

5. Разработка стратегии позиционирования.

Выбрав сегменты, руководство должно определить, каким образом будет осуществляться конкурентная борьба. Для достижения успеха необходима надёжная стратегия, отличная от стратегий конкурентов. Уникальность маркетинг-микса, благодаря которой конкуренты не могут ничего противопоставить маркетинговой деятельности компании, увеличивает шансы на успех. Сегментирование позволяет получить однородные целевые рынки. Дифференциация же, направленная на удовлетворение конкретных потребностей, даёт возможность успешно проникать на неоднородные рынки.

6. Разработка маркетинг-микса.

После выбора целевого рынка и стратегии позиционирования следует разработать соответствующий маркетинг-микс. Для этого необходимо принять согласованные решения относительно предоставляемых услуг, каналов дистрибуции, личных продаж, рекламы и стимулирования сбыта, технической поддержки и обслуживания, а также ценообразования.

7. Утверждение разработанной стратегии.

Успех или неудача продукта зависят от того, насколько хорошо работают стратегии сегментирования рынка и позиционирования продукта. Чтобы проверить их надёжность, нужно проводить дополнительные, контрольные исследования рынка [3].

Несмотря на существование самых разных статистических методов во многих исследованиях, посвящённых сегментированию бизнес-рынков, используются модели сегментирования на основе искомым выгод, так как в концептуальном отношении такое сегментирование лучше подходит маркетинговым услугам. Компании выгоднее скорее адаптировать преимущества продукта к возможным потребностям, чем искать потенциальных клиентов. Такой подход побуждает фирм анализировать те рынки, у которых, по общему мнению, вообще нет потенциала.

Список использованных источников

1. Day, G. S. Market driven strategy / G. S. Day. – NY: Free Press, 1990. – P. 101-104.
2. Браерти, Э. Бизнес-маркетинг / Э. Браерти, Р. Эклс, Р. Ридер. – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2007. – С. 230-260.
3. Kasturi Rangan, V. Segmenting customers in mature industrial markets / V. Kasturi Rangan, R. T. Moriarity, G. S. Swartz // Journal of Marketing. – 1992. – № 4. – P. 72-82.

<http://edoc.bseu.by/>

*Ян Чжэну, магистрант
БГУ, Минск (Беларусь)*

Ю.И. Енин, д.э.н., профессор

*УО «Белорусский государственный экономический университет»
Минск (Беларусь)*

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ КНР С США: ОЦЕНКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В течение последних двадцати лет экономика КНР развивалась быстрыми темпами. С 1990 года и до настоящего времени у Китая – достаточно высокие темпы роста экономики, что позволило ему обойти развитые страны мира.

Экономика КНР на данном этапе развития представляет собой вторую в мире экономику после США. Сегодня Китай является лидером в экспорте товаров легкой

промышленности, а также других трудоемких отраслей. Однако, на протяжении последних лет отмечается замедление темпов экономического роста в Китае.

Начиная с середины 90-х гг. прошлого века Китай является одним из крупнейших в мире получателей иностранного капитала. Иностранные инвестиции являются одним из важнейших факторов экономического роста КНР, причем страна является очень привлекательной для инвесторов: уже 400 из 500 ведущих транснациональных корпораций имеют свои представительства в Китае. Более 170 стран мира инвестируют свой капитал в экономику Китая. Сейчас практически не существует региона, в который Китай не инвестировал бы свои средства: Ближний Восток, Латинская Америка, Европейский Союз, Африка. Даже мировой финансовый кризис не повлиял на развитие инвестиционного потенциала страны. Объем привлеченного капитала за последние пять лет превысил 830 млрд. долл. США, что определяет лидирующие позиции Китая в данном направлении среди развивающихся стран.

США на данный момент являются вторым по значимости партнером Китая по внешнеторговому товарообороту, первым по значимости рынком для китайского экспорта и пятым – по объему импорта. Для США Китай является вторым партнером по общему товарообороту, третьим по объему экспорта и первым по импорту. В условиях замедления глобального экономического роста последних лет, стабильное наращивание объемов взаимной торговли США и КНР выступало в качестве определенного драйвера мировой экономики.

Американо-китайские отношения представляют собой сложный комплекс экономического и политического взаимодействия двух стран. В настоящее время отношения между Китаем и США расцениваются экспертным сообществом как одни из наиболее важных двусторонних отношений в глобальном мире. Кроме того, в 2015 г. Китай впервые за 30 лет стал для США ведущим торговым партнером и, к тому же, является наиболее крупным держателем американского долга.

Современное состояние внешней торговли между КНР и США характеризуется как «торговая война», которая началась с объявления Президентом США Д. Трампа в марте 2018 г. о введении тарифа на импорт стали в размере 25 %, а также на импорт алюминия в размере 10 %. В ответ на эти действия китайские власти ввели аналогичные тарифы на поставки из США. Позднее Д. Трамп подписал меморандум, позволяющий штатам ввести новые 25-процентные тарифы на общую сумму около 50 млрд. долл. В список товаров попали такие продукты как автомобили, мотоциклы, железнодорожный транспорт, запчасти для самолетов, станки и медицинское оборудование. В свою очередь, в аналогичный китайский список товаров с повышенными пошлинами на импорт попали американские автомобили, самолеты, химическая и табачная продукция, сельскохозяйственная продукция: говядина, соя-бобы, пшеница, кукуруза, хлопок. Факторами развития «торговой войны» являются значительная несбалансированность двусторонней торговли, а также обвинения со стороны США о краже технологий Китаем.

Каковы перспективы развития внешней торговли между КНР и США?

Важным последствием торговой войны являются колебания фондовых индексов. 10 октября 2018 г. американские индексы пережили очередное крупное падение. Известный американский промышленный индекс Dow Jones, учитывающий котировки 30 крупнейших компаний в США упал на 3,15 % (831,83 пункта) и на момент закрытия остановился на уровне 25 598,74 пункта. Индекс S&P 500 упал на 3,29 % (94,66 пункта), до 2785,68 пункта. Наибольшее падение показал индекс биржи NASDAQ

оценивающий технологические компании. Он упал на 4,08% (315,97 пункта), достигнув 7422,05 пункта [1, с. 98]. Вслед за обвалом американских фондовых индексов аналогичный тренд наметился и на китайской бирже. 11 октября 2018 г. Гонконгский индекс Hang Seng упал на 926 пунктов (3,54%), достигнув годового минимума. Композитный индекс Шанхайской биржи снизился на 5,22% до уровня 2583 – четырехлетнего минимума. Биржевой индекс в Шэньчжэне потерял 6,07%, а индекс Тайваньской биржи – 6,31% [1, с.98].

Правомерно отметить, что с вводом пошлин на импорт китайских товаров, США грубо нарушает одно из основополагающих правил Всемирной торговой организации, а именно: «принцип национального режима торговли», заключающийся в том, что страны, входящие в список ВТО, должны предоставлять товарам иностранного происхождения тот же режим, что и национальным товарам в области внутренних налогов и сборов, а также в отношении национального законодательства, регулирующего внешнюю торговлю. Вследствие данного нарушения, ЕС, Россия, Норвегия, Канада, Мексика и Турция попросили ВТО создать дискуссионную группу для рассмотрения новых торговых барьеров против США.

По информации зарубежных источников США и Китай прекратили эскалацию торговой войны и заключили промежуточное соглашение об урегулировании торговых споров между странами. В соответствии с подписанным соглашением Китай взял на себя обязательства уважать американскую интеллектуальную собственность и увеличить закупки американских товаров на 200 млрд. долл. США в год. Из них промышленные товары должны быть закуплены на 80 млрд. долл. США, энергоносителей – на 50 млрд. долл. США, сельскохозяйственной продукции – 40 млрд. долл. США, а около 30 млрд. долл. США нужно будет потратить на услуги американских фирм. Кроме того, КНР обязался не манипулировать валютным курсом ради получения преимуществ во внешней торговле. США, в свою очередь, обязались не вводить повышенные пошлины на ряд китайских товаров. А на группу китайского экспорта, примерно, в 120 млрд. долл. США (телевизоры, наушники, обувь) пошлина даже снижена: с 25 до 7,5%. Таким образом, пошлины в 25% останутся только на часть китайского экспорта в США на сумму примерно, 200 млрд. долл. США. При этом Президент США Д. Трамп заявил, что они останутся в силе до заключения второй части торговой сделки между странами. Субсидирование Пекином китайского экспорта в США, против чего неоднократно высказывался Д. Трамп, осталось за рамками достигнутого соглашения. Но американский президент заверил, что этот вопрос будет решен в ходе дальнейших переговоров. При этом стороны тут же заявили о начале второго этапа переговоров. По мнению, международных экспертов, поскольку заключенное торговое соглашение, очевидно, носит декларативный характер, то сторонам предстоит решить еще множество конкретных вопросов [8, с.8].

Вместе с тем, экономика Китая, находясь на довольно высоком уровне, обладает определенным потенциалом развития. Так, страна может расширить рынки за счет внутреннего спроса. Устранить угрозу зависимости от технических и инновационных разработок развитых экономик возможно, повысив конкурентоспособность экономики страны за счет развития собственных технологий. Для этого необходимо инвестировать в развитие собственных инноваций и технологий. Кроме того, можно обратить внимание на формирование новых рабочих мест за пределами страны, путем создания китайского бизнеса на территориях других стран, в том числе в рамках развития китайского экономического проекта «Один пояс и один путь».

Торговая война между КНР и США скажется на всей мировой экономике. Помимо ответных санкций на экономику США со стороны КНР, последует также реакция со стороны американских торговых партнеров таких, как Евросоюз, Японии и других стран. Объединение ЕС и Китая может спровоцировать глобальную торговую войну, которая приведет к ухудшению отношений между всеми государствами и переформатированию мировой торговли в целом.

Перспективами развития внешней торговли КНР и США являются: расширение рынков Китая за счет внутреннего и внешнего спроса; повышение конкурентоспособности экономики Китая за счет развития собственных передовых технологий. Для этого необходимо инвестировать в развитие собственных инноваций и технологий; формирование новых рабочих мест за пределами страны путем создания китайского бизнеса на территориях других стран, в том числе США, и в рамках развития китайского глобального экономического проекта «Один пояс и один путь».

Список использованных источников

1. Асанова, Л.Н. США и Китай на пороге торговой войны / Л.Н. Асанова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2018. – № 5. – С. 96-99.
2. Варфаловская, Р.А. Развитие внешней торговли Китая в условиях глобализации и «торговых войн» США / Р.А. Варфаловская // Проблемы Дальнего Востока. – 2018. – № 6. – С. 85-91.
3. Дикер, Н.А. Последствия торговой войны между США и КНР / Н.А. Дикер // Про-экономика. – 2018. – № 9. – С. 2-5.
4. Долгов, С.И. Международная торговля: США на тропе войны / С.И. Долгов // Российский внешнеэкономический вестник. – 2018. – № 9. – С. 7-21.
5. Дорончик, В. Актуальные аспекты развития экспорта / В. Дорончик // Банковский вестник. – 2016. – № 10. – С. 18–24.
6. Енин, Ю.И. Международная торговля/Н.С. Шелег, Ю.И. Енин//Минск: «Высшейшая школа». – 2014. – 511с.
7. Енин, Ю.И. и др. Евразийская индустриально-инфраструктурная интеграция: монография/П.А. Кохно, Ю.И. Енин, А.П. Кохно, С.А. Карпов// Отв. ред. П.А. Кохно. – М.:Граница. 2019. – 312с.
8. Эксперт. 20-26.01.2020. № 4 (1148).

*Guo Qini, Razumova S.V.
BSEU, Minsk*

EXPERIENTIAL MARKETING IN CHINESE CHOPPING MALL WANDA PLAZA

МАРКЕТИНГ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОПЫТА НА ПРИМЕРЕ КИТАЙСКОГО ТОРГОВОГО ЦЕНТРА WANDA PLAZA

АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается понятия экспириенс маркетинга, экспириенс экономики, СЕМ. Дается обоснование применения экспириенс маркетинга в современных рыночных условиях. Анализируется состояние рынка торговых центров Китая, особое внимание уделено торговому центру WANDA PLAZA, на примере