

проектирования, обслуживания. Подключенные продукты приносят больше прибыли и добавленной стоимости по сравнению с обычными продуктами и рынок их постоянно расширяется. Таким образом, проектирование нового продукта должно включать не только разработку его технических, эргономических, эстетических характеристик, но и цифровой части – программного обеспечения, обновлений, связи через различные платформы с другими предметами или пользователями. Подключенные продукты могут генерировать следующие преимущества: скорость реагирования на изменения внешней среды и скорость перестройки производственных циклов, изменение масштабов производства в зависимости от рыночных потребностей, использование искусственного интеллекта и больших данных для прогнозирования тенденций развития рынка. Это все преимущества могут быть усилены подключенностью всех циклов создания продукта в единую систему [5]. Товары и услуги кроме вещественной могут иметь полностью или частично цифровую форму. С развитием информационных технологий большое количество продуктов могут реализовываться в цифровом виде. Цифровые продукты – это продукты, которые могут частично создаваться, продаваться и использоваться в сети Интернет. К ним можно отнести программное обеспечение, электронные книги, журналы, библиотеки, видео- и аудиоматериалы, онлайн курсы и прочее.

Современное представление о продукте становится все более сложным. Часто в условиях Индустрии 4.0 речь идет не об отдельном продукте, а о целом семействе продуктов, объединенных общей цифровой платформой. Чаще всего словосочетание «архитектура продукта» применяется в IT-отрасли, так как при создании IT-продуктов используется труд множества специалистов и существует большое количество согласований действий и итераций по аналогии со строительной отраслью. Различные авторы все больше ассоциируют продукт со зданием или информационной системой, говоря об архитектуре продукта: «..под архитектурой понимается принципиальная схема организации системы (структура построения) по аналогии с архитектурой информационных систем... Архитектура продукта представляет общую структуру единой платформы, на базе которой создаются и развиваются все существующие и прогнозируемые продукты данной платформы. Платформой продукта называется набор общих элементов, взаимосвязей и процессов архитектуры продукта. Единая платформа обеспечивает широкую вариативность, основанную на индивидуальных требованиях потребителей, в рамках общей согласованной структуры» [6].

Архитектура продукта включает функциональные элементы, объединенные в блоки, которые становятся строительными блоками для продукта или семейства продуктов, базирующиеся на общих цифровых платформах и имеющие схожий и узнаваемый дизайн. продукта.

**Заключение.** Проектирование современных продуктов обязательно должно учитывать цифровую составляющую на протяжении всего жизненного цикла продукта, которая имеет несколько уровней: проектирование и использование цифровых двойников, построение концепции продукта, включающей возможности его подключения к интернет-технологиям, поддержку софта в период эксплуатации товара, возможности полной или частичной реализации продукта в цифровом виде. Все эти составляющие позволяют повысить конкурентоспособность продуктов и предприятий, участвующих в создании, реализации и обслуживании товаров.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф.Котлер, Л.Келлер — СПб: Питер, 2020. — 848 с.
2. Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора / А. Остервальдер, И. Пинье. – М.: Альпина Паблишер, 2022. – 288 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения / Ф.Котлер, А.Сетиаван, Х.Картаджайя — М: Эксмо, 2022. — 272 с.
4. Радченко, В. А. Концепции интегрированного продукта: понятие и элементы / В. А. Радченко // Путеводитель предпринимателя. – 2012. – № 13. – С. 239-245.
5. Майорова, К. С. Разработка индустриальных продуктов предприятий: цифровой жизненный цикл / К. С. Майорова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2021. – № 6-5(108). – С. 43-53. – DOI 10.23670/IRJ.2021.108.6.144
6. Юрин, А. С. Дизайн индивидуализированных товаров с помощью методов архитектуры продукта / А. С. Юрин // Архитектон: известия вузов. – 2018. – № 1(61). – С. 11.

УДК 339.562.4

#### **ПЕРСПЕКТИВЫ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ НА БЕЛОРУССКОМ И ЕВРАЗИЙСКОМ РЫНКАХ В НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕАЛИЯХ**

*доктор экон. наук, профессор Данильченко А.В., аспирант Сюй Люмэй, БНТУ, г. Минск*

**Резюме.** Интернационализация деловой активности рассматривается как внешне направленная экспансия китайских компаний на белорусском и евразийском рынке в новых экономических реалиях.

**Ключевые слова:** интернационализация деловой активности китайских компаний, ее структура, формы и разновидности.

**Введение.** Под интернационализацией понимается активный динамичный процесс переноса деловой экономической активности фирмы за пределы национального государства в форме экспорта товаров, услуг и

капитала [1, с. 29]. Такой подход соответствует и определению интернационализации Л. Велча и Р. Люстарина как «процесса возрастания вовлеченности фирмы в международную деятельность» [2]. В контексте интернационализации деловой активности китайских компаний – это рассматривается как разновидность внешне ориентированной экспансии китайского бизнеса на целевых зарубежных рынках. С белорусских позиций наоборот, это будет означать внутринаправленную интернационализацию по поставкам необходимого сырья, материалов и комплектующих из КНР в белорусскую экономику, привлечению финансов, технологий, оборудования китайских деловых партнеров для осуществления производственной деятельности на белорусском рынке. В рамках международного сотрудничества Китая и Беларуси интернационализация деловой активности рассматривается как двуединый взаимовыгодный экономический процесс внутри- и внешненаправленной интернационализации, основанный на наращивании синергического эффекта за счет взаимодополняющих компетенций.

**Основная часть.** Для китайских компаний огромное значение имеет государственная внешняя политика КНР и стратегические приоритеты взаимодействия между странами. В этом отношении создаются хорошие перспективы для углубления и расширения взаимовыгодного экономического сотрудничества между Китаем и Беларусью, которое на современном этапе характеризуется как всепогодное в рамках более масштабной китайской инициативы «Пояс и путь». Можно предположить, что будут интенсивно развиваться все формы и разновидности интернационализации деловой активности китайских государственных и частных компаний на белорусском рынке при серьезной институциональной поддержке со стороны КНР. Речь идет о взаимосвязанных китайских кредитах под конкретные инвестиционные проекты китайских компаний в Беларуси, когда осуществляются экспортные поставки технологического оборудования, комплектующих, полуфабрикаты, сырье и материалы из Китая. В свою очередь, если китайские компании закупают в Беларуси на прямую у белорусских предприятий сырьевые ресурсы, сельскохозяйственную и другую продукцию, то это является прямым импортом. Следует отметить, что работающих китайских граждан по контракту в Беларуси на китайских промышленных и торговых предприятиях, строительных организаций можно рассматривать как экспорт рабочей силы КНР, который в рамках экономической теории относится к миграционной политике. Динамика внешней торговли товарами и услугами между двумя странами будет означать достигнутую степень развития интернационализации на макроэкономическом уровне, которая, однако, формируется за счет экспортно-импортных операций между конкретными белорусскими и китайскими компаниями как юридическими лицами, т.е. на микроэкономическом уровне. Если китайские компании осуществляют прямое инвестирование в создание на территории Республики Беларусь собственных производственных предприятий, то это будет означать транснационализацию китайского бизнеса и будет характеризоваться как наивысшая форма интернационализации деловой активности, когда создана благоприятная деловая среда для китайского бизнеса. В этом плане создание белорусско-китайского индустриального парка «Великий камень» – это институциональная платформа для привлечения не только китайских иностранных инвестиций, но и из других регионов и стран.

По результатам одного из опросов, деятельность китайских предприятий на белорусском рынке была сконцентрирована преимущественно во вторичном секторе (47%) и третичном секторе (50%) белорусской экономики, т.е. большинство из опрошенных китайских компаний работали в наименее материало- и капиталоемкой сфере услуг. Причем, на строительные компании во вторичном секторе экономики приходится 87% (14 из числа опрошенных), а остальные 13% на компании из обрабатывающей промышленности. В третичном секторе экономики китайские предприятия представлены практически во всех видах деятельности: 4 компании были заняты в сфере транспортного экспедирования и хранение грузов, почтовыми отправлениями; 3 компании занимались в сфере передачи информации, программном обеспечении и информационными технологиями; 2 недвижимостью и т.д. Такая структура китайского присутствия в белорусской экономике является недостаточной и не соответствует неограниченному китайскому потенциалу. Если опираться на ряд уникальных компетенций китайских производственных предприятий, то приоритетным видится сотрудничество, прежде всего, в обрабатывающей промышленности и в частности, в машино- и автомобилестроении, оборонной промышленности. В результате политико-экономических санкций Запада в отношении России возникают новые возможности занять целые сегменты емкого российского рынка после ухода западных фирм за счет совместной деятельности китайских компаний с белорусскими предприятиями. В результате будет увеличиваться синергический эффект, а за счет взаимодополняющих компетенций это может привести к появлению передовых технологий и занятие новых сегментов не только российского, но и евразийского рынка. Более того, по отношению к белорусским предприятиям возрастет и так называемый «эффект перелива» не только капитала, но и дополнительных компетенций. Это позволит нарастить производственные мощности белорусских предприятий, повысить уровень технологического и инновационного потенциала и эффективность их управления.

**Заключение.** С учетом теории и успешных практик интернационализации компаний из зарубежных стран можно констатировать, что перед китайскими компаниями открываются новые перспективы интернационализации деловой активности, реализующих стратегию «выхода за границу» и использующих не только классические формы экспорта товаров, услуг и капитала, но большой спектр их разновидностей на территории Республики Беларусь, а за счет такого взаимодействия с белорусскими предприятиями и в рамках Союзного государства России и Беларуси и регионального интеграционного объединения Евразийского экономического союза.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Данильченко, А.В. Интернационализация деловой активности стран и компаний / А.В. Данильченко, Е.В. Бертош, О.Ф. Малащенко. – Минск: БГУ, 2015. – 295 с.
2. Welch, L. S., Loustarinen, R. Internationalization : evolution of aconcept' // J. of General Marketing. 1988. 2014. – № 20. – С. 239 - 240. – URL <https://moluch.ru/archive/79/13940/Vol. 14, № 2. P. 36–64>.

УДК 338.24:658.5

### СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ РЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ: УЧЕТ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА НА УРОВНЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Н.Д. Дмитриев, СПбПУ, г. Санкт-Петербург*

**Резюме.** Трансформационное состояние рентных отношений определяет расширение научных взглядов на их системные составляющие и пути формирования ренты на всех уровнях управления. В статье предлагается рассмотреть возможность учета роли интеллектуального капитала на уровне предприятия в системе рентных отношений. Представлена авторская концепция создания рентных доходов за счет использования интеллектуального капитала.

**Ключевые слова:** интеллектуальный капитал, рентоориентированное поведение, инновационное развитие, рентные отношения, знаниеемкое производство.

**Введение.** Система рентных отношений трансформируется в связи с динамичным состоянием экономической реальности и развитием процессов распределения рентных ресурсов между социально-экономическими агентами. В то же время рентоориентированное поведение остается неоднозначным явлением в экономической теории, обуславливая расширенное определение траекторий управления рентообразующими факторами [7]. Целесообразно систему рентных отношений рассматривать на уровне предприятия, которое является первичным элементом экономической системы и определяет структуру рентных доходов на остальных уровнях управления.

Предлагается рассмотреть учет такого рентообразующего фактора, как интеллектуальный капитал. На основе интеллектуальных элементов появляется возможность расширить инструментарий получения «благоприятных» рентных доходов [3]. Однако для этого требуется производить оценку рентных доходов, учитывая уровень интеллектуализации предприятия, и определять значимость интеллектуального компонента в сверхнормативном доходе предприятия. К сожалению, на практике отсутствуют универсальные методы и подходы для проведения оценки интеллектуальных рентных доходов, что определяет развитие тематики и адаптацию ее положений к условиям функционирования различных отраслей национального хозяйства.

**Основная часть.** Новая институциональная революция и объективное изменение структуры социально-экономических отношений обеспечили преобразование господствующей социально-экономической парадигмы [1]. Институциональные составляющие инновационного развития привели к образованию совершенно новых рентообразующих элементов, например за счет управляемого воздействия на информационные потоки и иные компоненты интеллектуального капитала. Необходимо обеспечить концептуальное расширение вопросов к созданию рентных доходов за счет использования интеллектуального капитала.

Повышение значимости интеллектуального компонента в обеспечении стратегического развития разноразмерных экономических субъектов признается научным сообществом. Все отрасли реализуют программы инновационного развития и повышают итоговую эффективность с помощью использования нематериальных элементов, в первую очередь человеческого капитала и инноваций. Детерминирующая роль интеллектуального капитала приводит к объективной необходимости его воспроизводства в контексте достижения стратегических целей предприятия [7].

Получение сверхнормативных доходов за счет реализации своего интеллектуального потенциала определяет структуру «благоприятного» рентообразования, суть которого заключается в получении дополнительных доходов не только от использования материальных ресурсов или монопольного владения ресурсами, но и реализуя интеллектуальный капитал, свое инфраструктурное положение и иные нематериальные активы [3; 6]. В таких условиях происходит формирование ренты путем рационального использования интеллектуального капитала, а без данного процесса невозможно обеспечить конкурентоспособность предприятий и отраслей.

Для совершенствования системы рентных отношений следует производить расчет доли сверхнормативной прибыли в итоговой эффективности предприятия. Подход отражает превышение прибыли над среднерыночным значением за счет использования своего нематериального потенциала, который учитывает дифференциацию и институциональное воздействие на предприятие. На основе математического аппарата можно определить значение качественного показателя уровня рентной интеллектуализации предприятия:

$$IC_{rent} = \frac{I - C - A * ROA_{ia} * \beta_1 * \beta_2}{I_c}, \quad (1)$$

$IC_{rent}$  – уровень рентной интеллектуализации предприятия;

$I$  – совокупные доходы предприятия;

$C$  – совокупные расходы предприятия;

$A$  – объем активов предприятия на конец года;