом охватывает весь диапазон факторов, которые определяют конкурентные преимущества той или иной страны.

Вышеизложенные экономические теории позволяют изучать все основные детерминанты международной торговли и связанные с ней параметры национальной экономики, а также показывают условия производства и предпочтения потребителей, уровень специализации стран на производстве каждого товара, условия взаимовыгодной торговли и наоборот, экономический эффект от торговли и его распределение между странами, влияние перераспределения доходов на условия торговли и др. Не менее важным является параметр об уровне цены товара на мировом рынке.

### **Выводы**

Таким образом, проведенное исследование показало, что концептуальной основой категориально-понятийного аппарата «экспортного потенциала государства» служат взаимодополняющие теории международной торговли, различающихся между собой по методам формального описания, так и по характеру решаемых задач.

В результате проведенного анализа теорий международной торговли второй половины XX – начала XXI в. установлено, что существенными особенностями современных экономических процессов, влияющих на развитие экспортного потенциала государства, являются:

- конкурентоспособность национальной экономики, которая отражает высокую продуктивность использования ресурсов;
- факторы, формирующие конкурентную среду, наиболее важные из которых для конкурентного преимущества в большинстве отраслей создаются в стране с помощью инновационных процессов;
- величина внутреннего рынка в определенных секторах экономики, прежде всего в перспективных наукоемких и технологически интенсивных отраслях, которые требуют крупномасштабных НИОКР, где присутствуют: существенный эффект масштаба при поточном производстве; модернизации товара, придания новых потребительских

свойств; использование новейших достижений науки и техники в результате инновации или высокие издержки, риск, сильная международная конкуренция;

- конкурентная борьба на мировом рынке, которая стимулирует ускорение темпов создания нововведений, их диффузии, что способствует увеличению размеров рынка, расширению структурных сдвигов в экономике и др.

Выявлено, что выбор направления и совершенствования механизмов развития экспортного потенциала государства требуют комплексного подхода и базируются на теориях (моделях) международной торговли, в соответствии с которыми разрабатывается концепция внешнеэкономической политики государства. Степень открытости экономики, масштабы и интенсивность экономических связей национальных хозяйств имеют своим следствием проблему рационального сочетания этих теорий.

Показано, что с учетом новых условий развития внешней торговли, нового международного экономического порядка, переходом национальной экономики к новым политико-экономическим отношениям экспортный потенциал страны является одним из важнейших инструментов макроэкономического развития страны необходимо провести дальнейшие теоретические исследования в части разработки категориально-понятийного аппарата экспортного потенциала государства, содержащего определение его сущности и понятия, и позволяющего выделить различные уровни его обеспечения.

### Литература

1. *Макрусев В.В.* Таможенный менеджмент: Учебник / *В.В. Макрусев* – М.-Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 401 с.
2. *Черныш А.Я.* Разработка основ экономики таможенного дела в интересах обеспечения экономической безопасности государства: монография / *А.Я. Черныш* – М.: Изд-во Российской таможенной академии, 2014. – 226 с.
3. *Райзберг Б.А.* Современный экономический словарь / *Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева* – 2-е изд., испр. – Москва: Изд. дом «ИНФРА-М», 2019. – 476 с.
4. *Тебекин А.В., Касаев Б.С.* Менеджмент организации [Электронный ресурс]: Учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / *А. В. Тебекин, Б. С. Касаев.* – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: КноРус, 2015. – 420 с.
5. *Черныш А.Я.* Внешнеторговые факторы развития инновационной экономики: Учебное пособие / *А.Я. Черныш, Ю.Е. Гупанова, С.В. Курихин* – Москва: Изд-во Российской таможенной академии, 2013. – 114 с.
6. Управление инновациями: монография под ред. проф. *Тебекина А.В.* / *Анисимов В.Г., Анисимов Е.Г., С.Л. Блау, В.Б. Мантусов, В.Е. Новиков, В.С. Петров, А.В. Тебекин, П.А. Тебекин* – М.: РИО Российской таможенной академии, 2017. – 454 с.
7. *Шумпетер Й.А.* Теория экономического развития: (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / *Й.А. Шумпетер*; Перевод с нем. *В. С. Автономова* и др. – Москва: Прогресс, 1982. – 455 с.
8. *Тебекин А.В.* Стратегический менеджмент: Учебник для прикладного бакалавриата / *А.В. Тебекин.* – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2019. – 333 с.
9. *Шумпетер Й.А.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / *Й.А. Шумпетер*; Перевод с англ. *В. С. Автономова* и др. – М.: ЭКСМО, 2008. – 864 с.
10. *Шпак Г.Б.* Инновационный менеджмент: Учебное пособие / *Г.Б. Шпак* – М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное

- образовательное учреждение высш. проф. образования «Хабаровская гос. акад. экономики и права». – Хабаровск: Хабаровская гос. акад. экономики и права, 2011. – 124 с.
11. *Глазьев С.Ю.* Теория долгосрочного технико-экономического развития / *С.Ю. Глазьев* – М.: ВладДар, 1993. – 310 с.
  12. *Posner M.* International Trade and Technical Change // *Oxford Economic Papers, New Series* 13. – 1961. No. 3. – P. 323-341.
  13. *Vernon R.* International Investment and International Trade in the Product Cycle // *Quarterly Journal of Economics* 80. 1966. May. № 2. P. 190-207; The Product Cycle Hypothesis in a New International Environment // *Oxford Bulletin of Economics and Statistics* 41. 1979. № 4. P. 255-267.
  14. Технология на вырост // Журнал «Эксперт». – 2017. А – № 24 (1033) [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://expert.ru/expert/2017/24/tehnologiya-na-vyirost/>
  15. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/14477?print=1>
  16. UNESCO Institute for Statistics «R&D spending by country» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://uis.unesco.org/apps/visualisations/research-and-development-spending/>
  17. Office for National Statistics Gross domestic expenditure on research and development, UK: 2019» [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/main-science-and-technology-indicators/volume-2021/issue-1\\_eea67efc-en#page18](https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/main-science-and-technology-indicators/volume-2021/issue-1_eea67efc-en#page18)
  18. Main Science and Technology Indicators, Volume 2021 Issue 1 [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/main-science-and-technology-indicators/volume-2021/issue-1\\_eea67efc-en#page18](https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/main-science-and-technology-indicators/volume-2021/issue-1_eea67efc-en#page18)
  19. UNESCO Institute for Statistics «Science, technology and innovation» [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://data.uis.unesco.org/Index.aspx?DataSetCode=SCN\\_DS&lang=en#](http://data.uis.unesco.org/Index.aspx?DataSetCode=SCN_DS&lang=en#)
  20. *Hufbauer G. C.* Synthetic materials and the theory of international trade // Cambridge, MA: Harvard University Press, 1966. P 72-84.
  21. *Kemp. M.C.* The Pure Theory of International Trade / *Murray C. Kemp* – Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1964. – 324 p.
  22. *Krugman P.* Increasing returns, monopolistic competition, and international trade / *P. Krugman* // *Journal of International Economics* № 9, 1979. P. 469-479.
  23. *Lancaster K.* Intra-industry trade under perfect monopolistic competition / *K. Lancaster* // *Journal of International Economics* № 10, 1980. P. 151-175.
  24. *Куреев А. П.* Международная экономика. Ч. 1. Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства. // Учебное пособие для вузов. – Москва: Международные отношения, 1998. – 416 с.
  25. *Cieřlik A., Wincenciak L.* Intra-industry trade in differentiated and homogenous commodities: Brander and Krugman models unified. Equilibrium / *A. Cieřlik, L. Wincenciak* // *Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, № 13 (1), 2018. P. 29-53. doi: 10.24136/eq.2018.002
  26. *Balassa B.* Trade Liberalization among Industrial Countries / *B. Balassa* // New York, McGraw-Hill Book Company, for the Council on Foreign Relations, 1967. Pp. 246. *American Political Science Review*, № 62(2), p. 692-692. doi:10.1017/S0003055400281689
  27. *Гнидченко А.А.* Динамика отраслевой структуры российского экспорта: оценка перспектив по критерию конкурентоспособности // Дисс. на соискание ученой степени к.э.н.: Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН, Москва, 2015. – 151 с.



28. *Grubel H.G., Lloyd P. J. The Empirical Measurement of Intra-Industry Trade / Herbert G. Grubel, Peter J. Lloyd // The Economic Record, Vol. 47 (120), issue 4, 1971, p. 494-517. <https://doi.org/10.1111/j.1475-4932.1971.tb00772.x>*
29. *Brander, J., & Krugman, P. A 'reciprocal dumping' model of international trade / J. Brander, P. Krugman // Journal of International Economics, Vol. 15, 1983. doi: 10.1016/S0022-1996(83)80008-7*
30. *Волгина Н.А. Возможности теоретического объяснения процессов внутриотраслевой торговли / Н.А. Волгина // Вестник РУДН, сер. Экономика, № 1 (10), 2004. С. 26-41.*
31. *Lancaster K. Intra-Industry Trade Under Perfect Monopolistic Competition / K. Lancaster // Journal of International Economics, 1980. – P. 151-175.*
32. *Dixit A., Stiglitz J. Monopolistic Competition and Optimum Product Diversity / A. Dixit, J. Stiglitz // American Economic Review, 1977. – Vol. 67, no. 3 (June). – P. 297-308.*
33. *Linder S. An Essay on Trade and Transformation / Linder S. // N.Y.: John Wiley and sons, 1961. [https://is.muni.cz/el/1456/podzim2017/MPE\\_MEEK/um/doplňkova\\_literatura/kapitola\\_7/Linder\\_1961.pdf](https://is.muni.cz/el/1456/podzim2017/MPE_MEEK/um/doplňkova_literatura/kapitola_7/Linder_1961.pdf)*
34. *Померанцева Н.Ю. Особенности специализации России на мировом рынке в контексте современных теорий международной торговли // Дисс. на соискание ученой степени к.э.н.: Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации, Москва, 2002. – 155 с.*
35. *Бутаев Р.Ш. Механизм реализации экспортного потенциала промышленного комплекса региона // Дисс. на соискание ученой степени д.э.н.: Мин-во образования РФ. Дагестанский государственный университет, 2002. – 245 с.*
36. *Porter M. The Competitive Advantage of Nations / M. Porter // New York: The Free Press. London: Macmillan Press, 1990. On competition. Cambridge, Massachusetts: Harvard Business School Press, 1998, p. 15-27.*
37. *Porter M. National Innovative Capacity / M. Porter // The Global Competitiveness Report 2001-2002, New York, Oxford University Press, 2002, p. 102*
38. *Убель С.В. Поддержание конкурентных преимуществ отрасли национальной экономики Российской Федерации (на примере электроэнергетики) // Дисс. на соискание ученой степени к.э.н.: Санкт-Петербургский государственный технический университет, 1997. – 335 с.*
39. *Конотопов, М. В. Экономическая история: учебник для бакалавров / М. В. Конотопов, С. И. Сметанин, А. В. Тебекин. — 12-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 641 с.*
40. *Тебекин, А. В. Инновационный менеджмент: учебник для бакалавров / А. В. Тебекин. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 481 с.*
41. *Тебекин А.В. Ключевые проблемы повышения рейтинга России в системе мирового хозяйства. // Международная экономика. 2022. № 1. С. 4-21.*
42. *Митропольская-Родионова Н.В., Тебекин А.В., Хорева А.В. Анализ возможностей использования положений школы предпринимательства при формировании современных рыночных стратегий обеспечения международной конкурентоспособности национальной экономики. // Журнал исследований по управлению. 2021. Т. 7. № 5. С. 42-54.*
43. *Тебекин А.В. Применение метода ABC-анализа при определении уровня национальной конкурентоспособности. // Вестник Московского финансово-юридического университета МФЮА. 2020. № 2. С. 32-41.*
44. *Митропольская-Родионова Н.В., Тебекин А.В., Хорева А.В. Использование проектного подхода при определении уровня национальной конкурентоспособности в сфере экономического развития. // Журнал исследований по управлению. 2020. Т. 6. № 3. С. 77-86.*

45. *Тебекин А.В.* Сравнительная оценка конкурентоспособности крупнейших мировых компаний. // *Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии.* 2018. № 6-2 (65). С. 128-131.
46. *Тебекин А.В.* Методы принятия управленческих решений, базирующиеся на основе анализа схем стратегического развития экономических систем с позиций их рыночной конкурентоспособности. // *Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление.* 2017. № 4 (23). С. 60-69.
47. *Кондратьев Н.Д., Опарин Д.И.* Большие циклы конъюнктуры: Доклады и их обсуждение в Институте экономики. — 1-е изд. — М., 1928. — 287 с.
48. *Серяков Г.Н., Тебекин А.В.* Методологические основы исследования направлений и средств развития технологических укладов. // *Транспортное дело России.* 2018. № 4. С. 15-17.
49. *Аллаярова Н.И.* Теоретические основы формирования и реализации экспортного потенциала государства: историко-методологические аспекты. // *Журнал экономических исследований.* 2022, №4, с.17-31.