

И. С. Алексеев

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Москва
2010

УДК 339
ББК 65.5
А47

Алексеев И. С.

А47

Внешнеэкономическая деятельность / И. С. Алексеев. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. — 304 с.

ISBN 978-5-394-00501-5

В книге приведены сведения об основах внешнеэкономической деятельности. В доступной форме излагаются основные категории современной мировой экономики и международных экономических отношений, на конкретных примерах раскрываются содержание ключевых понятий мирового хозяйства и процессов, происходящих в этой области, даются наиболее употребляемые экономические термины.

Для всех, кто занимается и интересуется экономическими проблемами, — от студентов и преподавателей до практических работников в сфере бизнеса и в органах государственного управления экономикой.

ISBN 978-5-394-00501-5

© Алексеев И. С., 2009

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2009

Содержание

Глава 1	
От простой торговли к сложному мировому хозяйству	5
Глава 2	
Пути развития мирохозяйственных связей	62
Глава 3	
Международная интеграция	104
Глава 4	
Управление внешнеэкономической деятельностью производств и фирм	118
Глава 5	
Регулирование внешнеэкономической деятельности государства	125
Глава 6	
Взаимоотношения международных компаний и государства	140
Глава 7	
Международная конкуренция и конкурентоспособность России	149
Глава 8	
Маркетинг — основа управления внешнеэкономической деятельностью	183
Глава 9	
Организационные структуры международных фирм и управление ими	191
Глава 10	
Управление зарубежными филиалами международной компании с учетом требований и специфики принимающего государства	200
Глава 11	
Этика и методы достижения целей во внешнеэкономической деятельности	204

Глава 12

Экономические отношения России со странами — членами

СНГ, ЕС, с ВТО и другими международными организациями 248

Глава 13

Информационные услуги

и технологии на службе внешнеэкономической деятельности 270

Глава 14

Россия на мировом

информационном рынке 278

Глава 15

От кризиса к кризису

или все же когда-нибудь — к стабильности ? 287

Библиография 298



Глава 1

От простой торговли к сложному мировому хозяйству

Механизм, способный изменять и изменяться

Есть немало способов изменить существование одного человека. Есть такие, что могут преобразить жизнь семьи, города. А есть способные изменить жизнь государств и даже мира. Причем без стрельбы и крови. Хотя некоторые признаки войны в применении таких средств иногда есть. Имеются в виду экономические средства. От мягких и спасительных до жестких и губительных: их диапазон очень широк, он зависит от целей и исполнителей.

В последнее время этот механизм становится все более важным и мощным, особенно когда выходит на межгосударственный уровень. Он, как показывает практика, может быть и со знаком плюс, и со знаком минус. Многое зависит от того, кто и как всем этим командует, управляет. Известно, что чем сложнее механизм, тем опытнее, умнее и изощренней должен быть оператор или команда таковых. Внешнеэкономические связи в этом смысле — один из действительно сложных и древнейших механизмов, придуманных человечеством. Вопрос управления им

исключительно важен: все детали и приемы имеют огромное значение. Но можно ли эффективно управлять механизмом или процессом, не зная его сути, тонкостей? Вряд ли. Лучше знать.

Связи с поистине древней историей

Большинство ученых, историков сходятся в том, что мировое хозяйство и внешнеэкономические связи начали зарождаться тысячи лет назад, а окончательно сложились в конце XIX — начале XX вв.

Все началось с международной (мировой) торговли, т. е. движения товаров и услуг между странами. Так, жители Египта еще пять тысяч лет назад торговали с соседними племенами.



Древнеегипетское государство в 1450 г. до н. э.

**Само же государство намного древнее,
как и его внешние торговые связи**

Примерно в тот же период живущие на территории современной России племена уже обменивались товарами с соседними и даже отдаленными регионами мира. Так, медные и бронзовые изделия с Кавказа, Южного Урала и Сибири расходились по всей Евразии — одно племя перепродавало их другому.

К международной торговле товарами стали подключаться торговцы услугами. Финикийские и греческие купцы не только торговали по всему Средиземноморью собственными и реэкспортируемыми товарами, но и оказывали услуги, перевозя чужие грузы и иноземных пассажиров.

Зарождение мирового хозяйства

Считается, что район Средиземного и Черного морей вместе с прилегающими странами Западной Азии стал тем регионом мира, где еще в глубокой древности зародилось ядро мирового хозяйства.



Здесь — в Средиземноморье — зарождалось мировое хозяйство

Постепенно к нему присоединялись другие хозяйственные регионы мира — вначале Южная Азия, затем Юго-Восточная и Восточная Азия, Россия, Америка, Австралия и Океания и, наконец, труднодоступные районы Тропической Африки и Восточной Азии.

Особо большой вклад в становление мировой торговли товарами и услугами внесли активное распространение рыночных отношений (вначале в Западной Европе, а затем в других регионах мира), великие географические открытия XV–XVII вв.

Рубеж раннего Нового времени и Средневековья был эпохой не только Великих географических открытий, но и первых колониальных захватов. Открытие Нового Света, нового морского пути в Индию и в земли Юго-Восточной Азии, наконец, первые кругосветные путешествия не только сформировали новые представления европейцев о мире в целом, но и привели к изменению геополитических интересов европейских государств. С одной стороны, началось формирование Европы как единого целого, противостоящего остальному миру в цивилизационном плане. С другой стороны, Великие географические открытия стимулировали активные международные связи, прежде всего экономические, что расширило возможности рынка товаров до мирового масштаба, а это в свою очередь активизировало межконтинентальные контакты, приближая Европу к Америке, Азии и Африке.

Известно, что воплощение принципа “государственного интереса” к конкретной политике национальных государств приводило к торговым войнам, войнам за овладение морскими путями, за монопольную эксплуатацию колоний, за главенствующее положение в регионе или в европейской политике в целом, за присоединение спорных приграничных территорий с населением, родственным по культуре и языку.



Колумб



Васко да Гама



Магеллан



Ермак

Экспедиции Колумба, Васко да Гамы, Магеллана, Ермака раздвинули пределы тогдашнего мирового рынка во много раз, присоединив к нему новые огромные регионы.

Хозяйственные связи с этими регионами упрочились в начале XIX в. прежде в Западной Европе, а затем в Северной Америке, России и Японии с началом массового производства готовых изделий как для внутреннего, так и для внешнего рынков. Их сбыту в значительной степени способствовали появившиеся в ранее малодоступных уголках мира пароходы, железные дороги, телеграф.

Хотя на мировом рынке, как и сейчас, доминировали товары, одновременно широко развивались и некоторые виды услуг: фрахтовые, банковские, биржевые. Россия на мировом рынке выступала и, к сожалению, продолжает выступать прежде всего как экспортер сырьевых товаров: пушнины, зерна, древесины и с XX в. и по нынешнее время — нефти и газа, а также как поставщик некоторых готовых изделий в соседние азиатские страны, и как крупный импортер западноевропейских готовых изделий, материалов и полуфабрикатов.

Прежде чем перейти к анализу современного состояния мирового рынка товаров и услуг, отметим одну его важную, даже жизненно важную черту.

Радикальное средство от летального исхода

Исключительное значение внешних торгово-экономических связей можно кратко проиллюстрировать на примерах России и Китая.

Многие историки уверены, что именно эти связи помогли России в период монгольского ига не только не разрушиться, не исчезнуть с лица земли, но даже как-то развиваться (при всем тогдашнем ее униженном положении). В то время одной (чуть ли не единственной) еще как-то дышавшей жизненной сферой России были торговые и экономические связи с западноевропейскими странами. Монгольские завоеватели не мешали этой деятельности, находя в ней свои выгоды. Разрозненная и разоренная Россия страдала и мучилась, но товары ее появлялись на рынках других государств, напоминая, что есть еще такая страна — Россия.

Кроме того, русские могли покупать некоторые необходимые им товары, а также приобретали определенные коммерческие, технические и другие знания.



Куликовская битва — миниатюра из летописи XVII в.



Реверс монеты Банка России, выпущенной к 625-летию Куликовской битвы (2005 г.)

Специалисты не сомневаются, что именно торговля, внешние связи помогли русским хорошо подготовиться к важным

сражениям с татаро-монголами, в частности, к Куликовской битве: тут и закупленное оружие, и знакомство с самой современной для тогдашней Европы тактикой подобных крупных боев.

От той поры остались некоторые сведения о русских купцах, которые, преодолевая многие трудности, двигали русские товары в другие страны.

Один из наиболее известных примеров относится к середине XV в.



Карта “хождений” Афанасия Никитина



Памятник русскому землепроходцу в Твери

В тот период, когда в России еще было иго татаро-монгол, тверской купец и путешественник Афанасий Никитин предпринял на свой страх и риск так сказать познавательное внешне-экономическое “хождение” в дальние края (“за три моря”) в поисках заморских товаров и возможностей сбыта российских, а также с целью лучше узнать другие страны и народы и показать там на своем примере малознакомое им лицо русского купца и исследователя. Никитин стал первым европейцем, посетившим Индию, — за четверть века до открытия пути в эту страну, сделанного Васко да Гамой.

Так что внешнеэкономические связи для России с давних пор стали играть особую, положительную роль.

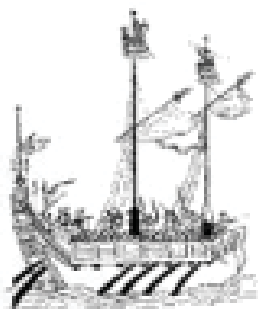
На всех парусах к величию

В начале XV в. (задолго до Колумба и Магеллана) неожиданно для многих стран ведущей державой в области морских географических открытий и экономического влияния, причем не только в Азии, становится Китай.

Это был расцвет империи Мин, когда слава о ее мощи и процветании достигла даже отдаленных стран Запада.

Император Чжу Ли приказал адмиралу Чжан Хэ наладить торговлю с Западом по южному морскому пути. В 1405 г. из Китая в Индию был отправлен огромный флот из 60 больших кораблей с 28 тысячами моряков, солдат и купцов.

Их сопровождали транспортные суда, которые везли лошадей и солдат, военные корабли, патрульные катера и даже танкеры с пресной водой. В команде были переводчики с арабского и других языков.



Боевые корабли империи Мин (средневековая китайская гравюра)



**“Санта Мария”, судно Колумба, кажется маленькой лодкой
в сравнении с кораблем Чжан Хэ**

На кораблях Чжан Хэ применялись самые передовые технологии, о которых в Европе узнали лишь через многие десятилетия, в том числе сбалансированный руль и водонепроницаемые отсеки. Плавание продолжалось почти год, Чжан Хэ очистил моря от пиратов и заложил несколько торговых факторий.

За тридцать лет знаменитый адмирал совершил семь плаваний в Индийский океан, его корабли достигли Аравии и Африки; с этого времени южный морской путь стал основной дорогой, связавшей два до тех пор почти изолированных мира, Запад и Дальний Восток.

Однако за этим впечатляющим взлетом вскоре последовало тяжелое падение. После смерти тогдашнего китайского императора началась борьба за власть, а те, кто к ней пришел, со-

вершили нечто непонятное и для страны катастрофическое. Славные плавания были осуждены. Началось уничтожение китайского флота.

Уже в 1500 г. за строительство корабля, на котором было больше двух мачт, приговаривали к смерти, а в 1525 г. правительство велело разрушить все океанские суда. Величайший в истории флот, насчитывавший в период своего расцвета около 3500 кораблей, был уничтожен, а Китай пошел по пути самоизоляции и упадка, который длился несколько столетий.

Приведенные примеры — не просто развлекательный экскурс в историю, это уроки для многих, включая российские власти, на все времена.

Все включено в глобальную игру

Современное мировое хозяйство возникло после промышленного переворота, в период перерастания капитализма в монополистическую стадию. Для развития международных экономических связей решающее значение имело возникновение и развитие в середине XIX в. крупного машинного производства. Оно не только создало возможность расширения мировых хозяйственных связей, но и предопределило их необходимость.

Зарождение крупной промышленности, производства, накопление капитала разрушили исторически сложившуюся обособленность стран и способствовали их последующему объединению в мировое хозяйство.

Кроме того, постепенно в глобальную игру все шире включаются деньги, рабочая сила, знания и т. д.

Потоки экономических ресурсов (факторов производства) первоначально шли в одном направлении — из небольшой группы наиболее развитых стран во все остальные, менее развитые.

Британский, французский, бельгийский, голландский и немецкий капиталы были заметным элементом накопления капитала в Америке и России; эмигранты из Европы по-хозяйски освоили огромные просторы Северной Америки, Южной Афри-

ки, Австралии и других регионов мира, а западные предприниматели донесли во все уголки мира эпохальные достижения западной науки (электричество, двигатель внутреннего сгорания, механические средства передвижения).

Затем процесс перемещения экономических ресурсов стал более комплексным: капитал, предпринимательские способности, технологии стали не только импортировать, но и экспортировать среднеразвитые страны, а в экспорте рабочей силы активное участие стали принимать и слаборазвитые страны. В результате международное движение факторов производства становится взаимным, но отнюдь не симметричным.

Таким образом, национальные экономики оказались не только участниками мирового рынка товаров и услуг, но и участниками движения экономических ресурсов между странами и регионами. В этих условиях стало возможным говорить о более широком понятии мирового (всемирного) хозяйства, которое охватывает движение не только товаров и услуг, но и факторов производства.

Мировое хозяйство XX в. — система, заставившая задуматься над ее управлением

В развитии мирового хозяйства XX в. можно выделить несколько периодов.

Первый период охватывает 20–30-е гг. и характеризуется кризисными явлениями.

Во *втором периоде* (40-е — начало 60-х гг.) внешнеэкономические связи между двумя различными политическими системами — капитализмом и социализмом — характеризовались противоборством и противостоянием.

Третий период начинается с середины 60-х гг., когда в результате крушения колониальной системы на международной арене появилось большое количество независимых развивающихся стран.

Четвертый период (последнее десятилетие XX в.) характеризуется крупнейшими экономическими и политическими

изменениями в международных отношениях. Главное, в эти годы в силу ряда причин внутреннего и внешнего порядка произошел распад Советского Союза, распад экономики, культуры, внешней торговли и многого другого, что определяло более 70 лет единое государство.

Этому предшествовала целая серия событий. Первым из них по времени стала перестройка в СССР. Затем последовали: отказ от глобального противоборства с капитализмом и идеологизированных симпатий к социалистическим и “антиимпериалистическим” странам (так называемое новое мышление); ликвидация в два раза большего по сравнению с американским количества ракет средней дальности в Европе в течение трехлетнего периода; отказ от поддержки региональных конфликтов в мире; прекращение контроля над восточноевропейскими союзниками, приведшее к падению в странах Восточной и Юго-Восточной Европы коммунистических режимов; объединение Германии, подписание советско-американского договора об ограничении стратегических наступательных вооружений (ОСНВ-1), роспуск Организации Варшавского договора и прекращение деятельности Совета экономической взаимопомощи, что означало для России потерю военно-политических союзников; наконец, отказ от военного присутствия в Европе и начало вывода с территории бывших союзников советских войск.

Двухполюсная картина мировой политики, сложившаяся после окончания Второй мировой войны, рухнула. США остались единственной сверхдержавой. По сравнению с СССР территория России стала меньше на четверть, а население — на половину, валовый внутренний продукт (ВВП) составлял 60% общесоюзного. Значительно снизились возможности вооруженных сил России, но российские лидеры, так и не признавшие, что Россия, несмотря на обладание ядерным оружием, перестала быть великой державой, в течение нескольких лет питали иллюзию о возможности равноправных отношений с ведущими странами мира.

Отношения с дальним зарубежьем развивались по двум основным направлениям: военно-политическому и экономическому.

кому. В военно-политической сфере, демонстрируя свои дружеские намерения, Россия проводила политику уступок и открытости, шла навстречу стратегическим интересам США. Она стремилась утвердиться в качестве правопреемницы СССР на международной арене — и России было предоставлено место Советского Союза в Совете Безопасности ООН и во всех международных организациях.

В целом российская дипломатия в этот период оказалась несвободна в своих решениях и на международной арене следовала за США.

В конце XX в. мировая экономика стала развиваться особенно энергично. Совокупный валовый внутренний продукт планеты приблизился к 25 трлн долл. Сегодня международный рынок играет роль своеобразного фильтра, который пропускает главным образом товары, наиболее отвечающие современным требованиям. Внешние рынки оказывают определенное воздействие на структуру и динамику национального производства, интенсивность и направление технического прогресса в отраслях, политику капиталовложений, а также служат предпосылкой роста эффективности общественного производства.

В настоящее время мировое хозяйство практически является глобальным экономическим организмом, представляющим собой совокупность национальных экономик, находящихся в тесном взаимодействии и во взаимозависимости, а также подчиняющихся объективным законам рыночной экономики.

А международные экономические отношения (МЭО) — это комплекс экономических связей не только между отдельными странами, их региональными объединениями, но и между отдельными предприятиями (транснациональными, многонациональными корпорациями).

Нормальные МЭО становятся просто невозможными без управления, без разработки правовых норм и инструментов их реализации. Неслучайно к настоящему времени существует множество международных финансовых и экономических организаций, чья деятельность направлена на развитие и регламентирование этих отношений.

Так, в настоящее время транснациональные банки (ТНБ) и транснациональные корпорации (ТНК) превратились в основной структурообразующий элемент мирового хозяйства. Транснациональный капитал действует за пределами государств своего происхождения, широко используя конкретные преимущества в размещении производительных сил.

Качественно новым этапом в интернационализации производства является экономическое объединение многих стран, постепенно охватывающее Западную Европу, Северную и Южную Америку, Азиатско-Тихоокеанский регион.

В регулировании мирохозяйственных связей усилилась роль таких международных экономических организаций, как Международный валютный фонд (МВФ), Международный банк реконструкции и развития (МБРР), Всемирная торговая организация (ВТО) и др. Они оказывают все большее влияние и на развитие национальных хозяйств отдельных стран.

Насколько эффективно они работают, будет рассмотрено в дальнейшем. Пока же определим, кто сколько “весит” в мировой экономике.

Расстановка экономических сил в мире

Непрерывное развитие мировой экономики и ее связей постоянно вносит существенные изменения в расстановку основных экономических сил между государствами и подсистемами мирового хозяйства.

Основным принятым в мире показателем экономического развития страны является ВВП. Его производство к началу XXI в. распределялось по странам мира неравномерно. На промышленно развитые государства приходилось около 54,4% мирового ВВП, а на развивающиеся страны — 34,4%. Первые места по валовому внутреннему продукту занимали: США — 21,5%; Япония — 8,6; КНР — 6; Германия — 4; Франция и Индия — по 3,9; Великобритания и Италия — по 3,6%.

Уровень экономического развития страны и ее место в мировом хозяйстве определяются также производством ВВП в

расчете на душу населения в денежном выражении. Так, в 1996 г. по этому показателю первое место в мире занимал Люксембург (39 850 долл.), второе — Швейцария (37 180 долл.), третье — Япония (34 630 долл.), шестое — США (25 860 долл.), двадцать восьмое — Россия (2350 долл.). В самых бедных государствах мира этот показатель составляет 50–70 долл.

В настоящее время в мировом хозяйстве выделяют три основные группы стран: промышленно развитые, развивающиеся и страны с переходной экономикой, представленные в основном государствами Восточной Европы, Китаем и Россией. Однако было бы ошибкой слишком резко разграничивать эти группы. Так, сегодня многие развивающиеся страны (государства Юго-Восточной Азии, Бразилия, Аргентина) по некоторым экономическим показателям можно отнести к промышленно развитым. Их доля в международной торговле превышает 10%, объем ВВП на душу населения в некоторых из них выше 20 тыс. долл.

Цифры по самым богатым странам

К *промышленно развитым странам* относятся 25 государств. В них проживает 1,2 млрд человек (23% всего населения планеты). Они производят 54,4% мирового ВВП, на их долю приходится 72% мирового промышленного производства. Объем ВВП на душу населения в этих странах колеблется от 10 до 25 тыс. долл. На долю этих стран приходится 2/3 оборота международной торговли.

Для промышленно развитых стран характерны: превышение в ВВП доли промышленности над сельским хозяйством; высокий уровень производительности труда и эффективности производства; социальная ориентированность экономики.

Однако промышленно развитые страны неоднородны; их подразделяют, в свою очередь, на три группы.

Первую группу образует семерка наиболее развитых стран — США, Япония, Германия, Франция, Великобритания, Италия, Канада. Их лидерство определяется высокой производительностью труда, внушительными успехами в мировой торговле и политике.

Вторая группа включает 14 небольших по своему размеру государств, характеризующихся высоким уровнем социально-экономического развития: Австрию, Данию, Норвегию, Швецию, Швейцарию и др. Многие страны данной группы имеют прочные, стабильные позиции в мировом хозяйстве.

Третью группу составляют страны переселенческого капитализма (Австралия, ЮАР, Израиль).

Страны Западной Европы, США и Япония представляют собой своеобразный треугольник экономических лидеров в современном мире. Однако сегодня соотношение между этими тремя центрами экономической мощи и влияния претерпевает заметные изменения. Известно, что после Второй мировой войны США по своему экономическому развитию значительно опережали страны Западной Европы и Японию. Но в 70-е гг., вследствие превосходства в темпах экономического роста и научно-технического прогресса, некоторые страны Западной Европы и Япония стали значительно ближе к США по уровню экономического развития, а по ряду важнейших показателей и превзошли их. Так, Япония стала мировым лидером по конкурентоспособности многих промышленных товаров, а в таких отраслях, как автомобильная, сталелитейная, электроника, превзошла США по производительности труда; ФРГ и Швейцария обогнали США не только по производству ВВП в расчете на душу населения, но и по уровню заработной платы и личных доходов.

Данные по развивающимся странам

Для развивающихся стран, а это большинство стран Азии, Африки и Латинской Америки (так называемые страны “третьего мира”), характерны аграрно-сырьевая экономика, слабое развитие обрабатывающей промышленности, ограниченные контуры внутреннего рынка, нищета и неграмотность большей части населения, зависимость в системе мирового хозяйства.

В то же время развивающиеся страны имеют огромные трудовые и природные ресурсы. На их долю приходится более по-

ловины населения и не менее половины мировых запасов минерального сырья.

В настоящее время развивающиеся страны подразделяются на пять групп.

Первая группа — наиболее развитые страны Латинской Америки (Аргентина, Бразилия, Мексика и др.) и новые индустриальные страны — НИС (Сингапур, Гонконг, Южная Корея, Тайвань, а также Малайзия и Индонезия). Последние — самая динамично развивающаяся часть мирового хозяйства. Выпускаемая ими продукция конкурентоспособна на мировом рынке. Начав с покупки патентов и лицензий у промышленно развитых стран, они все больше отказываются от трудоемких производств, внедряют новые технологии, обновляют ассортимент выпускаемых товаров и снижают цены на старые товары.

Вторая группа — нефтеэкспортирующие страны, обладающие уникальными запасами нефти и газа (Катар, Кувейт, Бахрейн и др.). Они имеют высокий доход на душу населения, большой природно-ресурсный потенциал, играют важную роль на капиталистическом рынке энергетического сырья, имеют выгодное географическое положение.

Третья группа — наиболее многочисленная, она объединяет страны со средним размером ВВП на душу населения, равным 1000 долл. (Колумбия, Гватемала, Парагвай, Тунис и др.).

Четвертая группа — Индия, Пакистан, Индонезия — это государства с огромными территориями и населением, природно-ресурсным потенциалом и возможностями экономического развития. ВВП на душу населения этих стран в среднем равен 300 долл.

Пятая группа — наименее развитые страны мира (Афганистан, Нигерия, Сомали, Гана, Гвинея, Бангладеш и др.). Они характеризуются чрезвычайно низким доходом на душу населения — около 120 долл.

Кого относят к категории “переходного периода”

Страны Восточной Европы, Россия и Китай — это страны с экономикой переходного периода.

После падения в 1989 г. Берлинской стены во всех этих странах произошли широкомасштабные социально-экономические преобразования, начался крайне болезненный переход к рыночной экономике, который вначале привел к резкому падению экономической активности.

Кризис в странах Восточной Европы в 1989–1993 гг. по масштабам вполне сравним с кризисом 30-х гг. XX в. Однако уже в 1994 г. и в последующие годы экономические показатели Польши, Венгрии, Чехии, Словакии, Румынии, Болгарии были положительными. Не изменилась ситуация только в странах бывшей Югославии и СНГ.

Особое место в этой группе занимает Китай, в котором проживает пятая часть населения планеты — около 1,3 млрд человек. И хотя в Китае ВВП на душу населения не превышает 500 долл., это государство — кандидат в сверхдержавы. Сегодня Китай вовлечен в международную жизнь в большей степени, чем когда-либо в своей истории. В последнее десятилетие его экономика быстро развивалась и в настоящее время занимает третье место в мире после США и Японии.

Представляется логичным чуть подробнее остановиться на этом, как некоторые считают, экономическом “чуде” последнего времени.

Китайские инкубаторы успеха

Опыт Китая представляет для России особый интерес. По словам самих руководителей и экономистов страны, в основе китайских реформ лежала идея о том, что наука и техника должны служить экономическому строительству, а оно должно быть основано на поддержке со стороны науки и техники. Для этого были сформулированы новые политические цели и лозунги, такие как: “Оживление Китая — через развитие науки и техники”, “Развивать высокие технологии и осуществлять высокотехнологическую индустриализацию”.

С 1991 года китайское правительство учредило 53 общенациональные зоны высокой технологии (ЗВТ) и бизнес-инкубаторы. По-

мимо этого и на местном уровне возникло большое количество ЗВТ. Сейчас число бизнес-инкубаторов достигло 436. Многие ученые и инженеры из академических и учебных институтов перешли на работу в бизнес-инкубаторы, чтобы начать свое собственное дело. Они стали основой научно-технического развития Китая, создают оптимальные условия для ускоренного развития высокотехнологичных отраслей благодаря существующим там льготам.

Бизнес-инкубаторы играют большую роль и в модернизации традиционных отраслей промышленности. В то же время активно создавались негосударственные высокотехнологичные предприятия, сейчас в ЗВТ их около 80%. Удалось создать прослойку технопредпринимателей. Эти зоны являются идеальным местом для привлечения талантливых людей. С 1991 г. резко возросли вложения в научные исследования. Сейчас в целом по стране их объем превысил 1,1% ВВП, а в ЗВТ — 3,3% ВВП.

За период своего существования бизнес-инкубаторы менялись и развивались. Самые перспективные — это технологические бизнес-инкубаторы. Они ориентированы на нужды конкретных отраслей. Второй тип — бизнес-инкубаторы для тех китайских ученых, которые вернулись из-за границы. Еще один тип — международные бизнес-инкубаторы.

За годы существования бизнес-инкубаторов в них возникло большое количество малых и средних предприятий. Объем продаж высокотехнологичной продукции вырос в 250 раз! Особенно быстро развиваются внешнеэкономические связи Китая: в частности, его экспорт превысил 300 млрд долл.

Внешний рынок в последнее время вообще привлекает все большее внимание многих стран. С ним обычно связывают особые надежды. В этом смысле показателен период после Второй мировой войны.

Открытая экономика: ее особенности и пути развития

Мирохозяйственное развитие послевоенных десятилетий характеризуется переходом многих стран к экономике открытого типа, обращенной к внешнему рынку.

Первыми с тезисами свободы торговли и открытости экономики выступили США с целью навязать другим странам свои нормы поведения на международном рынке. Однако по мере изменения социально-экономической ситуации в послевоенном мире тезис об открытой экономике постепенно стал утрачивать одностороннюю, корыстную “американскую” направленность и начал приобретать объективный, обусловленный действиями глубинных факторов, смысл интернационализации (глобализации) мирохозяйственных связей.

Правительства многих государств способствовали формированию открытой экономики. Они стимулировали экспортные производства, поощряли вывоз товаров и услуг, содействовали кооперации с зарубежными фирмами, развивали внешнеэкономические связи, создавали прочную правовую основу для притока из-за рубежа инвестиций, технологий, рабочей силы и информации.

Переход к открытой экономике был значительно ускорен активными действиями транснациональных корпораций. Желая освоить новые рынки, они создавали в разных странах многочисленные филиалы и (или) дочерние компании, обходя протекционистские барьеры этих государств.

Развитие транспортных и информационных систем связи также стимулировало открытость экономики. Постепенно разрушались торгово-экономические и валютно-финансовые преграды между странами. Либерализация международных отношений облегчила адаптацию национальных хозяйств к внешним условиям и воздействиям, а также способствовала развитию международного разделения труда.

С 60-х гг. прошлого века процессы открытости экономики распространились на развивающиеся государства. С начала 80-х гг. приверженность политике открытости декларирует и Китай.

Термин “открытость” вошел в языки многих стран мира, например в арабский — “инфитах”, китайский — “кайфан”.

Вместе с тем открытость экономики до настоящего времени понимается по-разному. Многие авторы справедливо отме-

чают, что необходимо различать понятия “свобода торговли” и “открытая экономика”. Понятие открытой экономики шире и подразумевает свободу движения факторов производства, информации, взаимообмен национальными валютами.

Становление открытой экономики — объективная тенденция мирового развития. Страны, объявившие себя приверженцами открытой экономики, начинают действовать в соответствии с ее принципами, т. е. соблюдают стандарты мирового рынка, следуют его законам.

По мнению многих ученых-экономистов, преимуществами открытой экономики являются:

- углубление специализации и кооперации производства;
- рациональное распределение ресурсов в зависимости от степени их эффективности;
- распространение мирового опыта через систему международных экономических отношений;
- рост конкуренции между отечественными производителями, стимулируемый конкуренцией на мировом рынке.

Открытая экономика предполагает целостность экономики, единый экономический комплекс, интегрированный в мировое хозяйство, мировой рынок.

Один из важнейших критериев открытой экономики — благоприятный инвестиционный климат страны, который стимулирует приток капитальных вложений, технологий, информации в масштабах, обусловленных экономической целесообразностью и международной конкурентоспособностью (на отраслевом и макроэкономическом уровнях). Поэтому открытая экономика предполагает разумную доступность внутреннего рынка для иностранного капитала, товаров, технологий, информации и рабочей силы.

Особо следует подчеркнуть, что сформировавшаяся открытая экономика и переход к ней — это не одно и то же. Открытая экономика — не синоним бесконтрольности и вседозволенности во внешнеэкономических связях государства, полной прозрачности границ. Открытая экономика при необходимости требует и вмешательства государства при формировании механизма ее

функционирования на уровне разумной достаточности. Надо признать, что полной открытости экономики нет ни в одной стране, поскольку стихийная открытость не только не способствует экономическому развитию, а наоборот, угрожает экономической безопасности страны. Разумная открытость строится на принципах эффективности, конкурентоспособности и национальной безопасности, учитывающих структуру экспорта и движения капитала, а также таможенную, валютную, налоговую, кредитную и инвестиционную политику, влияющую не только на формы, но и на общие масштабы взаимодействия с внешним миром.

Насколько она открыта, эта открытая экономика

В 50–60-е гг. XX столетия к числу стран с открытой экономикой относили те, чья внешнеторговая квота была более 10%. К концу 90-х гг. этот критерий заметно изменился: страны с высокой степенью открытости имеют внешнеторговую квоту, превышающую 45%; с низкой — менее 27%.

На степень открытости экономики и уровень развития международных экономических отношений влияют такие факторы, как объем внутреннего рынка страны и уровень ее экономического развития, участие в международном производстве, в операциях международного финансового рынка. Некоторые экономисты выделяют следующую закономерность: чем больше в структуре экономики страны вес базовых отраслей (энергетики, металлургии, горнорудной промышленности и др.), тем меньше ее участие в международном разделении труда (МРТ) и, следовательно, открытость ее экономики.

Однако упомянутые выше коэффициенты и показатели не всегда правильно отражают степень открытости экономики. Так, внешнеторговая квота не может быть синтетическим показателем. Внешнеторговая квота в основном отражает степень участия стран в МРТ, т. е. лишь одну из составляющих открытости

экономики. Показатель открытости экономики более сложный, комплексный.

Исследования некоторых экономистов показывают, что в отдельных развивающихся странах — экспортерах сырья экспортная квота значительно выше средней. В этих случаях квота указывает скорее не на степень открытости конкретной страны и вовлеченность ее в мировое хозяйство, а на сырьевую направленность экспорта. Это относится и к России.

Экономика России скорее распахнута, чем открыта

Как известно, одним из важнейших показателей, отражающих внешнеэкономическую деятельность, является сальдо экспортно-импортных операций. Для России оно пока положительно. Это означает, что страна продает больше, чем покупает.

Значительная часть всех внешнеторговых операций осуществляется со странами СНГ. Крупнейшими торговыми партнерами России в СНГ являются Украина, Белоруссия и Казахстан. Среди стран дальнего зарубежья по экспорту выделяются Германия (8% всего российского экспорта), США (7), Нидерланды (5), Италия (4), по импорту — Германия (13% всего российского импорта), Италия (4), Франция (3,6), Финляндия (3,3%) — цифры на начало XXI в.

В импорте значительное место занимают продукция машиностроения, продовольствие и потребительские товары.

В последние годы происходит резкое наращивание объема стоимости импорта. Так, только за первое полугодие 2007 г. он вырос примерно на 30%.

Напомним, что под напором импорта мы уже полностью потеряли собственную промышленность в сфере бытовой техники и электроники. Сейчас ускоренными темпами теряем остатки российского автопрома, а также национальной фармацевтической промышленности. На фоне торжественной презентации нового российского (хотя уже далеко не вполне российско-

го) гражданского авиалайнера “Сухой Суперджет 100” — ведущие авиаперевозчики (“Аэрофлот”, “Сибирь”, “Трансаэро” и т. д.) десятками закупают новые самолеты “Боинга” и “Эйрбаса”. Флагман отечественного энергомашиностроения “Силовые машины” уже связывает свою конкурентоспособность на национальном рынке энергооборудования с лицензионным производством мощных турбин германского “Сименса”.

Что касается российского экспорта, то здесь ведущую роль играет вывоз энергоносителей, на них приходится примерно 50% всех зарубежных поставок. Причем наблюдается постоянный их рост. Следующая по значению позиция отечественного экспорта — сырье и металлы (более 30% зарубежных поставок). Вывозится железная руда, полуфабрикаты (ферросплавы), сталь, прокат. Постоянно увеличивается вывоз цветных металлов, особенно алюминия, меди, никеля. Значительную часть производимой продукции на экспорт отправляют предприятия лесного комплекса, в основном это круглый лес, а не продукция переработки.

Экспорт высокотехнологичных отраслей тоже развивается, но пока это прежде всего продукция военно-промышленного комплекса, где наша страна и в советские годы занимала лидирующие позиции. В начале XXI в. среди покупателей российского оружия было около 50 стран, в конце 2008 г. их число перевалило за 80.

Но даже в этой отрасли — предмете “национальной гордости” в последние годы, — Россия начинает сдавать позиции США. Если в 2005 г. Россия продала вооружений на 7,2 млрд долл., а США на 6,5 млрд долл., то в 2006 г. они резко поменялись местами: США продали на 10,3 млрд, а Россия — всего на 8,1 млрд долл. Проигрывая инновационно-технологическую “гонку”, Россия оказывается постепенно вытесняемой даже с традиционных для себя оружейных рынков, таких как Индия и ряд стран Африки.

При этом российские корпорации и банки в последние годы уже задолжали зарубежным финансистам более 300 млрд долл. Только в 2007 г. процентные платежи по этим долгам (речь еще

не идет о возврате самого долга!) достигли 60 млрд долл. Как теперь эти долги реструктурировать и тем более отдавать? Вопрос не праздный, поскольку с лета 2008 г. Банк России фиксирует рост числа убыточных банков, а также банков с недостаточным размером собственного капитала.

Российские власти используют поступающую в казну валюту не самым эффективным способом — они наращивают золотовалютные резервы в основном в форме ценных бумаг США и Банка Англии. То есть кредитуют США и Великобританию, насыщая российскую экономику деньгами по минимуму. И сколько-нибудь серьезной промышленной политики в России пока нет.

Иначе поступает Китай. Он, конечно, тоже наращивает золотовалютные резервы. Но при этом одновременно тратит основную часть своего положительного внешнеторгового сальдо в собственной стране — на гигантские инфраструктурные проекты, на программы поощрения инвестиций в “отсталые” внутренние регионы, на высокотехнологические отрасли, на рефинансирование банковской системы, на дешевые кредиты ключевым предприятиям. И, кроме того, на создание гигантских национальных банков и сверхкрупных корпораций, а также на поддержку их экспансии на мировые рынки. Вот как Пекин реализует политику национальной экономической безопасности!

В России многого из этого нет. А есть лишь архаичные механизмы накопления золотовалютных резервов и “стерилизации” избыточных валютных поступлений, чтобы не разогнать до облаков инфляцию. Но возможности этих механизмов ограничены. Огромный приток валюты в страну приводит к увеличению курса рубля. А рост рубля, в свою очередь, удешевляет импорт и удорожает экспорт. И мы видим, что с конца 2007 г. происходит резкое наращивание объема и совокупной стоимости импорта. За первое полугодие 2007 года он вырос примерно на 30%.

Это ухудшает сальдо торгового и платежного баланса. Между прочим впервые за годы, прошедшие с дефолта 1998 г! И в прогнозах нового российского трехлетнего бюджета уже запи-

сано, что к 2009 г. это сальдо может стать отрицательным. То есть нам придется либо начинать тратить золотовалютные резервы, либо сокращать и без того скудные, с точки зрения решения насущных проблем России, бюджетные расходы.

Вспомним некоторые цифры по экспорту конца прошлого века. Экспортная квота России (на основе официального курса рубля) увеличилась с 4% в 1991 г. до 20% в 1996–1997 гг. Вроде бы налицо положительная динамика. Однако все произошло в основном за счет почти двукратного снижения объема валового внутреннего продукта.

Так что это не означает, что экономика России достигла высокой степени открытости. Ни по среднему уровню ввозных таможенных пошлин, ни по структуре внешнеторгового оборота, в том числе экспорта, ни по параметрам инвестиционного климата, ни по другим показателям ее нельзя отнести к странам с открытой экономикой.

Стихийно формирующаяся сегодня открытая экономика России близка к абсолютной распаханности и анархичности. Все это скорее можно охарактеризовать как “квазиоткрытость”, являющуюся очевидным проявлением своего рода “болезни” всеобщей демократизации и “шоковой” либерализации внешней торговли в российском государстве. Это не только не способствует повышению эффективности экономики и ее конкурентоспособности, а, наоборот, наносит ей заметный ущерб и подрывает в определенной мере экономическую безопасность страны. Внешняя открытость экономики, так же как и рыночная экономика, является не основной целью преобразований в России, а лишь важной предпосылкой повышения эффективности отечественной экономики.

Поэтому интеграцию российской экономики в мировое хозяйство необходимо сочетать с прагматичной открытостью и разумным протекционизмом. При этом следует иметь в виду, что непродуманная система мер по “открытию” российской экономики внешнему миру объективно играет на руку сегодня более развитым странам Запада, имеющим прочные позиции на мировых рынках, создавая им односторонние преимущества. С ростом тор-

гово-экономической мощи России и увеличением притока ее товаров на западные рынки промышленно развитые страны будут вводить все более жесткие протекционистские ограничения.

России, чтобы полностью войти в мировое хозяйство, надо много поработать над собой

Процесс вхождения России в мировое хозяйство, ее утверждения как равноправного участника международного разделения труда находится в самом начале.

Несмотря на формальное расширение участия в МЭО в начале 90-х гг., доля России в мировой экономике и степень ее вовлечения в международное разделение труда пока не только не возрастают, а сокращаются. Так, удельный вес российской внешней торговли в международном товарообороте в начале 90-х гг. резко снизился и в конце 90-х гг. составил чуть более 1%. Структура экспорта России носит преимущественно сырьевой характер. На сложной стадии находятся процессы легального вывоза капитала, организации совместных предприятий, свободных экономических зон, а также международные интеграционные процессы.

Медленно решается проблема вхождения России в мировое экономическое сообщество. Для этого необходимо и как можно скорее:

- прохождение Россией основных ступеней развития экономики рыночного типа, которые в свое время прошли экономически более развитые страны;
- восстановление нарушенных и создание новых, на более высоком уровне, деловых связей, экономическая интеграция в рамках СНГ и даже бывшего СЭВ и постепенное вхождение в мировое хозяйство.

Одновременно должен быть выработан механизм взаимодействия с промышленно развитыми и развивающимися странами, международными экономическими организациями, региональными торгово-экономическими блоками и группировками. Очевидно, что все это потребует немало времени и усилий.

Для преодоления разрыва между Россией и мировыми лидерами, сокращения времени перехода ее к рыночной экономике и интеграции в мировое хозяйство следует обеспечить:

- установление стабильного политического режима;
- развитие и совершенствование рыночного механизма хозяйствования, адекватного российским условиям;
- всемерное привлечение и эффективное использование иностранных инвестиций путем создания благоприятного инвестиционного климата, соответствующего основным требованиям открытой экономики;
- проведение активной внешнеторговой политики, сочетающей ориентированность производства на экспорт с импортозамещением;
- стимулирование научно-технического прогресса в экономике страны.

Среди важнейших и неотложных мер следует назвать борьбу с коррупцией.

Коррупция погубит Россию?



Почему бизнес в России по масштабам и темпам развития уступает не только западному, но и китайскому? Почти любой отечественный предприниматель, сумевший создать успешную компанию, рискует стать жертвой налетчиков, действующих при помощи “правоохранителей”. Вместо того

чтобы развивать дело, думать о новых технологиях, передовых организационных приемах и оригинальных проектах, наш капиталист вынужден тратить массу денег, нервов и времени на постоянную оборону. Ему приходится держать специальных юристов и свою службу безопасности: отчасти — приватную спецслужбу, отчасти — личную дружину. Американцы, европейцы и китайцы подобного “счастья” лишены. А потому и завоевывают рынки России.

Бросается в глаза роль российских налоговых органов. А ведь они также служат и для сбора информации о намеченных жертвах поглощений, и для атак на таковых. Особенно это касается способов раздувания налоговой задолженности и изматывающих налоговых проверок предприятий-жертв.

Выход из положения видится только один: решительное очищение административного аппарата государства от коррупционеров. Иначе машина власти станет полностью недееспособной, работая только на тех, кто приносит ей взятки. Следующий шаг предвидеть несложно: бизнесмены примутся защищать себя сами. Если государство не защищает деловых людей, то последние, может статься, примутся оплачивать наемных убийц для устранения рейдеров. Конечно, невозможно воевать с полицейским или фискальным аппаратом государства, но можно довести людей до такой крайности, что они сами начнут устранять тех, кто планирует и совершает рейдерские операции, кто дает взятки. Резко возрастет “теневого спрос” на мастеров диверсий и снайперов.

Наступят “новые 90-е”. О нормальном развитии экономики придется забыть. Значительная часть бизнеса вообще убежит из России за кордон. Конечным же итогом может стать вечная отсталость страны, крушение надежд на инновационное развитие, консервация России как отсталого сырьевого придатка Запада.

Стало быть, очищение от коррупции необходимо проводить на государственном уровне. Пора применять жесткие, но изобретательные меры для борьбы с выходящей из-под контроля чиновничьей машиной. Сегодня решается вопрос: кто кого? Либо Россия победит коррупцию, либо коррупция покончит с Россией. Только в случае победы России она встанет на путь настоящего экономического процветания.

Преступность нередко начинается внутри фирм

Какие виды внутрикорпоративной преступности имеются в виду? На первом месте идет незаконное присвоение активов. Затем — коррупция и взяточничество (использование служебного положения в целях незаконного личного обогащения). Третью

позицию держит нарушение прав интеллектуальной собственности: кража торговых марок и патентов, промышленный шпионаж, разглашение коммерческой тайны, использование поддельных продуктов и услуг. И наконец, отмывание незаконных доходов, нарушение финансовой отчетности и прочие преступления.

Средний финансовый ущерб, наносимый внутрикорпоративной экономической преступностью в Российской Федерации, достигает 12,8 млн долл. на одну фирму. Тогда как среднемировой показатель — 2,4 млн долл., а по Центральной и Восточной Европе — 3,3 млн долл. Тревожная тенденция налицо: воруют все больше и больше! В этом плане Россию сравнивают уже не с Евросоюзом и не с Америкой, а с шестью совсем другими странами: Бразилией, Мексикой, КНР, Индией, Индонезией и Турцией.

По воровству активов Россия лидирует (43% от общего объема внутрифирменных экономических преступлений), далеко отрываясь от Бразилии (37), Мексики (32), Индонезии (32) и КНР (24%). Самые благополучные здесь — Индия (20%) и Турция (19%). Впрочем, в Китае с экономическими преступлениями активно борется государство¹. Приводится статистика Министерства общественной безопасности КНР: более 370 тыс. экономических преступников, арестованных за 2000–2007 гг., нанесли общий ущерб в 13,2 млрд долл. На фоне российских реалий — просто смешные цифры. Но в Китае преступников жестоко карают, и потому другим становится не повадно воровать.

Алчность и мало совести — главные причины

А теперь посмотрим, что движет людьми, идущими на внутрифирменные махинации. Взглянем на статистику по России, в скобках рядом приводятся среднемировые цифры.

Согласно данным опроса², лидирует мотив страсти к личному обогащению — он срабатывает в 73% случаев (57% в сред-

¹ См.: *Верховцев П.* Корень зла // Экономическая безопасность. — 2007. — № 10.

² См.: *Верховцев П.* Указ. соч.

нем по миру). Таковы последствия культа обогащения любой ценой, который, как отмечалось, буйно расцвел в 90-е гг. XX в. и жив в нынешние дни.

Второе место занимает неспособность человека устоять перед соблазном совершения мошенничества — 39% (44%).

Третье место досталось плохому пониманию нарушителем значения его противоправного действия — 33% (40%).

На четвертом месте — необходимость поддерживать высокий уровень жизни — 33% (36%).

Отрицание финансовых последствий своих действий — 27% (26%).

Козыри России

По мнению некоторых специалистов, Россия обладает рядом специфических черт и преимуществ, позволяющих ей интегрироваться в мировое хозяйство и занять достойное место в системе МЭО. Назовем три из них:

- научно-техническая база (хотя в ряде случаев устаревшая или разрушенная, либо без достаточного финансирования);

- высокая степень обеспеченности сырьем и энергоресурсами, их относительная дешевизна (хотя и здесь имеется целый ряд проблем);

- высокий (не весь, конечно, — многое потеряно) кадровый потенциал, особенно в сфере точных наук и в инженерно-технической области, и его неплохой уровень.

Осваивая мировой рынок, Россия должна проводить избирательную и поэтапную политику.

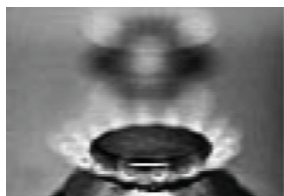
Избирательность заключается в четком определении собственных приоритетов, и в первую очередь в построении свободной социальной рыночной экономики внутри своей страны.

Необходимо планомерно и последовательно раскрывать свой народно-хозяйственный ресурс внешнему миру. Внешняя открытость не должна быть самоцелью, она должна служить созданию эффективного рыночного механизма внутри страны.

Вырабатывая стратегию дальнейшего вхождения России в мировое хозяйство, следует учитывать зарубежный опыт. Япо-

ния, например, в послевоенный период выработала следующую политику: были выделены три важнейшие отрасли экономики — угольная, металлургическая, текстильная; они считались определяющими в вопросах экспорта-импорта и внутренней экономической политики.

Очевидно, российская экономическая политика также должна основываться на системе приоритетов и развитии ведущих отраслей экономики — лесопромышленной, нефтегазовой, горнодобывающей, а также наукоемких высоких технологий (в том числе военных) и др.



Богатства России — ее сила и... тревога

Россия чрезвычайно богата, если иметь в виду ее огромные запасы многих ценных природных материалов, энергетических ресурсов и т. п. Россия обладает практически всем, что упомянуто в таблице Менделеева, и эта истина кое-кого очень раздражает.

Россия контролирует более четверти мировых запасов газа — больше, чем любая другая страна. Большая часть разведанных российских запасов (около 80%) находится в Западной Сибири и сконцентрирована на нескольких гигантских и сверхгигантских газовых месторождениях. С начала 1970-х гг. темпы обнаружения новых месторождений падают. Более того, стабильно снижается и уровень добычи на основных месторождениях.

Для возмещения снижающихся поставок нужны огромные инвестиции, а все варианты нового производства дорогие и сложные. Новые месторождения на Крайнем Севере и Дальнем Востоке отдалены от регионов, где проживает большинство насе-

ления, и экспортных рынков. Они требуют совершенно новых транспортных систем строительства жилья, школ, больниц и т. п., достойной заработной платы.

У российского “Газпрома” нет необходимого капитала (куда он исчезает, можно только догадываться), нет технологии для разведки новых запасов. Государственная компания уже глубоко погрязла в долгах и обременена многими дорогостоящими обязательствами.

Пока “Газпрому” удавалось отсрочить кризис. Экономическая стагнация в бывших советских республиках и Восточной Европе после 1990 г. ослабила спрос на газ. Россия, у которой в то время был избыток топлива, резко увеличила экспорт газа и подписала ряд долгосрочных контрактов.

Но после долгой стагнации потребление газа на внутреннем российском рынке будет увеличиваться вместе с ростом экономики. Развитие восточных регионов страны потребует в ближайшие годы новых промышленных решений, направленных на обеспечение этих регионов газом (наряду с расходами на железные дороги, аэропорты и прочую инфраструктуру).

Даже в те времена, когда российская экономика была в депрессии, страна оставалась крупнейшим потребителем газа в силу низкой эффективности ее энергетической системы. По величине потребления газа в мире Россия следует за Соединенными Штатами, хотя ее экономика намного меньше американской.

Значительная часть электричества в России производится на газе, но эффективность работы российских газовых электрогенераторов составляет, в среднем, 33%, что намного ниже, чем в Западной Европе. Газ даже дешевле угля (Россия — единственная крупная страна, где это так), поэтому усилия по переходу на имеющееся в изобилии топливо крайне слабы.

Российская газовая промышленность, зажатая в тиски ростом внутреннего потребления газа и все новыми внешними обязательствами, стоит перед лицом кризиса. Казалось бы, при столь обильных запасах сырья заполнить пробел могли бы другие производители. Но вследствие ряда непродуманных реше-

ний были созданы серьезные препятствия. Первое — отсутствие нормального доступа к сетям трубопроводов, контролируемых “Газпромом”, в связи с чем многие компании даже не приступают к разведке российских газовых месторождений, поскольку они знают, что им едва ли удастся отправить на свой рынок то, что они найдут. Второй барьер для инвестиций — низкие внутренние цены, делающие производство газа нерентабельным, за исключением тех компаний, которые могут продавать свою продукцию на внешний рынок.

Газовые проблемы Европы и России

В конце 2007 г. Европейская комиссия заявила о необходимости реформ энергетического сектора Евросоюза. Проект предлагает варианты избавления от влияния корпораций — продавцов электроэнергии и газа. Если будет усилена конкуренция, то цены на энергоносители понизятся, полагают в Еврокомиссии.

Ряд специалистов считает, что либо добычей, транспортировкой и торговлей энергоресурсами должны заниматься отдельные, не связанные друг с другом компании, оставаясь на балансе того или иного энергетического концерна, либо на каждом направлении деятельности появится внешний оператор. Это предложение не устраивает ряд крупнейших европейских энергетических компаний, в том числе немецких, а также французских. Цель этих изменений — создать условия для свободной торговли электричеством и газом внутри ЕС, чтобы дистрибьютор энергии имел возможность свободно выбирать поставщика, предлагающего наиболее выгодные условия.

Как ожидается, предлагаемые реформы вступят в силу не раньше 2010 г. Скорее всего, они получат поддержку большинства в Европейском парламенте. В России же грядущие перемены связали с желанием Европейского союза оградить себя от растущего влияния российских поставщиков газа. Некоторые российские политики заявляют о том, что решение ЕС об ограничении доступа компаний из третьих стран на европейский энергорынок можно называть государственным протекциониз-

мом и ответом на нежелание России ратифицировать Энергетическую хартию.

“Газпром” же заявляет, что он был и остается надежным поставщиком газа в Европейский союз и крупным инвестором в инфраструктуру, которая доставляет газ в Европу. При этом, считают в этой компании, главные цели России и Европейского союза совпадают. Они заключаются в обеспечении долгосрочных и надежных поставок газа в ЕС. В то же время руководители “Газпрома” заявляют, что после тщательного анализа опубликованных инициатив Европейской комиссии в области энергетики и консультаций с ключевыми структурами ЕС они выработают свою оценку ситуации. При этом они будут исходить, в первую очередь, из того, как предложенные меры отразятся на надежности поставок, конкурентоспособности европейского энергетического рынка и в конечном итоге — на ценах энергоносителей в Европе.

Какова все же дальнейшая судьба энергетического сотрудничества России с Европой. Будет ли оно развиваться?

Многие эксперты считают, что западных инвесторов, заинтересованных в российском энергетическом потенциале, волнуют две проблемы. Это надежность поставок и особенности сотрудничества с российскими компаниями.

Что касается первой проблемы, то она, по их мнению, непосредственно связана с выполнением всех тех обещаний по надежности экспорта, которые Россия дает постоянно. Например, Россия пообещала дополнительные поставки 55 млрд кубометров газа в год. Несколько позже были даны обещания проложить вторую ветку газопровода “Голубой поток” и увеличить пропускную способность до 32 млрд кубометров в год. В сумме новые поставки, не закрывая прежние пути экспорта, составят 100 млрд кубометров в год.

Цифры для размышления. В 2006 г. общий объем добычи газа в России был 655 млрд; за границу пошло около 211 млрд, в том числе в Европу и Турцию — 154–160 млрд. Потянет ли Россия еще сто миллиардов, причем в ближайшее время?

У западных специалистов сомнения есть. Они анализируют планы добычи газа в России. В Европу газ должен поступать

из Уральского, Северо-Западного, Приволжского и Южного федеральных округов. Но, судя по перспективным планам добычи нефти в вышеназванных округах, в ближайшие годы прорыва не ожидается. С внутреннего рынка снимать газ — опасно, поскольку потребности растут быстрее, чем ожидалось.

По мнению аналитиков, для того чтобы каким-то образом подобные планы осуществить, необходимо задействовать Штокмановское месторождение и месторождения на Ямале. Аналитики отмечают, что именно с этим связан прорыв в проектах освоения “Штокмана”, где очень вовремя завершилось формирование международного консорциума.

Очевидно, считают на Западе, что заявления о дополнительных кубометрах газа делались в расчете на территории бывшего Советского Союза. Именно оттуда собирались поставлять газ по новым морским трубопроводам. До последнего времени не было уверенности в том, что часть газа в Россию поступит из Средней Азии. Таджикистан подписал соглашение о поставке газа в Китай. И уже началось строительство магистрали. Весьма активно идут переговоры о строительстве транскаспийского газопровода из Туркменистана и Казахстана в обход России через Турцию на юг Европы, где среднеазиатский газ будет конкурировать с российским.

Известно, что “Газпром” и итальянская газовая компания в 2007 г. подписали соглашение о прокладке газопровода “Южный поток” по дну Черного моря. Напомним, что на черноморском дне уже лежит один газопровод с пропускной способностью 16 млрд кубометров в год, соединяющий Россию и Турцию. Газопровод дойдет и до Болгарии. Итальянские коллеги проинформировали об этом проекте Еврокомиссию, где сообщение встретили позитивно.

Вместе с тем, говоря о больших планах “Газпрома”, нельзя не отметить тот факт, что ряд партнеров на Западе сомневаются в надежности России как стабильного поставщика газа. Сомневаться, как говорится, не запретишь. Но у России есть неоспоримые преимущества: удобное географическое положение, уникальные ресурсы, огромный опыт строительства нефте- и

газопроводов, что важно как для Запада, так и для Востока. Россия может продолжать поставлять газ своим традиционным партнерам в Европе, а также новым — в странах Юго-Восточной Азии, а с развитием индустрии сжиженного газа вообще может играть ведущую роль в формировании мирового энергетического рынка.

Вместе с тем России стоит думать и над тем, а надо ли поставлять столько нефти и газа за рубеж, учитывая, что это все — невозобновляемые энергетические ресурсы.

Нефть тоже не без проблем

Россия — ключевой нефтяной производитель и экспортер. В последние годы она была второй после Саудовской Аравии, а иногда Россия поставляла даже больше нефти, чем ближневосточный гигант, который, безусловно, является крупнейшим производителем в Организации стран — экспортеров нефти (ОПЕК). Картель ОПЕК поставляет приблизительно 40% нефти, которая используется ежедневно во всем мире.

В 2007 г. страны, не входящие в ОПЕК, произвели приблизительно 60% мировой нефти, а Россия поставила почти 25% от этого количества. В том же году экспорт нефти принес России прибыль около 90 млрд долл. — большой скачок по сравнению с 1998 г., когда прибыль от нефти равнялась 14,5 млрд долл.

Но потом пришел 2008 г., а с ним тяжелый экономический и финансовый кризис, скачки цен вверх и вниз.

Как никогда Россия призвана с умом и расчетливостью распоряжаться своими богатствами и преимуществами. Но и тут начинаются проблемы и тревоги. Во-первых, сама страна пока еще не до конца определилась, как это делать, во-вторых, есть много мешающих обстоятельств, и прежде всего — немалое число желающих помочь ей избавиться от даров природы быстро и дешево.

На эту тему можно найти и научные аргументы; например, некоторые зарубежные и российские экономисты доказывают, что природные богатства страны могут стать серьезным тормо-

зом ее экономического развития. По их мнению, дело даже не в самих богатствах, а в том, что их наличие порождает завышенные самооценки, уверенность в том, что природные ресурсы автоматически гарантируют процветание страны. В этом, по мнению ученых-экономистов, заключается основа “экономического национализма”. Такой национализм, т. е. желание “сидеть” на своих богатствах без разумного их использования, отнюдь не способствует росту благосостояния населения. Подобная позиция может привести к противодействию вкладывания средств в добычу природных богатств.

Доля правды тут есть. Не делиться богатствами практически невозможно. Но, с другой стороны, можно легко все растратить и “проесть”.

Нельзя так неумеренно кушать — можно подавиться

Человечество потребляет, как теперь уже ясно, слишком много энергии, балансируя на грани энергетического кризиса.

Если население нашей планеты остановится на нынешней численности в 6 млрд человек, что маловероятно, перестанет наращивать энергопотребление и перейдет только на газ, то его запасы закончатся через 12 лет. Запасов нефти хватит не на много больше.

Здесь еще надо отметить, что не все страны одинаково потребляют: самыми крупными “пожирателями” электричества, воды, нефти, газа, атомной энергии являются развитые промышленные страны, в первую очередь США. Например, среднестатистический гражданин Соединенных Штатов потребляет в 33 раза больше энергии, чем житель Индии, в 13 раз больше, чем китаец, в два с половиной раза больше, чем японец, и вдвое больше, чем швед.

Сегодня, в начале кризиса, средняя американская семья тратит на энергоресурсы 5750 долл. в год. Из-за увеличения стоимости бензина эти расходы постоянно растут. В последнее де-

сятилетие американцы могли компенсировать увеличение стоимости энергоресурсов ростом стоимости своих домов. Однако это было не решение проблемы, это была ее маскировка. А теперь из-за кризиса на рынке ипотечного кредитования и вызванного им обрушения стоимости жилья американцы стали лучше осознавать, какое влияние рост цен на нефть оказывает на их благосостояние.

На долю Соединенных Штатов приходится 25% всей потребляемой в мире нефти: 21 млн баррелей в день. Транспортный сектор — не только легковые автомобили, но и грузовики с самолетами, без которых невозможно доставлять грузы и оказывать услуги, — свои потребности в энергоресурсах на 97% удовлетворяет за счет нефти. Улучшения ситуации не предвидится: ожидается, что к 2030 г. спрос на нефть в США вырастет на 30% — до 27 млн баррелей в день.

Прибавьте к этому непрекращающуюся нестабильность — и, в ряде случаев, враждебность — в некоторых из стран, являющихся ведущими поставщиками нефти, и вывод будет очевиден: зависимость Америки от нефти, особенно от нефти из нестабильных и недемократических регионов мира, угрожает ее национальной безопасности и экономической стабильности.

Следовательно, волноваться обо всем этом и принимать меры надо всем странам.

“Энергетические страхи” богатых

Вспоминается энергетический кризис, вызванный увеличившимся дефицитом нефти в развитых капиталистических странах в 1971–1974 гг., который стал потрясением для мирового капиталистического хозяйства. Развивался он как часть сырьевого кризиса и нашел выражение в таких явлениях, как нарастание неспособности развитых капиталистических стран удовлетворить свои потребности за счет первичных энергоресурсов, добываемых в национальных границах, коренная ломка колониально-монополистической системы, национализация иностранных нефтяных концессий и беспрецедентное повышение самими раз-

вивающимися странами мировых рыночных цен на нефть (почти в 5 раз за этот период), резкое ухудшение в связи с этим состояния платежных балансов развитых капиталистических стран, накопление у нефтедобывающих развивающихся стран огромных сумм долларов, вырученных от продажи нефти.

До начала 70-х гг. в нефтяной промышленности капиталистического мира господствовал Международный нефтяной картель, в котором доминирующие позиции занимали нефтяные монополии США. В 1972 г. на долю картеля приходилось около 50% добычи нефти всех капиталистических стран; он контролировал 85–90% экспорта нефти из развивающихся стран. Свои огромные прибыли картель получал за счет разницы между монопольно-низкими закупочными ценами на нефть у развивающихся стран — ее экспортеров, и сравнительно высокими ценами на нефтепродукты в странах-импортерах.

Для защиты своих национальных интересов и проведения согласованной политики эти страны создали в 1960 г Организацию стран-экспортеров нефти, а в 1968 — Организацию арабских стран-экспортеров нефти. К началу 70-х гг. они выросли в силу, противостоящую нефтяному картелю.

Рост цен на нефть в 1973–1974 гг. послужил причиной образования значительных дефицитов торговых и платежных балансов развитых капиталистических государств. Усилилась борьба за обеспечение стабильных поставок нефти из стран — членов ОПЕК.

Одним из последствий энергетического кризиса стала национализация почти всех концессий Международного нефтяного картеля в странах ОПЕК (в 1972–1977 гг.). В результате национализации, повышения цен на нефть и роста налогов на иностранные компании доходы участников ОПЕК за 1972–1974 гг. выросли в 10 раз и достигли 100 млрд долл. (в 1977 — 130 млрд долл.).

Возвращаемся к России. Сейчас ей уделяют особое внимание как одному из крупнейших поставщиков самых разных энергетических продуктов.

На нее оказывается давление и сыплются обвинения в том, что она злоупотребляет своим лидирующим положением в этих сфе-

рах и что она, как уже отмечалось, не вполне надежный партнер. Более того, иногда в адрес России звучат даже угрозы, шантаж, ее пугают политическими и экономическими санкциями и т. д.

Думать и о своих интересах, и о честном партнерстве

На самом деле, по большому счету, Европе не на что жаловаться. За тридцать с лишним лет за счет российских газа и нефти (относительно дешевых) обеспечили экономическое и экологическое благополучие многие европейские страны. Лишь какие-то объективные причины или обстоятельства вне зоны российского контроля могут срывать топливные поставки в Европу. С такими явлениями продавцы и покупатели должны бороться сообща. Вместе с тем энергетика — не та сфера, где приемлемы угрозы.

Хочется напомнить нашим критикам и хулителям, как в середине 90-х гг. они учили нас рыночным отношениям. Мы научились, и теперь на нас обижаются за то, что мы оказались талантливými учениками.

Ответственные лица страны постоянно напоминают, что мы торгуем и будем торговать только на рыночных принципах. Россия ни с кем не воюет ни в буквальном, ни в фигуральном смысле. Она настроена на сотрудничество с соседями.

Руководство страны и нефтегазовой отрасли настаивает на том, что Россия будет использовать свои позиции на мировом энергетическом рынке для обеспечения интересов своих граждан и развития партнерства с зарубежными странами.

Говоря о партнерстве, следует отметить, что Россия готова его развивать практически во всех сферах, включая энергетику. В то же время мы не должны забывать о необходимости осторожного, взвешенного допуска иностранных компаний в сферу национальных интересов, в разработку природных ресурсов. Требуется четкая, продуманная политика использования капитала и строжайший контроль за ним.

Все сказанное касается электричества, нефти, газа, леса, атомной энергетики. Кстати, относительно последней. Можно приве-

ти такой красноречивый факт. Россия совместно с Казахстаном создала в г. Ангарске Международный центр по обогащению урана, и было заявлено, что Россия готова оказывать содействие заинтересованным странам в области гражданской атомной энергетики, в том числе по обогащению урана в мирных целях. Было подчеркнуто, что центр “открыт для присоединения третьих государств без каких-либо политических условий”. Ранее Россия предлагала Ирану присоединиться к работе центра, что могло бы создать условия для проверки мирного характера ядерной программы Тегерана. Надо отметить, что ряд государств уже выразил намерение сотрудничать на базе центра в Ангарске.

Искать внутренние резервы — это намного дешевле

Разумеется, Россия должна и будет искать все возможности для выполнения обязательств перед партнерами. Будут вкладываться средства в развитие энергетических отраслей, в разработку новых месторождений, в модернизацию оборудования.

Вместе с тем практика показывает, что большие резервы кроются внутри страны, на уровне разумного, экономного внутреннего потребления всех видов энергии.

Мы должны признать, что с этим у нас, мягко говоря, далеко не все в порядке.

Характер российского энергопотребления определяется тремя факторами, считают специалисты. Это особенности нашей экономики, которая делает ставку на экспорт полезных ископаемых, суровость климата на большей части территории и отсталость технологий, из-за чего мы энергию просто теряем.

Российские и зарубежные эксперты уверены, что инвестиции в энергосбережение обойдутся России втрое дешевле вложений в рост производства энергии.

Так, в середине 2008 г. группа Всемирного банка (ВБ) в докладе “Энергоэффективность в России: скрытый резерв” подсчитала, что есть возможность сэкономить почти половину потребляемой энергии (доклад был передан российским чиновникам).

По данным РАО ЕЭС, за 1990–2005 гг. энергоемкость экономики снизилась на 30%, но при этом Россия все еще входит в десятку стран с самым энергоемким ВВП. Энергоемкость европейских стран ниже российской в 3–4 раза.

Вместо масштабного строительства лучше повышать энергоэффективность, считают эксперты ВБ. И сэкономить при этом можно больше — до 45% потребления первичной энергии.

Наибольший потенциал экономии — в секторе конечного потребления: снижение использования электроэнергии на 1 кВт·ч конечным пользователем экономит 5 кВт·ч первичных энергоресурсов. Сейчас в жилом секторе напрасно расходуется половина потребляемой энергии. В промышленности потенциал повышения энергоэффективности — около 40%, считает ВБ. Предприятия пока недооценивают выгоды энергосбережения и не имеют доступа к долгосрочному финансированию для инвестиций в энергоэффективное оборудование.

Одновременно с этими мерами надо развивать альтернативные виды энергии.

Не газом единым

Альтернативные источники для нас важны, как воздух. Мы все тратим и тратим свои традиционные богатства, которые не бесконечны.



Искать, искать другие источники энергии

Взглянем еще раз на картину нашего расточительства. Российским газом в изобилии снабжаются Германия, Австрия, Италия, Франция, Греция, Финляндия. Заместитель председателя правления ОАО “Газпром” А. Медведев на VI Международном форуме “Газ России-2008” сообщил, что в 2007 г. “Газпром” поставил в Европу 153,7 млрд кубометров газа. С 2008 г. планировалось поставлять за границу 180 млрд кубометров, из них 150–160 млрд — в Европу.

В Украину, согласно информации ИА “Росфинком”, в 2008 г. было поставлено около 57 млрд кубометров газа, в страны СНГ и Балтии — около 50 млрд. В итоге более 40% из добываемых 530 млрд. кубометров газа уходят из страны.

С нефтью ситуация еще хуже, поскольку товар этот очень дефицитный, а алчность российских нефтедобытчиков, присвоивших себе гигантскую общенародную собственность, не знает границ. В итоге из добытых в 2000 г. 313 млн т нефти в России осталось лишь 168,5 млн т.

Иначе говоря, в нарушение всех российских законов, по которым полагается продавать не более 30% нефти и нефтепродуктов, за рубеж ушло 46% годовой добычи.

Но совершенно особая, просто трагическая ситуация складывается с угледобывающей промышленностью, скорость развала которой превосходит все мыслимые представления. Напомним, каменный уголь был и продолжает оставаться основой мировой энергетики. Его добычу стремительно наращивают все страны мира. За последние 10–15 лет производство угля в Австралии увеличилось в 3,7 раза, в ЮАР — в 3,2, в Китае — в 3, Индии — в 2,6, в США — в 1,7 раза. Доля угля в мировом производстве электроэнергии составляет около 50%, в Польше — 96, в ЮАР — 95, в Австралии — 86, в КНР — 71, в Великобритании — 63, в ФРГ — 63, в США — 56%. США уже довели ежегодную добычу угля до 1100, а Китай — до 1500 млн т.

И лишь Россия — единственная страна в мире, где с конца XX по начало XXI в. добыча угля упала вдвое, — с 450 млн до 230 млн т. Доля угля в российском топливно-энергетическом балансе составляет лишь 12%, а в выработке электроэнергии — 26%.

Если на душу населения Австралия добывает более 12 т, Польша — 5,5 т, США — 3,7 т, то на современного россиянина приходится лишь 1,5 т угля. А ведь СССР добывал около 700 млн т угля и уступал в этом отношении лишь США. Сейчас мы спешим занять то же место, которое занимала в мире крайне отсталая дореволюционная Россия. В 1913 г. она добывала всего лишь 29 млн т угля — в 18 раз меньше, чем США, и в 10 раз меньше, чем Германия или Великобритания.

Так что альтернативные виды энергии для России не менее важны, чем для других стран, не столь природой “одаренных”.



Кислогубская приливная электростанция в российском Заполярье

Однако альтернативная энергетика в нашей стране находится в зачаточном состоянии, в то время как в Европе она бурно развивается. Страны Евросоюза всерьез делают ставку на энергию Солнца, ветра, воды, земных недр и на водородную энергетику.

Сегодня настало время перестроить сознание и иерархию человеческих ценностей. В частности, понять, что торговать топ-

ливом —сырьем (газом) и сжигать газ — это, как уже давно говорилось, все равно, “что топить печь ассигнациями”. Альтернативой сжиганию газа, важнейшего сырья для химической промышленности, может стать газификация угля, причем подземная газификация, с получением синтез-газа — источника водорода и химического сырья.

Некоторые ученые считают, что решение топливной проблемы лежит у нас под ногами. Спасением от энергетического кризиса может стать мусор. Самый энергоемкий — отходы сельского хозяйства и деревообрабатывающей промышленности. По приблизительным подсчетам, если опилкам, стружкам и соломе найти применение, а не сжигать или закапывать в землю, то ежегодно можно получать около 150 млн т топлива. Для справки: сегодня годовое потребление бензина в России составляет 30–35 млн т.

Крупные города давно уже превратились в энергетические кладовые. Пищевые отходы представляют собой идеальный материал для производства не только этанолов, но даже высокооктанового бензина. Если же ввести эффективную систему сортировки мусора, то на биотопливе легко можно дотянуть до окончательного решения энергетической проблемы человечества — безопасного и повсеместного использования солнечной или ядерной энергии.

Среди видов альтернативной энергетики, которые можно реально использовать в ближайшем будущем, специалисты называют тепловые насосы, которые можно установить, к примеру, в коллекторах, где происходит сброс горячей воды. Ветряные турбины на том же, к примеру, Урале оправдают себя только в горах, где круглогодичные сильные ветра и нет других способов получения энергии. Вообще энергетика должна быть многоукладной. Даже в одном месте нельзя делать ставку на какой-то один вид ресурсов, надо использовать разные источники.

Возвращаясь к прерванному разговору о вхождении России в мировое рыночное хозяйство, нельзя не заметить странную, на первый взгляд, ситуацию: с одной стороны, усилия России по преодолению отставания в тех или иных областях, ее дви-

жение к прогрессу, развитию своего экономического потенциала вроде бы приветствуются, а с другой — мы что-то не слышим аплодисментов.

Похоже, что Россию не очень ждут

В общем-то, все ясно: вхождение России в мировое рыночное хозяйство не будет легким. Промышленно развитым странам не нужен новый сильный конкурент. За свое место на международном рынке России придется активно бороться, пресекая тайные и явные попытки ведущих мировых держав “прибрать Россию к рукам”. В связи с этим весьма актуальной на пути интеграции в мировое хозяйство для нашей страны становится проблема еще одной безопасности — экономической.

Конечно, путь национальной изолированности бесперспективен. Включение российского национального хозяйства в мировые экономические процессы дает ему возможность использовать преимущества международного разделения труда.

Однако по поводу конкретных форм, пределов, темпов и других параметров интегрирования России в мировое хозяйство могут быть разные мнения. Быстрая либерализация внешней торговли на ранних стадиях перехода к рынку вряд ли способна помочь модернизации экономики. Поэтому внешнеэкономическая политика постсоциалистического государства в период перехода к рынку должна носить прагматический характер, с учетом макро- и микроэкономической стратегии развития экономики и ее реальной структуры.

Российская экономика все еще переживает сложный переходный период, она крайне негармонична, диспропорциональна. В силу этого ей нужен весь арсенал возможных средств внешнеторгового регулирования, включая защитные (протекционистские) меры.

В современном мировом хозяйстве внешняя торговля вследствие таможенно-тарифного и нетарифного регулирования — одна из наиболее управляемых областей хозяйственной жизни.

Западные страны, постоянно декларируя приверженность нормам свободной торговли и либерализации международных хозяйственных отношений, на практике придерживаются весьма взвешенного и прагматичного подхода к их регулированию. В тех случаях, когда конкретные национальные хозяйственные задачи и интересы вступают в конфликт с идеалами экономического либерализма, политика этих стран формируется с учетом состояния национальной экономики, уровня и приоритетов ее развития, степени ее конкурентоспособности, специфики социальных проблем и внешнеполитических целей, поведения партнеров и т. д., а не сводится только к устранению торгово-экономических барьеров.

Например, США, признанный лидер мирового движения за свободную торговлю, официально (больше на словах) исповедуют доктрину не просто “свободной”, но и “справедливой”, или “добросовестной”, торговли, т. е. торговли, ведущейся с соблюдением принципа взаимности и в определенных нормативных рамках, трактуемых в США довольно жестко и не всегда в соответствии с международными правилами. Поэтому США применяют, в частности, антидемпинговые и компенсационные пошлины гораздо чаще, чем другие страны мира.

В других же западных государствах вообще предпочитают говорить не о “свободной”, а о “регулируемой”, или “управляемой”, торговле, иногда — об “организованной свободной торговле”, что более соответствует реальным формам международных экономических связей высокоразвитых стран, не говоря уже о менее развитых, протекционистские элементы в политике которых очень сильны.

Климат международных торговых отношений определяется не только нормами Всемирной торговой организации, через которую развитые страны, провозглашая “свободную и справедливую торговлю”, стремятся ослабить тарифные и нетарифные ограничения, препятствующие экспорту их продукции, представленной, как правило, изделиями высоких технологий.

Не меньшее значение имеют огромное число рестрикционных нетарифных барьеров, охватывающих, по некоторым оцен-

кам, до половины мировой торговли, широкое использование методов искусственной поддержки конкурентоспособности национального капитала и национальных отраслей (особенно сельского хозяйства), сохраняющийся еще во многих странах высокий уровень тарифов (даже в развитых странах пошлины на ввоз некоторых “чувствительных” товаров довольно высоки), наличие многочисленных товарных и картельных соглашений, региональных блоков и преференций.

Фактически все цивилизованные страны, декларируют они это открыто или нет, не довольствуются своим местом в системе международного разделения труда, определяемым законами свободной конкуренции, а пытаются, порой со значительным успехом (Япония, ФРГ, страны Юго-Восточной Азии и др.), активно и целеустремленно воздействовать на формирование своего “сравнительного преимущества”, используя широкий арсенал средств структурной (промышленной) политики и другие методы, далекие от идеалов свободной торговли.

Что уже сделано

В последние годы существования СССР началась трансформация механизма государственной внешней торговли в сторону отказа от автаркической политики. В Советском Союзе (и отчасти в рамках СЭВ) была создана изолированная от внешних связей экономическая система, которая позволила достичь почти полного жизнеобеспечения, однако не на высоком уровне потребностей и качества продукции. Нацеленная на военно-политические задачи, автаркическая экономика СССР мало нуждалась в связях с остальным миром и совершенно не желала приспосабливаться к сотрудничеству с ним.

Реформы в области внешнеэкономических связей, начатые в 1986 г., привели к формальной отмене государственной монополии на внешнюю торговлю (в 1988 г.), предоставлению предприятиям и хозяйственным организациям права на экспортно-импортные операции, а также к возникновению большого числа совместных предприятий (СП) с зарубежными партнерами

(с 1987 г.). Тем не менее выход на внешний рынок находился под мощным бюрократическим контролем, а валютные поступления были централизованны. Советский рубль оставался неконвертируемой валютой.

В разделе “Либерализация внешнеэкономической деятельности” правительственной Программы углубления экономических реформ (1992 г.) отмечалось, что либерализация является одним из ключевых направлений экономической политики, обеспечивающим улучшение положения России в системе международного разделения труда. Первой целью этой Программы являлся “полный демонтаж количественных ограничений во внешней торговле” (это цель, к которой десятки лет шли наиболее развитые страны мира).

Однако выход на внешний рынок огромного числа российских предприятий, зачастую не имевших опыта внешнеэкономической деятельности, привел к их взаимной конкуренции и ухудшению условий экспортно-импортных сделок.

В связи с этим Правительство РФ было вынуждено пойти на усиление государственного контроля за вывозом товаров. Так, с 1 июля 1992 г. был установлен особый порядок экспорта стратегически важных сырьевых товаров, которые составляли 70% российского экспорта.

Согласно Положению о порядке регистрации (перерегистрации) предприятий и организаций, имеющих право экспорта стратегически важных сырьевых товаров, утвержденному МВЭС РФ 2 декабря 1993 г. № 10-112/5560 и Государственным комитетом РФ по антимонопольной политике (ГАК РФ) 11 ноября 1993 г. № ЮХ/5091, число организаций, осуществляющих экспорт вышеперечисленных товаров, по состоянию на конец августа 1992 г. было ограничено пятьюдесятью. В основном это были государственные внешнеэкономические объединения и крупные отраслевые ассоциации. В 1995 г., когда деятельность российских экспортеров сырья и топлива приняла достаточно упорядоченный характер и более активно заработали механизмы таможенного и валютного контроля, институт специальных экспортеров был упразднен.

Приказано обеспечить либерализацию и стабилизацию

Существенные изменения во внешнеторговом режиме страны начались с Указа Президента РСФСР от 15 ноября 1992 г. № 213 “О либерализации внешнеэкономической деятельности на территории РСФСР”. Во-первых, была отменена обязательная регистрация российских предприятий и фирм в качестве участников внешнеэкономической деятельности. Это означало, что все предприятия и их объединения получили право на осуществление внешнеэкономических операций (в том числе и посреднических) без какого-либо специального разрешения. Во-вторых, часть валютной выручки, остававшейся в распоряжении экспортера, увеличивалась до 50%. В-третьих, были отменены налоги на импорт, ставки которых по многим позициям были необоснованно высоки. В-четвертых, в соответствии с либерализацией цен на все продукты и ресурсы с 1 января 1992 г. Правительство РФ расширило сферу использования рыночного курса, т. е. свободной цены на иностранную валюту. Фактически это означало девальвацию рубля почти в 60 раз. А с 1 июля 1992 г. рыночный валютный курс практически стал основным. В-пятых, был сокращен перечень товаров, экспорт которых подпадал под лицензирование и квотирование.

В августе 1993 г. был принят более реальный документ — новая правительственная программа на 1993–1995 гг. “Развитие реформ и стабилизация российской экономики”, основное внимание в области внешнеэкономического развития было нацелено уже не на неумеренную либерализацию, а на конкретные проблемы взаимосвязи внешнеэкономической политики со структурной политикой, усиление контроля за экспортом стратегически важных сырьевых товаров, ограничение иностранной конкуренции на внутреннем рынке.

Однако поспешность, с которой создавалась новая система управления внешнеэкономическими связями, не могла не отразиться на ее качестве. Правительству РФ потом нередко приходилось отменять принятые решения, что придавало торгово-

политическому режиму черты неустойчивости и непредсказуемости.

Ожидаемые минусы

Наряду с определенными положительными результатами в области рыночных преобразований внешней сферы национальной экономики России и развития экспорта, в ходе реформы выявились и существенные негативные моменты.

Широкий спектр мер по либерализации внешней торговли, а также девальвация рубля, с одной стороны, создали предпосылки увеличения экспорта и конкурентного давления импорта на производство, а с другой — обусловили инфляционные процессы и трудности для отраслей, зависящих от импорта. Кроме того, либеральный режим внешнеторговых и валютных операций, заниженный курс рубля, несовершенное банковское законодательство спровоцировали вывоз капитала из страны, что, впрочем, происходило уже в годы перестройки, хотя и в меньших размерах.

Сложившаяся система государственного регулирования, в соответствии с мировой практикой, включала меры тарифного и нетарифного регулирования экспорта и импорта. Экспортные поставки регулировались системой квот и лицензий. Квоты устанавливались Министерством экономики РФ, и на их основе выдавались лицензии для экспорта продукции. Лицензированию подлежали некоторые группы специфических экспортных товаров: оружие и боеприпасы, специальные комплектующие для их производства; драгоценные металлы; отдельные виды лекарственных средств и т. д.

Помимо этого, в связи со значительной разницей между мировыми и внутренними ценами на экспортируемую продукцию, использовалась система экспортных пошлин, редко применяемая в мировой практике. С помощью этих пошлин часть дохода экспортеров изымалась в пользу государственного бюджета. Экспортными пошлинами в 1992 г. облагалось около 3/4 российского экспорта.

Импорт также регулировался системой лицензий. Импортный таможенный тариф (первоначально носивший временный характер) был введен Указом Президента РФ от 15 марта 1993 г. № 340 в целях увеличения доходов государственного бюджета от внешнеэкономической деятельности и создания более благоприятных условий для развития отдельных видов производства.

Коррективы в экспорте и импорте

В последующие годы объем квотируемой и лицензируемой продукции, поставляемой на экспорт, постепенно сокращался. С 1 января 1994 г. в списки квотируемых и лицензируемых экспортных товаров входило всего 12 товарных групп (в начале 1992 г. — 27, в 1993 г. — 17).

Изменения внутренних и мировых цен обусловили снижение и экспортных пошлин, последнее из которых произошло в конце 1995 г. в целях повышения эффективности экспорта в условиях введенного валютного коридора.

С 1 июля 1996 г. Россия отменила все экспортные пошлины, а также обязательную экспертизу количества, качества и цены поставляемых товаров, регистрацию экспортных контрактов (обязательный характер был заменен рекомендательным). Контроль за экспортом был сохранен только в сфере возврата валюты по внешнеторговым операциям.

Резкое расширение числа участников экспортных операций, произошедшее в 1992 г., обострило проблему валютного контроля за экспортными поставками. Впоследствии были приняты меры по его усилению, направленные прежде всего на своевременное возвращение валютной выручки в Россию.

В 1996 г. по аналогии с экспортом был введен валютный контроль за импортом с целью воспрепятствовать использованию импортных контрактов для нелегального вывоза российского капитала.

Необходимость усиления роли государства в регулировании ВЭД была закреплена Федеральным законом от 13 октября

1995 г. № 157-ФЗ “О государственном регулировании внешне-торговой деятельности”. И хотя данный Закон в основном носил рамочный характер и непосредственно не требовал каких-либо изменений в системе внешней торговли, его принятие — значительный шаг на пути становления этой системы, уточнения ее основных понятий и положений. С 2004 г. действует новый Федеральный закон от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ “Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности”.

Осторожнее с санкциями!

К настоящему времени отработаны далеко не все вопросы регулирования внешнеторгового оборота. Необходимо повысить степень экономической проработки принимаемых решений, учитывая при этом их воздействие на национальную экономику в целом, обеспечить предсказуемость изменений, повысить стабильность юридических норм.

При этом следует учитывать, что Россия с ее уникальным геополитическим положением находится в сфере интересов многих крупных государств мира. В частности, возрастает стремление США установить свое политическое и экономическое господство в регионах, где Россия имеет традиционные внешнеэкономические интересы. Поэтому надо с особой осторожностью относиться к попыткам западных стран втянуть Россию в процесс поддержки экономических санкций в отношении государств, политика которых не устраивает США (Ирана, Ирака, Ливии, Афганистана, Северной Кореи).

Этапы большого пути по либерализации внешней торговли Российской Федерации

Показательно, что самый “главный” внешнеторговый закон — “Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности” — состоит всего из 13 глав и 54 статей. Это несравнимо меньше, чем, например, тексты американских внеш-

неторговых законов даже не столь важного характера, которые, как правило, составляют несколько сот страниц и не требуют никаких подзаконных актов даже по процедуре их применения.

Таким образом, либерализация внешнеэкономической деятельности в России пока была частичной и поэтапной.

На *первом этапе* (конец 1991 г. — первое полугодие 1992 г.) меры по либерализации включали:

- снятие ограничений на экспорт готовой продукции (при сохранении жестких количественных и тарифных ограничений на вывоз топливно-сырьевых товаров);

- частичную либерализацию валютного курса (при установлении особого курса для расчетов с бюджетом и сохранении дотаций по критическому импорту);

- отмену любых ограничений на импорт.

Либерализация импорта была необходима для создания конкурентной среды на сверхмонополизированном внутреннем рынке и компенсации резкого спада производства в российской промышленности. Установление административным путем пределов экспорта топлива и сырья в условиях, когда внутренние цены на них были значительно ниже мировых, было вынужденной мерой против катастрофического опустошения внутреннего рынка.

На *втором этапе* (второе полугодие 1992 г.) был полностью либерализован валютный курс и введен импортный тариф¹. Первая из этих мер была направлена на прекращение скрытого субсидирования импорта в ущерб отечественным производителям, вторая — на обеспечение защиты последних от усилившейся конкуренции со стороны иностранных товаров. Для ужесточения контроля за экспортом сырьевых товаров был введен институт спецэкспортеров стратегических товаров.

В целях создания валютного рынка в России с 1 июня 1992 г. экспортерам была установлена обязательная продажа 50% валютной выручки. Доля валюты, реализуемой по рыночному кур-

¹ См.: Положение о порядке регистрации предприятий и организаций, имеющих право экспорта стратегически важных сырьевых товаров (утверждено ГКАП РФ 8 июля 1992 г. № ВЧ/2940, МВЭС РФ 6 июля 1992 г. № 10-42/2686).

су (а не по фиксированному курсу Центрального Банка РФ), впоследствии была повышена с 20 до 50% выручки.

На *третьем этапе* (1993–1998 гг.) был завершен переход на тарифные методы регулирования, постепенно уменьшены количественные ограничения. Объем осуществляемых на централизованной основе экспортно-импортных операций снизился в 1993 г. до 30% внешнеторгового оборота. Главная роль во внешнеэкономической деятельности перешла к предприятиям всех форм собственности.

На этом в основном было завершено формирование внешнеэкономического механизма переходного периода.

Произошел отказ от централизованного экспорта и импорта. Ввоз товаров на централизованной основе прекращен. Введена система тендеров на осуществление критического импорта; в них могли участвовать все хозяйствующие субъекты России. Сохранялось только сезонное квотирование отдельных товаров.

Вместе с тем все еще недостаточно был отработан современный механизм государственной поддержки экспорта, предоставления кредитов, гарантий, страхования рисков, поощрения российских инвестиций за рубежом. Негативное влияние на реформирование внешнеэкономической деятельности России оказало ослабление государственного контроля за экспортом, особенно в начальный (1991–1992 гг.) период ее децентрализации. Это привело к бесконтрольному вывозу товаров, в основном сырьевых, неоправданной конкуренции между российскими экспортерами, дестабилизации мировых цен на некоторые товары, утечке в огромных размерах валютных средств за рубеж.



Глава 2

Пути развития мирохозяйственных связей

Развитие глобализации и регионализации транснациональных корпораций и инвестиционных фондов

Для мировой экономики конца XX — начала XXI в. наиболее характерны два явления — глобализация и регионализация.

Глобализация выражается во все более интенсивном объединении объектов мирохозяйственных связей, их активном сближении и отмене в этом случае различных ограничений, тарифов и т. п. По существу глобализация стирает экономические границы между странами и континентами. Важную, дополнительно объединяющую при этом функцию выполняют также различные международные организации, в частности МВФ и ВТО (до 1995 г. — ГАТТ). Их деятельность помогает различным странам мира быстрее и с меньшими затратами включаться в системы международных рынков со всеми вытекающими из этого выгодами.

Регионализация означает ускоренное, высокоэффективное торгово-экономическое развитие отдельных районов мира, например Североамериканского, Азиатско-Тихоокеанского, западноевропейского и др.

В соответствии с данными исследований международных экспертов, мировая экономика сегодня состоит из относительно обособленных крупных межгосударственных экономических комплексов, которые стали называть “миры экономики”. В этих центрах экономики сосредоточены наиболее эффективные и прогрессивные отрасли и сферы деятельности — высокие технологии, мировая торговля, финансовые операции и т. д. Они определяют и контролируют экономическое развитие периферии, для которой характерно развитие вторичных и других секторов экономики — сельского хозяйства, добывающей промышленности, обрабатывающих отраслей.

Развитие мировой экономики в настоящий период характеризуется также множеством других особенностей — возрастанием значения малого и среднего бизнеса, ростом числа свободных экономических зон (СЭЗ), функционированием большого количества оффшорных центров и особенно — усилением роли транснациональных корпораций и транснациональных инвестиционных фондов.

Отдельные страны, особенно те, которые испытывают трудности с выходом на международные рынки и стараются привлечь внешние инвестиции, приглашают к деятельности на своей территории зарубежные компании, создавая для них различные льготные условия. Компании, видя преимущества, принимают такие предложения и переносят часть своей деятельности на территорию этих стран.

Эта деятельность напрямую связана с передачей технологий из более развитых менее развитым странам.

Десятки тысяч ТНК

К транснациональным корпорациям эксперты ООН относят любую компанию, имеющую производственные мощности за границей. К началу 1990-х гг., по данным ООН, в мире насчитывалось около 37 тыс. ТНК, имевших более 170 тыс. иностранных филиалов. В 1992 г. внешний товарооборот ТНК достиг 5,5 трлн долл., тогда как совокупный мировой экспорт оценивался в 4 трлн долл.

Увеличению числа зарубежных филиалов ТНК способствует проводимая многими странами политика либерализации по отношению к иностранным инвестициям, особенно в телекоммуникациях, транспорте, страховании. В свою очередь, инвестициям благоприятствует приватизация. Наиболее активно ТНК принимают участие в приватизации, проводимой в странах Латинской Америки и Восточной Европы.

Большинство ТНК функционирует в сфере производства (примерно 60%), сфере услуг (37) и в добывающей промышленности (3%). Четко обозначилась тенденция увеличения инвестиций в сферу услуг и снижения в добывающую промышленность и сельское хозяйство.

Характерная особенность ТНК — высокая концентрация заграничных активов. К крупнейшим ТНК можно отнести *Exxon, Shell, British Petroleum, Ford, General Motors, IBM, Philips Electronics* и др.

Важнейшим элементом мирового фондового рынка являются транснациональные инвестиционные фонды. Накопленные в них финансовые ресурсы имеют сложную структуру, отражающую складывающуюся в мире финансово-экономическую ситуацию. Крупнейшими инвестиционными фондами можно назвать “Мерилл-Линч”, “Никко секьюритиз” и некоторые другие.

Свободные (специальные) экономические зоны

Свободные экономические зоны представляют собой самоуправляющиеся географические анклавы с особым режимом хозяйствования, находящиеся в административно-политических границах государств.

Согласно Международной концепции по упрощению и гармонизации таможенных процедур, принятой в Киото (Япония) 18 мая 1973 г., под свободной зоной (или “зоной-франко”) понимается часть территории страны, на которой ввезенные товары не подпадают под национальную таможенную юрисдикцию и, следовательно, освобождены от обычных процедур таможенного контроля и налогообложения.

Понятия “свободные экономические зоны”, а также “свободные торговые и экономические зоны”, “свободные промышленные зоны”, международные зоны научно-технического освоения (“технопарки”), “комплексные зоны свободного предпринимательства” и “офшорные зоны” — все это разнообразие специализации и развития одной и той же концепции, т. е. выделение определенной территории страны или всей страны (в случае ее небольших размеров), где имеют место отличия от остальной ее территории или территории других стран. То есть имеет место иное, более льготное, законодательство в отношении деятельности как своих, так и зарубежных компаний в части налогового обложения, аренды земли, вывоза капитала, валютной политики, политики инвестиций и нередко трудовое законодательство и др.

В свободных экономических зонах ограничено государственное вмешательство в рыночную инфраструктуру не только для достижения стратегических целей, но и для реализации конкретных хозяйственных задач. Создание подобных анклавов позволяет плодотворно сотрудничать центральным и местным властям, с одной стороны, и частному бизнесу, как иностранному, так и национальному, — с другой. СЭЗ можно рассматривать как оптимальную форму либерализации и активизации внешнеэкономической деятельности стран всего мира, способствующую ограничению тарифных барьеров и переходу к открытым национальным хозяйствам.

Чем объясняется эффективность СЭЗ

В последнее время отмечается бурное развитие свободных экономических зон. Однако если страны с развитой экономикой при создании СЭЗ стремятся преодолеть отсталость отдельных районов, опираясь прежде всего на национальный (преимущественно средний и мелкий) бизнес, то государства с переходной экономикой (развивающиеся и бывшие социалистические) главным образом стремятся привлечь иностранный капитал для стимулирования хозяйственного роста.

В мире уже насчитывается более 200 свободных экономических зон, расположенных в 60 странах, прежде всего в развивающихся. СЭЗ успешно функционируют в Китае, Мексике, Доминиканской Республике, США, на Филиппинах.

Для страны, создающей свободную зону практически независимо от ее специализации, появляются ощутимые выгоды:

- привлечение валютных средств и инвестиций в экономику страны;
- получение новейших технологий, повышение квалификации трудовых ресурсов страны и современного менеджмента;
- увеличение занятости и повышение степени переработки сырья и др.

Заинтересованность иностранных компаний определяется более высокой рентабельностью их деятельности, административными стимулами, дешевой рабочей силой, нередко более доступным сырьем, налоговыми и другими льготами. Вот перечисление основных льгот, которые предоставляются в СЭЗ:

- освобождение от налога на прибыль на срок до 10 лет, иногда на весь срок деятельности компании в СЭЗ;
- беспошлинный экспорт (импорт);
- меньший контроль за перемещением валюты;
- гарантия вывоза прибыли и продукции в третьи страны;
- льготные займы на строительство предприятий;
- низкая арендная плата за землю;
- освобождение иностранцев от подоходного налога;
- снижение процентных ставок на реинвестирование прибыли и др.

Кроме того, в СЭЗ создается вся необходимая промышленная и жизнеобеспечивающая инфраструктура (водопровод, канализация, электроснабжение, дороги, средства связи и проч.).

Для управления СЭЗ создаются независимая администрация, корпорация по развитию зоны, межнациональный орган управления и строительная компания.

Страны конкурируют между собой в привлечении зарубежных компаний, предлагая более выгодные условия. Компании же руководствуются определенными критериями, такими как уро-

вень капиталоотдачи, политическая стабильность, стоимость труда, стоимость пользования землей, наличие инфраструктуры, гибкость правительственного аппарата в решении возникающих проблем, налоговые льготы, строгость валютного контроля и возможность репатриации прибыли, разрешение экспорта произведенной продукции из зоны в третьи страны, географическое положение, языковая и культурная близость, наличие сырья и полуфабрикатов, займы на льготных условиях, потенциал внутреннего рынка страны, деловые и семейные связи и др.

Типы СЭЗ и их организационная структура

Свободные экономические зоны имеют разную организационную структуру и функции. Специалисты насчитывают до 25 их разновидностей. Однако общим для СЭЗ всех типов является преференциальный экономический режим, включающий в себя ряд значительных благоприятных для развития бизнеса условий, о которых было сказано выше.

Специальный режим хозяйствования в СЭЗ обеспечивает норму прибыли 30–40%, а сроки окупаемости капиталовложений сокращаются в 2–3 раза. На практике, как правило, применяется комбинация перечисленных стимулов и льгот, причем их конкретное соотношение зависит от экономической ситуации в данной стране и на мировых рынках, а также от типа СЭЗ.

В настоящее время еще не разработана до конца универсальная классификация типов СЭЗ.

Одни специалисты предлагают различать СЭЗ по двум критериям: территориальному признаку и хозяйственной специализации. К первому типу относятся СЭЗ, занимающие обособленную территорию, где все зарегистрированные компании пользуются льготным режимом (так называемые “комплексные зоны”). Примерами могут служить СЭЗ Китая — Шэньчжэнь, Чжухай, Шаньтоу; Аргентины — Огненная Земля; Бразилии — Манаус. Ко второму типу относятся СЭЗ, сформированные на основе применения преференциальной системы по отношению к определенному виду предпринимательской деятельности (так

называемые “точечные СЭЗ”), представленные отдельными предприятиями. Иллюстрацией в данном случае могут служить магазины беспошлинной торговли “Duty free”, а также “макилададорас” — приграничные заводы, созданные американскими компаниями на территории соседней Мексики.

Другие специалисты предлагают классифицировать СЭЗ на основе хозяйственной специализации зарегистрированных экономических субъектов. В этом случае выделяются следующие три типа СЭЗ:

1) торговые — зоны свободной торговли, свободные таможенные зоны и порты, бондовые склады. Такие зоны существуют с XVI–XVII вв. Как правило, они располагаются в районах крупных транспортных узлов, представляя собой транзитные или консигнационные склады для хранения, сортировки, упаковки, маркировки и другой предпродажной подготовки ввезенного товара; получили наибольшее распространение на территории США — более 600 — в комбинации с импортозамещающими производствами;

2) промышленно-производственные — импортозамещающие, экспортные, промышленные парки. Возникли в конце 50-х — начале 60-х гг. XX в. Первая зональная структура такого типа была создана на территории ирландского аэропорта “Шеннон”. Промышленные парки включают производственные мощности, ориентированные иногда на внутренний, а чаще на внешний рынок. Особенно характерны промышленные парки для новых индустриальных стран (Бразилии, Мексики, Индонезии, Таиланда);

3) технико-внедренческие — технополисы, технопарки, зоны развития новых и высоких технологий. Появились в 70–80-х гг. XX в. и объединяют в единый комплекс научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы. Наибольшее количество СЭЗ такого типа функционирует в развитых странах: в США (до 80), Японии (около 20), Китае (более 50). Наиболее характерный пример технико-внедренческих зон — Кремниевая долина (Silicon Valley) в американском штате Калифорния, где сосредоточено до 25% мирового объема новых разрабо-

ток по информатике, электронике, биотехнологиям, робототехнике и т. д. Весьма перспективным направлением в этой области является формирование “инкубаторов” для малых внедренческих фирм.

Основной недостаток, связанный с функционированием СЭЗ, — возможность “отмывания” через них криминальных денег и осуществления финансовых афер.

СЭЗ в России

Массовое распространение СЭЗ по всему миру к концу 1980-х гг. привлекло наконец внимание отечественных экономистов и хозяйственных руководителей. В результате возникла идея создания двух экспериментальных свободных зон — в Выборге и Находке. К середине 1990 г. Правительство РСФСР утвердило хозяйственно-правовой статус 12 свободных экономических зон. Однако распад СССР и резкое изменение экономического курса в 1992 г. временно приостановили формирование свободных экономических зон в нашей стране. Федеральный закон, регулирующий создание и деятельность СЭЗ, в России так и не принят. Все возникшие к настоящему времени свободные зоны формировались указами Президента РФ или постановлениями Правительства РФ на основе предложений местных администраций. На сегодня в России существует около 20 СЭЗ. Для страны такого масштаба это очень мало.

Главная проблема, препятствующая развитию СЭЗ в России, — отсутствие правового регулирования их создания и функционирования в условиях фактического конституционного запрета на образование внутри федеральных таможенных границ обособленных экономических анклавов.

Кроме того, отсутствуют четко сформулированные цели создания зон, не противоречащего интересам как регионов, так и центра. Преференциальный режим СЭЗ должен служить не получению сиюминутной выгоды или компенсации недостающих факторов НТП, а реализации преимуществ данной территории.

Отсутствие политической стабильности, благоприятного инвестиционного климата, квалифицированных кадров тормозит приток капиталовложений отечественных и иностранных предпринимателей и способствует криминализации экономической ситуации на территории СЭЗ.

Нет сомнения в том, что эффективная работа СЭЗ в нашей стране придала бы дополнительный импульс экономическому возрождению России.

Офшорные структуры в бизнесе

Офшорные центры (от англ. off shore — буквально “находящийся на расстоянии от берега”) — это районы (иногда их называют “налоговые гавани”), где юридические лица получают выгодные процентные ставки по депозитам и кредитам за счет низкого налогообложения, либерального валютного контроля и низких требований к объемам обязательных резервов банков. Иными словами, это страны и территории, законодательство которых позволяет освобождать зарегистрированные здесь фирмы от налога на прибыль. Но при этом директора и владельцы фирм не должны быть резидентами данной страны, а сама фирма не должна извлекать прибыль на ее территории.

Зарождение офшорного бизнеса относится к XIX в., когда Великобритания приняла законодательство, в соответствии с которым ответственность за потери вкладчиков ограничивалась суммой уставного капитала компаний. Это было сделано для поддержки тех предприятий, которые для погашения долга использовали лишь свои активы, не затрагивая личное имущество вкладчиков (инвесторов).

В офшорных зонах работают не производственные предприятия, а коммерческие, финансовые, холдинговые, фрахтовые и страховые компании.

Страны, создающие офшорные центры, заинтересованы в привлечении иностранного капитала. Кроме того, они получают в свой бюджет определенную пошлину за регистрацию фирм, а также ежегодные суммы от них за предоставление безналого-

вого статуса. Инвесторам выгодно создавать дочерние фирмы в таких зонах, поскольку появляется возможность проведения гибкой хозяйственной и инвестиционной политики.

Основными офшорными территориями считаются Каймановы острова, остров Мэн, Кипр, Гибралтар, штат Делавер (США), Люксембург, Бермудские, Виргинские, Багамские острова, Панама, Гонконг, Либерия, Ирландия, Лихтенштейн, Швейцария.

Проблема двойного налогообложения офшоров

Все государства, в которых расположены офшорные центры, подписали с большинством экономически развитых стран мира соглашения об устранении двойного налогообложения.

По экспертным оценкам, около 50% мирового оборота капиталов осуществляется с использованием услуг таких центров. В настоящее время компании, зарегистрированные в офшорных зонах, участвуют в банковском и страховом деле, морском судоходстве, операциях с недвижимостью, экспортно-импортных операциях, лизинге, трастовой (доверительной) деятельности, консалтинге, предоставлении юридических услуг и др. При этом общий объем капитала, проходящего через офшорные зоны, достигает, по самым скромным оценкам, 500 млрд долл. Среди лидеров офшорного бизнеса по количеству зарегистрированных компаний выделяются Гонконг, Панама, Ирландия, Виргинские и Багамские острова, Лихтенштейн.

Создание предприятий в офшорных центрах позволяет значительно повысить эффективность их внешнеэкономической деятельности. Это обусловлено системой разнообразных льгот, предоставляемых иностранным инвесторам:

- налог на прибыль в офшорных центрах отсутствует или незначителен (1–4%). Вместо налогов уплачивается ежегодный сбор, который не зависит от размера получаемых доходов и, как правило, составляет 150–1000 долл. в год;

- процедура регистрации значительно упрощена, проводится в достаточно короткие сроки и не требует больших затрат;

– управление осуществляется через специализированные секретарские компании; имя владельца компании сохраняется в тайне;

– отсутствуют ограничения на вывоз валюты; фирмы могут осуществлять и получать платежи в любой валюте;

– упрощена финансовая отчетность — составляется только ежегодный отчет;

– нарушение налогового и таможенного режимов обычно не является уголовным преступлением.

Однако при регистрации фирмы в офшорной зоне необходимо помнить следующее:

– льготы по налогообложению доходов не предоставляются, если эти доходы получены в офшорной зоне;

– налоговые службы США и стран ЕС могут систематически проверять торговые сделки офшорных фирм;

– местные банки ограничивают офшорные фирмы в предоставлении им кредитов;

– солидные фирмы Европы и США проявляют недоверие к офшорным фирмам.

При выборе страны для размещения компании и формы ее регистрации необходимо предварительно проанализировать и сопоставить налоговые условия, оценить условия ввоза-вывоза капитала, разработать схемы международных деловых операций, обеспечивающих снижение налогов и других затрат, и выработать механизм реинвестирования доходов.

Холдинговые компании создаются в офшорных центрах для того, чтобы избежать высокого налогообложения в своей стране при переводе валютных потоков и дивидендов других торговых и производственных предприятий. Наибольшее количество холдингов создано в Лихтенштейне (около 20 тыс.), Швейцарии (около 10 тыс.) и Люксембурге (около 2 тыс.).

Инвестиционные компании учреждаются в офшорных центрах профессиональными финансовыми организациями, как правило, в виде фондов ценных бумаг, однако они могут выпускать и собственные акции. В этих центрах их привлекает отсутствие налога на доходы от прироста капитала. Такими офшорными центрами являются Нормандские острова, остров Мэн.

Основная цель учреждения банков в “налоговых гаванях” — проведение операций на рынке евровалют в льготных условиях. Так, в Люксембурге не требуется создания банковских резервов, в Швейцарии отсутствует валютный контроль. Оффшорными центрами для учреждения банков являются также Гибралтар, Кипр, остров Мэн, Ирландия.

Страховые компании открываются преимущественно на Бермудских островах, где они пользуются льготным налогообложением при проведении различных операций страхования.

Судоходные компании создаются в оффшорных зонах (на Кипре, в Либерии, Панаме) для использования “удобного флага”. Российские предприниматели также активно создают оффшорные фирмы.

Инвестиции во внешнеэкономических связях

Известно, что объектами иностранных инвестиций могут быть предприятия, здания, сооружения, земля, акции, научно-техническая продукция, а также право на интеллектуальные ценности.

Иностранные инвестиции классифицируются следующим образом:

- по форме: товарные, денежные и интеллектуальные;
- в зависимости от собственника: инвестиции частных, государственных и международных инвесторов;
- по целевому назначению: связанные (строго целевого назначения) и финансовые (используются на любые цели);
- в зависимости от срока, на который они предоставляются: краткосрочные (до одного года), среднесрочные (от одного года до 5 лет), долгосрочные (свыше 5 лет);
- по степени контроля за вложенным капиталом: портфельные и прямые.

Прямые инвестиции — это прежде всего капиталовложения в создаваемые за рубежом предприятия. Они предполагают контроль инвестора над предоставленными капиталами и его участие в инвестиционном проекте.

Чаще всего совместные предприятия учреждаются с частными фирмами, иногда — с государственными предприятиями. Они позволяют расширить присутствие иностранного инвестора на местном рынке со значительно меньшим риском, чем при открытии филиала. Кроме того, именно совместным предприятиям, как правило, предоставляются налоговые льготы, особенно в развивающихся странах.

Контрольный пакет акций предприятий в зарубежной стране приобретается посредством покупки акций или участия в приватизации. По имеющимся данным, с 1980 г. было приватизировано более 6800 государственных предприятий в различных странах мира (Великобритании, Польше, Аргентине, России, Алжире и др.).

Приватизируя государственные фирмы, можно организовать деятельность за рубежом быстрее, чем создавая новое производство.

Открытие за рубежом филиалов — весьма распространенная форма иностранного инвестирования. Характерно, что наибольшее число дочерних предприятий создается в развитых странах, а также в развивающихся странах с высокими экономическими показателями (Китай, Тайвань, Южная Корея, Малайзия, Таиланд).

Такой вид прямых инвестиций, как лицензионные соглашения, предполагает продажу научно-технической продукции — изобретений, технологий, товарных знаков. В качестве возмещения за предоставление права на использование предмета лицензионного соглашения иностранный инвестор может получить возможность участвовать в прибыли финансируемого им предприятия.

Новые формы прямых инвестиций

В середине 1980-х гг. усилилась роль новых форм прямого инвестиционного сотрудничества — контрактов на управление, строительства объектов “под ключ”, контрактов на условиях раздела продукции (встречная торговля), портфельных инвестиций.

Под портфельными инвестициями понимаются капиталовложения, которые не дают права контроля над вложенным за рубежом капиталом. К ним относятся акции без права контроля над предприятием, облигации и др.

Основной вид портфельных инвестиций — кредиты. Экспортные кредиты могут предоставляться на основании межправительственных соглашений международными и региональными валютно-финансовыми организациями, а также коммерческими банками и непосредственно самими экспортерами.

Вместе с тем специалисты выделяют следующие приоритеты сегодняшнего процесса иностранного инвестирования:

- предпочтение отдается прямым инвестициям по сравнению с портфельными;
- изменяется географическая направленность зарубежных инвестиций;
- прямые инвестиции концентрируются в обрабатывающей промышленности;
- развивающиеся страны переходят от политики ограничения иностранных инвестиций к созданию для них специальной системы льгот.

Оценка инвестиционного климата страны

Принимая решение о главных капиталовложениях в какую-либо страну, иностранный инвестор оценивает ее инвестиционный климат. Одним из ключевых показателей является индекс странового риска, который рассчитывается с учетом политических, социальных, финансово-экономических и коммерческих факторов. При этом применяются экономический и статистический анализ, экспертные оценки, регулярный анализ большого числа данных с использованием анкет. Существуют также методики оценки по обобщающим индексам.

Исследования инвестиционного климата проводят международные финансовые и экономические организации — Международный валютный фонд, Международный банк реконструкции и развития (МБРР), Организация экономического со-

трудничества и развития (ОЭСР), а также информационные корпорации.

На основе обобщающих индексов оцениваются кредитоспособность стран и их возможности по погашению внешнего долга. К числу имеющих низкий уровень кредитной безопасности по внешнему долгу относятся государства, у которых в среднем в течение трех лет три показателя не превышают расчетные уровни:

- отношение общей суммы внешнего долга к ВВП — 50%;
- отношение общей суммы внешнего долга к годовой экспортной выручке — 275%;
- отношение выплат по погашению и обслуживанию внешнего долга в течение года к годовой экспортной выручке — 30%.

К странам с умеренной задолженностью относятся те, у которых показатели не превышают 60% критических величин.

Данные показатели носят достаточно условный характер и не позволяют точно определить “качество” инвестиционного климата. Но с их помощью можно сделать ряд важных выводов:

- можно ли в данной стране эффективно использовать инвестиции;
- кредитоспособна ли страна;
- является ли процентная ставка единственной ценой внешнего займа.

Показатели анализируют в динамике, учитывая политические, социальные и экономические факторы.

Для определения коммерческого риска инвестирования в зарубежные страны в Германии используется индекс *Beri* (*business environment risk index*), который определяется трижды в год на основании 15 оценочных критериев для более чем 50 стран. Каждый оценочный критерий имеет разный удельный вес, определяемый в баллах, — от 0 (неприемлемо) до 4 (очень благоприятно).

Чем выше сумма баллов, тем стабильнее страна, и, напротив, чем она ниже, тем неблагоприятнее инвестиционный климат. Система “*Beri*” учитывает как политические, так и экономические критерии и позволяет не только оценивать нынешнюю

ситуацию, но и учитывать будущие изменения. Анализ по системе “Berі” целесообразно дополнять анкетным опросом.

Существует еще один известный метод оценки инвестиционных рисков. Корпорация *Dun & Bradstreet* оценивает инвестиционный и платежный риск по 120 странам мира и публикует эти данные в ежемесячном бюллетене “Международный обзор коммерческих рисков и платежей”.

По методике компании все страны оцениваются по семи классам (1–7) и четырем подклассам (A—D) рейтинга. Индикаторы A, B, C, D присваиваются по мере увеличения степени риска и уменьшения кредитоспособности страны. Первый (высший) класс характеризует максимальную способность возвращать кредиты и соответственно минимальную степень риска. К нему, по оценке, например, за 1994 г. относились США (1B), Япония (1C), Италия (1D). Второй класс означает хорошую кредитоспособность и низкую степень инвестиционного риска — Швеция (2A), Испания (2A), Гонконг (2B). В третий класс вошли Чехия (3A), Польша (3B), Китай (3A), Турция (3B). Седьмой класс на подклассы не разбивается и характеризуется максимальной степенью инвестиционного риска.

Экономика и политика обязательно учитываются

Важнейшим критерием для инвестирования являются экономическая и политическая ситуация в стране, тенденции ее развития и связанные с ними перспективы получения прибыли.

Экономическая политика стран в вопросе привлечения иностранных инвестиций различна. Выделяются три группы стран:

- 1) преимущественно вывозящие капитал, или международные нетто-инвесторы (например, Япония);
- 2) преимущественно ввозящие капитал, или международные нетто-заемщики (США, Ирландия, Португалия, Испания, Турция);
- 3) с приблизительно равным объемом ввоза и вывоза капитала (Германия, Франция).

Привлечение иностранных инвестиций связано с передачей новых технологий, созданием рабочих мест, развитием экономики страны-заемщика, расширением ассортимента экспортной продукции и может быть весьма полезно для экономики страны — получателя инвестиций.

Если в стране не хватает внутренних финансовых ресурсов, но имеются перспективные сферы приложения капитала, иностранные инвестиции позволяют получить национальную норму прибыли выше среднемировой.

Кроме того, дополнительные капиталовложения приводят к расширению совокупного объема производства страны-импортера, а следовательно, к созданию новых рабочих мест, повышению спроса на сырье и увеличению (как по объему, так и по номенклатуре) товарного экспорта производителей, получивших инвестиции из-за рубежа.

Однако следует учитывать, что иностранные капиталы концентрируются прежде всего в наиболее прибыльных для инвесторов отраслях, а это может усилить диспропорции хозяйственной структуры. Не стоит забывать о возможности оттока прибыли за пределы экономического пространства страны-импортера.

Роль России на мировом рынке капитала

Роль России на мировом рынке капитала незначительна. Ее деятельность в этой сфере в настоящее время ограничивается главным образом импортом инвестиций.

По данным Госкомстата России, сумма иностранных инвестиций в Россию в 1997 г. составила 10,5 млрд долл., что в 1,6 раза больше, чем в 1996 г. Из них прямые вложения — 3,9 млрд долл., портфельные — 0,34, торговые и банковские кредиты — 6,26 млрд долл. Всего же на 1 января 1998 г. накопленный иностранный капитал в экономике России составил 21,8 млрд долл. Финансовый кризис августа 1998 г. вызвал стагнацию в процессе ввоза капитала в Россию. Данная тенденция сохранилась и в 1999–2000 гг. В начале XXI в. инвестиции стали возрастать, од-

нако к 2008 г. они вновь уменьшились из-за нарастающего мирового кризиса.

Наиболее крупными российскими кредиторами являются США (30%), Германия и Нидерланды (по 25%). Представители этих государств активно участвуют в инвестиционных проектах на территории России. Компании других стран в основном специализируются на создании совместных предприятий, предоставляя кредиты и гарантии сбыта продукции на мировом рынке, особенно в сфере обрабатывающей промышленности.

К началу XXI столетия в России было зарегистрировано более 25 тыс. совместных и иностранных предприятий, 86% которых было создано с участием вкладчиков из дальнего зарубежья. При этом 54% инвестиций было направлено в развитие промышленности и 20% — в торговлю и общественное питание.

Безусловным лидером по привлечению иностранного капитала пока является пищевая промышленность, на долю которой приходится 70% его объема.

Невысокий уровень портфельных инвестиций объясняется слабыми позициями на мировом рынке большинства российских компаний, за исключением таких монополистов, как “Газпром”, “Связьинвест”, а также, как отмечалось выше, неблагоприятным инвестиционным климатом в стране.

Главное препятствие для привлечения инвестиций в Россию — отсутствие механизма гарантий для иностранных вкладчиков, особенно в регионах. Основную проблему в связи с этим представляют бегство капиталов из России по нелегальным каналам за счет невозврата в страну экспортной выручки, авансовых платежей под фиктивные контракты, использование необоснованных льгот, контрабанда и т. п. По оценкам специалистов, за 1990–2000 гг. экономика России потеряла таким образом 300–400 млрд долл.

Деньги любят счет. А еще деньги любят, когда с ними обращаются умело, эффективно, быстро. В последнее время в России в сферу денег (и бизнеса вообще) пришло много новых понятий, появились новые технологии, процессы, термины. С некоторых пор все чаще на слуху такие понятия, как СВИФТ, франчайзинг и др.

SWIFT — рассчитайся правильно и быстро

Уже давно специалисты искали пути совершенствования международных валютно-кредитных и расчетных операций. Со временем стало ясно, что для этого необходима их максимальная компьютеризация.

С этой целью в Брюсселе в 1973 г. представителями 240 банков 15 стран было создано акционерное общество “Всемирная межбанковская финансовая телекоммуникационная сеть” (СВИФТ, от англ. SWIFT — society of Worldwide Interbank Financial Telecommunications; это сокращение совпадает с прилагательным “быстрый”, “незамедлительный”). Официально она функционирует с 1977 г.

Основная задача СВИФТ — скоростная передача любой банковской и финансовой информации на базе средств вычислительной техники. Первые передачи охватили 513 банков из 15 стран. В 1997 г. услугами СВИФТ пользовались 5950 банков и финансовых учреждений из 160 стран. С 1987 г. СВИФТ обслуживает и небанковские учреждения — брокерские и дилерский фирмы, клиринговые, страховые, финансовые компании. Одновременно решается проблема стандартизации операций на мировом финансовом рынке, где осуществляется купля, продажа, залог и другие сделки с ценными бумагами. Россия вступила в СВИФТ в 1989 г.

Вступительный взнос ежегодно меняется. Акции распределены в соответствии с объемом передаваемой информации. В 1997 г. через СВИФТ ежедневно передавалось более 4 млн сообщений (800 млн в год) против 500 тыс. при его открытии. Передачи ведутся круглосуточно. Обычные сообщения передаются в течение 10 мин, срочные — 1 мин¹.

Автоматическая обработка информации в системе СВИФТ охватывает контроль, проверку подлинности отправителя и получателя, распределение сообщений по срочности, шифровку

¹ См.: Международные валютно-кредитные и финансовые отношения: Учебник / Под ред. Л. Н. Красавиной. — М.: Финансы и статистика, 2008.

информации. Затем сообщение передается через прямой канал связи получателя, если он включен в сеть, или остается до восстановления в общей базе. Передача и обработка информации осуществляется в течение 20 с.

Важные достоинства СВИФТ

Основное достижение СВИФТ — это создание и использование стандартов банковской документации, признанных Международной организацией информации, — ISO. Унификация банковских документов позволила избежать многих сложностей и ошибок при осуществлении международных межбанковских расчетов в условиях равного для всех участников доступа к скоростной сети передачи данных, высокой степени контроля и защиты (хотя еще не стопроцентной) от несанкционированного доступа. Преимущества стандартов системы межбанковской коммуникации оказались настолько очевидными, что и аналогичные системы на национальном уровне приняли их на вооружение.

Предпосылкой успешного функционирования системы СВИФТ явилась стандартизация форматов сообщений и адресов, т. е. разработка и фиксация единого “языка банков”. Этот процесс начался в 1970-е гг. В 1974 г. Международный комитет завершил разработку типовых сообщений: движение платежей клиентов, межбанковское движение платежей, данные о валютных и кредитных операциях, выписки из текущих счетов банков за один день, включая записи в кредит и дебет счетов. В 1988 г. завершена стандартизация операций: продажа и оформление ценных бумаг, инкассовые и аккредитивные операции; отчет об управлении наличными средствами (балансовый отчет) для клиентов; чек (блокирование счета); торговля драгоценными металлами; дорожные чеки; гарантии и др.

Через СВИФТ компьютеры передают стандартную банковскую и финансовую информацию, которая делится на 7 категорий сообщений, включающих более 70 их типов. Каждый тип ориентирован на максимально полное и точное отражение тре-

бований по представлению и передаче данных, которые могут возникнуть в деятельности банков и финансовых учреждений. Текст сообщения состоит из так называемых полей, часть которых является обязательной. Некоторые поля могут опускаться или кодироваться различными способами, но все они заранее пронумерованы. Обязательные поля содержат информацию, необходимую для правильной обработки сообщения. Дополнительная информация, например, для сложных сделок или полных указаний, при необходимости располагается на опционных полях.

Сообщения, как правило, передаются от одного участника СВИФТ другому (другим), но практикуются и системные сообщения, позволяющие взаимодействовать пользователю и коммуникационной системе. Системные сообщения используются для запроса определенных данных и получения специальных отчетов, для поиска сообщений в базе данных, для учебных и тренировочных целей. Система может направлять запросы и ожидать ответы или информировать пользователя о своем состоянии, обновлении, новых услугах и т. д.

Несомненно, что создание СВИФТ способствует повышению международных расчетных, валютных, кредитных операций.

Во-первых, налажен и ускорен обмен информацией между банками и финансовыми учреждениями по телекоммуникационным линиям связи, автоматизированы их межбанковские операции.

Во-вторых, осуществляются безбумажные международные финансово-банковские операции с минимальным использованием труда банковских служащих и максимальным сокращением операционных расходов.

В-третьих, СВИФТ обеспечивает относительную безопасность межбанковских операций, используя разные комбинации физических, технических и процедурных средств страхования риска. При этом уменьшаются банковские риски, связанные с потерей документов, ошибочной адресацией, фальсификацией платежных документов.

И, наконец, современная компьютерная система реализует не только национальные, но и международные экономические отношения.

Франчайзинг — начини заведомо успешный бизнес

Система франчайзинга широко распространена в США и Западной Европе, а последнее время находит все большее распространение в России. В 2005 г. в США на долю франчайзинга приходилось более 40% розничных продаж.

Франчайзинг представляет собой вид отношений, когда весь пакет прав, технологий, услуг предлагается франчайзером — фирмой, владеющей торговой маркой, к продаже.

Фирмы, пользующиеся франшизой, являются группой тесно связанных между собой предприятий, деятельность которых планируется, направляется и контролируется инициатором всего процесса — франчайзером.

Франчайзер, владеющий торговой маркой на товар или услугу, продает лицензии на право пользования ею и получает лицензионные отчисления.

Фирма, пользующаяся франшизой (франчайзи), обязана заплатить за право стать частью системы. Начальные затраты включают арендную плату за помещение, оборудование и необходимые приспособления, а также, как правило, лицензионные отчисления.

Франчайзер предоставляет франчайзи систему ведения бизнеса.

Крупные фирмы через систему франчайзинга с минимальным для себя риском осуществляют экспансию на новых рынках. Яркий пример — “Макдоналдс”. Фирма имеет свыше 12 тыс. франчайзи по всему миру.

Мелкая фирма с помощью франчайзинга может быстро открыть свое дело, а постоянная поддержка со стороны материнской фирмы позволяет быстро преодолеть проблемы, возникающие на начальном этапе создания предприятия.

В контракте на покупку готового бизнеса обязательно предусматриваются:

- описание бизнеса (название, тип бизнеса, сфера использования);
 - территория, на которой предоставляется право использовать торговую марку;
 - условия и сроки оплаты (первоначальный взнос, роялти, рекламный сбор);
 - взаимные обязательства по поддержке и оказанию помощи.
- Обычно при покупке готового бизнеса предприятие или физическое лицо, заключившее договор:
- уплачивает вступительный взнос (разовый платеж);
 - отчисляет определенный процент от объема продаж (реже — от дохода);
 - обязуется закупать оборудование и товары у своей материнской компании.

Вступительный взнос (первоначальные затраты) — это сумма, которую необходимо заплатить за право использовать торговую марку на определенной территории, за обучение и консультации. Величина вноса зависит от сферы деятельности (самые большие затраты — в сфере быстрого питания), от страны, целей, которые преследует материнская фирма. Обычно первоначальные затраты составляют 5–10% общих затрат.

Постоянные платежи (роялти) — постепенная выплата вознаграждения, пропорциональная согласованным показателям деятельности (обычно в зависимости от объема продаж). Ставки роялти колеблются от 1 до 20% объема продаж, в среднем 7–8%. Платежи вносятся еженедельно или ежемесячно.

Для поддержания имиджа фирмы часто вводят рекламный сбор. Обычно он устанавливается в процентах от объема продаж и уплачивается вместе с роялти.

Платеж при франчайзинге может взиматься также путем установления повышенной цены на товары, продукты, оборудование или сырье, поставляемые материнской фирмой.

Материнская фирма обычно заинтересована в увеличении объема продаж и, следовательно, в том, чтобы в одном районе

было несколько пользователей. Франчайзи, наоборот, заинтересованы в получении исключительных прав на определенные территории. Важно четко определить территорию своей деятельности и отразить эти условия в контракте.

Как правило, система управления является ноу-хау фирмы и передается пользователю при заключении контракта. Ноу-хау представляет собой один из объектов интеллектуальной собственности. Ноу-хау имеет реальную ценность только в том случае, если оно защищено от раскрытия. В связи с ограниченным сроком действия ноу-хау оно, как правило, не включается в уставный капитал и не отражается в нематериальных активах фирмы.

Материнская фирма (франчайзер) организует обучение персонала франчайзи своим методам работы и управления.

Обычно материнская фирма жестко требует соблюдения принятого стандарта технологии и обслуживания. Договор заключается на определенное число лет. Естественно, если деятельность идет нормально, франчайзи может продлить договор на следующий период.

Где привился франчайзинг и в чем его успех

Франчайзинг получил наибольшее распространение в розничной и оптовой торговле, в сфере услуг, в производстве напитков.

По данной системе создаются строительные фирмы, продуктовые магазины, рестораны, закусочные и т. п., консультационные фирмы, оказывающие аудиторские юридические и другие услуги.

Распространение международного франчайзинга вызвано стремлением крупных фирм свести к минимуму риск и ограничения, связанные с иностранной собственностью и контролем, преодолеть недостаток знаний особенностей местного рынка.

Успех франчайзинга основывается на следующих основных принципах:

- отлаженная система поставок;
- постоянное сотрудничество и высокая степень доверия партнеров;
- общая стратегия сбыта и ценовая политика;
- совместное присутствие на рынке;
- оказание поддержки и обмен информацией;
- высокая степень предпринимательской инициативы;
- планирование и прогнозирование развития системы франчайзинга;
- совместная политика в регионах деятельности.

В системе франчайзинга выделяют ряд преимуществ как для франчайзера, так и для франчайзи.

Преимущества для франчайзера:

- значительное расширение рынка сбыта товаров и услуг и увеличение степени контроля на рынке;
- возможность сбыта товаров и услуг на удаленных территориях и проведение территориального раздела рынка с целью ограничения конкуренции между франчайзи без нарушения антимонопольного законодательства;
- проведение единой ценовой политики без опасения нарушить антимонопольное законодательство;
- заинтересованность франчайзи как самостоятельного юридического лица в успехе и процветании, а следовательно, в увеличении продаж, что в определенной степени гарантирует франчайзеру стабильность получения дополнительного дохода при отсутствии высокой степени риска потерять свой капитал, так как франчайзи имеет свои источники финансирования;
- получение дополнительного дохода от уступки прав на использование товарного знака, фирменного стиля, объектов интеллектуальной собственности, коммерческой информации.

Преимущества для франчайзи:

- франчайзи вступает в готовый бизнес, что в значительной степени гарантирует ему процветание; имеет право на изучение опыта и использование знаний франчайзера, приобретает возможность постоянной поддержки со стороны франчайзера;

- франчайзи является самостоятельным юридическим лицом и не теряет свою независимость при принятии решений;
- франчайзи выступает под товарным знаком хорошо зарекомендовавшей себя компании, что делает его более привлекательным для потребителя, в отличие от мелкого, неизвестного предпринимателя; имеет возможность гарантированного получения товаров;
- как правило, крупные компании оговаривают условия своей деятельности на территориях своего присутствия, что гарантирует франчайзи определенный уровень защищенности;
- франчайзи при поддержке франчайзера имеет возможность профессионального ведения переговоров с крупными фирмами и финансовыми структурами, что практически недоступно мелким предпринимателям;
- благодаря известности франчайзера, проводимым маркетинговым исследованиям и рекламным кампаниям круг постоянных потребителей франчайзи увеличивается;
- в значительной степени снижается риск банкротства;
- франчайзи имеет значительную экономию ресурсов и времени на рекламе, обучении, проведении маркетинговых исследований, поиске и доставке товара, разработке и регистрации собственного товарного знака; отработке технологии ведения бизнеса, ведении переговоров и поиске партнеров.

Риски тоже есть

К основным рискам при внедрении и развитии системы франчайзинга в России относят:

- отсутствие нормативной и законодательной базы в данной области;
- недостаточное количество российских специалистов по франчайзингу;
- фискальную налоговую политику государства, делающую проблематичными отчисления дополнительных денежных сумм франчайзеру;

– большую степень недоверия к системе в связи с отсутствием разъяснительной работы, в том числе образовательных программ.

Виды франчайзинга

В зависимости от направления деятельности выделяют несколько видов франчайзинга: франчайзинг товара, франчайзинг производственный, сервисный и франчайзинг бизнес-формата.

Товарный франчайзинг представляет собой продажу товаров, производимых франчайзером и каким-либо образом маркированных его товарным знаком. Франчайзи, как правило, осуществляет их послепродажное обслуживание.

Правообладателем (франчайзером) при данном виде франчайзинга выступает производитель.

Вместе с тем товарный франчайзинг не нашел широкого распространения. Такого рода отношения в большинстве случаев выгодны франчайзеру, так как они обеспечивают ему продвижение товарного знака, расширение системы сбыта и непрерывную связь с потребителями через систему сбыта. Франчайзи при этом является частью контролируемой франчайзером системы сбыта.

Поскольку в подавляющем большинстве случаев для торговых предприятий большое значение имеет ассортиментная политика, торговля избранным товаром не всегда эффективна.

Если выбор материнской фирмы остановится на товарном франчайзинге, то перечень товаров должен быть тщательным образом отработан. Франчайзер (материнская фирма), являясь производителем, должна определить, будет франчайзинг распространен на весь производимый товар или на определенный ассортимент.

Товарный франчайзинг целесообразно применять в тех случаях, когда торговое предприятие специализируется на отдельной группе товаров, так как продавец организует продажу товаров конкретной фирме и может привести свой имидж в соот-

ветствие с имиджем производителя и быть узнаваемым на рынке аналогичных товаров.

При *производственном франчайзинге* фирма, обладающая секретами производства, сырьем и запатентованной технологией изготовления готового продукта, обеспечивает конечного производителя сырьем и передает право на использование своей запатентованной технологии. Это наиболее эффективная организация производства определенного вида продукции.

В роли франчайзера может выступать производитель сырья. Но на практике обладателем прав чаще всего выступает предприятие, не производящее сырье или готовую продукцию.

В том случае, когда производитель сырья является франчайзером, он передает право на использование технологии непосредственно производителю готовой продукции.

Если же обладателем прав выступает не производящее сырье или готовую продукцию предприятие, то оно передает права фирме-производителю.

Систему производственного франчайзинга использует компания *Coca-Cola*. Централизованное производство безалкогольных напитков невыгодно в связи с его удаленностью от потребителей и большими неоправданными затратами. Поэтому компания обеспечивает конечных производителей специальным концентратом и предоставляет право на использование технологии.

Сервисный франчайзинг — нечто среднее между двумя указанными выше видами. Сферой его применения является оказание услуг.

При данном виде франчайзинга сам франчайзи получает право заниматься определенным видом деятельности под торговой маркой франчайзера. Последний имеет ряд запатентованных прав, которые на основании договора передаются франчайзи.

Сервисный франчайзинг получил широкое распространение и является перспективной технологией ведения бизнеса. Основная направленность и выигрыш сервисного франчайзинга — в высоком уровне обслуживания потребителей. Благодаря совместной политике, проводимой франчайзером и франчайзи,

потребителю становится ясно, какое количество и качество услуг ему может быть гарантировано в определенный промежуток времени на предприятиях определенной торговой марки.

Осведомленность потребителей экономит время на поиск и удовлетворение своих потребностей, а ожидаемое качество обслуживания оказывает положительное эмоциональное воздействие, так как повышает вероятность повторных обращений к франчайзи.

Сервисный франчайзинг активно развивается в туристическом бизнесе, области недвижимости, трудоустройстве и образовательной деятельности.

Хорошо себя зарекомендовала франчайзинговая система фирмы “Макдоналдс”.

Отношения между франчайзером и франчайзи в сфере услуг должны строиться в несколько отличной форме, чем при франчайзинге товара.

Франчайзер должен иметь разработанную систему внутренних стандартов по всему комплексу организации производства, включая моделирование человеческого поведения. Функция контроля за качеством услуги по большей части должна лежать на франчайзи, в отличие от товарного и производственного франчайзинга, где контроль со стороны франчайзера более жесткий.

При *франчайзинге бизнес-формата* наряду со всеми перечисленными правами франчайзер передает франчайзи разработанную им технологию организации и ведения бизнеса. Франчайзи полностью идентифицируется с франчайзером и становится частью общей корпоративной системы.

Франчайзер в данном случае может являться:

- производителем какой-либо готовой продукции;
- предприятием, добывающим сырье;
- оптовым или розничным торговцем;
- предприятием сферы услуг.

Все предприятия в системе франчайзинга должны работать по единой методологии, в едином стиле и соблюдать внутрисистемные интересы.

Система франчайзинга бизнес-формата дает возможность не только расширять бизнес во внутриотраслевом масштабе и в сопредельных отраслях, но и включать в систему различные направления бизнеса.

Найти общий язык с помощью Инкотермс

При определении условий договора купли-продажи не всегда можно найти общий язык с иностранным партнером; это всегда непростая задача по причине несогласованности тех или иных гражданско-правовых конструкций, разных торговых обычаев и т. д.

Решением этой проблемы на международном уровне стала разработка ИНКОТЕРМС — унифицированных правил толкования международных коммерческих терминов, применение которых снимает все противоречия при определении условий заключенного договора.

Поэтому при составлении раздела договора под названием “Условия поставки товара” рекомендуем обратиться к Инкотермс (Международные правила толкования торговых терминов). Постановлением Правления Торгово-промышленной палаты РФ от 28 июня 2001 г. № 117-13 ИНКОТЕРМС признан на территории Российской Федерации торговым обычаем, т. е. обычаем делового оборота.

В сложившейся практике наиболее часто используются две последние редакции Инкотермс — 1990 и 2000 гг. В контракте необходимо указать, какая редакция должна применяться к договору. Если этого не сделать, то, поскольку эти две редакции не идентичны, возможны споры, и не факт, что суд признает, что следует применять именно данную редакцию.

Инкотермс дает определения тринадцати торговых терминов, сгруппированных в четыре группы. Первая группа Е включает в себя только один термин EXW — “Франко завод”. В данном случае продавец предоставляет товары покупателю непосредственно в своих помещениях, а последний уже самостоятельно заботится о вывозе товара за границу.

При использовании терминов второй группы F продавец обязуется предоставить товар в распоряжение перевозчика, услуги которого оплачивает покупатель; таможенную очистку товара при вывозе с территории страны осуществляет продавец (за исключением термина FAS).

Согласно терминам третьей группы C продавец обязуется заключить договор перевозки, однако без принятия на себя риска случайной гибели или повреждения товара или каких-либо дополнительных расходов после погрузки товара.

Термины группы D указывают на обязанность продавца нести все расходы и риски до момента доставки товара в страну назначения.

В контракт не обязательно переписывать все характеристики выбранного термина. Достаточно указать буквенное обозначение данного термина и те сведения, без которых невозможно исполнение договора. Например, поставка осуществляется на условиях термина FCA — г. Берлин, железнодорожным транспортом не позднее (указать число, месяц, год).

В завершение раздела приводится перечень международных правил толкования торговых терминов ИНКОТЕРМС 2000.

EXW

ФРАНКО ЗАВОД (...с указанием места) /EX WORKS

Термин “франко завод” означает, что продавец выполняет свои обязанности по поставке, когда он передает товар в распоряжение покупателя на своем предприятии (заводе, фабрике, складе и т. п.). В частности, он не отвечает за погрузку товара на транспортное средство, предоставленное покупателем, а также за таможенную очистку товара для ввоза, если не оговорено иное. Покупатель несет все расходы и риски в связи с перевозкой товара от предприятия продавца к месту назначения.

Таким образом, данный термин возлагает на продавца минимальные обязанности.

Термин не применим, если покупатель не в состоянии осуществить сам или обеспечить выполнение экспортных формаль-

ностей. В этом случае необходимо воспользоваться термином FCA.

Для России с введением в действие Таможенного кодекса РФ (ТмК РФ) применение данного термина становится невозможным. Согласно п. 2 ст. 126 ТмК РФ декларантом может быть только российское лицо. Ранее иностранный контрагент мог бы нанять российскую организацию — таможенного брокера, которая, в свою очередь, имела бы право от собственного имени совершать любые операции по таможенному оформлению товаров. Теперь же, в соответствии со ст. 16 ТмК РФ, обязанность по совершению таможенных операций для выпуска товаров, если иное не установлено ТмК РФ, при перемещении товаров через таможенную границу в соответствии с внешнеэкономической сделкой, заключенной российским лицом, несет это российское лицо.

FCA

ФРАНКО ПЕРЕВОЗЧИК (...с указанием места) / FREE CARRIER

Термин “франко перевозчик” означает, что продавец считается выполнившим свое обязательство по поставке товара, прошедшего таможенную очистку для ввоза, с момента передачи его в распоряжение перевозчика в обусловленном пункте.

При отсутствии указания покупателя о таком пункте продавец вправе определить такой пункт самостоятельно среди ряда подобных пунктов, где перевозчик принимает товар в свое распоряжение.

В тех случаях, когда согласно коммерческой практике для заключения договора перевозки необходимо содействие продавца (при перевозке товара воздушным или железнодорожным транспортом), он может действовать в таких случаях за счет и на риск покупателя.

Данный термин может быть использован при осуществлении перевозки любым видом транспорта, включая смешанные перевозки.

Термин “перевозчик” означает любое лицо, которое на основании договора перевозки обязуется осуществить или обеспечить перевозку товара по железной дороге, автомобильным, воздушным, морским или внутренним водным транспортом или в смешанной перевозке. Если покупатель уполномочивает продавца поставить товар лицу, не являющемуся перевозчиком (например, экспедитору), продавец считается выполнившим свою обязанность по поставке товара с момента передачи его на хранение данному лицу.

Термин “транспортный терминал” означает железнодорожную станцию, причал, контейнерный терминал или двор, пункт по принятию различных видов грузов независимо от применения ISO.

FAS

СВОБОДНО ВДОЛЬ БОРТА СУДНА (...с указанием порта отгрузки) / FREE ALONGSIDE SHIP

Термин “свободно вдоль борта судна” означает, что продавец считается выполнившим свое обязательство по поставке, когда товар размещен вдоль борта судна на причале в согласованном пункте отгрузки. С этого момента покупатель должен нести все расходы и риски гибели или повреждения товара. По условиям FAS на покупателя возлагается обязанность по очистке товара от пошлин для его вывоза.

Данный термин не следует применять, когда покупатель прямо или косвенно не в состоянии обеспечить выполнение таможенных формальностей.

FOB

СВОБОДНО НА БОРТУ (...названный порт отгрузки) / FREE ON BOARD

Термин “свободно на борту” означает, что продавец считается выполнившим свое обязательство по поставке с момента

перехода товара через борт судна в поименованном порту отгрузки. С этого момента покупатель должен нести все расходы и риски гибели или повреждения товара. По условиям FOB на продавца возлагаются обязанности по очистке товара от пошлин для его экспорта.

Данный термин может применяться лишь при перевозке товара морским или внутренним водным транспортом. В тех случаях, когда момент перехода товара через борт судна не имеет практического значения, более целесообразно применение термина FAS.

CFR

СТОИМОСТЬ И ФРАХТ (...согласованный порт назначения) / COST AND FREIGHT

Термин “стоимость и фрахт” означает, что продавец обязан оплатить расходы и фрахт, необходимые для доставки товара в согласованный порт назначения, однако риск утраты или повреждения товара, а также любые дополнительные расходы, возникающие после передачи товара, переходят с продавца на покупателя.

По условиям CFR на продавца возлагаются обязанности по очистке товара от пошлин для его вывоза.

Данный термин может применяться лишь при перевозке товара морским или внутренним водным транспортом. В случаях, когда момент перехода товара через поручни судна не имеет практического значения, более целесообразно применение термина CPT.

CIF

СТОИМОСТЬ, СТРАХОВАНИЕ И ФРАХТ (...согласованный порт назначения) / COST, INSURANCE AND FREIGHT

Термин “стоимость, страхование, фрахт” означает, что продавец несет те же обязанности, что и по условиям CFR, однако

он должен обеспечить морское страхование от риска покупателя в связи со случайной гибелью или повреждением товара во время перевозки. Продавец заключает договор страхования и выплачивает страховщику страховую премию.

Покупатель должен принять к сведению, что согласно условиям CIF от продавца требуется лишь обеспечение страхования на минимальных условиях.

Данный термин может применяться лишь при перевозке товара морским или внутренним водным транспортом. В случаях, когда момент перехода товара через поручни судна не имеет практического значения, например, при перевозках на условиях ролл-он или ролл-офф или при перевозках в контейнерах, более целесообразно применение термина CIP.

СРТ

ПЕРЕВОЗКА ОПЛАЧЕНА ДО (...согласованный пункт назначения) / CARRIAGE PAID TO

Термин “перевозка оплачена до” означает, что продавец осуществляет передачу товара названному им перевозчику, а также оплачивает стоимость перевозки товара до согласованного пункта назначения. Это говорит о том, что покупатель несет все риски гибели и дополнительные расходы, возникающие после передачи товара.

Риск гибели или повреждения товара, а также любого увеличения издержек, возникающего после передачи товара перевозчику, переходит с продавца на покупателя, когда товар передан в распоряжение перевозчика.

Термин “перевозчик” означает любое лицо, которое согласно договору перевозки обязуется осуществить перевозку или организовать перевозку морским или воздушным путем, железнодорожным или автомобильным транспортом, по внутренним водным линиям или путем смешанной перевозки.

При осуществлении перевозки несколькими перевозчиками в согласованном направлении, риск гибели или повреждения переходит, когда товар передан в распоряжение первого перевозчика.

Согласно термину СРТ в обязанности продавца входит осуществление необходимой для вывоза таможенной очистки товара.

Данный термин может применяться для всех видов перевозки, включая смешанные перевозки.

CIP

ПЕРЕВОЗКА И СТРАХОВАНИЕ ОПЛАЧЕНЫ ДО (...согласованный пункт назначения) / CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO

Термин “перевозка и страхование оплачены до” означает, что продавец несет те же обязанности, что и согласно термину СРТ, но с тем дополнением, что продавец должен обеспечить транспортное страхование от рисков гибели или повреждения товара во время перевозки. Продавец заключает договор страхования и оплачивает страховую премию. Покупатель должен принять к сведению, что согласно термину СIP от продавца требуется лишь обеспечение страхования на минимальных условиях.

Согласно данным условиям продавец обязан произвести таможенную очистку товара для экспорта.

Данный термин может использоваться при перевозке товара любым видом транспорта, включая смешанные перевозки.

DAF

ПОСТАВКА НА ГРАНИЦЕ (...с указанием места) / DELIVERED AT FRONTIER

Термин “поставка на границе” означает, что продавец осуществляет поставку товара с момента предоставления его в распоряжение покупателя неразгруженным на прибывшем транспортном средстве, прошедшего таможенную очистку, необходимую для вывоза товара, но не прошедшего таможенную очистку, необходимую для ввоза товара, в согласованном пункте или

месте на границе, однако до поступления на таможенную границу соседней страны. Под термином “граница” понимается любая граница, включая границу страны экспорта. Поэтому в данном случае весьма важно точное определение границы путем указания на конкретный пункт или место.

Данный термин предназначен для применения главным образом при перевозке товара по железной дороге или автомобильным транспортом, но он может быть применен и при любом другом способе перевозки товара.

DES

ПОСТАВКА С СУДНА (...с указанием порта назначения) / DELIVERED EX SHIP

Термин “поставка с судна” означает, что продавец считается выполнившим свои обязанности по поставке товара с момента предоставления не очищенного от таможенных пошлин при ввозе товара в распоряжение покупателя на борту судна в согласованном порту назначения. Все расходы и риски по доставке товара в согласованный порт назначения несет продавец.

Данный термин может использоваться только при перевозках товара морским транспортом или внутренним водным транспортом.

DEQ

ПОСТАВКА С ПРИЧАЛА (...с указанием порта назначения) / DELIVERED EX QUAY

Термин “поставка с причала” означает, что продавец считается выполнившим свои обязанности по поставке товара с момента предоставления не очищенного от таможенных пошлин при ввозе товара в распоряжение покупателя на пристани (причале) в согласованном порту назначения. Все расходы и риски, связанные с доставкой товара в согласованный порт назначения и его разгрузкой на пристань (причал), несет продавец.

Данный термин не может применяться, если продавец прямо или косвенно не в состоянии получить импортную лицензию.

Если сторонами будет согласовано, что таможенная очистка ввозимого товара и оплата связанных с этим пошлин возлагается на покупателя, в договоре следует написать “без оплаты пошлины”.

Если стороны согласились исключить из обязательств продавца оплату некоторых связанных с импортом расходов (таких, как налог на добавленную стоимость — VAT), то это должно быть прямо указано путем добавления соответствующих слов, например: “Поставка с причала, без оплаты VAT, наименование порта назначения”.

Данный термин может быть использован при перевозках товара морским путем или внутренним водным транспортом.

DDU

ПОСТАВКА БЕЗ ОПЛАТЫ ПОШЛИН (...с указанием места назначения) / DELIVERED DUTY UNPAID

Термин “поставка без оплаты пошлины (наименование пункта назначения)” означает, что продавец считается выполнившим свои обязанности с момента доставки товара в согласованный пункт назначения. Продавец должен нести расходы по оплате всех связанных с этим расходов и все риски, относящиеся к товару (исключая уплату налогов, пошлин и иных официальных сборов, взимаемых при ввозе товара), а также все расходы и риски в связи с выполнением таможенных формальностей.

При невыполнении покупателем таможенных обязанностей по очистке товара при ввозе на него возлагаются все дополнительные расходы и риски.

Если сторонами будет согласовано, что таможенная очистка возлагается на продавца и он несет связанные с этим расходы и риски, то это должно быть указано путем добавления соответствующих слов.

Если сторонами будет согласовано, что оплата взимаемых в связи с ввозом налогов и сборов (например, налога на добав-

ленную стоимость) возлагается на продавца, то это должно быть также указано путем добавления соответствующих слов: “Поставка без оплаты пошлин, с оплатой VAT”.

Данный термин может применяться независимо от способа перевозки товара.

DDP

ПОСТАВКА С ОПЛАТОЙ ПОШЛИН (...с указанием места назначения) / DELIVERED DUTY PAID

Термин “поставка с оплатой пошлин” означает, что продавец считается выполнившим свои обязанности с момента предоставления товара, очищенного от таможенных пошлин и не разгруженного с перевозочного судна, прибывшего в согласованный пункт назначения. Продавец несет все риски и расходы, связанные с ввозом товара, включая оплату налогов, пошлин и иных сборов, взимаемых при ввозе товаров.

Данный термин не может использоваться, если продавец прямо или косвенно не может обеспечить получение импортной лицензии.

Если сторонами согласовано, что на покупателя возлагаются обязанности по таможенной очистке ввозимого товара и оплате соответствующих пошлин, следует применять термин DDU.

Если сторонами согласовано, что оплата некоторых взимаемых в связи с ввозом расходов (например, налога на добавленную стоимость) не возлагается на продавца, то это должно быть прямо указано путем добавления соответствующих слов: “Поставка с оплатой пошлин, без оплаты VAT”.

Данный термин может применяться независимо от способа перевозки товара.

Избегай по возможности рисков

Как бы ни менялся характер бизнеса, какие бы новые инструменты ни появлялись во внешней торговле, участников сде-

лок всегда будут волновать не только вопросы выгоды, честности, долгосрочности дела, но и его безопасности, умение не только рисковать, но и уклоняться от излишних рисков.

Как правило, выделяют следующие способы, позволяющие избежать рисков:

- страхование в правительственных агентствах;
- хеджирование;
- валютный опцион;
- бартерный обмен.

Когда финансовые риски становятся слишком велики, компания приостанавливает бизнес или начинает поиск минимизации возможных убытков. Для управления рисками существует множество инструментов, хотя ни один из них не обеспечивает 100% защиты.

1. Страхование в правительственных агентствах. Такая форма практикуется в США. Например, для американских трейдеров коммерческие и политические риски могут быть застрахованы в различных американских правительственных агентствах:

- в Международной корпорации инвестиций (ОРИС);
- в Ассоциации страхования иностранных кредитов (FCIA);
- в Экспортно-импортном банке США (Эксимбанке).

ОРИС и Эксимбанк обеспечивают страховку от некоммерческих убытков, связанных с политическими процессами, такими как экспроприация, война, революция, невозможность обмена валюты. ОРИС делает упор на развивающиеся страны, в то время как Эксимбанк — на все страны, считающиеся дружественными США. Кроме того, Эксимбанк, наряду с FCIA, предоставляет страховку от невозможности получить платеж и прочих коммерческих рисков.

Защита от валютных рисков ни одним правительственным органом не предоставляется. Она обеспечивается только эффективным управлением финансовыми рисками. Некоторые компании стараются избежать риска, отказываясь от сделок, в которых платеж осуществляется в валюте, отличной от национальной валюты продавца; другие признают колебания валютных курсов условиями ведения бизнеса.

2. Хеджирование. Все больше фирм перекладывают риск на третью сторону за счет хеджирования, которое представляет собой страхование финансовых рисков от возможных потерь в случае изменения рыночных цен при заключении сделок на реальный товар. Здесь же практикуется денежное хеджирование — форвардный контракт на продажу рискованной валюты за доллары.

Причиной распространения хеджирования является то, что обменный курс не может быть предсказан, и, поскольку обычно торговые компании не занимаются спекуляцией, они жертвуют возможными дополнительными доходами для защиты своих обычных доходов.

Хеджирование не всегда обеспечивает полную защиту. Иногда обстоятельства складываются таким образом, что фьючерс не обеспечивает стопроцентной защиты, и основной причиной отсутствия идеального хеджирования (когда текущие и будущие доходы одинаковы) является то, что разница между реальным рынком спот и фьючерсом не всегда меняется на том же уровне. Обе цены могут двигаться в одном направлении, но с разной скоростью. Однако в ситуациях, когда валютные курсы колеблются, при применении хеджирования прибыли и убытки относительно невелики.

3. Валютные опционы. Дополнительно к хеджированию предприятие, занимающееся какой-либо деятельностью на международном рынке, может покупать валютные опционы.

Опционом называется соглашение между сторонами, по которому одна сторона дает право (но не обязательство) другой стороне продать или купить валюту на определенных условиях.

Фьючерсный контракт, напротив, предполагает обязательство продать или купить валюту.

Рынок валютных опционов функционирует таким же образом, как и рынок товарных опционов. Несмотря на то, что использование опциона для хеджирования обычно дороже фьючерсов, существуют ситуации, в которых более выгодны опционы.

4. Бартерный обмен. Руководители международных маркетинговых подразделений сталкиваются с проблемой, незнако-

мой их коллегам, действующим в национальных масштабах. Они должны не только продать товар, но и обеспечить реализацию прибыли.

Маркетолог должен быть готов к необходимости вкладывать в финансирование маркетинга средства, превышающие обычный уровень. Для успешного ведения бизнеса за рубежом необходимо быть готовым к повышенным затратам. Готовность маркетолога создавать склады продукции в стратегически важных странах или предоставлять кредит клиенту либо дистрибьютору может стать решающей для развития рынка данной компании.

Известно, что долгое время в разных странах покупка и владение валютой контролировались на государственном уровне. В связи с мировым долговым кризисом эта система распространилась на развивающиеся страны, пытающиеся удержать твердую валюту для импорта конкретных товаров или обслуживания своих государственных долгов. В результате у ТНК появились проблемы с репатриацией (т. е. возвратом) прибыли.

Заблокированные средства включают в себя репатриацию как капитала, так и выручки.

Решением данной проблемы может быть бартерный обмен, или торговля через третьи страны без использования обмена валют, или репатриация части выручки; при этом сальдо покрывается за счет бартера.

Предприниматели недолюбливают подобный бизнес, но есть так называемые бартерные брокеры, которые осуществляют такие операции. В подобной торговле обычно участвуют три или более сторон, которые представляют страны, имеющие двусторонние платежные соглашения с одной или более участвующими странами.

Когда средства заблокированы, возможна репатриация денег и с помощью импорта товаров из-за рубежа в свою страну.

ТНК имеют возможность реализовать прибыль за счет внутренних бухгалтерских процедур либо в стране, где продается товар, либо где он производится. Критерием для подобных операций служит максимизация прибыли для компании.



Глава 3

Международная интеграция

Развитие международной экономической интеграции, ее предпосылки и цели

Состояние современного мирового хозяйства характеризуется наличием двух противоположных тенденций. Одна из них — возрастающая глобализация и превращение мировой экономики в единое целое; другая — развитие процессов обособления, образования отдельных экономических центров мирового хозяйства, экономического сближения и взаимовлияния ряда стран и регионов, создание международных интеграционных группировок.

Международная экономическая интеграция является основной характерной чертой современной мировой экономики. Она представляет особый, новый этап в интернационализации мирового хозяйства.

Международная экономическая интеграция — это высшая на современном этапе ступень интернационализации хозяйственной жизни. Между странами — участницами интеграции осуществляются более глубокое международное разделение труда, интенсивный обмен товарами, услугами, капиталом, рабочей силой. Более интенсивно идет процесс концентрации и

централизации производства и капитала. Все это объективно требует выработки единой экономической политики в пределах интеграционной группировки государств. Международная экономическая интеграция подразумевает переплетение, взаимопроникновение и сращивание воспроизводственных процессов.

Сегодня нет единого мнения о предпосылках интеграционных процессов в мире. Одни считают, что все дело в стремлении некоторых стран к преодолению фактора ограниченности своих ресурсов при производстве специфических дорогих научных и капиталоемких товаров либо в желании расширить технологический обмен.

Другие выдвигают в качестве доминирующих предпосылок внеэкономические факторы, например укрепление коллективной обороноспособности. Третьи считают, что создание интеграционных группировок позволяет их участникам легче и быстрее достигать устойчивого роста производства, социальной стабильности и т. п.

Во всяком случае можно констатировать, что интеграция представляет собой процесс сближения и взаимопроникновения национальных хозяйственных комплексов и формирования вследствие этого качественно новой экономической среды в региональном масштабе.

Интеграционные процессы в МЭО осуществляются через создание транснациональных корпораций и через межгосударственное согласование экономической политики, а в более узком плане — с помощью мер по регулированию взаимодействия национальных хозяйственных комплексов.

Разное сочетание указанных путей интеграции составляет характеристику современного этапа развития МЭО и наблюдается практически на всех континентах.

Как показывает опыт, интегрирующиеся государства имеют обычно примерно одинаковый уровень развития национальной экономики, а также рыночных отношений. Интеграция в международные региональные группировки, как правило, осуществляется либо между промышленно развитыми странами, либо между развивающимися странами. Именно это в настоя-

щее время происходит в ЕС — между странами Западной Европы и в Африке — между развивающимися странами в пределах Организации экономического сотрудничества стран тропической Африки. Процессы интеграции начинаются в нескольких соседних государствах одного региона, одного континента, которые имеют общие границы или исторически сложившиеся торговые экономические связи.

В чем цель международной интеграции

Цель международной экономической интеграции — получить экономические преимущества: увеличение прибылей, снижение издержек производства и обращения. Эта цель четко просматривается в интеграционных объединениях как европейских стран, так и стран Азиатско-Тихоокеанского региона, Африки и Центральной Америки. Интеграционное сотрудничество обеспечивает постепенное устранение ограничений в торговле между странами — членами интеграционных объединений, разработку и проведение общей политики в торговле. Странам, участвующим в интеграционных группировках, легче сообща отстаивать свои позиции в мировом сообществе, в различных международных организациях, например в ВТО, МВФ, МБРР.

Проведение структурной перестройки экономики в странах — членах интеграционных объединений может рассматриваться в качестве важного последствия интеграционных процессов. Это весьма часто происходит в самых различных отраслях экономики.

Формы интеграции

Развитие интеграции сопровождается заключением между странами торгово-экономических союзов, а также межгосударственных соглашений, юридически закрепляющих союз между странами. Международная экономическая интеграция в зависимости от степени интегрированности имеет пять ступеней развития, пять форм организации, а именно:

- 1) зона свободной торговли;
- 2) таможенный союз;
- 3) общий рынок;
- 4) экономический союз;
- 5) полная экономическая интеграция.

Зона свободной торговли — это начальный уровень интеграции, при котором страны-участницы договариваются о полной взаимной отмене таможенных тарифов и квот. В то же время каждое государство проводит свою собственную торгово-экономическую политику в отношении третьих стран.

Таможенный союз — это объединение, при котором страны не только ликвидируют таможенные тарифы и квоты внутри союза, но и устанавливают единые таможенные тарифы в отношении третьих стран. Учреждение единых тарифов и квот для третьих стран отличает таможенный союз от зоны свободной торговли.

Общий рынок — более развитый, чем перечисленные выше, тип интеграции. Кроме устранения таможенных барьеров, формирования единой системы тарифного и нетарифного регулирования по отношению к третьим странам, общий рынок устанавливает свободное движение факторов производства (капитала, рабочей силы), а также единую торговую политику в отношении третьих стран.

Экономический союз — еще более высокая ступень интеграции, когда в дополнение к тому, что устанавливается в рамках общего рынка, происходят согласование, координация экономической политики стран-участниц путем периодических встреч, совещаний глав государств и правительств, руководителей различных министерств (финансов, промышленности, сельского хозяйства), а также директоров, представителей центральных банков и других экономических структур.

Полная экономическая интеграция совмещает все типы интеграции с единой экономической политикой государств — членов группировки, что требует унификации правового законодательства в пределах данного интеграционного союза. Полная экономическая интеграция предполагает общую для всех

стран-участниц валютную политику, т. е. единую валютную систему с едиными валютными отношениями и единым валютным механизмом: единую валюту, единые правила регулирования валютных курсов, центральный банк.

Следует отметить, что интеграционные процессы происходят как на макро-, так и на микроэкономическом уровнях. При этом эти два уровня интеграции иногда параллельны, чаще же пересекаются, переплетаются между собой, дополняют друг друга. Четко прослеживается тенденция преобладания макроэкономического уровня интеграции, т. е. усиления межгосударственного регулирования экономических отношений. Различные формы, пропорции, сочетания макро- и микроинтеграции определяют характер и тип экономических интеграционных объединений. Большое влияние на создание и функционирование того или иного типа интеграции оказывает политический фактор.

Интеграционные процессы в Западной Европе: основные этапы

Процессы интеграции наиболее зрело проявились в Западной Европе. В 1957 г. в Риме был подписан, а в 1958 г. ратифицирован договор об образовании *Европейского экономического сообщества (ЕЭС)* между шестью странами Европы: ФРГ, Францией, Италией, Бельгией, Нидерландами и Люксембургом. Несколько позже, в 1960 г., в противовес Европейскому экономическому сообществу был заключен договор о создании *Европейской ассоциации свободной торговли (ЕАСТ)*, куда вошли семь государств: Великобритания, Австрия, Дания, Норвегия, Португалия, Швеция, Швейцария — так называемая Европейская семерка, под эгидой Великобритании.

С момента возникновения интеграционное объединение ЕЭС являлось более эффективным, чем ЕАСТ. В 70–80-е гг. эти два интеграционных объединения Европы начали активно взаимодействовать.

В 1990 г. ЕЭС и ЕАСТ заключили договор о европейском экономическом пространстве, согласно которому снимались все

оставшиеся барьеры в торговле между двумя интеграционными объединениями, предоставлялись равные возможности корпорациям стран ЕЭС и ЕАСТ при размещении государственных заказов, при этом устранялись привилегии национальных корпораций, проводилась гармонизация технических норм и стандартов.

Интеграционные процессы в Западной Европе прошли четыре этапа.

Первый этап (конец 50-х — начало 70-х гг.) характеризуется постепенной отменой пошлин и количественных ограничений в торговле между странами — членами ЕЭС, формированием таможенного союза, введением единого таможенного тарифа в торговле и единой таможенной политики Сообщества в отношении третьих стран. В пределах таможенного союза происходит свободное движение не только товаров, но и капиталов, и рабочей силы. С начала 60-х гг. начинает проводиться единая аграрная политика: “планы ориентации сельского хозяйства”, структурные реформы, поиск механизма регулирования аграрного сектора в ЕЭС путем создания общего аграрного фонда ФЕОГА, единых цен на сельскохозяйственную продукцию и проч. Внутри Сообщества происходит интенсивный процесс концентрации производства и капитала. Расширяются и углубляются торговые отношения между ЕЭС и ЕАСТ. В 1973 г. в Европейское экономическое сообщество вступают три новых государства — Великобритания, Ирландия, Дания. Европейская шестерка превратилась в Европейскую девятку.

Второй этап (середина 70-х — середина 80-х гг.) — это период застойного, кризисного развития западноевропейской интеграции. Интеграция не стала лекарством от мирового экономического кризиса 1973–1975 гг. Резкое падение промышленного производства произошло в странах — членах ЕЭС, усилились диспропорции в уровнях экономического развития между странами Сообщества.

Разрыв в уровнях экономического развития между государствами — членами ЕЭС возрос с вступлением в Сообщество в 1981 г. Греции.

Нестабильность европейских валют могла быть сведена к минимуму за счет принятия валютного платежа в ЭКЮ. Введенная в 1975 г. и представлявшая собой “корзину” из 10 европейских валют, условная валюта ЭКЮ была призвана поддерживать стабильность европейских валют.

Несмотря на то, что первоначально ЭКЮ была задумана как единица учета для центральных банков стран Западной Европы и для целей бюджета ЕС, постепенно она стала средством платежа. ЭКЮ свободно обменивалась на любые европейские валюты и могла использоваться в товарных сделках. Существовали счета и кредитные карты в ЭКЮ. Для ЭКЮ также можно было приобрести фьючерсный контракт.

Европейское экономическое сообщество искало пути преодоления застойной экономической ситуации и продолжения интеграционных процессов. На основе Ломейских конвенций (1975, 1979 и 1984 гг.) возрастает (с 20 до 66) число развивающихся стран, ассоциированных в Сообществе. С 1979 г. в ЕЭС начинает действовать европейская валютная система (ЕВС), т. е. проводится валютная интеграция. Ее главная цель: использовать западноевропейскую региональную валюту ЭКЮ в противовес доллару, в соответствии с новой изменившейся экономической и политической обстановкой в мире выработать общую стратегию в валютно-финансовой сфере стран — членов ЕЭС и реализовывать ее в Международном валютном фонде, на совещаниях Большой семерки, в системе мирохозяйственных связей.

Третий этап (середина 80-х — начало 90-х гг.) отличается дальнейшим успешным развитием интеграционных процессов, увеличением членов Сообщества до 12 (с вступлением в него в 1986 г. Испании и Португалии) и расширением до 69 состава развивающихся стран, ассоциированных в ЕЭС. Главным импульсом к дальнейшей интеграции в Западной Европе стало вступление в силу 1 июля 1987 г. Единого европейского акта (ЕЕА). Единый европейский акт подтвердил общую цель государств — членов Сообщества: формирование Европейского союза как союза политического и экономического, в котором обеспечивает-

ся высокий уровень интеграции в экономической, валютно-финансовой и гуманитарной областях, а также во внешней политике, включая обеспечение безопасности. Акт провозгласил основополагающую цель ЕС: функционирование единого внутреннего рынка как “пространства без внутренних границ, в котором обеспечивается свободное движение товаров, капиталов, услуг и гражданских лиц”, где государства — члены союза образовали единый хозяйственный организм.

Итак, на третьем этапе главным результатом интеграции в пределах ЕЭС было формирование к концу 1992 г. единого внутреннего рынка стран — членов Сообщества, а также создание предпосылок для строительства валютного и политического союзов.

Четвертый этап (середина 90-х гг. — начало XXI в.). Согласно ЕЕА с января 1993 г. в рамках Европейского экономического сообщества осуществляется свободное передвижение факторов производства, т. е. в пределах ЕЭС сформировалось единое экономическое пространство, что является новой качественной ступенью в развитии западноевропейской экономической интеграции. На основе заключенного в феврале 1992 г. в Маастрихте договора Европейское экономическое сообщество 1 января 1994 г. преобразовалось в *Европейский союз*.

Единая валютная система

В соответствии с Маастрихтским договором происходит поэтапное строительство единой европейской валютной системы (ЕВС) с единой денежной единицей евро. Причем если первоначально валюты всех стран — членов ЕЭС находились в свободном “плавании” по отношению друг к другу и валютные ограничения ликвидировались в пределах ЕВС, то позже (в 1994–1998 гг.) формируется европейский валютный институт, усиливается согласование валютно-экономической политики на макроуровне. Например, с 1997 г. устанавливаются определенные параметры экономического развития для введения евро в странах ЕС: бюджетный дефицит — не более 3% ВВП, внутренний долг — не более 60% ВВП и проч. В 1998 г. определены страны,

готовые по своим экономическим показателям к вступлению в валютный союз.

В период с 1999 по 2002 г. взаимно фиксируются курсы валют и привязываются к евро, учреждаются Центральный банк Европейского союза и европейская система центральных банков. В 2000 г. страны приступили к печатанию денежных знаков евро с европейской символикой на одной стороне купюры и национальной символикой на другой. С января 2002 г. евро введено в обращение наряду с национальными валютами. Одновременно формируется политический союз, что выражается в политическом сближении стран ЕС и в усилении действенности уникальной системы межгосударственного управления в ЕС посредством пяти основных институциональных органов — Европейского парламента, Комиссии ЕС, Европейского совета, Совета министров, Суда ЕС, представляющих законодательную, исполнительную и судебную власти.

Очевидно, что процесс европейской интеграции будет продолжаться, постепенно охватывая новые государства Европы. Можно сказать, что создание единой Европы как хозяйственного организма с единой системой управления, осуществляющей законодательные, исполнительные, судебные функции, проводящей единую внутреннюю и внешнюю политику, — исторически предопределенный процесс.

Экономическая интеграция в других районах мира

Объективные процессы экономической интеграции происходят и в других районах мира. Наиболее развитой интеграционной группировкой в Североамериканском регионе является *НАФТА (North American Free Trade Association)* — *Североамериканская ассоциация свободной торговли*, образованная в январе 1994 г. США, Канадой, Мексикой.

Модель развития интеграционных процессов в Североамериканском регионе иная по сравнению с западноевропейской

интеграцией. В Западной Европе интеграционные процессы начинались с Римского договора 1957 г., т. е. инициатива, импульсы интеграции шли сверху вниз — от правительств, национальных государственных органов, а затем межгосударственных органов стран — членов ЕЭС. В Северной Америке импульсы создания хозяйственного комплекса шли снизу вверх, от стремления к сотрудничеству на микроуровне между американскими и канадскими компаниями.

С начала XX в. постепенно размывались границы между США и Канадой путем относительно свободного движения товаров, капитала, рабочей силы. Качественное изменение экономических отношений между США и Канадой произошло в 1988 г., когда на межгосударственном уровне было заключено американо-канадское соглашение о свободной торговле. Оно предусматривало взаимные обязательства двух стран ликвидировать ограничения в торговле товарами и услугами (на транспорте, в телекоммуникациях, компьютерных, финансовых системах, в области туризма), отменить ограничения на иностранную собственность в кредитно-финансовой системе Канады и для канадских банков в США и ряд других положений.

Одновременно в 80-е — начале 90-х гг. шел процесс взаимопроникновения экономики США и Мексики. В 1994 г. Мексика подключается к американо-канадскому соглашению о свободной торговле. Интеграционные процессы в НАФТА осуществляются в основном по типу интеграции в ЕЭС: создание общих рынков товаров, капиталов, рабочей силы, технологий, в конечном итоге — сращивание процессов воспроизводства государств-членов, формирование единого хозяйственного организма трех стран. По численности населения, объему ВВП и ряду базовых экономических показателей североамериканская интеграционная группировка сопоставима с Европейским союзом. НАФТА обладает мощным (особенно благодаря США) экономическим потенциалом: например, ежегодный объем производства товаров и услуг США, Канады, Мексики равняется 3 трлн долл., а их доля в мировой торговле составляет почти 20%.

Основополагающие принципы соглашения НАФТА заключаются в том, что к 2010 г. в данной интеграционной группировке ликвидируются все торговые, а также инвестиционные барьеры между государствами-членами и отменяются все таможенные пошлины между тремя странами. Кроме того, в рамках интеграционного объединения формируются американо-канадско-мексиканские группы по охране окружающей среды, учреждается на трехсторонней основе арбитражная комиссия.

Интеграционные процессы в НАФТА в сравнении с ЕЭС отличаются: доминирующее положение США в североамериканском экономическом регионе, слабая взаимозависимость экономики Канады и Мексики и связанная с этим асимметричность экономического взаимодействия США, Канады, Мексики. Нередко канадские и мексиканские фирмы действуют не как союзники, партнеры по интеграции, а как конкуренты на рынке США в борьбе за инвестиции, экспорт и импорт своих товаров, технологий, рабочей силы.

Существует немалый разрыв в уровнях экономического развития стран-членов, что затрудняет создание единого хозяйственного комплекса. Но если по ВВП на душу населения, производительности труда и ряду других основных экономических показателей Канада приблизилась к уровню США, то Мексика значительно отстает и от США, и от Канады.

В НАФТА слабо развиты органы межнационального регулирования и совершенно отсутствуют органы наднационального регулирования интеграционных процессов, которые имеются в Европейском союзе.

Полноценный общий рынок в пределах североамериканской интеграции должен быть образован к 2010 г., а в перспективе НАФТА будет интегрироваться с *торгово-экономическим блоком МЕРКОСУР* (создан в 1991 г. в составе Аргентины, Бразилии, Уругвая, Парагвая и начал функционировать в 1994 г.). Со временем к ним присоединятся другие государства региона.

К 2020 г. предполагается добиться подлинного “интеграционного прорыва” еще на одном важнейшем для США направлении — в Азиатско-Тихоокеанском регионе (АТР).

Специфика интеграционных процессов в АТР и АТЭС

Интеграционные процессы в *Азиатско-Тихоокеанском регионе* проходят на территории с населением более 3,5 млрд человек. На АТР приходится 56% мирового валового продукта, 45% мирового экспорта и 45% мирового импорта.

Специфика интеграционных процессов в АТР состоит в следующем:

- в интеграцию включены как развитые, так и развивающиеся государства с разным уровнем экономики;
- процессы интеграции идут в основном на микроэкономическом уровне — между фирмами, корпорациями стран региона, на региональном уровне и на уровне отдельных субрегионов;
- отсутствует четкое институциональное оформление интеграционной группировки.

В Азиатско-Тихоокеанском регионе действует ряд субрегиональных объединений: *Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН)*, *Организация Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества (АТЭС)*, *Австралийско-Новозеландская зона свободной торговли*, *Южно-Тихоокеанский форум (ЮТФ)*, *Тихоокеанский экономический совет (ТЭС)*.

Уже есть совместные консультативные организации, помогающие институциональному становлению интеграционных процессов в АТР и в его субрегионах, например *КТЭС — Конференция по тихоокеанскому экономическому сотрудничеству*, *КТТТР — Конференция по тихоокеанской торговле и развитию*.

В азиатско-тихоокеанском сотрудничестве главную роль играет Япония.

Наиболее активно интеграционные процессы протекают в Ассоциации государств Юго-Восточной Азии, созданной в 1967 г. в составе шести членов — Бруней, Индонезия, Малайзия, Филиппины, Сингапур, Таиланд; в 1995 г. к ним присоединился Вьетнам. В 1992 г. между государствами — членами АСЕАН была достигнута договоренность об организации зоны свобод-

ной торговли к 2008 г. на основе постепенного снижения тарифов. Страны АСЕАН широко сотрудничают как между собой, так и с третьими странами, особенно с Японией, США, Южной Кореей, Тайванем и в последнее время с Китаем.

Другая крупная интеграционная группировка региона — АТЭС, учрежденная в 1989 г. Членами АТЭС являются Австралия, Бруней, Вьетнам, Гонконг, Индонезия, Канада, Китай, провинция Сянган, Малайзия, Мексика, Новая Зеландия, Папуа — Новая Гвинея, Перу, Южная Корея, Сингапур, США, Таиланд, Тайвань, Филиппины, Чили, Япония. В 1997 г. к АТЭС присоединилась Россия.

Первоначальная цель АТЭС — стимулировать взаимное сотрудничество на рынке товаров и капиталов, а также в области транспорта, энергетики и др. Конечная цель объединения — образование зоны свободной торговли к 2020 г.

По оценкам экспертов, Восточная Азия, в которой ядром развития интеграционных процессов являются АСЕАН и АТЭС, имеет очень хорошие перспективы по более быстрому росту ВВП, чем Западная Европа и Северная Америка.

Плюсы и минусы интеграции

Анализ итогов взаимодействия государств, вступивших в интеграционные объединения, показывает, что экономика этих государств начинает испытывать мощное воздействие общих процессов, характерных для взаимодействующих партнеров. Причем эти процессы имеют как позитивные, так и определенные отрицательные тенденции.

К основным преимуществам интеграции для национальных хозяйств относятся:

- расширение масштабов рынка, что имеет особенно большое значение для малых и средних стран, национальный рынок которых ограничен;
- развитие производственной и непроизводственной инфраструктуры;

– ускорение темпов информационно-технологического обмена, содействующего снижению себестоимости, повышению качества и конкурентоспособности экспортной продукции;

– увеличение миграционного оборота между странами, позволяющего урегулировать многие социально-экономические проблемы.

Среди наиболее очевидных негативных последствий интеграции необходимо выделить:

– отток ресурсов из стран с более слабой экономикой в пользу сильнейших партнеров, что может привести к появлению застойных и отсталых зон внутри группировки;

– возрастание роли ТНК и национальных монополий как результат слияний и заключения негласных картельных соглашений между компаниями, что ограничивает здоровую рыночную конкуренцию;

– значительные издержки, связанные с функционированием бюрократических институтов интеграционного блока.

Совокупная оценка положительных и отрицательных моментов участия той или иной страны в интеграционных группировках достаточно сложна и неоднозначна. Однако вполне понятно, что больший экономический эффект от интеграции приобретают государства, бедные ресурсами, с малым внутренним рынком и невысокой абсолютной долей в мировом ВВП. Такой вывод можно сделать на основе анализа эволюции многих интеграционных организаций, в том числе и Европейского союза.



Глава 4

Управление внешнеэкономической деятельностью производств и фирм

Задачи, принципы и функции системы управления ВЭД

Управление внешнеэкономической деятельностью (ВЭД) и управление внешнеэкономическими связями (УВС) имеют свои особенности и отличаются от управления конкретным производством, фирмой или объединением.

Теоретически управление означает осуществление каких-то воздействий на определенный объект для достижения им установленных целей, т. е. того, во имя чего и функционирует данный объект.

Система управления ВЭД (УВС) функционируют на основе четких управленческих принципов. Назовем шесть главных:

- 1) оптимальное сочетание централизма и децентрализации;
- 2) научный подход;
- 3) системность;
- 4) сочетание прав, обязанностей и ответственности;
- 5) иерархичность и обратная связь;

6) частная свобода.

Теперь подробнее об этих принципах.

Принцип оптимального сочетания централизма и децентрализации предполагает умелое использование единоначалия и коллегиальности в управлении, а также широкое привлечение других работников к управлению внешнеэкономической деятельностью.

Формы участия работников в управлении разнообразны: в выборных, директивных и законодательных органах, в органах коллективного и коллегиального принятия решений.

Единоначалие в управлении (принцип централизма) — это предоставление руководителю конкретного права на единоличное решение вопросов, входящих в его компетенцию. Коллегиальность предполагает выработку коллективного решения, однако ответственность за него индивидуальна.

Принцип научного подхода предполагает изучение и использование в практике управления объективно действующих экономических законов, обобщение и распространение лучшего опыта управления производством, достижение наибольшей экономичности и эффективности работы аппарата управления.

Принцип системности предполагает постоянную взаимную увязку и согласование возникающих задач, решение всего комплекса этих задач с учетом их взаимосвязей и влияния факторов любого вида.

Принцип сочетания прав, обязанностей и ответственности предусматривает, что каждый человек в организации наделяется конкретными правами, несет ответственность за выполнение или невыполнение своих обязанностей.

Принцип иерархичности и обратной связи заключается в создании многоуровневой системы управления, контролирующей деятельность всех звеньев системы на основе обратной связи. Информация о работе управляемого объекта по каналам обратной связи передается в управляющую систему, что позволяет выравнивать и корректировать ход производственного процесса.

Принцип частной свободы предполагает, что все инициативы исходят от свободно действующих экономических субъектов

тов, выполняющих управленческие функции в рамках действующего законодательства, но по своему желанию. Свобода хозяйственной деятельности представляется как свобода выбора сферы деятельности, профессии, партнеров.

В условиях рыночной экономики руководители и специалисты участвуют в реализации созданного продукта. Особая роль в этом деле принадлежит маркетингу, который включает изучение конъюнктуры рынков сбыта (спроса, конкуренции, потребителей), выработку товарной, сбытовой, ценовой и коммуникационной стратегий поведения на рынках сбыта.

Маркетинговая система позволяет увязать интересы производителей и потребителей продукции. А так как потребителями являются все, маркетинг позволяет сориентироваться на выпуск только тех товаров, которые необходимы обществу.

Объекты управления во внешнеэкономической сфере

В условиях рыночной экономики существуют различные виды собственности и соответственно различные объекты управления, которые классифицируются по нескольким признакам.

По правовому статусу различают предприятия с ограниченной и неограниченной ответственностью, а также акционерные общества (АО).

Ограниченный характер ответственности состоит в том, что каждый из собственников отвечает по обязательствам фирмы только в пределах своей доли в ее уставном капитале. Состав собственников может меняться, каждый из них может передавать другому лицу свой вклад, но с согласия других совладельцев.

Фирмы с ограниченной ответственностью организуются в форме товариществ или обществ. Их члены несут ограниченную солидарную ответственность по обязательствам фирмы всем своим имуществом. Такие фирмы носят названия кооперативов, коллективных предприятий и партнерств.

Иногда создаются смешанные общества с ограниченной ответственностью, в которых часть членов является действительными совладельцами, а часть — членами-вкладчиками (коммандистами). Первые несут полную ответственность по обязательствам общества, а вторые — только в пределах их доли в капитале фирмы. Такие фирмы со смешанной ответственностью называются коммандитными.

Акционерные общества формируют уставный капитал за счет продажи акций. Акционеры несут ответственность по обязательствам АО только в пределах своего вклада (стоимости акций). Акционерные общества могут быть закрытого или открытого типа. В первых акции распространяются только между членами фирмы, во вторых — по открытой подписке.

В числе основных особенностей АО любого типа можно выделить следующие:

- акционеры не несут уголовной ответственности по обязательствам общества перед его кредиторами, но рискуют тем, что принадлежащие им акции обесценятся;

- акционеры имеют личные и имущественные права, т. е. право на участие в голосовании на общих собраниях акционеров и право на получение дивидендов, а также на часть имущества АО в случае его ликвидации;

- число членов АО открытого типа не ограничено, но вкладчик (акционер) имеет право в любой момент продать свои акции.

Структура управления в АО и в обществах с ограниченной ответственностью аналогична.

По характеру собственности фирмы подразделяются на частные, государственные и кооперативные.

Частные фирмы — это независимые, самостоятельные организации; с целью противостояния конкуренции они могут объединяться в картели, синдикаты, тресты и концерны.

Картель — частные фирмы одной отрасли, вступившие в соглашение по совместной коммерческой деятельности. Участники картеля сохраняют финансовую и юридическую самостоятельность и объединяют свою деятельность только по реализации продукции.

Синдикат — разновидность картеля, в которой сбыт продукции его участников осуществляется через единый совместный орган.

Трест — объединение различных предприятий в единый комплекс. При объединении эти предприятия теряют юридическую самостоятельность и подчиняются головной компании. Данная форма используется, когда предприятия представляют собой последовательные ступени обработки сырья, например, в горнодобывающей, металлургической и химической отраслях.

Концерн — объединение фирм, сохраняющих юридическую самостоятельность, деятельность которых контролируется головной компанией.

Государственные фирмы чаще всего объединяются в акционерные общества и общества с ограниченной ответственностью. Большая часть этих фирм сосредоточена в добывающих отраслях, энергоснабжении, на транспорте и в связи. Существуют также государственные торговые фирмы, занимающиеся экспортом и импортом товаров, являющихся монополией государства.

Кооперативные фирмы представляют собой паевые объединения мелких производителей для осуществления совместной коммерческой деятельности. Основная цель их создания — исключение посреднических звеньев при сбыте продукции. Это могут быть не только сбытовые, но и производственно-сбытовые кооперативы.

По виду хозяйственной деятельности различают производственные, коммерческие (торговые) и посреднические фирмы.

К производственным относятся фирмы, более 50% товарооборота которых приходится на производимую продукцию. Однако такая фирма может осуществлять также коммерческую и посредническую деятельность.

К торговым фирмам относятся торговые дома, магазины, оптовые базы, занимающиеся реализацией товаров.

По принадлежности капитала различают национальные, иностранные, смешанные (совместные) и международные фирмы.

В национальных фирмах капитал принадлежит предпринимателям данной страны.

В иностранных фирмах капитал принадлежит иностранным предпринимателям полностью или в части, обеспечивающей контроль за их деятельностью. Такие фирмы создаются в форме филиалов, дочерних компаний заграничных головных фирм, зарегистрированных в стране местонахождения. Обычно они пользуются равными правами с национальными фирмами, но для них могут быть установлены ограничения или предоставлен льготный режим деятельности.

Смешанные по капиталу фирмы создаются с помощью либо слияния активов фирм разных стран и выпуска акций новой компании, либо обмена акциями между компаниями, либо изначального создания уставного капитала.

Смешанные предприятия называются совместными, если целью их создания является осуществление общей предпринимательской деятельности. Часто они создаются как средство проникновения на рынки других стран, огражденных торгово-политическими барьерами.

Международные фирмы занимают специфическое место среди объектов управления. Это — национальные фирмы, сфера деятельности которых распространяется на зарубежные страны. Их главной особенностью является наличие сети филиалов и дочерних компаний в других странах. Филиалы курируют сбыт, работая под контролем материнской компании. Дочерние фирмы выступают от своего имени и за свой счет. Материнская компания не несет никакой ответственности по обязательствам дочерней фирмы, но определяет ее специализацию и направление маркетинга.

Одним из наиболее распространенных видов международных компаний, как отмечалось ранее, являются транснациональные корпорации. Их главная особенность — наличие производственных мощностей за рубежом. Деятельность ТНК направлена на подавление конкуренции и усиление своего господства на мировых товарных рынках.

Отличительными чертами ТНК являются:

– большие объемы собственности и масштабы хозяйственной деятельности, в том числе за рубежом;

– высокая степень транснационализации производства и капитала в результате роста зарубежной производственной деятельности;

– многоотраслевая деятельность;

– особый характер социально-экономических отношений внутри ТНК (расширение внутрифирменного обмена товарами, комплектующими, сырьем).

Характерным для современного этапа развития ТНК является увеличение числа мелких и средних фирм, обслуживающих их и обеспечивающих комплектующими изделиями и узлами высокого качества при конкурентных ценах и поставке точно в срок.



Глава 5

Регулирование внешнеэкономической деятельности государства

Проблемы оптимального соотношения свободной торговли и протекционизма

До настоящего времени ни у экономистов-теоретиков, ни у практиков нет четкого определения разумной концепции регулирования внешнеэкономической деятельности Российским государством.

Например, в XVI–XVIII вв. преобладало убеждение, что в интересах каждой нации способствовать увеличению своего экспорта в другие страны и всячески ограничивать импорт. Эта точка зрения получила название “меркантилизм”, или “протекционизм”.

В пользу подобной политики ее сторонники приводили следующие аргументы:

- временное введение мер, сдерживающих импорт, позволяет создать и развить молодые отрасли промышленности, оградив их от международной конкуренции;
- введение защитных мер выгодно местным производителям товаров, конкурирующих с импортными;
- протекционизм может увеличить уровень занятости и обеспечить развитие отраслей, поставляющих в “защищаемую” промышленность сырье и материалы.

Протекционистские меры использовались в Америке после Гражданской войны для ограждения национальной текстильной промышленности и металлургии от британского импорта, в Германии в начале XIX в. — для поддержки зарождавшейся обрабатывающей промышленности, в Японии после Второй мировой войны — для защиты национального автомобилестроения, в настоящее время используются с целью развития производства компьютерной техники.

Протекционистские меры также могут использоваться как орудие экономического и политического давления на другие страны (чтобы добиться уступок от них в конкурентной борьбе и торговых переговорах) или как один из методов торговой дискриминации отдельных государств.

Однако протекционизм может нанести и вред национальной промышленности, особенно при его долгосрочном использовании. Главное — он уничтожает дух конкуренции, в некоторых случаях снижает побудительные мотивы поиска технологических усовершенствований, в силу этого создаваемая или функционирующая промышленность может оказаться малоэффективной. От введения определенных защитных мер страдают потребители импортных товаров. И что особо важно — использование протекционистских барьеров может спровоцировать иностранные государства к введению ответных мер. Усиление взаимного использования ответных мер приводит к торговой войне, в результате в убытке оказываются обе стороны.

Отметим, что либерализация в сфере внешнеторговой деятельности приемлема не для всех стран, наций и государств. И пример тому — ситуация во внешнеторговой сфере России после распада СССР. Дело в том, что при перестройке внешнеэкономической политики страны здесь столкнулись два разных подхода. Одни специалисты считали, что в первый период реформирования экономики опасно проводить немедленную и далеко идущую либерализацию внешнеэкономических связей. В условиях тотального дефицита, разбалансированности внутреннего рынка и денежного обращения, отсутствия реального валютного курса и нормальных рыночных цен сплошь и рядом стали бы возникать ситуации, когда экономические интересы уча-

ственников внешнеэкономической деятельности вступали бы в противоречие с народно-хозяйственными интересами. В связи с этим либерализация внешнеэкономической деятельности в начальный период реформирования экономики должна сопровождаться ощутимым государственным регулированием этой деятельности. В дальнейшем, по мнению этой группы специалистов, с развитием системы свободного рыночного ценообразования, совершенствованием валютного курса, нормализацией денежного обращения и всего внутреннего рынка постепенно создадутся условия, позволяющие широко либерализовать экспорт и импорт товаров и услуг, а затем и капиталов, ограничить систему государственного регулирования.

Другие экономисты, разделявшие идеи “шоковой терапии”, считали, что чем быстрее и масштабнее будет происходить либерализация внешней торговли, тем быстрее российская экономика включится в мировое хозяйство и повысится ее эффективность.

Время показало, что лица, принимающие решения в российском руководстве, в большинстве случаев оказывались под влиянием экономистов второй группы, что и предопределило изменение правил проведения внешнеэкономических операций хозяйствующими субъектами, особенно в начальный период реформ.

В результате в последующие годы возникла необходимость внести коррективы в механизм регулирования ВЭД, продиктованные углублением реформ и необходимостью устранения допущенных серьезных просчетов.

Систему государственного регулирования внешнеэкономических отношений следует внедрять и совершенствовать незамедлительно для эффективной и динамичной направленности внешнеэкономической деятельности России в интересах ее народа.

Основные принципы государственного регулирования, разработанные в России

Экономическая реформа и кардинальное изменение геополитического положения России после распада СССР существен-

но повысили роль внешнеэкономического фактора. Важнейшими для России стали хозяйственные и торговые связи с ближним зарубежьем, т. е. с бывшими союзными республиками, провозгласившими свой суверенитет. Россия отказалась от государственной монополии на внешнюю торговлю и связанных с ней форм государственного регулирования.

Рыночной системе хозяйства в принципе больше соответствуют экономические инструменты регулирования ВЭС. Но эффективность их использования имеет свои пределы. Как свидетельствует зарубежный опыт, в периоды значительного ухудшения состояния экономики, инфляции и резких перепадов между внутренними и мировыми ценами правительства могут прибегать к административным инструментам регулирования экспортно-импортных операций.

В процессе формирования системы регулирования внешнеэкономической деятельности в стране были выработаны принципы, которые в определенной мере учитывают и собственный, и мировой опыт в этой сфере. К сожалению, эти принципы не всегда и не везде реализуются на практике.

Основными принципами государственного регулирования внешней торговли в Российской Федерации являются:

- 1) защита государством прав и законных интересов участников внешнеторговой деятельности, а также прав и законных интересов российских производителей и потребителей товаров и услуг;
- 2) равенство и недискриминация участников внешнеторговой деятельности, если иное не предусмотрено федеральным законом;
- 3) единство таможенной территории Российской Федерации;
- 4) взаимность в отношении другого государства (группы государств);
- 5) обеспечение выполнения обязательств Российской Федерации по международным договорам Российской Федерации и осуществление возникающих из этих договоров прав Российской Федерации;

6) выбор мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности, являющихся не более обременительными для участников внешнеторговой деятельности, чем необходимо для обеспечения эффективного достижения целей, для осуществления которых предполагается применить меры государственного регулирования внешнеторговой деятельности;

7) гласность в разработке, принятии и применении мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности;

8) обоснованность и объективность применения мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности;

9) исключение неоправданного вмешательства государства или его органов во внешнеторговую деятельность и нанесения ущерба участникам внешнеторговой деятельности и экономике Российской Федерации;

10) обеспечение обороны страны и безопасности государства;

11) обеспечение права на обжалование в судебном или ином установленном законом порядке незаконных действий (бездействий) государственных органов и их должностных лиц, а также права на оспаривание нормативных правовых актов Российской Федерации, ущемляющих право участника внешнеторговой деятельности на осуществление внешнеторговой деятельности;

12) единство системы государственного регулирования внешнеторговой деятельности;

13) единство применения методов государственного регулирования внешнеторговой деятельности на всей территории Российской Федерации.

Виды межгосударственного регулирования внешней торговли

Развитие международных экономических отношений привело к тому, что наряду с национальным регулированием внешней торговли возникли разнообразные формы межгосударственного взаимодействия в этой сфере.

В настоящее время сложилась совершенно новая ситуация, когда регулирующие меры одной страны оказывают прямое влияние на экономику других государств и те, в свою очередь, вынуждены предпринимать ответные шаги по защите прав своих производителей и потребителей. Все это вызывает необходимость координации процесса регулирования на межгосударственном уровне. Для этого выработан целый комплекс средств, в том числе:

- двусторонние договоренности;
- многосторонние соглашения регионального характера;
- многосторонние конвенции глобального характера.

В зависимости от целей государств — участников межгосударственного регулирования внешней торговли согласование форм и методов регулирования ВЭД помогает решению ряда глобальных проблем, в том числе:

- устранению имеющихся “заторов” в производстве и движении товаров;
- формированию целостной экономической системы с наднациональными институтами по важнейшим направлениям.

И то и другое зачастую включают в понятие “экономическая интеграция”, однако экономическая интеграция в строгом смысле способствует согласованию хозяйственной политики государств.

Поэтому все это можно отнести к нетарифным ограничениям, являющимся в свою очередь мерами скрытого протекционизма. Во внешней торговле используется, по мнению специалистов, не менее 50 видов таких ограничений. К ним относятся в основном технические нормы, санитарные стандарты, сложный валютный контроль, государственные закупки и т. д.

В настоящее время значение нетарифных барьеров возрастает по причинам увеличения объема международной торговли, расширения ассортимента товаров на мировом рынке, снижения таможенных пошлин.

В частности, система ГАТТ/ВТО подразделяет нетарифные ограничения на пять основных групп :

- 1) количественные ограничения импорта и экспорта;

2) таможенные и административные импортно-экспортные формальности, включая антидемпинговые пошлины, методы оценки таможенной стоимости товаров, таможенные и консульские формальности, товаросопроводительные документы;

3) технические барьеры — стандарты и требования к качеству товаров, включая санитарные, ветеринарные и фитосанитарные нормы, промышленные стандарты, требования к упаковке и маркировке товаров;

4) субсидирование государством производства и экспорта товаров, система государственных закупок товаров, государственная торговля;

5) ограничения, заложенные в механизме платежей: скользящие сборы, импортные депозиты, льготы для отдельных отраслей и предприятий, механизм валютных курсов.

Из всех нетарифных барьеров наибольшее распространение получили ограничения по количеству товара.

Количественные ограничения импорта и экспорта непосредственно регламентируют объемы ввозимого в страну и вывозимого за ее пределы товара. На практике используются два вида количественных ограничений: контингентирование и лицензирование.

Под контингентированием понимается ограничение государственной властью ввоза (вывоза) товаров в определенном количестве или сумме за установленный период посредством импортных или экспортных квот (контингентов).

Квоты бывают двусторонними и общими (глобальными). Двусторонние квоты устанавливаются при наличии между двумя странами определенной договоренности и распространяются только на конкретную страну. Общие (глобальные) квоты вводятся безадресно, т. е. ограничивают размер импорта на какой-то период для всех стран.

По срокам действия выделяют квоты постоянные (действующие в течение всего периода, на который они введены) и сезонные (в зависимости от времени года).

Основная цель импортных квот — защита национальных производителей. Такие квоты более предпочтительны, чем та-

рифные ограничения, поскольку повышение ставок тарифов, как правило, регламентируется международными соглашениями, а квоты вводятся по решению властей определенной страны. Достаточно часто при распределении импортных квот предпочтение отдается тем, кто берет на себя обязательства импортировать товары данной страны. Экспортные квоты устанавливаются прежде всего на дефицитные для местного рынка товары.

Контингентирование реализуется через систему лицензирования.

Под лицензией понимается разрешение, выдаваемое государственными органами и дающее право на импорт определенного количества товаров в страну (импортная лицензия) или экспорт товаров из страны (экспортная лицензия).

Два вида лицензий плюс добровольное ограничение экспорта

В международной практике различают индивидуальные и генеральные лицензии.

Индивидуальная лицензия — это разовое разрешение на импорт (экспорт) товаров. Она именная и не может быть передана другой компании. Срок ее действия ограничен.

Генеральная лицензия — это постоянно действующее разрешение конкретной фирме на импорт (экспорт) указанных в нем товаров без каких-либо ограничений по стоимости и количеству. По лицензии разрешается ввозить указанные в ней товары из конкретной страны либо из всех стран мира.

В особую группу количественных ограничений выделяют так называемые “добровольные ограничения экспорта”. Более подробно о них будет сказано ниже. В 1969 г. система “добровольных” квот начала действовать на мировом рынке черных металлов, охватив почти 2/3 мирового экспорта этих товаров. Позднее США принудили иностранных поставщиков ограничить поставки шерстяного текстиля, продукции радиоэлектронной промышленности. Словом, “добровольные” ограничения экспорта совсем не являются добровольными.

В настоящее время в регулировании импортных поставок широко используются технические барьеры.

Преодоление технических барьеров

Под *техническим барьером* понимается существующее препятствие для импорта иностранных товаров, возникающее в связи с их несоответствием национальным стандартам, системам измерения, требованиям качества и техники безопасности, санитарным, ветеринарным и фитосанитарным нормам, правилам упаковки и маркировки и т. п.

С одной стороны, технические барьеры вызываются объективными требованиями производства и потребления, с другой стороны, конечно, они могут выполнять и протекционистскую роль. Так, в 1969 г. Министерство сельского хозяйства США установило стандарт на продаваемые в стране помидоры, предусматривавший их максимальный размер в 2,5 дюйма. Это было вызвано интересами консервного производства, использующего автоматические устройства для сортировки и расфасовки помидоров, однако в то же самое время это сделало невозможным поставки на американский рынок более крупных мексиканских помидоров.

Для преодоления преград, создаваемых техническими барьерами, крупные монополии организуют выпуск различных модификаций одной и той же базовой модели в расчете на различные рынки. Так, еще в 1972 г. западногерманский концерн “Фольксваген” выпускал 5 моделей автомашин в 32 модификациях.

Технические стандарты широко используются в международной практике при определении диаметра газовых и водопроводных труб, напряжения и частоты электрического тока в бытовых и промышленных сетях, размеров автомобильных шин и т. д.

Ряд других стандартов связан с инспекцией и проверкой качества товаров. Они применимы при поставках средств транспорта, электрооборудования, электрических приборов, приборов и оборудования для пищевой промышленности, фармацевтических, химических и других товаров.

Технические барьеры также связаны и с применением мер по охране окружающей среды от загрязнения. Они запрещают или ограничивают импорт товаров, загрязняющих окружающую среду, и предусматривают тщательную экспертизу промышленного оборудования, средств транспорта и другой продукции, которая может вызвать загрязнение атмосферы.

Санитарные и ветеринарные нормы и требования здравоохранения вводятся в случае импорта пищевых товаров, сельскохозяйственных продуктов, парфюмерии и т. д.; особенно жесткими они бывают в отношении медикаментов. Как правило, эти нормы одинаковы как для иностранных товаров, так и для товаров национального производства.

Нетарифные барьеры и госсубсидирование

К *нетарифным барьерам* относятся требования к упаковке и маркировке. Их устанавливает национальное законодательство страны импортера, определяя таким образом размеры, массу и форму упаковки, объем информации, который должна содержать маркировка товара, и другие особенности.

В системе регулирования внешнеэкономической деятельности особое место занимает *государственное субсидирование*. Благодаря государственным субсидиям фирмы имеют возможность выходить на внешние рынки с товарами, цены на которые ниже цен конкурентов; кроме того, за счет покрытия при этом части издержек производства национальных производителей внутренний рынок становится более защищенным от иностранной конкуренции.

Субсидирование может быть прямым и косвенным. Прямое субсидирование представляет собой выплату компаниям дотаций из бюджета, финансирование научно-исследовательских и конструкторских работ. Однако чаще прибегают к косвенным субсидиям: льготам по кредитам, освобождению предприятий от уплаты некоторых налогов, передаче экспортирующим компаниям правительственных заказов по завышенным ценам.

Выход государственных организаций развитых стран на национальный и мировой рынки в роли покупателей товаров

вызвал новый вид нетарифного регулирования — государственные закупки.

В свою очередь, среди экономических инструментов регулирования импорта особое место занимали и продолжают занимать, преимущественно в промышленно развитых странах, антидемпинговые меры.

Демпинг и борьба с ним

Причины и виды демпинга разнообразны. Он может быть постоянным, вызванным необходимостью поддержания нормальной загрузки производственных мощностей или развития крупносерийного производства без снижения внутренних цен; эпизодическим, осуществляемым для сбыта случайного излишка продукции; непреднамеренным, когда поставщик не имеет достаточной ценовой информации о рынке импортера. К демпингу могут прибегать и как к ответной мере. Бывает, что демпинг квалифицируется как недобросовестная практика с установлением низких цен для вытеснения конкурента с данного рынка (“разбойничий” демпинг).

При установлении факта демпинга, в частности, в странах ЕС определяется “нормальная стоимость” товара и анализируются два критерия демпинга — ценовой, или стоимостной, и экономический ущерб.

Согласно ценовому критерию, демпинг будет налицо, если экспортная цена товара оказывается ниже его “нормальной стоимости”. При этом определяться это может различными методами. Чаще всего цена устанавливается по фактической оплате или подлежащей к оплате сумме за товар, ввозимый в ЕС из стран, не входящих в него. Данный метод неприменим в случае, когда невозможно получить такую цену или если она устанавливалась специфическим образом (например, поговору между продавцом и покупателем). Тогда экспортная цена определяется иначе, например, по цене первой продажи товара продавцом покупателю. При этом учитываются все затраты на изготовление и доставку товара, уплаченные налоги и пошлины,

комиссионные расходы и прибыль. Экспортная цена может выясняться по таможенной стоимости и другими методами.

Расчеты “нормальной стоимости” ведутся различными методами в зависимости от имеющейся ценовой информации, издержек производства, страны-поставщика (страна с рыночной экономикой либо нет). На основании законодательства, например ЕС, при ввозе товаров из стран с рыночной экономикой “нормальная стоимость” устанавливается по уровню внутренней цены на идентичный товар в стране экспортера или стране происхождения товара. Если такой товар не продается на внутреннем рынке или реализуется на специальных условиях, что не позволяет сравнивать внутренние и экспортные цены, “нормальная стоимость” определяется по цене экспорта в третью страну или рассчитывается специально с учетом возникших затрат на производственные и сбытовые операции и норм прибыли.

Необходимо отметить, что для стран с государственно-регулируемой экономикой “нормальная стоимость” исчисляется на основе ценовой информации стран, не входящих в ЕС, условия производства в которых близки к условиям производства данных стран. В этом случае есть три способа расчета “нормальной стоимости”:

- по реально действующим ценам страны с рыночной экономикой;
- в соответствии с ценами, по которым страна с рыночной экономикой продает идентичный товар в другие страны;
- на основе стоимостных показателей страны с рыночной экономикой (издержки производства, обращения, административно-хозяйственные расходы, прибыль).

Опыт государственного регулирования внешнеэкономической деятельности в промышленно развитых странах

Внешнеэкономические связи практически во всех промышленно развитых странах во многом определяют экономическое

и социальное развитие государства и рассматриваются как часть целостной системы хозяйствования.

В то же время приоритеты во внешнеэкономической сфере в разных странах неодинаковы. Это отражается и в системе государственного регулирования внешнеэкономической деятельности.

Так, в США внешняя и внутренняя торговля рассматриваются как взаимосвязанные части всего хозяйства страны и их регулирование осуществляется одним ведомством — Министерством торговли.

Исполнительным органом по управлению внешнеэкономическими связями в США является Администрация внешней торговли (АВТ), которая была создана в составе Министерства торговли 2 января 1980 г. для укрепления позиций США на мировом рынке. В АВТ три управления: внешней экономической политики, торговли и по развитию торговли.

Управление внешней экономической политики занимается анализом внешнеэкономической деятельности страны и обоснованием целесообразности сотрудничества США с другими странами мира на двусторонней, региональной или многосторонней основе. Отделы данного управления отвечают за вопросы торговли и инвестиционной политики в Европе, Западном полушарии, Восточной Азии, Африке и Южной Азии.

Управление торговли занимается вопросами текущей торговой политики. Оно устанавливает квоты по импорту, разрабатывает программы по управлению свободными торговыми зонами, рассматривает обращения промышленных корпораций по вопросам экспорта и импорта.

В рамках управления по развитию торговли разрабатываются перспективы развития внешней торговли страны, инвестиционная политика, программы, укрепляющие конкурентоспособность американского экспорта, меры по усилению позиций промышленных компаний США на мировых рынках. В частности, в функции данного управления входит реализация объединенной программы стимулирования развития таких ключевых отраслей, как аэрокосмос, автомобилестроение, производ-

ство потребительских товаров и др. К его функциям относится также наблюдение за рынком капитала, зарубежным строительством и иностранными инвестициями в США.

Генеральный директор АВТ управляет внешнеторговыми программами Администрации через районные и отраслевые центры США в 68 странах мира. Он организует торговые ярмарки и семинары в США и за рубежом, содействует получению льготных экспортных кредитов.

К центральному аппарату государственного управления внешнеэкономической деятельностью США относятся также Государственный департамент, Министерство финансов, Министерство обороны, другие ведомства и более 60 независимых агентств. Последние формально находятся вне исполнительной и законодательной власти. Их создают под новые проблемы управления и ликвидируют по мере их решения.

В Великобритании на макроуровне работает более 60 центральных ведомств, в том числе 14 министерств. Основным министерством, координирующим внешнеэкономическую деятельность, является Министерство торговли и промышленности. Его задачами являются: разработка основных принципов внешнеэкономической политики правительства, контроль за внешнеэкономическими операциями, подготовка предложений правительству по развитию экономических отношений с отдельными странами и экономическими объединениями, а также определение основных направлений участия Великобритании в международных торговых соглашениях и в международных торговых организациях. Данное Министерство работает по трем основным направлениям — внешняя торговля, внутренняя торговля, промышленность.

В Японии основным министерством, регулирующим внешнеэкономическую деятельность, является Министерство внешней торговли и промышленности (МВТП). Главное направление его работы — обеспечение сбалансированного развития промышленности, внутренней и внешней торговли. В функции Министерства входят: контроль над экспортно-импортными операциями, поддержание стабильных закупок сырья и топлива,

содействие рациональному размещению промышленных предприятий, помощь малому и среднему бизнесу и др.

Функции МВТП реализуются через два крупных структурных подразделения: Бюро внешнеторговой политики, которое разрабатывает вопросы стратегии, и Бюро внешней торговли, занимающееся текущими вопросами развития внешнеэкономических связей.

Эффективность министерства обусловлена его тесными связями с ведущими частномонополистическими объединениями страны. При МВТП работают консультативные советы, где представлены деловые круги Японии. В рамках данных советов формируются позиции японских корпораций по стратегическим вопросам внешней торговли и движения капитала.



Глава 6

Взаимоотношения международных компаний и государства

Основные цели зарубежных компаний

Организуя зарубежные филиалы в разных государствах, международные компании, в том числе ТНК, преследуют, как правило, целый ряд конкретных целей, в том числе:

- 1) расширение рынков сбыта;
- 2) увеличение объемов экспорта;
- 3) обеспечение сырьевыми материалами;
- 4) приобретение уникальных технологий;
- 5) повышение эффективности предприятий.

Первая цель предполагает, что головная компания организует в принимающей стране производство готовых изделий или предоставление услуг. При этом она передает свою технологию изготовления продукции, опыт менеджмента и право использовать свой товарный знак.

Для достижения *второй цели* зарубежные корпорации вкладывают капиталы в принимающие страны с дешевой рабочей силой, богатые природными ресурсами. Необходимое усло-

вие эффективной работы таких филиалов — наличие местных и региональных емких рынков сбыта.

Третью цель ставят перед собой многие зарубежные филиалы международных компаний для снабжения природными ресурсами предприятий системы ТНК, включая головную компанию.

Четвертую цель международные компании преследуют в странах, располагающих высоким научным потенциалом, где имеются исследовательские центры, университеты, технологические разработки, ценный интеллектуальный капитал.

Пятая цель достигается за счет увеличения масштабов производства компании и появления возможности вертикальной и горизонтальной международной производственной интеграции.

Что может государство для привлечения международных компаний

В программах разных государств по привлечению иностранных инвесторов можно обнаружить общие черты. Во-первых, все государства стремятся повысить свой “имидж” с помощью рекламных материалов, проведения специальных семинаров, встреч и совещаний в основном на государственном уровне. Во-вторых, предусматривается упрощение бюрократических процедур при регистрации юридических лиц — иностранных инвесторов. И, в-третьих, иностранным инвесторам предоставляются финансовые льготы, что типично для развивающихся государств и стран с переходной экономикой.

Привлечение международных компаний требует от принимающего государства создания благоприятных условий, таких как упрощение административных законодательных и налоговых процедур, субсидии, займы на льготных условиях, содействие в организации зон свободного предпринимательства и т. п.

Государственное регулирование деятельности международных компаний

На протяжении многих лет правовое регулирование деятельности международных компаний в принимающих странах осуществляется двумя системными блоками: национально-правовым и международно-правовым.

Национально-правовое регулирование заключается в использовании норм и институтов национальной системы права (административного, гражданского). В большинстве государств сложилась система специального законодательства, регулирующего деятельность иностранных фирм, в виде инвестиционных законов и кодексов. Их основа — положения, условия и правовые гарантии иностранных инвестиций в принимающей стране.

Многие страны включают в национальное законодательство положение, предоставляющее иностранному инвестору условия, уравнивающие его права с правами национальных предприятий. Кроме того, чтобы компенсировать иностранному инвестору дополнительные риски, в национальном законодательстве принимающей страны предусматриваются для него дополнительные льготы и привилегии.

Законодательство большинства государств гарантирует иностранному инвестору защиту от некоммерческих рисков (национализации иностранной частной собственности, конфискации активов иностранных предприятий, терроризма, запрета на репатриацию прибыли, моратория на внешние платежи). При этом предусматривается разрешение инвестиционных споров в международных арбитражных институтах.

Международно-правовое регулирование складывается из межгосударственных соглашений и осуществляется на двусторонней и многосторонней основе. Двусторонние международные соглашения о поощрении и защите иностранных инвестиций определяют их статус и взаимно устанавливают национальный режим принимающей страны. Эти соглашения содержат положения о защите инвестиций от политических рисков и порядок разрешения споров. В дополнение к двусторонним международ-

ным соглашениям многие экспортирующие капитал государства для поощрения вывоза капитала создают государственную систему страхования иностранных инвестиций своих граждан и юридических лиц.

Многостороннее международно-правовое регулирование осуществляется на основе многосторонних договоров. В нем принимают участие учреждения системы ООН, международные экономические организации и интеграционные объединения (ЕС, НАФТА, АСЕАН).

Важное значение для регулирования инвестиционной деятельности международных компаний и национальных правительств в рамках Всемирной торговой организации имеет Генеральное соглашение по услугам (ГАТС). Необходимость в нем возникла в связи с тем, что быстрый рост сферы предоставления услуг и их экспорта предполагает создание за рубежом специализированных производственных филиалов международных компаний, чаще всего в области телекоммуникаций и связи, бухгалтерских и аудиторских услуг, обработки информационных данных и программного обеспечения.

Государственная поддержка экспорта капитала

Государства, в экономике которых ощущается избыток национального капитала, поощряют его вывоз за границу. Основными формами поддержки государством экспортно-инвестиционной деятельности международных компаний являются: льготное финансирование; специальная система кредитования, компенсирующая возможные потери за счет уменьшения налога на прибыль; расширенный спектр страхования потенциальных потерь, вплоть до включения в страховую систему расчетной прибыли. Последняя форма получила особое распространение, поскольку она не нарушает принципа свободы конкуренции и не подпадает под действие запретительных норм международных соглашений. Кроме того, государственные органы разных стран предоставляют своим экспортерам широкий спектр информационных услуг.

Для получения помощи от своих государств компаниям, осуществляющим зарубежное предпринимательство (включая экспорт капитала), необходимо соблюдать три основных условия:

1) зарубежные филиалы должны приносить прибыль, а организация производства — быть эффективной;

2) зарубежные филиалы должны содействовать экономическому развитию принимающей страны; их технологии должны быть рассчитаны на использование местных ресурсов;

3) зарубежное предпринимательство не должно наносить ущерб экономике страны, где расположены головные компании, — производству, уровню занятости и т. д.

Так, Министерство финансов и экономики Южной Кореи для предотвращения утечки капитала установило, что национальные компании должны обеспечить 20-процентное увеличение внутренних капиталовложений, если объемы финансирования их зарубежных проектов превышают 10 млн долл.

В то же время государство, заинтересованное в преимущественном развитии определенных отраслей экономики или регионов, в создании условий для ускоренного научно-технического прогресса, оказывает влияние на международные компании, стимулируя их финансовые операции и выделяя собственные государственные капиталовложения.

В 1990-е гг. в политике многих государств проявились такие благоприятные для развития международных экономических связей тенденции, как готовность пойти на расширение объемов внутренних рынков, ограничение роли государства в регулировании экономики, разрешение на приватизацию предприятий, создание зон свободной торговли и т. д.

Анализ действующего в практике мировой торговли на рубеже XXI в. законодательства показывает, что протекционистская политика государств имеет сложившиеся общие черты. Рассмотрим их в отношении экспорта и импорта.

1. Вывоз из страны:

1) готовых изделий и технологий, не составляющих государственную тайну, а также капитала, расширяющего рынки сбыта национальных компаний, обычно поощряется государством;

2) машин и оборудования, комплектующих изделий и полуфабрикатов поощряется или ограничивается государством в зависимости от того, выгоден он или наносит ущерб экономике страны. Это зависит от того, достаточно ли этих изделий и полуфабрикатов национальным предприятиям и не послужит ли их вывоз за границу укреплению конкурентов на мировом рынке;

3) капитала, который способствует повышению эффективности и снижению издержек производства в принимающих странах, поощряется государством инвестора, если он приносит определенную выгоду экономике этого государства. Если же вывоз капитала усиливает позиции конкурентов на мировом рынке и сокращает число рабочих мест в стране инвестора, государство его ограничивает.

2. Ввоз в страну:

1) несложных стандартных готовых изделий и технологий для их изготовления, а также прав на их производство и продажу с фирменным знаком зарубежной компании в принципе не поощряется государством, как и ввоз капитала, рассчитанный на расширение рынка сбыта инвестора;

2) машин и оборудования, комплектующих изделий, полуфабрикатов, технологий их производства, капиталов, связанных с разработкой и использованием местных сырьевых ресурсов, государством поощряется.

3. Прямые иностранные инвестиции, повышающие эффективность производства и сокращающие его издержки у филиалов иностранных фирм, государством поощряются, если продукция этих фирм не снижает уровень конкурентоспособности национальных предприятий. В противном случае государство их ограничивает.

Финансовый отчет международной компании

В каждом государстве существуют законы, регулирующие формы финансового учета хозяйственных операций зарегистрированных юридических лиц и их отношения с деловыми партнерами. Правильность ведения формы учета, содержание годо-

вого отчета и способы его оценки регламентируются торговыми кодексами, законами об акционерных обществах, налоговым законодательством. Все они направлены на то, чтобы на основании финансового отчета можно было сделать заключение:

- о состоянии имущества предприятия;
- о финансовом положении предприятия;
- о доходности предприятия.

Следует учитывать, что в разных странах подходы к финансовому отчету существенно отличаются. Например, в англосаксонском праве главная цель отчетности — дать инвесторам информацию о прибыльности предприятия, поэтому менеджеры стараются делать отчет как можно более оптимистичным.

Немецкие правила составления отчетности предусматривают ограничение доли прибыли, распределяемой между владельцами предприятия, чтобы сохранить и защитить кредиторов. При этом для акционерных обществ германское законодательство ограничивает уровень дивидендов и право акционеров самостоятельно принимать решение об использовании определенной доли годовой прибыли.

Имущественное состояние предприятия определяется размером чистых активов, представляющих собой разницу между стоимостью имущества и задолженностью предприятия. Размеры стоимости имущества, задолженности и чистых активов фиксируются на момент основания предприятия, ежегодно и при ликвидации или продаже предприятия.

Предприятие считается платежеспособным (ликвидным), если оно в любой момент может погасить задолженность кредиторам. Его финансовое положение характеризуется соотношением собственного и заемного капитала, а доходность — соотношением стоимости чистых активов на начало и конец хозяйственного года.

Годовой финансовый отчет — это основа для налогообложения предприятия в принимающей стране.

Годовой отчет концерна (материнской компании) представляет собой консолидированный финансовый отчет, обобщающий и дополняющий отчеты зарубежных филиалов ТНК. По

структуре и форме он аналогичен отчетам отдельных предприятий: включает баланс концерна, отчет о прибылях и убытках и приложение к отчету с пояснениями к расчетам.

В годовом отчете сопоставляются данные о капитале, задолженности и хозяйственном итоге деятельности входящих в концерн предприятий. Там же показываются результаты сотрудничества входящих в концерн предприятий с отражением стоимости их имущества и задолженности.

Отчет здесь служит лишь источником информации, но не основой для начисления налогов.

Международные экономические организации стремятся к унификации финансовой отчетности ТНК для обеспечения сопоставимости их годовых отчетов. В Европейском союзе, в частности, приняты директивы по унификации отчетности, которые трансформируются в национальные законодательные акты государств — членов ЕС. В отдельных разделах отчетности удалось достичь определенной унификации, но национальные предприятия стран — членов ЕС выбирают формы и оценки финансовых отчетов по своему усмотрению, в соответствии с национальным правом. Это затрудняет сопоставление данных годовых отчетов предприятий даже в рамках ЕС.

Предотвращение конфликтов компании с принимающим государством

Следует отметить, что даже правильно составленный отчет — это еще не гарантия хороших отношений с правительством принимающей страны. Конфликты все равно возможны. Опыт деятельности международных компаний показывает, что можно в значительной степени предотвратить такие конфликты с правительствами принимающих государств, если преследовать ряд конкретных целей, в частности:

- использовать сырьевые материалы и комплектующие из принимающей страны;
- организовывать совместные предприятия с компаниями, близкими к правительственным кругам;

- нанимать на работу местных специалистов и менеджеров;
- реализовывать совместные программы;
- проводить НИОКР;
- реинвестировать прибыль в принимающей стране;
- обучать местных специалистов;
- участвовать в сооружении объектов инфраструктуры;
- исключать возможность коррупции;
- продавать часть акций местным акционерам;
- использовать кредиты местных банков и финансовых институтов;
- привлекать капиталы местных инвесторов;
- страховаться от политических рисков в местных страховых компаниях;
- передавать местным компаниям новые технологии и опыт управления предприятиями;
- беречь репутацию компании;
- создавать свое лобби в правительстве;
- регистрировать компанию в принимающей стране.

Достижение указанных целей способствует, как правило, благоприятному развитию внешнеэкономической деятельности в принимающей стране.



Глава 7

Международная конкуренция и конкурентоспособность России

Ключевое понятие в мировой торговле

Ключевое слово в мировой торговле — “рынок”. Недаром у нас экономические преобразования, идущие по мировым законам, стали называть рыночными. В экономической науке существует несколько терминов, обозначающих эту экономическую категорию. В общем виде понятие “рынок” можно определить следующим образом:

1) место купли-продажи товаров и услуг, заключения торговых сделок;

2) экономические отношения, связанные с обменом товаров и услуг, в результате которых формируются спрос, предложение и цена на них.

Структура рынка чрезвычайно многообразна. По виду продаваемого товара различают рынки сырья, материалов, драгоценностей, средств производства, недвижимости, потребительских товаров и услуг, информационного и интеллектуального

(духовного) продукта, инноваций, капитала, валюты, ценных бумаг, труда.

По масштабам охвата территории рынки классифицируют следующим образом: мировой, зональные, региональные, страновые, а применительно к каждой стране — внутренние и внешние.

Различают также легальные (официальные) и нелегальные (теневые, “черные”) рынки.

Рынки ценных бумаг могут быть первичными и вторичными (на последних происходит перепродажа ценных бумаг).

Понятие “рынок” можно определить и так: рынок — это условное место купли-продажи конкретного вида товара, осуществляемой в условиях конкуренции, с соблюдением этических и правовых норм и правил торговли. Рынок может быть совершенным и несовершенным.

Модель совершенного рынка основана на предположении, что все участники торговых сделок действуют, руководствуясь исключительно экономическими принципами. Кроме того:

- условия конкурентной борьбы одинаковы для всех продавцов и покупателей, отсутствуют какие-либо предпочтения пространственного, личностного и временного характера;

- рынок прозрачен — продавцам и покупателям предоставлена возможность полного обзора рынка, получения достаточной информации обо всех обстоятельствах ведения сделок (ценах, скидках, качестве товара, условиях поставки и платежей).

Без чего нет нормального рынка?

Без конкуренции. Конкуренция — это борьба производителей за покупателя на рынке, за то, чтобы покупатель предпочел из всего множества, предлагаемого на рынке, именно ваши товары или услуги.

Формы и методы конкуренции самые разные: это и более низкие цены на продукцию, и непрерывное ее совершенствование, и улучшение качества, и множество других.

Сегодня конкуренция смещается от ценовой к неценовой (соперничеству за достижение наиболее высокого качества товаров и услуг). При неценовой конкуренции главным средством борьбы становится политика интенсивного внедрения в производство различных нововведений, изобретений, промышленных образцов.

Конкуренция между отдельными предприятиями изменяется, главным образом в зависимости от условий, следующим образом:

- усиливается, когда крупное предприятие присоединяет другое и стремится выйти в лидеры;
- усиливается, если спрос на товар постоянно растет;
- усиливается, когда предприятие снижает цены или увеличивает объем продаж;
- усиливается, если затраты покупателей при переходе с потребления одной марки товара на потребление другой невелики;
- усиливается, когда одно или несколько предприятий не удовлетворены своей долей рынка;
- усиливается пропорционально росту прибыли конкурирующих предприятий.

Факторы, влияющие на конкурентную борьбу:

- размер рынка — чем больше рынок, тем сильнее конкуренты;
- темпы роста рынка — чем они выше, тем легче проникновение на рынок;
- мощности — их излишек приводит к падению цен;
- уровень стандартизации товаров — чем он выше, тем больше преимущества, так как покупатели могут легко переключиться с одного товара на другой;
- препятствия для входа на рынок или выхода из него;
- цена товара;
- быстрое обновление ассортимента выпускаемой продукции.

Уровень конкуренции надо знать

Для оценки интенсивности конкуренции в отрасли применяют различные методики. В частности, с 1968 по 1984 г. Депар-

тамент юстиции США применял четырехдольный показатель концентрации CR4 (concentration ratio), характеризующий силу конкуренции в отрасли.

Если этот показатель достигал значения 0,75, то вводились ограничения на слияние фирм. Этот показатель рассчитывался для 8, 20 и 50 фирм. В Германии, Англии, Канаде он рассчитывается для 3, 6 и 10 фирм.

С 1984 г. в США применяется другой показатель — индекс Хэршмана. Если он равен 0,18, это свидетельствует о низкой интенсивности (силе) конкуренции и высокой концентрации рынка, а значит, требуется вмешательство государства для нормализации ситуации на рынке. Если в этой ситуации слияние фирм ведет к увеличению индекса на 0,05 (или на 50 пунктов из 1000), оно запрещается антитрестовским законодательством США.

Безопасный с точки зрения монополизации рынок (из 1000 пунктов) предполагает наличие 10 и более конкурирующих фирм. Причем доля крупнейшей из них не может превышать 31%, двух крупнейших — 44, трех — 54 и четырех — 63%.

Расчет силы конкуренции на конкретном товарном рынке позволяет определить его форму и проанализировать основные параметры. Эту работу выполняют федеральные органы, например, в США — Департамент юстиции, в России — Федеральная монополия служба РФ — ФАС России (ранее — Государственный комитет РФ по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур. Главная задача этих структур — усиление конкуренции на товарном рынке и повышение эффективности общественного производства.

Международная конкурентоспособность

Интернационализация хозяйственной жизни расширяет возможности конкуренции. Наряду с монополистами-гигантами в рыночную борьбу вступают средние, мелкие и даже мельчайшие фирмы. Нормой стало активное участие правительств в поддержке национальных экспортеров и в проведении внешнеторговых операций.

Расширение конкуренции ускоряет обновление ее форм и методов, активизирует поиск новых товаров, новых рынков сбыта. Особый динамизм конкуренции придает научно-технический прогресс. Использование его достижений открывает широкие возможности для обновления товарной номенклатуры и оперативного реагирования на изменение рыночного спроса.

Важнейшим событием в развитии мировой экономики в XX в. явилась интернационализация конкуренции во многих ее сферах — не только в обрабатывающих отраслях, но и в сфере услуг.

Конкурирующие фирмы осуществляют поистине глобальную стратегию: продают свою продукцию по всему миру; ищут материалы и компоненты также по всему миру; размещают производства во многих странах. Капитал переходит к странам, которые заслуживают доверия с точки зрения предоставления кредитов и возможности которых не ограничены собственными средствами.

Международная торговля позволяет странам повышать продуктивность своего производства, так как избавляет от необходимости самостоятельно производить все товары и услуги. Любая страна может специализироваться на тех отраслях и сегментах рынка, в которых ее фирмы более конкурентоспособны, чем иностранные, и импортировать те товары и услуги, качество которых за рубежом лучше.

Усиление конкурентной борьбы на мировом рынке выдвигает на первый план проблемы конкурентоспособности, которые в XXI в. будут как прямо, так и косвенно сопряжены с развитием научно-технического прогресса.

Понятие “конкурентоспособность” интерпретируется по-разному, в зависимости от того, к какому экономическому объекту оно относится. Критерии, характеристики и факторы конкурентоспособности на уровне национального хозяйства, отрасли, отдельного региона, безусловно, имеют свои особенности.

Несколько проще понятие “конкурентоспособность” выглядит на уровне предприятия. Так, конкурентоспособным считается предприятие, работающее в условиях открытых рынков и остающееся при этом прибыльным.

Смысл конкурентоспособности национальной экономики

Многие зарубежные исследователи настаивают на том, что страну можно квалифицировать как конкурентоспособную, если наряду с другими факторами она может наращивать темпы экономического роста, увеличивать занятость и реальные доходы граждан.

Таким образом, конкурентоспособность национальной экономики (КНЭ) — очень сложное, многоаспектное понятие. Оно не имеет общепризнанного универсального определения.

Наиболее приемлемым, по мнению ряда экспертов, является следующее определение конкурентоспособности национальной экономики: концентрированное выражение экономических, научно-технических, производственных, организационно-управленческих, маркетинговых и иных возможностей, реализуемых в товарах и услугах, успешно противостоящих аналогичным зарубежным товарам и услугам как на внутреннем, так и на внешних рынках. Однако это лишь одна, наиболее видимая, сторона понятия, поскольку КНЭ — это и конкурентоспособность государственного, общественного, и политико-правового устройства страны, регулирования всех сторон жизни общества; это и способность государства обеспечить устойчивое, динамичное развитие национальной экономики, а соответственно и материальное благосостояние членов общества, не уступающее мировым стандартам.

Чтобы быть конкурентоспособным, необходимо создать конкурентоспособное общество. Именно так в последнее время понимается термин “конкурентоспособность страны”.

Опыт последних десятилетий показывает, что конкурентоспособность национальной экономики и ее составных частей — величина весьма нестабильная. Поддержание конкурентоспособности на достаточном уровне требует целенаправленных действий стратегического характера, главную роль в которых играет государство. Стратегическая деятельность государства (как и непосредственных производителей) заключается в создании

конкурентных преимуществ перед странами и экономиками-соперницами.

Теория конкурентных преимуществ исходит из того, что страны с примерно одинаковым уровнем экономического развития имеют определенный, только им присущий набор конкурентных преимуществ: уровень производительности труда; квалификация производственного, технического, коммерческого персонала отраслей, производств, групп предприятий; качество и технический уровень продукции; управленческое мастерство, стратегическое мышление на всех направлениях и др. Стратегия любого государства состоит в том, чтобы закладывать долговременные основы повышения конкурентных преимуществ страны и стимулировать национальных производителей к наращиванию усилий в этом направлении.

В то же время практика показывает, что политика государства зачастую нацелена на сохранение старых, а не на создание новых преимуществ, что в перспективе имеет негативные последствия.

Актуальной также является проблема оценки КНЭ, которой занимаются сегодня многие научно-исследовательские организации на Западе, — как региональные (например, Европейский форум по проблемам управления с центром в Женеве), так и международные (например, Всемирный экономический форум со штаб-квартирой в Женеве, Международный институт менеджмента и развития в Лозанне). При этом понятие “конкурентоспособность” определяется ими в целом как реальная и потенциальная возможность фирм в существующих для них условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителей, чем товары их конкурентов.

В настоящее время таким анализом особенно широко занимается Международный институт менеджмента и развития. При распределении стран по уровню конкурентоспособности используют их оценку международными экспертами по 300 экономическим, социальным и политическим критериям, которые сгруппированы следующим образом:

- 1) экономический потенциал и темпы роста экономики;
- 2) эффективность промышленного производства;
- 3) уровень развития науки и техники, темпы освоения научно-технических достижений;
- 4) участие в международном разделении труда;
- 5) динамичность и емкость внутреннего рынка;
- 6) гибкость финансовой системы;
- 7) эффективность государственного регулирования экономики;
- 8) уровень квалификации трудовых ресурсов;
- 9) социально-экономическая и внутривластная ситуация.

Четыре стадии роста конкурентоспособности

Конкурентоспособность национальной экономики ведущих стран Запада во второй половине XX в. претерпела существенные изменения. В результате общего подъема экономики в этих государствах она значительно выросла.

Если попытаться выяснить, какие же факторы прежде всего повлияли на конкурентоспособность, то окажется, что они те же самые, под воздействием которых возрастала и изменялась мощь самих национальных экономик.

Специалисты выделяют четыре особые стадии роста и изменения конкурентоспособности национальной экономики.

Рассмотрим более подробно главные из них.

1. Рост конкурентоспособности на основе благоприятных факторов производства. В этом случае росту экономики и конкурентоспособности способствуют наличие достаточного количества природных ресурсов и благоприятные условия для выращивания сельскохозяйственных культур, а также избыточная и дешевая полуквалифицированная рабочая сила и др.

В такой экономике конкуренция между фирмами внутри страны ведется исключительно на основе снижения цен на продукцию в отраслях с несложной или недорогой и доступной технологией производства.

На этой стадии экономика страны весьма чувствительна к мировым экономическим кризисам и изменению валютных курсов, которые приводят к колебаниям спроса и цен. Она также становится чрезвычайно уязвимой в случае потери или ослабления определяющих ее факторов и быстроменяющегося лидерства отраслей. Большие запасы природных ресурсов могут обеспечить высокий доход на душу населения в течение довольно продолжительного времени, однако они все же не являются достаточным основанием для устойчивого роста эффективности экономики.

По существу, ни одна страна не миновала этой стадии развития конкурентоспособности экономики.

2. Рост конкурентоспособности на основе инвестиций. На этой стадии страны интенсивно инвестируют в экономику. Инвестиции способствуют возникновению новых факторов производства (использование наукоемких технологий, материалов с заранее заданными свойствами и т. д.), развитию современной инфраструктуры. Увеличение численности технически ориентированного персонала и рост квалификации рабочих, все еще получающих относительно низкую заработную плату, также поднимают конкурентоспособность, поскольку позволяют использовать более сложное оборудование и совершенствовать технологию. В дополнение к уже имеющимся управленческим связям с иностранными компаниями национальные предприятия устанавливают собственные каналы сбыта продукции на внешних рынках и прямые контакты с покупателями. Интенсивная внутренняя конкуренция в отраслях, добившихся выхода на мировой рынок, побуждает предприятия увеличивать инвестирование с целью модернизации производственных процессов, снижения издержек, улучшения качества продукции и выпуска новых товаров.

Следует учитывать, что повышение конкурентоспособности на основе инвестиций возможно только в определенных отраслях, для которых характерна главным образом высокая капиталоемкость.

Предпосылки достижения “инвестиционной” стадии роста конкурентоспособности сложились уже давно. Перетекание ка-

питала из одной страны в другую — совсем не новое явление, так же, как и использование зарубежной технологии и зарубежных специалистов. Например, в XIX столетии в Германии тщательно изучали английские и французские технологии, приглашали специалистов из этих стран, чтобы обеспечить подъем ряда отраслей. Американская экономика тоже прошла через эту стадию.

3. *Рост конкурентоспособности на основе внедрения нововведений.* Это может иметь место в странах, находящихся на разных уровнях развития экономики. Обычно не много отраслей проявляют инициативу в достижении конкурентных преимуществ, внедряя соответствующие нововведения, а затем распространяя их на другие отрасли, что создает возможности для перетекания капитала и перекрестного финансирования отраслей. Естественно, что такой процесс стимулирует экономический рост.

Регулирующая роль государства на данной стадии имеет специфический характер: изменяются как способ государственного вмешательства в экономику, так и философия такого вмешательства. В этих условиях распространение капитала, протекционизм, лицензионный контроль, экспортные субсидии и другие формы прямого вмешательства теряют смысл и негативно влияют на эффективность.

На этой стадии наиболее эффективны мероприятия, связанные с косвенным государственным воздействием: поощрение создания новых, более прогрессивных экономических факторов, повышение внутреннего спроса, внутренней конкуренции. Инициатива внедрения новшеств, умение их внедрить и определить направление требуемых изменений должны здесь принадлежать частному сектору.

Великобритания достигла стадии нововведений в первой половине XIX в.; США, Германия и Швеция — в пределах нескольких десятилетий на рубеже XIX–XX вв.; Италия и Япония — только в 70-е гг. XX в.

4. *Стадия богатства.* Именно с ней часто связан спад конкурентоспособности. Эта ситуация кажется странной только на первый взгляд. Если же вдуматься, то все логично и предсказуемо.

Чем же опасно богатство?

Хорошо известно, что движущей силой экономического развития является стремление людей к изобилию продуктов, товаров и услуг.

Но когда эта цель достигнута и общество вроде бы ни в чем больше не нуждается, все есть, исчезает сам стимул к предпринимательской активности, т. е. к упрочению завоеванных раньше позиций и преимуществ в экономике.

Заинтересованность инвесторов, менеджеров и потребителей нередко смещается в направлении, подрывающем устойчивость процессов инвестирования и нововведений, а следовательно, и экономический рост.

На этой стадии ставятся новые цели, часто весьма похвальные с социальной точки зрения, однако вытесняющие те, которые способствуют прогрессу в экономике. Фирмы начинают уступать свои позиции в международной конкуренции, так как они больше внимания уделяют сохранению своих передовых позиций, нежели их усилению; также заметно снижается активность компаний в наращивании инвестиций. Масса неиспользованного капитала может перебрасываться на национальные рынки, а цели инвесторов смещаются от стремления к накоплению капитала к его консервации. Происходит замедление нововведений, снижается привлекательность вложения денег в индустрию.

Один из признаков перехода к стадии богатства — рост числа слияний и приобретений фирм. Компании, имеющие избыток наличных денег, ищут возможности прибыльно вложить их, не рискуя организовывать новые фирмы. Одни фирмы поглощаются другими, что ведет к устранению соперничества и повышению стабильности и дает иллюзию прогресса без создания новых фирм или усиления конкурентоспособности существующих. От всего этого процессы нововведений еще более замедляются.

Явные признаки того, что экономика вошла в стадию богатства, могут долго не проявляться из-за инерции, возникающей

обычно вследствие лояльности потребителей или сложившихся рыночных отношений. Однако как только несколько ведущих сегментов рынка начинают утрачивать конкурентные преимущества, этот процесс вскоре неизбежно распространится и на другие отрасли.

Известно, что те отрасли, которые долгое время не обновляли производство, становятся плохими партнерами для своих поставщиков и теряют способность поддерживать, а тем более ускорять внедрение нововведений. Сфера конкурентных преимуществ в экономике сужается за счет потерь сначала в базисных отраслях и производстве конечных продуктов, а затем и в отраслях, выпускающих комплектующие изделия, и, наконец, в машиностроении. Локальная конкурентоспособность может сохраняться какое-то время в отраслях, выпускающих уникальную продукцию или имеющих твердую опору в конкурентоспособных родственных отраслях.

Однако иностранные компании, во все большей степени овладевающие конкурентными преимуществами, начинают в такой ситуации скупать национальные фирмы и подчинять их своим глобальным интересам.

Как только фирмы теряют конкурентные преимущества, происходит падение производства в различных отраслях национальной экономики, и тогда местные фирмы обращаются к ценовой конкуренции, что зачастую сопровождается снижением темпов роста заработной платы и сокращением числа рабочих мест, растущей безработицей. В результате уменьшается заинтересованность в повышении эффективности производства, что ведет к дальнейшему ослаблению рыночных позиций. Начинается падение уровня личных доходов населения по сравнению с другими развитыми странами, что отрицательно сказывается на качестве и разнообразии внутреннего спроса. Угасание конкуренции, запаздывание с созданием новых экономических факторов, падение мотивации и ухудшение качества спроса — все эти явления неизбежно ведут к снижению скорости модернизации, обновления и следовательно — уровня жизни.

Применение разными странами национальных конкурентных преимуществ

В настоящее время между разными странами имеются большие расхождения в национальных конкурентных преимуществах. Так, Германия уже давно считается лидером в химической промышленности, машино- и автомобилестроении; Швеция — в производстве специальных сортов стали, тяжелых грузовиков и горнодобывающего оборудования; Швейцария — в торговле, текстильном машиностроении, фармацевтике, производстве часов, шоколада; Италия — в производстве шерстяных тканей, изделий из кожи; США — в производстве ряда видов медицинского, строительного и горного оборудования, а также самолетов.

Однако все течет, все меняется. И сегодня нередко приходится наблюдать, как возрастающая с каждым днем интернационализация производства предоставляет все больше и больше национальных отраслей “в распоряжение” более удачливых соперников на мировых рынках. Отсюда следует вывод о том, что национальное экономическое процветание зависит не только от установившейся модели конкурентных преимуществ, но и от способности экономики страны непременно совершенствоваться с течением времени. А совершенствование экономики — это прежде всего результат расширения конкурентных преимуществ предприятий страны.

После Второй мировой войны произошли особенно большие изменения в модели конкурентных преимуществ индустриально развитых стран Запада. Германия, например, достаточно быстро восстановила свое положение индустриальной страны и уже длительное время относится к процветающим странам. Также и Япония, разрушенная войной, сумела конкурировать с США в борьбе за лидерство в индустриальных сферах. Южная Корея впервые сделала скачок почти до уровня передовой индустриальной страны. Швейцария и Швеция, несмотря на изменяющуюся обстановку в мире, сохраняют традиционно высокие доходы

на душу населения и небольшой уровень безработицы в течение многих десятилетий. Напротив, США, доминировавшие в самом широком диапазоне передовых отраслей промышленности, утратили свои преимущества во многих из них.

Конкурентная борьба идет не только между теми странами, которые имеют давние и прочные позиции на международном рынке; в нее активно включились другие страны, которым также удалось добиться ощутимых преимуществ в разных сферах экономики. Среди них выделяется группа новых индустриальных стран. Прежде всего это Южная Корея, Сингапур, Гонконг, Тайвань. Проникновение НИС на важнейшие рынки и их успешное сотрудничество в целом ряде областей с ведущими промышленно развитыми государствами Запада стали одним из основных факторов изменения ситуации на мировых рынках, включая и обострение конкуренции.

НИС показали способность по совершенствованию промышленности в соответствии с требованиями времени, что характеризует особенности их индустриализации в последние десятилетия.

С 1960-х гг. Южная Корея, Сингапур, Тайвань, Гонконг, наряду с Японией, вышли на мировой рынок как главные экспортеры изделий легкой промышленности — текстиля, швейных товаров, игрушек, изделий из пластмасс и проч., значительно изменив при этом структуру мировой торговли. Однако в середине 1970-х гг. ориентированная на экспорт стратегия индустриализации азиатских НИС, выражавшаяся в увеличении экспортного производства трудоемких потребительских товаров, стала давать сбои: быстрый подъем промышленного производства натолкнулся на трудности, связанные с ограниченностью трудовых ресурсов. Это привело к росту расходов на заработную плату и из-за непропорционально малого увеличения производительности труда — к удорожанию себестоимости продукции, что, в свою очередь, ослабило ее конкурентоспособность на мировом рынке.

Одновременно в соседних странах (в Индонезии, Малайзии, на Филиппинах и в Таиланде), сохранивших низкие трудовые

издержки, был налажен выпуск конкурентоспособных трудоемких потребительских товаров. Рационализация производства в промышленно развитых странах приостановила процесс перемещения трудоемких отраслей в развивающиеся страны. Кроме того, растущий протекционизм ведущих стран Запада в отношении соответствующей продукции НИС еще более сузил для последних экспортный рынок.

Учитывая эти факторы, азиатские НИС в 1970-х гг. изменили политику в области индустриализации, сделав приоритетными отраслями машиностроение, электротехнику и судостроение, т. е. отрасли, требующие развитых технологий и квалифицированной рабочей силы. Свидетельством диверсификации экспорта НИС стало расширение поставок на мировой рынок, наряду с традиционными товарами (текстиль, готовая одежда, обувь), изделий бытовой электроники, продукции для электронной, сталелитейной промышленности, судостроения, автомобилестроения, станкостроения и других отраслей.

В интересах повышения конкурентоспособности государственные власти НИС проводят политику, направленную на сокращение импорта зарубежной технологии и развитие собственного научно-технического потенциала. Внешнеэкономическая политика этих стран направлена на то, чтобы, с одной стороны, защитить развитие собственных технологий, а с другой — непременно сохранить и использовать передовой опыт конкурентов.

Опыт научно-технического развития НИС свидетельствует о том, что только при содействии государства можно ускорить темпы развития науки и техники, поднять уровень образования и квалификации работающих, наиболее эффективно использовать технологии для укрепления своих конкурентных позиций.

Выбранная государством политика зачастую оказывается тем необходимым пусковым механизмом, который позволяет экономике сделать рывок вперед. Серьезные препятствия в мире (войны, валютные потрясения, резкие изменения цен на сырье или колебания спроса) могут предоставить той или иной стране,

проводящей достаточно гибкую и эффективную политику, удобный случай захватить лидерство в широком круге отраслей.

Проблемы повышения конкурентоспособности экономики России

Несмотря на все усилия Правительства РФ по проведению реформы экономики и внедрению механизмов здоровой конкуренции, до настоящего времени тормозом служат монополизм, засилье олигархов, растущая коррупция. Это старая болезнь российского народного хозяйства. Для успеха экономической реформы необходима четкая антимонопольная направленность. Здесь нельзя ограничиваться лишь отдельными мероприятиями.

В экономической структуре (например, газовой, нефтяной отраслях), где нет конкуренции, не может действовать экономический механизм развития и управления научно-техническим прогрессом и реконструкции экономики в соответствии с требованиями времени.

В последние годы Россия теряет международную конкурентоспособность прежде всего из-за чрезмерно затянувшихся кризисов, нестабильности и застоя в экономике. В результате значительно сократились экспортные возможности страны, что создает благоприятные условия для иностранных конкурентов и затрудняет переход России к открытой экономике. В этой ситуации государство должно и даже обязано быть заинтересованным в том, чтобы всячески поддерживать и стимулировать отечественных производителей и решить комплекс стратегических задач, связанных с обретением Россией международной конкурентоспособности. Таковыми задачами могли быть:

- 1) целенаправленное содействие государства структурной перестройке экономики;
- 2) устранение монополизма;
- 3) изменение характера присутствия России в мировой экономике в отношении как товарной специализации, так и соответствующих договорно-правовых и политических условий;

4) обеспечение экономической безопасности страны, включая устранение крайне опасной для страны коррупции.

Решение этих задач предполагает:

- формирование новой структуры экспорта (значительное повышение в нем удельного веса и объема товаров с высокой степенью переработки, особенно изделий машиностроения, а также услуг);

- создание необходимых условий для поддержания отечественных производителей;

- выявление и целенаправленное использование наиболее перспективных для российского экспорта товарно-страновых ниш на мировом рынке; концентрацию основных усилий и средств для достижения рыночного успеха, включая всемерное развитие научно-технического сотрудничества, производственной кооперации, инжиниринга, лизинга и других перспективных форм связей с зарубежными партнерами;

- обеспечение благоприятного торгового режима в отношениях с зарубежными странами, их торгово-экономическими группами, организациями и союзами, снятие любых дискриминационных ограничений на торговлю с Россией;

- обеспечение доступа российских предприятий на мировые рынки машин и оборудования, технологий и информации, капитала, минерально-сырьевых ресурсов, а также к транспортным коммуникациям в качестве экспортеров и импортеров. Особую роль при этом должна сыграть политическая, финансовая и организационная поддержка государством продвижения на рынки российских товаров и услуг;

- урегулирование валютно-финансовых проблем во взаимоотношениях со странами и международными организациями — кредиторами и должниками России;

- формирование эффективной системы защиты внешнеэкономических интересов России с помощью валютного, экспортного, таможенного и других форм регулирования.

Основной целью внешнеэкономической политики государства должна стать максимально полная реализация имеющихся конкурентных преимуществ российской экономики. К ним, в частности, относятся:

- высококвалифицированная и сравнительно дешевая рабочая сила;
- низкая капиталоемкость сектора НИОКР при относительно развитой инфраструктуре;
- долговременное присутствие российской машинотехнической продукции на рынках некоторых стран (главным образом развивающихся стран Азии, Африки, Латинской Америки), позволяющее не только сохранить, но и усилить свое влияние на этих рынках;
- наличие в некоторых секторах промышленности уникальных передовых технологий, опирающихся на достижения российской фундаментальной и прикладной науки, по многим параметрам не уступающих мировым аналогам.

Изменения в геополитической конфигурации современного мира в последние десятилетия спровоцировали переориентацию российских внешнеэкономических связей на индустриально развитые страны, прежде всего европейские. Это привело к усилению сырьевой направленности российского экспорта и потере традиционных рынков сбыта промышленной продукции.

Жесткий протекционизм некоторых зарубежных стран, поддерживающих монополию транснациональных корпораций, препятствует выходу на многие рынки, где Россия могла бы использовать конкурентные преимущества. Наиболее яркий пример — рынок космических и информационных технологий и услуг.

Варианты пока еще есть

Вместе с тем в рамках существующих ограничений возможны различные варианты вхождения России в мирохозяйственные связи.

Вариант первый — расширение экспорта машинотехнической продукции и продукции глубокой переработки с закреплением позиций в уже освоенных рыночных нишах и с принятием мер, противодействующих вытеснению российских товаров с традиционных рынков сбыта. Последнее обстоятельство

исключительно важно с точки зрения как поддержания внутреннего производства и занятости, так и диверсификации структуры экспорта и экономии невозобновляемых сырьевых ресурсов, обеспечивающих основную массу валютных доходов от внешней торговли.

К традиционным товарам российского машинотехнического экспорта относятся легковые и грузовые автомобили, энергетическое и дорожно-строительное, геологоразведочное оборудование, механические станки, кузнечно-прессовое оборудование и т. д. За редким исключением экспорт этих товаров привязан к ограниченному числу страновых рынков (главным образом стран третьего мира), возможности расширения его географии весьма незначительны.

Развитие приоритетных направлений инвестиционного сотрудничества с зарубежными странами (энергетика, в том числе атомная, а также металлургия, нефтедобыча, объекты транспортировки нефти и газа, горнодобывающая промышленность, реконструкция, расширение и модернизация построенных за рубежом предприятий и т. д.) представляет собой по сути инвестиции в экспортный потенциал, обеспечивающий рыночные ниши для российских технологий и машин, по меньшей мере на срок жизни того или иного объекта.

Огромное значение имеет конверсия построенных в развивающихся странах при участии России предприятий, и прежде всего тех, которые обладают значительным экспортным потенциалом. Эта возможность может стать важным капиталом России при реализации совместных проектов.

Вариант второй — реализация конкурентных преимуществ, связанных с формированием новой структуры экспорта.

Стратегическая цель этого варианта — превращение преимущественно сырьевого экспорта в индустриальный, что соответствует современным тенденциям развития мировой торговли. Основой его реализации могут стать преимущества, воплощенные в уникальных высоких технологиях.

В структуре промышленности и сферы услуг России имеется ряд отраслей с уникальными высокими технологиями, ко-

торые способны выполнить роль экспортного “тарана”. К ним относятся: авиакосмическая, лазерная и атомная промышленность, судостроение (развитие коммерческого флота на основе достижений военного кораблестроения), космические услуги (в том числе вывод объектов на околоземную орбиту, информационное обслуживание, географическая и геодезическая съемка, проведение исследований в космосе), услуги по разработке программного обеспечения, проведению геологических изысканий.

Необходимо непрерывное наращивание усилий по конверсии оборонных предприятий и их выходу на мировой рынок с наукоемкой гражданской продукцией и продукцией двойного применения.

Реальные и потенциальные российские конкурентные преимущества сосредоточены, как правило, в тех секторах и на тех рынках (вооружение, энергоносители, космическая и авиационная техника, космические услуги и т. д.), которые непосредственно входят в сферу геополитических интересов ведущих западных стран. Поэтому выход на эти рынки вызывает особенно сильное противодействие западных конкурентов, опирающихся на всю мощь своей государственной поддержки.

Перечисленные выше варианты интеграции России в мирохозяйственные связи не должны рассматриваться изолированно друг от друга: эффективное включение в мировое разделение труда предполагает одновременный прорыв на этих двух направлениях. Нельзя не учитывать и то, что эволюция мирохозяйственных связей может в перспективе внести определенные коррективы в содержание этих процессов и могут появиться какие-то новые условия. И все же стратегически приоритетным для страны является использование конкурентных преимуществ высшего порядка, воплощенных в уникальных российских технологиях и научных разработках.

Пока результаты все же не радуют

Из данных отчета о глобальной конкурентоспособности за 2005–2006 гг., опубликованного Всемирным экономическим фо-

румом, видно, что Россия откатилась на 75-е место по индексу роста конкурентоспособности, в то время как бывшая окраина Российской империи, которую называли чухонской землей, — Финляндия — занимает в этом рейтинге одно из первых мест.

И это, в сущности, закономерно, если вспомнить, что глубокий кризис 1990-х гг. привел к падению конкурентоспособности отечественной продукции на внешнем и внутреннем рынках. Произошло масштабное сокращение отраслей, работающих в сфере технического прогресса. Если в США прирост ВВП на две трети осуществляется за счет научных разработок, то в России две трети прироста ВВП достигаются за счет ТЭК. И пока мало признаков того, что мы что-то делаем, чтобы перейти на прогрессивный путь развития.

Доля современных средств производства в общем объеме выпускаемой продукции сократилась в России в три раза, промышленный потенциал охвачен невиданной в современную эпоху деградацией основных фондов. Физический износ машин и оборудования составил по промышленности — 68%, по сельскому хозяйству — 67, по транспортным средствам — 57%. На таком оборудовании невозможно производить конкурентную продукцию. А после вступления страны в ВТО ситуация еще более обострится, так как даже те секторы, которые сейчас являются вотчиной отечественной промышленности, откроются для зарубежных производителей, которые будут активно вытеснять оттуда российских.

В такой ситуации у России нет иного выхода, кроме как взять на вооружение стратегию инновационного прорыва.

В связи с этим огромное значение приобретает венчурная индустрия. Во всем мире она способствует становлению в основном небольших инновационных предприятий путем прямых вложений в их капитал преимущественно на ранних стадиях развития. Высокий риск проектов компенсируется высокой доходностью.

Общепризнанно, что один из самых успешных венчурных проектов реализован в Израиле. Израильская модель венчурной отрасли начала создаваться с конца 1980-х гг. Этот период

совпал с большим притоком высококвалифицированных кадров из СССР. Они привезли на историческую родину не только свое имущество, но и свои научные разработки и идеи. В законодательство были внесены изменения, способствующие развитию научного творчества. Создан государственный венчурный фонд *Yozma*. Взнос государства составил 100 млн долл., еще 178 млн долл. вложили частные инвесторы. Всего же было создано десять фондов. И сегодня венчурные фонды страны управляют средствами в размере более 8 млрд долл.

Примерно в это же время в Израиле приступили к созданию большого числа бизнес-инкубаторов для последующего прикладного использования фундаментальных научных исследований, значительная часть которых начиналась еще в России.

Результаты этих усилий оказались впечатляющими. Израильская высокотехнологичная индустрия стала мощным генератором новых идей и способом получения больших доходов. Сегодня Израиль занимает первое место в мире по количеству инженеров и ученых на душу населения, он стал второй (после США) на планете кузницей технологических инноваций. В итоге иностранный капитал устремился в эту сферу.

Планы ускоренного научно-технологического прогресса принимаются сегодня во многих странах. Такие планы разработаны, например Японией. В них предусмотрены три приоритета: производство робототехники, создание “умной” бытовой техники, организация производства экологически чистого водородного топлива. Кстати, последняя технология активно разрабатывается в мире.

Своим путем пошла Австралия. Правительством создан 100-миллионный венчурный фонд, 76% уставного капитала внесло государство. И при этом оно заявило, что не претендует ни на какую отдачу от этих денег, весь полученный доход будет распределяться между частными партнерами. Государство рассчитывает не на дивиденды, а на развитие высокотехнологичных производств.

В принципе, Россия — не новичок в венчурном деле, но нужны соответствующие действия.

Венчурные перспективы России

Российский венчурный рынок — пока один из самых слабо развитых сегментов отечественного инвестирования. Согласно информации Российской ассоциации венчурного инвестирования (РАВИ), в 2006 г. общий объем действующих в стране фондов прямого и венчурного инвестирования достиг всего 5 млрд долл. Однако на действительно венчурные проекты приходится лишь малая часть этих денег.

Проблемы, мешающие развитию венчурного и инновационного рынка, остаются все теми же. Это отсутствие четкой государственной стратегии, законодательной базы трансфера технологий из науки в промышленность, высокие риски, ориентация российских предпринимателей на краткосрочные вложения и, конечно, коррупция.

И это при том, что в России есть неплохие предпосылки для развития данных направлений. Существуют хорошая научно-техническая база, большое число инновационных проектов, благоприятная макроэкономическая ситуация.

Тем не менее такая модель в нынешних условиях слабо реализуется. Согласно расчетам Института экономики, если страна будет переходить на инновационные рельсы, то в течение ближайших десяти лет это потребует инвестиций в размере 1,5–2 трлн долл., т. е. 150 млрд долл. в год. И эти немалые деньги нужно не только найти, но и удачно аккумулировать.

Государство еще слабо поддерживает решение задач инновационного развития. Хотя наблюдается пусть еще малый, но все-таки рост интереса властных структур к созданию национальной инновационной системы.

Здесь уместно вспомнить одну забавную, но реальную историю, относящуюся еще к советским временам. Один далеко не бедный японец неожиданно решил сделать советскому правительству щедрый подарок. Когда его спросили, что побудило его на такой поступок, он объяснил. Советский журнал “Наука и жизнь” на протяжении многих лет вел рубрику “Маленькие хитрости”, в которой давались советы, как решать те или иные

бытовые вопросы. Отец этого японца был внимательным читателем этой рубрики. И не просто читателем, многие рекомендации он использовал в своем бизнесе и заработал на этом большое состояние. И перед смертью попросил сына отблагодарить страну, с помощью которой разбогател. И далее японец развил свою мысль, сказав, что Россия — колоссально богатая страна, там есть множество изобретений, которые не используются. И Япония согласна купить те патенты или идеи, которые были в СССР отклонены. Но советские власти не приняли этого предложения.

Эта история имеет свою мораль. И не только то, что мы такие гордые и не желаем никаких подачек. Важно сделать из нее совсем другой вывод, чтобы в дальнейшем бесценные российские идеи использовались на благо своей страны, а не других государств. А для этого нам действительно нужна современная венчурная индустрия.

На нынешней фазе рыночного развития в России нельзя отказываться от главенствующей роли государства в создании инновационной экономики. Расходы на исследования и разработки, относящиеся к предприятиям частного сектора, крайне малы и растут медленно. Между тем в большинстве развитых стран они составляют 65% НИОКР, а в Евросоюзе приближаются к 75%. Значит, без государства движения не будет.

Нельзя не учитывать, что военно-промышленный комплекс играет колоссальную роль в этом процессе.

Инновационный потенциал ВПК дает реальную возможность его использования в гражданских секторах экономики. Так, военно-техническая политика в США является частью всей экономической стратегии американцев.

Основой технологической стратегии России должно также стать производство нынешним поколением наукоемких потребительских товаров. Сегодня эта ниша надежно закрыта, в том числе и Китаем. Нужно сосредоточиться на направлениях, которые характеризуются высокотехнологичными инвестиционными возможностями. А для этого нужна активная, передовая промышленная и научная политика.

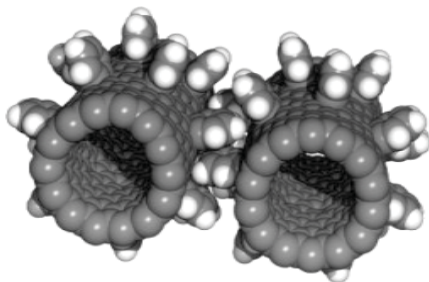
Проводник в будущее

Примерно 50 лет назад нобелевский лауреат Ричард Фейнман заявил, что человек сможет конструировать материальный мир, манипулируя атомами и молекулами, как болтами и гайками. Это казалось невероятным. А сегодня мудреное слово “нанотехнологии” звучит повсюду.



Размер атома — одна миллиардная часть метра (10^{-9} м), от этой девятки (по-гречески “нано”) и появилось название — нанотехнологии. Объясняя суть нанотехнологий, один из идеологов и пропагандистов направления — американский ученый Эрик Дрекслер приводит простейший пример. Он пишет: “Разве не удивительно, что мы бросаем в землю удобрения, а получаем сладкую клубнику? — Это делает природа с помощью длинных химических реакций”. Нанотехнологии позволят “вырастить” ягоду куда проще — меняя порядок атомов.

Из многих направлений “нано” сегодня, пожалуй, одно из самых продвинутых — это создание принципиально новых материалов. Например, из атомов углерода можно сконструировать и металл, и полупроводник, и диэлектрик. Ученые предсказывают, что новые материалы резко повысят КПД всевозможных преобразователей энергии, позволят сделать выгодной солнечную и водородную энергетику.



На снимке: наностерни из одной молекулы — можно только догадываться о размерах объекта

Еще более важно, что на этой основе возможно появление принципиально новой экономики, что позволит “перескочить” в новую цивилизацию. Некоторые ученые считают, что внедрение достижений нанотехнологии в повседневную жизнь может изменить мир не менее, чем использование электроэнергии. Вещества, полученные с помощью нанотехнологических манипуляций, могут обладать новыми неординарными свойствами и дают ученым возможность создания принципиально новых материалов.

Во всяком сверхновом деле всегда есть скептики и критики. Некоторые специалисты уверяют, что не все чисто и полезно в нанотехнологиях, что вообще этим пока рано заниматься: есть дела важнее.

Тем не менее дело уже пошло, есть серьезная поддержка руководства России, ученых, экономистов, бизнесменов (хотя от них ждут большего вклада). Заработала Федеральная целевая программа “Развитие инфраструктуры наноиндустрии комплекса Российской Федерации на 2008–2010 годы”.

В эту фантастическую сферу начали поступать огромные суммы. В нашей стране объемы финансирования нового направления сравнимы с затратами на создание атомной и космической отраслей. Как сообщила в начале 2008 г. пресс-служба Российской академии наук, объем финансирования проектов в сфере нанотехнологий со стороны государства в России соответствует объемам, выделяемым в странах-лидерах — Китае и США.

Кстати, и с тем, и с другим лидером Россия уже сотрудничает. Так, в октябре 2008 г. Госкорпорация “Российская корпорация нанотехнологий” подписала с Министерством науки и техники Китая соглашение о стратегическом сотрудничестве по нанотехнологиям. В том же месяце МГУ и IBM подписали соглашение о проведении совместных исследований в области нанотехнологий с применением суперкомпьютера “IBM Blue Gene / P”. Исследования будут включать изучение новых методов построения электронных схем наномасштаба на базе суперкомпьютера.

Конкретные нанодостижения

Еще примеры новых удивительных достижений в наносфере.

Российское НПП “Квант” разработало уникальную нанотехнологию производства трехкаскадного аморфного кремния, применяемого в безотказных солнечных батареях для космоса и военных целей. Системы с использованием аморфного кремния способны обеспечить на неосвоенных территориях электроэнергией военных, МЧС России, спецслужбы и другие структуры.

Сибирские ученые провели глубокие исследования частиц наноалмаза (НА), получаемых при детонации сильных взрывчатых веществ. Неоспоримый приоритет в разработке метода детонационного синтеза НА принадлежит России. Выяснилось, что физико-химические свойства НА позволяют прогнозировать перспективность использования данного наноматериала в биологии и медицине.

Нанотехнологии обещают медикам чудо-роботы, которые смогут проникать в кровеносные сосуды человека и очищать организм от микробов и раковых клеток, а сами сосуды — от холестерина. Более того, нанохирурги доберутся до больных участков тела и проведут любые операции.

Словом, у человека есть все шансы существенно продлить свою жизнь. К его услугам будут и принципиально новые лекарства. Они не станут “бить” по всему организму, а будут доставляться точно к месту, пораженному болезнью.

Применение нанотехнологий в создании солнечных батарей, улучшенных материалов, в сохранении энергии и т. п. принесет значительные экономические и общественные выгоды.

Естественно, прорыв ожидает электронику. Уже сегодня на микрочипе удастся разместить 100 млн транзисторов, а к 2010 г. с помощью нанотехнологий их число возрастет до миллиарда. Это открывает фантастические возможности для создания суперкомпьютеров, о которых пока можно только мечтать.

Нетрудно понять, что за всем этим стоят немалые прибыли. Многие инвесторы почуяли вкус больших денег и активно

вкладывают финансы во все, что имеет хоть какое-то право на приставку “нано-”. Некоторые западные аналитики полагают, что к 2014 г. нанотехнологии будут задействованы при создании различной продукции на сумму около 3 трлн долл.

Следовательно, нанопродукты будут иметь все большее значение на международных рынках, в торгово-экономических отношениях государств.

И, естественно, они будут повышать конкурентоспособность фирм и государств.

Государственная поддержка конкурентоспособности внешнеэкономической деятельности

Что в этом плане показывает зарубежная практика? Большинство промышленно развитых и развивающихся стран стремятся к расширению внешнеэкономической деятельности. В этих условиях, как уже отмечалось, решающее значение имеют государственные меры, направленные на повышение конкурентоспособности отечественных производителей: соответствующая экспортная, промышленная и научно-техническая политика.

В настоящее время в связи с обострением международной конкуренции механизм государственного содействия развитию внешней торговли претерпевает глубокие изменения: он становится комплексным (распространяется не только на реализацию товаров, но и на их производство и послепродажную эксплуатацию), усиливаются его избирательность и целенаправленность, значительно расширяется арсенал средств государственного вмешательства. Например, в области торговли изделиями машиностроения одним из важнейших факторов конкурентоспособности, кроме технико-экономических характеристик изделий, является система технического обслуживания в течение всего периода их эксплуатации.

Хотя в последние годы в большинстве промышленно развитых стран основным лозунгом государственного регулирова-

ния стало уменьшение прямого вмешательства государства в дела промышленности, это плохо соблюдается, особенно когда дело касается передовых отраслей, научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и инноваций.

Государство в таких случаях, как правило, увеличивает прямое финансирование промышленных НИОКР из государственного бюджета (в том числе в рамках специальных кратко- и среднесрочных программ научных исследований), расширяет диапазон косвенных методов воздействия, в частности, через налоговую, тарифную и кредитную системы, поддерживает инициативы по созданию новых институциональных структур на основе сотрудничества государственных ведомств, бизнеса и учебных центров.

Кроме того, в последние годы в промышленно развитых и новых индустриальных странах создаются наиболее благоприятные условия для развития передовых отраслей и выполнения НИОКР. Здесь можно выделить государственные заказы, льготное налогообложение, регулирование ценообразования, ограничение антимонопольного законодательства.

Наиболее распространенная форма участия государства в проведении НИОКР — система контрактов, заключаемых частными фирмами и организациями с правительством. Их исполнение, а также выполнение НИОКР в государственных организациях позволяет накапливать огромный массив научно-технической информации и технологий, доступный широкому кругу частных фирм. В США, например, результаты всех НИОКР, выполненных за государственный счет, должны предоставляться всем заинтересованным национальным фирмам.

Важным направлением научно-технической политики промышленно развитых стран стало поощрение передачи технологий из государственных и университетских лабораторий в промышленность, а также создание институциональных структур, обеспечивающих кооперацию в области НИОКР между научно-исследовательскими центрами и промышленными компаниями, с одной стороны, и между отдельными компаниями, с другой. Например, в США одной из перспективных форм госу-

дарственного содействия передачи технологий в промышленность являются кооперативные исследовательские центры, а наиболее значительной как по числу участников и размерам финансирования, так и по масштабам исследований, — научные парки. Это научно-производственные комплексы, сформированные на базе долгосрочной целевой кооперации частных и государственных исследовательских учреждений и промышленных компаний.

Отдельный пример Японии

Министерство внешней торговли и промышленности Японии фактически является главным организатором и координатором крупнейших мероприятий, направленных на развитие экспортного потенциала страны и отдельных отраслей экономики. Данное министерство не только определяет стратегию общего и отраслевого развития промышленности и внешней торговли, но и осуществляет ее, имея в своем распоряжении достаточно большой арсенал средств и методов. Помимо таких традиционных экономических и административных способов воздействия на развитие производства и экспорта, как льготное кредитование и страхование экспорта, частичное освобождение экспортеров от уплаты налогов, прямое субсидирование, государственная комплексная помощь экспортерам, содействие их сбытовой деятельности и т. п., японские государственные органы широко используют и косвенные методы. К их числу следует отнести:

- целевое распределение финансовых ресурсов, предоставляемых частными банками, и сосредоточение их в приоритетных отраслях;
- содействие предприятиям в приобретении передовой иностранной технологии;
- контроль за научно-техническим обменом с зарубежными странами.

Таким образом, государство в лице названного министерства фактически разрабатывает и контролирует программы развития приоритетных экспортных отраслей. Более того, оно

активно участвует в определении перспективных направлений экспорта, особенно в области машиностроения. И в том, что Япония стала лидером во многих наукоемких областях мирового машиностроения, огромная заслуга принадлежит государству, которое еще на рубеже 1970-х гг. оказывало максимальное содействие развитию таких прогрессивных и перспективных производств, как электроника, электротехника, полупроводниковая техника и ЭВМ.

Подобные государственные программы разработаны и приняты на государственном уровне и в других ведущих промышленно развитых странах — США, Германии, Франции, Великобритании. Несмотря на некоторые отличия в механизмах их осуществления, они сходны в главном: их цель — обеспечение первенства в наукоемких отраслях, позволяющего доминировать на внешних рынках. Все эти программы комплексные, в них обозначены приоритетные направления развития и усиления торгового протекционизма в наиболее важных отраслях. Предусмотрены целевое выделение инвестиционных средств, предоставление налоговых и иных льгот инвесторам, меры по контролю и координации работ по программам.

Как стимулировать экспорт

Главная задача государства в формировании целостной системы мер стимулирования экспорта — создать благоприятные экономические, правовые и иные условия, а также надежные механизмы предоставления государственной финансовой, налоговой, информационно-консультационной, маркетинговой, дипломатической и других видов помощи отечественным экспортерам.

В принятых в последнее время в России нормативных актах предусмотрены некоторые меры государственной поддержки российского экспорта. В частности, поддержку ориентированных на экспорт отраслей предполагается осуществлять в значительной мере за счет кредитования оборотных средств таких отраслей.

Кроме того, планируется более широкое использование мер налогового регулирования. В этой области могут быть предприняты дополнительные шаги по возмещению налога на добавленную стоимость, начислению налога на прибыль для предприятий — экспортеров готовой продукции, снижению косвенного налогообложения экспорта услуг и т. д.

В дальнейшем, по мере улучшения экономического положения в стране, появится возможность принять соответствующие решения, направленные на укрепление зарубежной инфраструктуры по сбыту и обслуживанию поставляемого на экспорт оборудования.

Информация на службе экспорта

Важным направлением развития российского экспорта является улучшение информационного обеспечения внешнеторговой деятельности. Первоочередная задача в этой области — создание системы внешнеторговой информации, финансируемой за счет средств федерального бюджета.

Особый интерес для российских производителей и экспортеров представляют сведения о современных достижениях отечественной и зарубежной науки и техники, передовом предпринимательском и производственном опыте, конъюнктуре мировых рынков и перспективах ее развития, формах и методах конкурентной борьбы, практике работы на внешних рынках основных фирм-экспортеров, а также о решениях, принимаемых международными экономическими организациями, которые касаются России.

Требуется создание государственного регистра, в котором были бы собраны все решения международных экономических организаций. Отсутствие такого регистра затрудняет работу внешнеторговых организаций. Кроме того, необходимо организовать более широкую и эффективную систему сертификации экспортируемых товаров (по типу ранее существовавшей государственной инспекции экспортных товаров). Она послужит

важным средством преодоления технических барьеров в международной торговле и в значительной мере облегчит доступ российских товаров на внешние рынки. В отличие от существовавшей ранее инспекции новая система должна не только препятствовать проникновению некачественной продукции на рынок, но и способствовать выпуску конкурентоспособной продукции с учетом требований иностранных покупателей к ее качеству.

Важным аспектом этой деятельности является участие России в работе международных и региональных организаций по сертификации.

Современные российские системы стандартизации и сертификации в целом приведены в соответствие с требованиями ВТО, ООН, ISO, регламентирующих эту деятельность. В России уже имеется техническая база для качественной сертификации многих видов продукции. Ряд отечественных испытательных лабораторий подтвердил свою высокую квалификацию в процессе делового сотрудничества с зарубежными организациями.

Российская реклама требует совершенствования

Известно, что в практике иностранных фирм по продвижению национальных товаров и услуг на внешние рынки исключительно большое внимание уделяется средствам рекламы. Совершенствование рекламы российских экспортных товаров должно стать органической частью политики стимулирования экспорта, причем активная роль в этом должна принадлежать опять же государству.

Одна из форм рекламы — международные торговые выставки и ярмарки. В последние годы государственная поддержка выставочно-ярмарочной деятельности была минимизирована, что привело к значительному обеднению российских экспозиций на традиционных международных выставках. Естественно, что эта поддержка должна быть восстановлена, расширена и улучшена с учетом современных требований.

Без договорно-правовой базы нет развития экспорта

Государственное содействие экспорту непременно должно включать формирование и развитие соответствующей договорно-правовой базы России.

Прежде всего это относится к заключению межгосударственных договоров и соглашений, обеспечивающих России и субъектам Федерации равноправие во внешнеэкономической деятельности и предоставление ей режима наибольшего благоприятствования.



Глава 8

Маркетинг — основа управления внешнеэкономической деятельностью

Основные цели и виды маркетинга в международной деятельности

Маркетинг — процесс планирования и разработки концепции, ценовой политики, рекламных и стимулирующих сбыт товаров, услуг и идей мероприятий для осуществления взаимобмена, направленного на удовлетворение запросов общества и отдельных его членов.

Цели маркетинговой деятельности могут быть стратегическими и тактическими. Они должны быть четко сформулированными, конкретными во времени и пространстве, не противоречить друг другу и быть реально достижимыми.

К стратегическим целям относятся: максимизация прибыли, удовлетворение запросов потребителей, завоевание и расширение доли рынка, достижение превосходства над конкурентами, увеличение продаж.

К тактическим целям относятся: обеспечение качества товаров, повышение их конкурентоспособности, продление жизненного цикла товаров, разработка новых видов товаров, орга-

низация эффективного сбыта, сервисного обслуживания товаров, экономическое стимулирование сбыта товаров, создание благоприятного общественного мнения о товаре и фирме-производителе.

В зависимости от сферы применения маркетинговых исследований различают следующие виды маркетинга:

- *внутренний маркетинг*, который применяется при реализации товаров и услуг в рамках одной страны. Исторически этот вид маркетинга был первым;

- *экспортный маркетинг*, задача которого состоит в изучении зарубежных рынков сбыта с целью реализации на них своих товаров;

- *импортный маркетинг*, направленный на исследование внутреннего рынка для обеспечения высокоэффективного закуп товаров на внешних рынках и реализации их на внутреннем рынке;

- *научно-технический маркетинг*, основанный на закупках патентов, лицензий, что требует изучения направлений развития научно-технического прогресса, патентного права и т. д.;

- *товарный маркетинг*, построенный на исследовании мельчайших деталей и особенностей организации эффективных продаж в зависимости от вида выпускаемой продукции, осуществляемых работ или предоставляемых услуг.

Функции маркетинга

Маркетинг осуществляет ряд общих функций: выбор цели, организацию, планирование, программирование, прогнозирование, учет, контроль, анализ, нормирование, координацию, регулирование. Однако есть определенные, присущие только маркетингу функции.

Исследование рынка (marketing research) предполагает анализ емкости рынка, уровня цен и ценовой динамики, потребительских свойств товаров, организации сбыта товаров, способов стимулирования продаж, способов и средств рекламы, уровня конкуренции.

Анализ производственно-сбытовых возможностей фирмы позволяет определить стратегию и тактику производственной и сбытовой деятельности фирмы. Анализу подвергаются товарный ассортимент, производственные мощности, система материально-технического снабжения и сбыта, научно-технический потенциал, структура и кадровый состав, финансовые возможности фирмы.

В результате исследований рынка и возможностей фирмы вырабатывается определенная товарная, ценовая, сбытовая и коммуникационная политика фирмы на рынках и составляется программа маркетинговой деятельности, которая отражается в соответствующем разделе бизнес-плана.

Товарная политика (product policy) преследует цель довести качественные характеристики производимого товара до уровня запросов потребителей конкретного сегмента рынка и обеспечить эффективный сбыт товаров.

Ценовая политика (price policy) подразумевает выбор ценовой стратегии поведения фирмы на рынке сбыта в расчете на длительную перспективу, а также выбор ценовой тактики относительно каждой группы и вида товара в конкретных сегментах рынка.

Сбытовая политика (distribution channel policy) заключается в формировании каналов сбыта товаров напрямую или через посредников.

Продвижение товара, коммуникационная политика (promotion, communication policy), или ФОССТИС (формирование спроса и стимулирование сбыта), заключаются в продвижении товара на рынок за счет рекламы, стимулирования покупателей и сферы торговли.

Международный маркетинг отличается глобальностью производственно-сбытовых задач и проводится транснациональными компаниями, охватывая рыночные территории многих стран.

В зависимости от вида товаров выделяют три модели маркетинга как стратегического управления: маркетинг потребительских товаров, средств производства и услуг.

Первоначально возник *маркетинг потребительских товаров*. Основная его особенность — ориентация всей производственно-сбытовой системы предприятия на использование последних технологических достижений для создания новых моделей продукции, удовлетворяющих новые виды потребностей.

Маркетинг средств производства стал развиваться позже, так как изменения потребностей заказчика происходили более медленными темпами, чем на рынке потребительских товаров. Маркетинг средств производства направлен на поиск новых технологических решений в производстве и разработку новых видов средств производства, в том числе и для агропромышленного комплекса.

Маркетинг услуг не образует единой модели, он подразделяется на маркетинг потребительских и производственных услуг, причем первый вид смыкается с маркетингом потребительских товаров, а второй — с маркетингом средств производства.

Хотя модели международного и внутреннего маркетинга в основных своих чертах и совпадают, при проведении маркетинга на мировом рынке требуется учитывать гораздо большее число факторов производственно-технического и коммерческого характера, а также политических и юридических особенностей различных стран и регионов.

Структуры управления маркетингом

Для маркетинга характерен системный подход, при котором внешняя и внутренняя среда рассматриваются в совокупности и во всей полноте.

Внешнюю среду составляют покупатели, конкуренты, посредники, банки, страховые компании, рекламные агентства, таможенные органы, политический климат, экономическая ситуация, культурные и иные традиции.

К *внутренней среде* относят функциональные структуры фирмы, обеспечивающие управление, разработку и тестирование новых товаров, серийное производство, сбыт, обслужива-

ние и обеспечение запасными частями, взаимоотношения с другими фирмами.

Структура управления маркетингом должна быть гибкой по отношению к изменениям рыночной ситуации и внешней среды, обеспечивая максимум прибыльности при минимуме расходов на маркетинг. Выбор структуры управления маркетингом определяется спецификой производства и особенностями рыночной ситуации. Различают функциональную, товарную, региональную и сегментную структуры управления.

Функциональная структура управления маркетингом применяется, когда число продаваемых фирмой товаров невелико, а количество рынков ограничено.

С расширением номенклатуры товара и увеличением количества рынков сбыта решение таких вопросов, как определение времени выхода на рынок с каждым конкретным товаром, оценка эффективности рекламы по каждому товару, становится затруднительным. При такой структуре президент фирмы, ответственный за маркетинг, координирует и контролирует деятельность подразделений, осуществляющих изучение рынка, планирование производства, сбыт, рекламу.

При данной структуре управления у начальников отделов разделены функции и ответственность. Информационные потоки четко определены, взаимоотношения ясны и не дают повода для конкуренции между начальниками отделов (управляющими). Когда количество товаров и рынков становится чрезмерным (более 7–9 на одного человека), функциональная структура преобразуется в товарную.

Товарная структура управления маркетингом обеспечивает управление маркетинговыми операциями не по всей номенклатуре товаров, выпускаемых фирмой, а по какому-либо одному товару или группе товаров. По каждой группе товаров назначается директор по маркетингу, которому подчиняются управляющие по рекламе и сбыту, по товаропродвижению и продажам, по сервисному обеспечению.

При такой организации маркетинга работники специализируются на определенных товарах и имеют возможность ко-

ординировать свои усилия. Эта структура управления маркетингом особенно эффективна, когда требования к рекламе, организации сбыта и обслуживания, упаковке существенно различны для каждого товара. Крупные ТНК организованы именно по товарному принципу.

Региональная (рыночная) структура управления маркетингом аналогична товарной, но за основу берется разделение по рынкам. Этому способствует большое количество рынков, на которых выступает фирма, при небольшой номенклатуре выпускаемых товаров.

Такое управление маркетингом позволяет более углубленно изучать потребности покупателей, национальные, политические, экономические и иные региональные особенности при разработке внешнего вида и упаковки товаров.

Многие крупные компании с большой номенклатурой изделий организуют маркетинг на основе рыночной структуры, а на каждом рынке используют товарную или сегментную структуру управления.

Сегментная структура управления маркетингом способствует тому, что каждый директор по маркетингу отвечает за работу с определенным сегментом потенциальных покупателей, независимо от того, на каком географическом рынке этот сегмент находится.

На практике компании редко используют какую-либо одну из перечисленных структур управления — как правило, наибольшего эффекта удается достичь при их комбинации.

Международный маркетинг

Термин “международный маркетинг” относится к деятельности международных фирм, сфера производственной и коммерческой деятельности которых распространяется на зарубежные страны.

Маркетинг международной фирмы направлен на удовлетворение потребностей конкретных национальных рынков. Речь идет о производстве, сосредоточенном на предприятиях, рас-

положенных в разных странах, но объединенных единой материнской компанией, выступающей как организационно-экономический центр управления. Материнская компания определяет виды и объемы продукции, выпускаемой заграничными производственными филиалами и дочерними компаниями, а также закрепляет за ними рынки сбыта.

Международный маркетинг характеризуется определенным подходом к принятию производственных решений с позиции наиболее полного удовлетворения требований как местных, так и иностранных потребителей. Материнская компания ставит задачи своим производственным подразделениям — местным и заграничным — в отношении научно-технических разработок и выпускаемой продукции, определяет наиболее эффективную технологию производства, включая межфирменное и внутрифирменное кооперирование.

Здесь важную роль играют маркетинговые программы, разрабатываемые в структурных подразделениях материнской компании — производственных отделениях, выступающих в качестве основных производственно-хозяйственных звеньев, отвечающих за конечный результат деятельности, — получение прибыли. Маркетинговые программы служат предпосылкой планирования производства фирмы в целом, поскольку дают возможность установить оптимальную структуру (номенклатуру, ассортимент продукции) производства.

По результатам маркетинговой деятельности и на ее основе заключаются коммерческие сделки.

Сегодня возрастающее значение приобретает совершенствование экономических методов управления, основанных на применении международного маркетинга. В связи с этим повышается роль глобальной стратегии фирмы, основанной на долгосрочной и стабильной ориентации производства конкретных видов продукции на определенные рынки во многих странах.

Международный маркетинг рассматривается как специфическая функция управления, присущая в основном крупным международным фирмам, использующим любые средства, чтобы обеспечить свои интересы на рынках.

В современных условиях, когда мировые рынки отдельных товаров контролируются всего несколькими гигантскими компаниями, появляется возможность подсчитать емкость, объемы производства конкурентов, выявить направления научно-технического прогресса, определить требования рынка по конкретному продукту, разработать прогнозы развития рыночной конъюнктуры и в соответствии с этим ориентировать производство на выпуск конкретных товаров в заранее установленных объемах в намеченные сроки.

Цель международной маркетинговой деятельности — ориентация производства на выпуск конкретных товаров для всех, многих или некоторых рынков. Программа маркетинга служит основой планирования производства по каждому продукту в каждом производственном отделении материнской компании.



Глава 9

Организационные структуры международных фирм и управление ими

Макропирамидальная модель организационной структуры

Выбранная фирмой сознательно или случайно, та или иная организационная структура управления должна отвечать краткосрочным и долгосрочным целям развития ее деятельности на международном рынке. Поэтому выбор — дело чрезвычайно ответственное и непростое. Ведь может оказаться так, что та или иная организационная структура будет эффективной с точки зрения использования трудовых и материальных ресурсов и в то же время иметь слабые стороны с точки зрения реакции на изменения, например, рыночной ситуации.

Исследования показывают, что для компаний, действующих на мировых рынках, характерно структурное построение в основном трех видов: макропирамидальное, “зонтичное” и интергломерат (международный конгломерат).

Макропирамидальная структура фирмы отличается высокой степенью централизации. Она представляет собой систему управления, в которой стратегические решения принимаются

только в центре, а оперативная деятельность осуществляется на местах. Такое построение влечет за собой централизованное планирование и контроль, что в свою очередь ведет к унификации подхода при решении задач маркетинга.

Макропирамидальная система управления довольно эффективна при осуществлении международных операций. Однако, к сожалению, зачастую такая структура не учитывает национальные интересы страны пребывания самой фирмы или ее филиалов. А между тем этот быстроменяющийся сегодня фактор весьма важен для успеха в бизнесе.

“Зонтичная” организационная структура

Данная организационная структура основана на признании того, что рынки и страны отличаются друг от друга, а потому работа в каждой стране проводится с учетом местных условий и с известной степенью независимости.

Данная структура отличается от предыдущей большей степенью свободы в принятии стратегических решений в отношении зарубежной деятельности. Хотя управленческий центр фирмы зачастую сохраняется, как правило, там, где находится ее основное подразделение или где ее операции получили особенно быстрое развитие, он смело передоверяет принятие ряда стратегических решений иностранным филиалам.

Сам же центр занимается двумя главными проблемами: формулированием глобальных целей и обеспечением консультаций и поддержки различных подразделений фирмы, для чего выделяются необходимые финансы и осуществляется высокопрофессиональная экспертиза. Центр создает нужные функциональные службы высокой квалификации (отделы по вопросам совершенствования управления, юридический, патентный, производственный, исследований и разработок, транспорта, распределения, маркетинга и т. д.), которые доступны всем заграничным филиалам, хотя они могут быть расположены в различных странах.

Необходимо отметить, что, в отличие от фирм с макропирамидальной структурой, при введении руководителя филиа-

ла в совет директоров центрального органа организационных и административных конфликтов не возникает, поскольку такое введение означает высокое признание успехов управляющего и возглавляемого им филиала.

Многие международные фирмы организованы как “зонтичные” структуры, поскольку они более гибкие, предполагают большую степень автономии и, следовательно, помогают развитию инициативы управляющих. Кроме того, сама структура способствует быстрому росту оборота и расширению корпорации.

В то же время такая дробная структура не всегда эффективна с точки зрения затрат. Отдельные филиалы обычно имеют узкое поле деятельности в пределах региональных рынков, и их мышление формируется под влиянием местных условий. Это в свою очередь создает трудности в поддержании эффективной связи между отдельными филиалами, а также между отдельными филиалами и центром.

Есть одна область “зонтичной” структуры, в которой допустимо сильное дробление (гиперфрагментация) деятельности, — это служба маркетинга. Такое положение вполне естественно для организации, ориентирующейся на существующую структуру рынка, когда каждый филиал должен удовлетворять нужды специфического рынка либо группы аналогичных рынков. Но с точки зрения прибыльности и скорости оборота капитала макропирамидальная фирма все-таки более эффективна.

Фрагментация маркетинговой деятельности “зонтичной” фирмы зачастую усложняет проблемы сбыта. Известны случаи, когда один из филиалов проводил политику демпинга на рынке, где сбывалась аналогичная продукция другого филиала, входящего в единую структуру.

Слабой стороной фирмы типа “зонтик” является и то, что заграничные филиалы часто не уверены, что функциональные службы центра всегда вовремя смогут прийти к ним на помощь, быстро решить возникшие проблемы.

В конечном итоге “зонтичная” структура предусматривает децентрализацию оперативных отделений с учетом многонационального, многорыночного или многоотраслевого характера их

деятельности. Каждое отделение обладает относительной свободой в выборе своей стратегии. Основной сдерживающей силой здесь, как правило, является старшее звено, которое контролирует денежные фонды и назначение ключевого персонала.

“Зонтичная” схема не является наиболее эффективной для работы в международном масштабе, однако в условиях, когда растут требования к социальной ответственности деятельности корпорации, она может оказаться самой приемлемой.

Организационная структура “интергломерат”

Интергломерат (международный конгломерат) по своей природе — это некая федерация компаний с единым центром, который в основном заботится о максимальной отдаче всех капиталовложений группы. Одни фирмы группы построены по макропирамидальному принципу, другие — по “зонтичному”. Обе структуры хорошо уживаются в пределах одной международной многоотраслевой корпорации.

Можно назвать следующие характерные признаки интергломерата:

- наличие строгого финансового контроля. Эффективное использование денег является основной заботой организации (а потому неудивительно, что средства перераспределяются в трансконтинентальных масштабах с целью максимального использования курсовой разницы валют);

- немногочисленный центральный орган, состоящий в основном из консультантов и советников;

- постоянная, хорошо налаженная связь между центром и отдельными компаниями и очень слабая связь между самими компаниями;

- центральные функциональные службы создаются довольно редко (за исключением тех случаев, когда это необходимо для эффективного контроля);

- всей организацией руководит небольшая группа людей из центра, расположенного в удобном (с точки зрения налогообложения и из финансовых соображений) месте.

Функции маркетинга в интергломерате отданы под полную ответственность составляющих его компаний. Высший орган почти не интересуется, как организован там маркетинг (как, впрочем, и другие функциональные службы). Критерием хорошей работы компании для централизованного органа являются норма и масса прибыли. Если управляющий фирмы может достигнуть требуемых результатов без организации маркетинга, — тем лучше. Центральный совет директоров не вмешивается в действия совета директоров подчиненной компании.

Другими словами, международная многоотраслевая корпорация позволяет каждой своей компании организовывать маркетинговую деятельность в соответствии с ее потребностями и целями. Если компания достаточно велика, чтобы позволить себе организовать макропирамидальную структуру, она может создать центральную службу маркетинга для планирования, управления и контроля за международными маркетинговыми операциями. Если компания выбрала “зонтичную” структуру, она передаст оперативные функции маркетинга своим отделениям и создаст центральный отдел маркетинга для лучшей координации, решения коммуникационных проблем и консультирования своих отделений.

Прогрессивные формы организационной структуры управления внешнеэкономической деятельностью международных компаний

С расширением зарубежного предпринимательства в организации управления внешнеэкономической деятельностью международных компаний наметилась тенденция к преобразованиям. Например, экспортные отделы компаний с аппаратом управляющих по отдельным странам и регионам преобразуются в единый департамент внешнеэкономических связей. В его функции входит распространение общих принципов предпринимательской деятельности ТНК по всем регионам, где есть ее предприятия. Этот департамент, как правило, занимается со-

гласованием специализации, товарной номенклатуры зарубежных филиалов, масштабов их производства и сбыта продукции по странам и регионам.

Департамент внешнеэкономических связей обычно не контролируется отделами, курирующими национальный рынок. В нем работают эксперты, знающие специфику деятельности предприятий в разных странах. В зависимости от специализации международной компании управление ее зарубежными филиалами строится на разных принципах.

1. Управление организовано по географическим направлениям бизнеса (так называемый страновой подход). Этот принцип используется компаниями с недиверсифицированным ассортиментом товаров и услуг. Такая структура управления позволяет проводить единую техническую политику при производстве ограниченного ассортимента, в частности, пищевых изделий по всему миру с учетом специфики национального спроса в принимающих странах.

2. Управление предприятиями, выпускающими разнородную продукцию в разных странах (товарный подход). Этот принцип характерен для компаний с широко дифференцированным ассортиментом продукции. Такого принципа построения структуры управления зарубежными филиалами придерживается компания “Дженерал электрик” (США), чья рыночная капитализация (стоимость всех акций по последним рыночным котировкам) в конце 1990-х гг. оказалась самой высокой в истории компаний США, превысив 300 млрд долл. Это одна из самых многопрофильных компаний в мире, производящая на разных континентах весьма широкий ассортимент продукции, включающий авиационные двигатели, промышленные пластмассы, осветительные приборы, энергетические установки, медицинскую, железнодорожную и другую технику. Неслучайно поэтому ответственность за предпринимательскую деятельность в зарубежных филиалах несут генеральные управляющие производственного департамента, за каждым из которых закреплена часть ассортимента готовой продукции, выпускаемой предприятиями корпорации в принимающих странах. В под-

чинении генеральных управляющих находятся управляющие зарубежных региональных и страновых производственных филиалов, задача которых — адаптация товарного ассортимента, выпускаемого зарубежными филиалами, к условиям принимающих стран.

3. Управление по принципу объединения двух вышеназванных структур в матричную. При такой организации каждый менеджер зарубежного филиала имеет в головной компании трех руководителей: по линии производства соответствующего вида продукции; по линии управления регионом, в который входит страна расположения предприятия зарубежного филиала ТНК; по линии функционального отдела — финансового, юридического и НИОКР.

Эта форма управления коренным образом отличается от классической, когда менеджер зарубежного филиала ТНК подчиняется одному руководителю в головной компании — управляющему внешнеэкономическим департаментом или управляющему производственным департаментом. Однако, по мнению некоторых руководителей ТНК, существенный недостаток матричной структуры — заметное ослабление влияния головной компании (т. е. принципа централизации).

4. Управление стратегическими бизнес-единицами — группами зарубежных предприятий, специализирующихся на однородной продукции, рынком для которых является весь мир. Этот принцип, так же как и принцип матрицы, свидетельствует о наличии в современном бизнесе тенденции отхода от жесткого централизованного управления головной компании зарубежными филиалами, когда неминуемо сковывается инициатива последних. Примером управления бизнес-единицами может служить система контроля за деятельностью зарубежных предприятий, впервые введенная корпорацией “Вестингауз электрик” (США), которая рассредоточила производство и сбыт своей продукции по 18 бизнес-единицам с объемом товарооборота свыше 4 млрд долл. каждая.

Бизнес-единица несет полную ответственность за свою деятельность. Для координации работы бизнес-единиц по всему

миру корпорацией “Вестингауз электрик” создано управление ресурсами и технологией. Это управление оказывает содействие бизнес-единицам в вопросах юриспруденции, охраны окружающей среды, налогового законодательства, финансирования, информационных систем, транспорта, сбыта продукции, обеспечения сырьем, информации о научно-техническом прогрессе в отрасли, контроля за качеством продукции.

5. Глобальные формы управления, характерные для транснациональных компаний, — промышленных, финансовых и коммерческих гигантов, которые настолько расширили свои деловые связи, что охватили ими практически весь мир. Для международных компаний, использующих такие формы управления, характерны следующие черты:

- 1) их продукция или услуги распространены на всех самых емких рынках мира — в Северной Америке, Европе и Азии;
- 2) при подготовке к выходу на рынок с новой продукцией или услугами они рассчитывают на их потребление во всем мире;
- 3) их организационная структура управления всеми зарубежными предприятиями очень сложна, но чаще всего в ней можно выделить товарный подход.

Глобальные формы управления международными компаниями имеют свои особенности, в частности:

- оперативное руководство зарубежными филиалами головная компания осуществляет с учетом общего видения рынков и конкуренции;
- любой крупномасштабной сделке этих компаний предшествует тщательное изучение позиций соперников на мировых рынках;
- особое предпочтение отдается активному присутствию на рынках высокотехнологичных товаров и услуг;
- головная компания все чаще осуществляет руководство своими зарубежными филиалами с использованием информационных технологий и единого внутрифирменного бухгалтерского учета.

В головных компаниях ТНК с глобальной формой управления отделы департамента внешнеэкономических связей кури-

руют одну компанию или группу близких по техническим характеристикам изделий или услуг, производимых предприятиями ТНК в разных странах мира. Решения по проблемам стратегии компании, выбора продукции, финансирования производства и сбыта, обеспечения сырьем необходимого качества принимаются головной компанией. Зарубежным филиалам предоставляется самостоятельность в выборе средств маркетинга, организации рекламы, видов и качества упаковки.

Сотрудники международных компаний с глобальной формой управления проходят специальное обучение с таким расчетом, чтобы они могли работать на предприятиях в разных странах мира. Руководство этих компаний использует важнейшие средства коммуникаций для управления предприятиями за рубежом и регулярно проводит телеконференции с участием администрации всех родственных фирм.

Дальнейшее развитие структуры управления международными компаниями, очевидно, будет происходить в направлении децентрализации, расширения инициативы зарубежных предприятий, назначения национальных кадров принимающих стран на высшие посты управления ТНК.



Глава 10

Управление зарубежными филиалами международной компании с учетом требований и специфики принимающего государства

Формы и методы преодоления ограничений бизнеса в принимающем государстве

Задача менеджеров зарубежных филиалов международной компании — устранение препятствий в их деятельности со стороны правительства принимающей страны.

Для объективной оценки препятствий в деятельности иностранной компании на территории принимающего государства некоторые фирмы-инвесторы используют специальный расчетный показатель — *коэффициент враждебности* как количественную характеристику враждебности внешней среды по отношению к зарубежной предпринимательской деятельности.

Этот коэффициент может изменяться в интервале от 0 до 1. Значение в районе точки 0 считается зоной минимальной враждебности, т. е. наиболее благоприятной для развития бизнеса в принимающей стране. Напротив, значение вблизи точки 1 является зоной максимальной враждебности, т. е. наименее бла-

гоприятной для такого дела. Коэффициент враждебности — комплексный показатель, учитывающий влияние всех видов препятствий для бизнеса в принимающей стране.

По существу, коэффициент враждебности является функцией соответствующих изменений всех других показателей, характеризующих препятствия для бизнеса в принимающей стране, в частности, торговых барьеров: высоких таможенных пошлин, импортных квот, требований определенного содержания компонентов национального производства в продукции иностранного предприятия, ограничений для иностранных фирм при размещении государственных заказов. Все эти препятствия и проблемы международный менеджер будет стремиться устранить, решить, свести к минимуму.

В соответствии с международной классификацией Организации экономического сотрудничества и развития к товарам высокотехнологичных отраслей, где соотношение затрат на НИОКР и стоимости производства продукции более 4%, относятся фармацевтические товары, электротехническое оборудование, радио, телевизоры, коммуникационные системы, приборы и медицинская аппаратура, продукция авиаракетного комплекса и другие, приравненные к ним.

К товарам нетехнологичного уровня относится продукция отраслей с соотношением расходов на НИОКР и стоимости производства продукции более 1, но менее 4%. Это химикаты, пластмассы, резина, продукция машиностроения и средства транспорта.

К продукции низкотехнологичных отраслей промышленности с соотношением расходов на НИОКР и стоимости продукции производства менее 1% относятся пищевые продукты, табачные изделия, текстильные, швейные, кожевенные товары, лесобумажные изделия, цветные и черные металлы, суда.

Для сокращения налогового бремени в принимающей стране международные компании прибегают к легальным путям реинвестирования прибылей своих зарубежных филиалов в другие страны, зачастую используя при этом торговлю через местные агентские фирмы. В то же время реализация страте-

гии головной компании охватывает не только деятельность ее зарубежного филиала в сфере производства и сбыта, но и получающую в последние годы все большее распространение передачу фирмам принимающей страны технологии, опыта международного менеджмента и многочисленных видов ноу-хау.

Быстрее и с меньшими затратами зарубежные филиалы международных компаний развивают свою деятельность в странах, которые обеспечивают режим наибольшего благоприятствования, когда правительство принимающей страны не предоставляет каких-либо преимуществ инвесторам из других стран.

Учет местной национальной специфики в деятельности международного менеджера

Любой хороший менеджер, в том числе и международный, непременно должен учитывать в своей деятельности особенности людей и ситуаций, с которыми приходится сталкиваться в работе. Речь идет о национальных чертах характера, законах, культуре, психологии, темпераменте и т. п. Все это накладывает отпечаток на понимание и способ решения социально-экономических задач, создание необходимых организационных условий для эффективной работы предприятий международной компании.

Международный менеджер, добиваясь оптимальных условий сделки, должен учитывать следующее:

- 1) моральное преимущество во время переговоров с иностранным партнером, как правило, на стороне принимающей страны;
- 2) хорошее знание культурных и исторических особенностей страны помогает быстрее адаптироваться к деловому климату, легче найти общий язык с местными потребителями и поставщиками;
- 3) влияние на организацию иностранного бизнеса оказывает идеология принимающей страны (например, национализм, патриотизм, исламский фундаментализм);

4) сроки становления предпринимательской деятельности в принимающей стране определяются ее бюрократическими традициями, которые затягивают решение вопросов на весьма длительное время. Так, переговоры об организации ресторанов “Макдоналдс” в России длились около 10 лет. По оценке экспертов, в 1990-е гг. переговоры об организации в Китае совместного с иностранной фирмой предприятия в среднем длились около двух лет;

5) законы принимающей страны должны быть тщательно изучены и строго соблюдаться;

6) политическая и экономическая нестабильность в принимающей стране может служить причиной неожиданных и резких изменений деятельности зарубежной фирмы.

Формирование штата зарубежных филиалов

В зависимости от приверженности той или иной концепции управления головная компания формирует штат своих зарубежных филиалов в расчете на граждан принимающей страны или на экспатриантов — граждан, не являющихся резидентами принимающей страны. Во второй половине 90-х гг. XX столетия наметилась тенденция к привлечению в штат и даже в руководство зарубежными филиалами международных корпораций все большего числа граждан принимающих стран, а не репатриантов.

Местные кадры лучше знают региональные производственные условия, специфику спроса национальных потребителей и иногда имеют непосредственные связи в правительственных кругах. Наем местных граждан приветствуется и поощряется правительством принимающей страны.

Хорошие личные отношения менеджера с партнерами в принимающей стране складываются обычно по прошествии достаточно продолжительного времени, а добрые личные отношения с партнерами в свою очередь ведут к устойчивым деловым контактам. Поэтому как можно реже следует заменять сотрудников в зарубежном филиале международной компании, особенно тех, кто напрямую связан с местными партнерами.



Глава 11

Этика и методы достижения целей во внешнеэкономической деятельности

Многообразие методов воздействия

Чрезвычайно многое зависит от выбранных руководством методов воздействия на отдельные элементы производства (природу, технику, людей) для достижения намеченных целей.

Основой выбора являются технико-экономический анализ и оценка результатов воздействия на ВЭД путем ряда методов.

Так, *экономические методы* включают:

- повышение научной обоснованности внешнеэкономических бизнес-планов;
- совершенствование системы ценообразования;
- создание гибкой кредитной системы;
- совершенствование системы оценок ресурсов, эффективности и качества работы предприятий, фирм, объединений, ассоциаций и др.;
- совершенствование системы оценки деятельности аппарата управления и его подразделений;
- широкое распространение экономического стимулирования, ориентирующего на конечные производственно-сбытовые результаты.

Естественнонаучные методы предусматривают освоение достижений науки, техники и передового опыта, моделирование процессов, явлений, событий.

Организационные методы состоят из распорядительных, дисциплинарных и организационно-стабилизирующих воздействий. Центральное место среди них занимают организационно-стабилизирующие.

Методы организационно-стабилизирующего воздействия включают регламентирование, нормирование и инструктирование.

Регламентирование заключается в разработке и введении в действие организационных положений о предприятии, линейных и функциональных органах. Регламентирующий характер носят также штатное расписание, определенные структуры управления, плановые задания.

Процесс нормирования обосновывает нормативы и устанавливает необходимые определяющие границы деятельности.

Процесс инструктирования предполагает ознакомление работников с условиями работы или обстоятельствами порученного дела, объяснение обстановки, задач, возможных трудностей, предостережение от возможных ошибок.

Дополнением к методам организационно-стабилизирующего воздействия служат методы дисциплинарного и распорядительного воздействия.

В частности, методы распорядительного воздействия в основном используются при оперативном управлении. Эти воздействия включают директивы, постановления, приказы, распоряжения и резолюции.

Особенности социально-психологических методов

Социально-психологические методы призваны формировать у работников волю к труду, сознательное отношение к выполнению своих обязанностей, ответственность за порученное дело, инициативу. Эти методы способствуют созданию в коллективе нормальной психологической атмосферы. Они предполагают формирование между людьми необходимых служебных

отношений, рычагов воздействия на людей: регламент, норма, инструкция, перечень полномочий.

Способность коллектива выполнять стоящие перед ним задачи зависит от многих социально-психологических факторов. По мнению специалистов, первичный трудовой коллектив должен быть по численности не более 30 человек, что согласуется с нормой управляемости для руководителей первого уровня. В больших коллективах люди чувствуют себя скованно и стараются не привлекать к себе внимания. В коллективах же численностью до 30 человек каждый чувствует себя психологически комфортно, и это очень важно, так как именно в первичных коллективах производится материальная продукция и любая инициатива способствует улучшению результатов.

Социологи и психологи рекомендуют создавать трудовые коллективы со смешанной возрастной структурой (40% работников — в возрасте до 30 лет, 40 — от 31 до 55 лет и 20% — старше 55 лет). Сочетание в коллективе людей разного возраста, стажа и профессионального мастерства позволяет лучше организовать передачу опыта.

В настоящее время при формировании коллектива стали учитывать и такой фактор, как психологическая совместимость. При этом ориентируются на два вида психологической совместимости: психофизиологическую и социально-психологическую.

Учет психофизиологической совместимости позволяет подобрать людей с приблизительно одинаковыми двигательными реакциями.

Социально-психологическая совместимость предполагает одинаковый тип поведения людей, основанного на общности интересов, привычек, потребностей и ценностных ориентаций.

Известно, что отношения в коллективах строятся не только на формальной основе, но и на основе личной симпатии друг к другу; в коллективах наряду с официальным руководителем может быть один или несколько неформальных лидеров.

Неформальный лидер — это стихийно выдвинутый из среды исполнителей руководитель, не имеющий официальных прав и ответственности. Он привлекает к себе людей и пользуется у

них авторитетом в силу личных черт характера. Такой человек способен объединить вокруг себя людей и добиться достижения какой-либо групповой цели.

Поэтому официальные руководители не только должны знать людей, но и учитывать их мнения. Попытки руководителя расформировать ту или иную нежелательную группу, создать препятствия для контактов ее членов, подорвать авторитет неформального лидера обычно не приводят к желаемому результату.

Между неформальным лидером и официальным руководителем могут возникнуть отношения либо сотрудничества, либо противоборства, антипатии. В первом случае лидер помогает своей деятельностью руководителю, компенсируя недостатки в его работе. Во втором случае при неумелом руководстве фактическое управление может перейти к неформальному лидеру.

Оптимальным следует считать положение, когда официальный руководитель является и лидером коллектива.

На начальном этапе становления производственного коллектива люди присматриваются друг к другу и к руководителю, руководитель изучает подчиненных, расставляет их с учетом опыта, личных особенностей, профессионализма, подготовленности и пожеланий, информирует о делах, целях и условиях работы. Происходит формирование групп работников в соответствии с их интересами, отношением к работе, появляется актив коллектива. На этом этапе главная роль принадлежит руководителю, затем эту роль берет на себя коллектив. Однако руководитель не самоустранивается, а сохраняет за собой роль тактичного регулятора социальной жизни, используя социально-психологические методы управления.

Успех работы руководителя во многом зависит от его умения определить психологические качества подчиненных. До недавнего времени большое внимание уделялось профессионально-деловым качествам. Но социологические исследования показали, что наибольших успехов достигают те предприятия и фирмы, руководители которых не только имеют профессиональные знания, но и стараются разобраться в особенностях характера, вкусах и стремлениях исполнителей.

Среди психологических качеств важное место занимают темперамент, характер и способности людей. Знание темперамента и способностей подчиненных позволяет руководителю правильно расставить людей, поручить им соответствующую работу.

Помимо характера и способностей подчиненных, руководитель должен изучать интересы, потребности людей, их мотивацию к труду и ценностные ориентации в жизни.

Руководителю необходимо избегать споров, так как в споре люди не приходят к истине.

Разумеется, руководитель обязан и критиковать подчиненных, но делать это необходимо в корректной форме, не задевая их человеческого достоинства.

Оценивать подчиненных необходимо прежде всего по результатам работы, делать замечания лучше наедине, хвалить за хорошую работу обязательно в присутствии других членов коллектива, а наказывать — в соответствии с тяжестью совершенных ошибок.

Нельзя давать подчиненному одновременно несколько важных и срочных заданий. Прежде чем поручить работу, необходимо убедиться в возможности ее выполнения, назначить реальный срок исполнения. Следует обязательно проверить результат; отсутствие контроля может привести к мысли о бесполезности и ненужности выполняемой работы.

Причины конфликтов в коллективе и методы их устранения

Основными причинами возникновения конфликтов могут быть несовершенство организации производства и труда людей, нарушение трудового законодательства, нарушения в оплате труда, низкий уровень культуры взаимоотношений.

Сама природа конфликтов в коллективе различна. Иногда они возникают на деловой основе, иногда — на сугубо личностной. Но в любом случае появление конфликта свидетельствует о нерешенности деловых или личностных проблем.

Есть два основных способа преодоления конфликтов: педагогический и административный. Педагогический способ эффективен, если инициатива исходит от авторитетных людей, с его помощью не только устраняется причина конфликта, но и снимается эмоциональное напряжение его участников. Но бывают случаи, когда педагогические приемы оказываются недействительными. Тогда оправданно применение административных методов.

Методы и этика руководства

Укреплению авторитета руководителя способствует умение сочетать данную ему власть с правилами поведения в обществе (этикетом). Это называется этикой руководства. Руководитель должен понимать, что права и власть даются ему для наилучшего выполнения своих обязанностей.

Как известно, в природе человека глубоко скрыто желание быть полезным, нужным, почувствовать признание со стороны других людей. Поэтому необходимо стремиться найти повод похвалить человека. Похвала для большинства куда более действенный стимул, чем критика.

Руководитель должен уважительно относиться к подчиненным, к их мнению. Даже расходясь по принципиальному вопросу, по-человечески надо стараться не ущемить работника, не “загнать его в угол”, не унижить.

В психологии управления существуют понятия “психология руководителя” и “психология подчиненного”. *Психология подчиненного* проявляется в том, как работник относится к выполнению своих обязанностей. Это отношение у людей разное — халатное, формальное, безответственное, творческое, обязательное, заинтересованное. Психология подчиненного во многом определяет и отношение к нему руководителя.

Психология руководителя проявляется в использовании предоставленной ему власти, т. е. в том, какой стиль руководства он выбирает.

Под *стилем руководства* понимают устойчивую систему способов, приемов, методов воздействия руководителя на кол-

лектив, в которых проявляются и личные качества руководителя, и особенности коллектива.

Выделяют три основных стиля руководства:

- авторитарный (директивный, автократический);
- демократический (коллегиальный);
- формальный (либеральный, анархический).

При авторитарном стиле руководитель замыкает все связи на себя, а подчиненным предоставляет лишь минимум информации. Он строго контролирует подчиненных, часто вмешивается в их действия, оставляя для сотрудников лишь небольшую возможность для самостоятельности и инициативы.

К такому стилю руководства прибегают, когда в коллективе нет дисциплины и минимум сознательности. Этот стиль руководства опирается на формальную структуру коллектива, на фиксированную систему прав и обязанностей работников. Руководитель перегружен, так как берет на себя вопросы, которые с успехом могли быть решены подчиненными.

При демократическом стиле руководства к разработке и принятию решений широко привлекаются члены коллектива, наиболее полно используются коллективные формы обсуждения, согласования и контроля. Руководитель часть своих полномочий делегирует сотрудникам, сам решает наиболее сложные вопросы, оставляя подчиненным менее сложные. Преимущество демократического стиля в том, что он создает благоприятные условия для проявления инициативы сотрудников.

Однако этот стиль руководства неприемлем, если нет времени для дискуссий и требуется быстрое единоличное решение. Этот стиль применяют те руководители, которые придают большое значение развитию деловой инициативы своих сотрудников. Работники в этом случае бывают хорошо информированы о положении дел как в своем коллективе, так и в организации в целом.

Формальный стиль руководства характеризуется минимальным вмешательством руководителя в дела коллектива. В этом случае руководитель выступает в роли посредника при осуществлении контактов между членами коллектива.

Этика управления в международном бизнесе

Понимание и знание основ общечеловеческой морали, нравственных требований и норм — необходимое условие для международного менеджера, позволяющее избежать внутринациональных и международных конфликтов. Вероятность таких конфликтов для международного руководителя гораздо выше, чем для управляющего национальной компанией.

Экономические и политические различия между странами часто являются результатом особенностей социально-культурного развития народов этих стран. Эти особенности оказывают прямое влияние на стиль управления, организацию производства и сбыта, производственные отношения с местными специалистами и на общественное мнение о деятельности местного филиала международной компании.

Конфликты чаще всего возникают, когда, с одной стороны, международный руководитель ориентирует свою предпринимательскую деятельность исключительно на достижение хозяйственного успеха, игнорируя общественное мнение принимающей страны, а с другой — не может убедить в правильности, полезности или, по крайней мере, в безвредности своей деятельности рабочих и служащих, местных акционеров, правительственных чиновников, руководство соответствующих профсоюзов и т. д. С ними у менеджера могут возникать конфликты, решение которых не удастся найти с помощью национального законодательства.

Менеджер должен осознавать свою ответственность перед обществом и понимать, что нельзя добиваться получения прибыли любым путем и допускать действия, которые могут быть осуждены с этической точки зрения. Это не означает дискредитацию принципа стремления к получению прибыли вообще, а лишь предполагает ограничение его в тех случаях, когда нарушаются существующие в принимающей стране общественные нормы.

К грубейшим этическим ошибкам менеджера следует отнести:

- игнорирование изучения особенностей делового климата и культурной жизни принимающей страны;
- завышенные ожидания результатов зарубежной деятельности;
- отсутствие взаимопонимания с зарубежными партнерами в результате нерегулярного общения с ними, включая недооценку дружеских личных отношений, которые в деловом мире высоко ценятся и способствуют быстрому разрешению недоразумений и разногласий.

Квалификация современного менеджера, помимо экономических и технических знаний, должна включать его компетенцию в социальной области и его коммуникабельность. Во многих учебных заведениях развитых стран бизнес-этика преподается как обязательная дисциплина, очень важная для деятельности менеджера-руководителя.

Этичное ведение международного бизнеса и его главные черты

Этичному ведению бизнеса непременно присущи три основные черты:

- 1) соответствие бизнеса своим целям;
- 2) подчинение бизнеса здравому смыслу;
- 3) ведение бизнеса на принципах элементарной порядочности.

Важнейший фактор адаптации к зарубежным условиям — это знание законов, культуры, особенностей (традиций) страны пребывания. Так, особенности религии могут даже оказывать влияние на внедрение в производство новых технологий, на ВЭД в целом. В странах, для которых характерны большие семьи и родственные группы, фирмы обычно несут ответственность за обеспечение сотрудников достойным жильем, за предоставление условий для образования детям сотрудников, за обеспечение медицинскими услугами и организацию досуга их семей. Без учета таких особенностей зарубежная корпорация не избежит конфликтов в принимающей стране.

В то же время такие нормы этики международного бизнеса, как соблюдение здравого смысла и элементарной порядочности, характерны для всех стран и континентов в одинаковой степени. Вполне этично продавать товары, соответствующие достатку и вкусам потребителей в одной стране, в то время как они не пользуются спросом в другой. Но недопустимо поставлять ни в какую страну товары, которые зарекомендовали себя как вредные для здоровья людей или опасные для окружающей среды.

Необходимо помнить, что конкуренция в бизнесе вполне допустима и этична. Но она должна быть ограничена строгими рамками поведения и не подрывать репутацию. Ведь создавшиеся условия могут заставить производителя выпускать товар более высокого качества, а продавать его по более низкой цене, но ни одна ситуация не может служить оправданием обмана, клеветы, воровства, физического насилия и нарушения закона.

Стремление к увеличению прибыли не может быть оправданным, если вследствие высокой цены постоянные или потенциальные потребители расстанутся с поставщиком или, более того, пациенты болеют и умирают из-за отсутствия лекарств, на которые у них не хватает средств. Именно такие ситуации могут ухудшить условия будущих продаж. Следует также принимать во внимание, что слишком высокие доходы привлекают в данную отрасль новых конкурентов.

Этика финансовой деятельности сводится главным образом к правдивости всех деловых расчетов, включая бухгалтерские. Известно, что финансы — язык бизнеса. Финансовый отчет должен быть безукоризненно правдив, разумен и надежен — в этом его подлинный смысл и назначение.

Ты — мне, я — тебе. Это плохо

С этикой бизнеса абсолютно несовместимы взятки. Распространенное мнение о необходимости взяток для ведения предпринимательской деятельности должно встречать отпор во всем мире. Взятки всегда аморальны и неэтичны.

Лица с репутацией взяточников и взяточдателей всегда рискуют быть разоблаченными.

Взятки распространены практически во всем мире. Взяточничество в мировом бизнесе особо процветает при выполнении крупных проектов, дающих взяточникам и взяточдателям больше шансов остаться невыявленными.

Чтобы положить конец практике подкупа официальных лиц, от которых зависит судьба международных контрактов, страны — участницы Организации экономического сотрудничества и развития, подписали в 1997 г. Конвенцию о борьбе с подкупом иностранных чиновников в сфере международного бизнеса. Конвенция направлена на борьбу со взяточдателями, которых страны-участницы обязаны наказывать в уголовном порядке, а также на сотрудничество друг с другом в выявлении случаев подкупа.

Есть перспективы, но нужны правила

В XXI в. открываются огромные перспективы развития международного бизнеса. И те, кто хотел бы преуспеть в предпринимательской деятельности, в частности национальные ассоциации бизнесменов, вырабатывают правила поведения, которые составляют “опорно-двигательную систему” свободного рынка и общепринятой практики предпринимательства.

В основе этих правил чаще всего лежат “кодексы чести”, в разработке которых имеет многолетний опыт Международная торговая палата (МТП). В них входят весь набор юридического инструментария, способы защиты интеллектуальной собственности, методы борьбы с вымогательством и взяточничеством, создание эффективных механизмов взимания налогов, рекомендации по совершенствованию таможенного режима, опыт разрешения коммерческих споров через арбитраж.

В современных условиях очень важны такие начинания, как принятие в 1990 г. “Хартии предпринимательской деятельности в интересах устойчивого развития”. К ней присоединилось общественное объединение предпринимательских союзов и организаций “Круглый стол бизнеса России”.

Эта Хартия должна стать своего рода кодексом этических основ поведения предпринимателей. Подписав Хартию, предприниматели принимают на себя обязательства воздерживаться от насилия или угрозы как способа достижения собственных деловых целей или интересов третьих лиц. Они отказываются от недобросовестных форм ведения деловых операций, а именно от обмана и умышленного нанесения ущерба своему контрагенту, от фальсификации товара или предоставляемой услуги, а также от сообщения ложных сведений о себе, своей организации или своих партнерах.

Подписавшие этот документ не должны участвовать, способствовать и побуждать других к криминальным формам бизнеса, наносящим вред обществу и окружающей среде, а также к легализации доходов от указанных видов бизнеса и денежных средств, имеющих незаконное или сомнительное с точки зрения этики бизнеса происхождение.

Участники Хартии добровольно принимают на себя обязательства:

- защищать экономические и экологические интересы;
- использовать методы общественного порицания и предания огласке случаев недобросовестной деятельности, контактов с криминальными структурами, участия в незаконных сделках.

Причиной заинтересованности многих предпринимателей в присоединении к хартиям и “кодексам чести” является их стремление к созданию условий, облегчающих предпринимательскую деятельность в международном масштабе, и к обеспечению безопасности их предприятий в условиях постоянно изменяющейся конъюнктуры мировых рынков товаров и услуг.

Важнейшей частью предпринимательской деятельности являются переговоры, встречи, презентации и т. д.

Есть строгие, неотменяемые нормы

Проведение коммерческих переговоров имеет важное, а порой решающее значение для конечного результата.

В любой стране рекомендуется придерживаться основ делового этикета, которые совместимы с самыми разными культурными и историческими особенностями принимающего государства. Общие правила этикета в основном таковы:

- строго соблюдать время назначенной деловой встречи;
- прежде чем приступить к переговорам, следует обменяться визитными карточками;

- начинать переговоры должен глава делегации — старший по должности представитель компании. В ходе переговоров он может передать инициативу менеджеру, наиболее сведущему в сути обсуждаемой проблемы;

- немаловажно соблюдать правила размещения участников переговоров: главы делегаций обычно располагаются один напротив другого;

- при изложении своих аргументов не следует обращаться только к переводчику или лицу, владеющему языком, на котором ведутся переговоры;

- деловую беседу следует вести в спокойном размеренном темпе, пользуясь четкими и сжатыми формулировками аргументов. Лучше не вставлять в беседу шутки, так как их редко переводят правильно;

- заданный темп переговоров должен предоставить партнерам возможность правильно воспринять и обдумать все высказанные сторонами мысли и задать уточняющие вопросы;

- в завершение переговоров рекомендуется поблагодарить партнеров за уделенное время;

- по возвращении в свой офис следует не только приступить к выполнению согласованных на встрече действий, но и направить партнерам благодарственное письмо, чтобы не создавалось впечатление, что вы потеряли интерес к сотрудничеству;

- важно без задержки отвечать на запросы партнеров, так как задержка в ответах может быть истолкована по-разному, в том числе негативно отразиться на дальнейших контактах.

Кроме этих, если можно так сказать, писанных правил, в проведении переговоров есть масса других тонкостей и нюансов.

Четкость и уклончивость, вежливость и настойчивость

“Правильное” начало деловой встречи предполагает взаимное представление членов делегаций, согласование темы и последовательности рассмотрения вопросов. Важно вначале умело использовать несложные, но создающие благоприятный климат приемы:

- сказать несколько коротких доброжелательных фраз и пояснений во вступлении;
- проявить уважение к партнеру, внимание к его мнению и интересам;
- высказать положительные замечания, относящиеся к качеству продукции или деловой репутации фирмы, и т. п.;
- упомянуть об изменениях, произошедших со времени последней встречи;
- дать понять партнеру, что вы хотите посоветоваться по некоторым обсуждаемым вопросам.

Д. Карнеги утверждал, что любой человек охотнее говорит о собственных проблемах и желаниях. Одно из правил общения — начинать с того, что вас объединяет с собеседником. К примеру, погода (одна для всех), а также проявление внимания (“Как добралась?”). Прочие обстоятельства могут разъединить из-за разного к ним отношения (политические события, оценка ситуации в мире).

Успех всего переговорного процесса в немалой степени зависит от того, насколько компетентно и грамотно будет представлена точка зрения.

Исследования психологов показали, что 55% впечатления, которое формируется у другого человека, зависит от того, что он видит (пол, наружность, осанка, мимика, выражение лица, одежда), 38 — от того, что слышит (тембр голоса, интонация, четкость дикции), 7% впечатления вы способны произвести содержанием речи, т. е. тем, что говорите. Из этого следует, что на первом этапе знакомства важнее не то, что говорится, а то, как говорится.

Настроение, взаимопонимание, юмор

Стиль ведения переговоров может быть агрессивным, пассивным или настойчивым. Несмотря на некоторые положительные аспекты, агрессивный и пассивный стиль в большей степени разобщают людей, принижают говорящего в глазах партнера. Золотой серединой между двумя этими стилями поведения является проявление умеренной настойчивости. Настойчивость — намерение добиться своего с учетом интересов других, ее цель — поиск компромиссного решения, устраивающего всех.

Многое можно понять и сделать в первые минуты беседы: определить настроение партнеров, интерес к вашей теме, расположенность к разговору и т. д.

Есть несколько возможностей и путей для привлечения и сохранения внимания:

- стройте выступление вокруг яркого примера. Психологи говорят, что можно заставить людей помнить важные пункты вашего выступления, связывая их с конкретным образом;

- приводите интересные статистические данные, это поможет пробудить интерес.

Теперь о презентациях — тоже важном инструменте приобретения партнеров и клиентов.

Представьте себя и продукцию в лучшем свете

Основная часть выступления должна содержать не более 3–4 основных мыслей, иначе вся презентация очень плохо воспринимается. Можно использовать тот же тип построения основной части в письме, отчете, но необходимо стремиться к простоте и избегать сложных, трудно воспринимаемых словесных конструкций, если вы не хотите тут же потерять завоеванное во время вступления внимание.

Чем дольше презентация, чем больше мыслей вы высказываете, тем труднее все это воспринимается. Поэтому, если вы переходите от одной важной мысли к другой, кратко повторяйте основную мысль предыдущей части.

Как только вы закончили высказывать основные пункты своей презентации, приступайте к заключению. Если цель презентации — убедить кого-либо, закончите ее повтором основных аргументов. Если цель — мотивировка, закончите девизом.

Заканчивайте на позитивной ноте, последние слова должны запоминаться и произноситься с энтузиазмом.

Очень важно на этапе передачи информации умение партнеров слушать друг друга. Не умеющий слушать, — а с этим в силу своей нетерпеливости отличаются многие неопытные коммерсанты, — должен этому научиться. Слушать собеседника и слышать его — непростое искусство, требующее напряжения и концентрации. Чтобы выявить психическую реакцию партнера по внешнему проявлению, нужно внимательно наблюдать за собеседником, особенно важно следить за мимикой, движениями тела, жестами. Знание психологии — залог успешной работы коммерсанта; именно оно дает ключ к пониманию мотивов поступков партнеров, умению располагать людей и отстаивать свою точку зрения, изменять мнение собеседника.

Информацией нельзя увлекаться, нужны строгий самоконтроль и определенная мера дипломатичности, т. е. нужно уметь:

- сообщать сведения по мере необходимости, сдерживать себя и опасаться лишней информации.

- сообщать партнеру точную, ясную, содержательную, наглядную и профессионально выверенную информацию.

Если вы используете вспомогательные средства, особенно визуальные (графики, рисунки, диаграммы, слайды), значительно усиливающие степень восприятия, по возможности сообщите источник информации, подчеркните его надежность.

Есть одно “никогда”

Никогда не соглашайтесь сразу, не помедлив, с предложенной вам ценой, даже если она вас более чем устраивает. Сделайте паузу, так как, дав быстро утвердительный ответ, вы создадите у партнера впечатление, что он продешевил. Это может привести к изменению его позиции: либо тут же появятся условия, фак-

тически поднимающие цену, либо подписание договора будет отложено, возможно, навсегда. Чтобы такого не случилось, следует торговаться, хотя и в этом случае нужна мера.

Через аргументы — к гормону удовольствия

Наиболее трудной частью переговоров является аргументирование. Оно требует больших знаний, концентрации внимания, присутствия духа, быстрой реакции, находчивости и одновременно корректности высказываний. При этом необходимо уважительно относиться к мнению партнера, независимо от его позиции, и попытаться войти в его положение. Необходимо заранее продумать свою аргументацию и возможные контраргументы партнера. Избегайте демагогии и софистики, но яркие сравнения и наглядные примеры повышают эффективность аргументации.

В ряде случаев целесообразно прибегать к нейтрализации замечаний партнера. Нейтрализовать замечания можно такими методами, как ссылка на авторитеты, сжатие нескольких замечаний (т. е. ответ одной фразой), метод “бумеранга”, перефразирование, условное согласие, сравнение, опровержение доводов партнера.

Хорошо записывать замечания и возражения партнера. Этот список сначала может быть очень длинным, но если схожие замечания сгруппировать, то можно сократить его. Число различных групп замечаний редко превышает пять-шесть. После этого нужно попытаться обсудить эти замечания с коллегами, отобрать самые лучшие версии и сформулировать обобщающие ответы.

Изложение своего мнения следует начинать с того, с чем вы согласны. Согласие сопровождается выделением эндорфинов (“гормонов удовольствия”), что благотворно влияет на дальнейший ход беседы.

Всякая деловая встреча преследует определенную цель — убедить партнера принять ваши предложения. Поэтому в конце должна быть сформулирована основная мысль, изложенная ярко и убедительно.

Когда необходимо переводить переговоры в завершающую фазу? Любая встреча имеет свои подъемы и спады. Приступать к последней стадии нужно тогда, когда общение партнеров достигает одной из вершин. Например, когда вы настолько истощающе ответили на очень важное для партнера замечание, что его удовлетворение очевидно, или когда он на ваши вопросы твердо ответил “да”.

Необходимо всегда держать в запасе хотя бы один сильный аргумент, подтверждающий вашу основную мысль, на случай, если ваш партнер в момент принятия решения начнет колебаться.

Недостатки и инструменты их исправления

Рассмотрим возможные и наиболее типичные для начинающих коммерсантов недостатки при ведении переговоров.

1. Партнер вступает в переговоры, не продумав в достаточной степени их необходимость и цель, сложности и возможные последствия. В этом случае за ним лишь “ответный ход”, т. е. он будет реагировать, а не действовать, и инициатива будет исходить от противоположной стороны.

2. У партнера отсутствует программа, нет четкого плана действий в пределах максимальных и минимальных требований, нет различных вариантов действий.

3. Партнер настолько выпячивает собственные интересы, что представители другой стороны не видят для себя никаких преимуществ. Такое поведение блокирует собеседника, отбивает у него желание вести переговоры вообще.

4. Партнер не имеет четкого представления о собственных предложениях и аргументах, требованиях и критериях оценки предмета переговоров, своей позиции и ожидаемой реакции противоположной стороны. Если пустить все на самотек, то эффективность переговоров может быть сведена на нет.

5. Партнер не владеет искусством слушать собеседника, ведет себя излишне эмоционально, не учитывает несовпадение интересов сторон, что ведет к встречным требованиям, отказам.

В то же время имеется ряд приемов, которые могут способствовать успешному завершению переговоров:

- позволить партнеру в начале переговоров как можно больше выговориться;
- не оставлять без ответа заданные вопросы;
- ознакомить иностранного партнера с вашей реальной позицией, если вы уверены, что она достаточно прочна;
- стараться избегать показывать свои эмоции, но подстроиться к эмоциям партнера;
- избегать “опасных” фраз, необдуманых высказываний и заявлений;
- относиться с уважением к иностранному партнеру, не подгонять его и проявлять выдержанность.

Проверенные рекомендации

Переговоры требуют тщательной подготовки: чем более аргументированно они ведутся (с использованием анализов, расчетов экономического эффекта, заключений и т. д.), тем больше шансы на успех.

Надо помнить, что важнейшими условиями успешного ведения переговоров являются:

- компетентность и знание обсуждаемой темы;
- реалистичный подход и заинтересованность в деловом общении.

Было бы иллюзией полагать, что можно перехитрить собеседника с помощью разных условий и трюков, заставить его пойти на чрезмерные уступки. Чтобы переговоры развивались успешно, необходимо постараться найти общую с партнером позицию.

Не акцентируйте внимания на расхождениях во взглядах, если они не принципиальны.

Не пытайтесь парировать утверждения партнера с помощью встречных утверждений, попросите его уточнить, почему он придерживается изложенной точки зрения. Руководители, обладающие опытом ведения переговоров, концентрируют вни-

мание на предмете и одновременно учитывают личностные качества партнера. Надо позаботиться о том, чтобы партнер мог спокойно изложить свои аргументы, возражения, предложения.

Если же переговоры зашли в тупик, положение можно поправить.

С помощью встречных вопросов уточните, правильно ли вы поняли партнера: “Если я вас правильно понял, у вас есть некоторые сомнения относительно условий платежа...” Проявите решительность в деле и сдержанность в тоне.

Может случиться, что стороны увязнут в обсуждении второстепенных вопросов, хотя не пришли еще к согласию по основным пунктам, а ведь именно такое согласие является предпосылкой успешного хода переговоров. В этом случае необходимо “отсортировать” уже достигнутые (главные) результаты переговоров и на основе этого двигаться дальше.

В ходе переговоров вырабатывается общее решение. Если вы не согласны с тем, что предлагает другая сторона, то имеете право не принимать предложения, поскольку переговоры предполагают добровольное согласие обеих сторон. Если ход переговоров был позитивным, то на завершающей их стадии следует кратко повторить основные положения, которые затрагивались в процессе переговоров, и особенно по которым достигнуто согласие сторон.

При негативном исходе переговоров необходимо сохранить контакты с партнерами. В данном случае акцентируется внимание не на предмете переговоров, а на аспектах, позволяющих продолжить деловые контакты в будущем. Иными словами, следует отказаться от подведения итогов по тем разделам, где не было достигнуто позитивных результатов. Желательно найти такую тему, которая представит интерес для обеих сторон, разрядит ситуацию и поможет созданию дружеской, непринужденной атмосферы.

Провел беседу — запиши и проанализируй

По существующим правилам, после окончания переговоров назначенный участник переговоров или сам ведущий перегово-

ров составляет подробную запись беседы. В ней фиксируются следующие данные:

- название иностранной фирмы;
- страна;
- место, дата, время начала переговоров;
- участники переговоров (фамилии и должности) как с российской, так и с зарубежной стороны;
- основные обсуждавшиеся вопросы;
- мнения сторон по обсуждавшимся вопросам;
- достигнутая договоренность или позиция сторон при несогласии;
- запись о вручении каких-либо документов и копии этих документов.

Запись беседы должна быть лаконична, это не подробная стенограмма. Акцент делается на главной проблеме, которая обсуждалась. Завершить запись беседы целесообразно аргументированными выводами по существу состоявшегося разговора. Такая запись позволит при будущих переговорах быстро сориентироваться и поможет профессионально провести беседу.

Кроме того, состоявшиеся переговоры полезно проанализировать. Это избавит вас от повторения некоторых возможных ошибок.

Знать нужно много

Поступки, связанные с незнанием обычаев, этикета, деталей, деловых отношений, очевидных для другой стороны, могут легко породить отрицательную эмоциональную реакцию и, как следствие, отрицательный результат переговоров вообще. Поддержание нормальных отношений между людьми и стремление избегать конфликтов является одним из основных принципов в международных отношениях.

Отправляясь в поездку за рубеж, невозможно оставить дома присущие своему народу черты и качества. Поэтому нужно быть просто представителем своей культуры, вести себя как хорошо воспитанный русский, армянин, грузин, киргиз, и все будут

встречать вас с уважением. Если проанализировать правила хорошего поведения в странах Европы и США, можно обнаружить, что они фактически одни и те же для этих стран. Здесь действуют три основных принципа: вежливость, простота, достоинство.

Но в каждой стране существует и своя национальная специфика дипломатического протокола. Путешествуя по разным странам, можно заметить, что правила вежливости каждого народа — это подчас очень сложное слагаемое национальных традиций, обычаев и международного этикета. С этим приходится чаще всего сталкиваться на месте. При этом хозяева, естественно, ожидают от гостя внимания, интереса к своей стране, уважения к своим обычаям.

Остановимся на некоторых национальных особенностях, традициях и т. п., которые следует учитывать в переговорах и вне их.

Американцы — сильные и малопьющие профессионалы



Стиль американского делового общения отличается профессионализмом — в американской делегации трудно встретить человека, некомпетентного в обсуждаемых вопросах.

На переговорах с американской стороной вы должны четко сказать, кто вы, чем занимаетесь и почему вашему партнеру выгодно вести переговоры с вами, а не с другими фирмами. Если вы этого сделать не сможете, то американцы не будут терять времени на выяснение ваших преимуществ — им проще и быстрее найти другую компанию, знающую о себе все.

Американцы уделяют большое внимание поискам контактов, сбору с их помощью всех необходимых сведений, а также презентациям и рекламе. Профессионализм участников американских делегаций высок.

В процессе переговоров старайтесь понять цель вашего американского партнера и по возможности четко изложите ваши предложения. Если они вызовут интерес у партнера, то он непременно заинтересуется вами. Но эти предложения обязательно должны быть реальными и конкретными.

Если во время переговоров американцы задают слишком много вопросов, это свидетельствует о настоящей заинтересованности; а вот чего следует опасаться, так это затянувшейся паузы. Если она возникла, лучше заполнить ее разговорами, хотя бы о погоде.

Американцам свойственны мажорный настрой, открытость, энергичность, дружелюбие, они ценят юмор и хорошо реагируют на него.

В ходе беседы американцы общаются между собой и зарубежными партнерами достаточно неофициально, даже если существует большая разница в возрасте и общественном положении. В то же время они нередко переоценивают свои позиции и уверены, что их правила ведения переговоров являются единственно верными и приемлемыми.

Есть особый момент, о котором пишут многие исследователи американского стиля. Часто американцы исходят из того, что партнер по переговорам должен руководствоваться теми же критериями, подходами, правилами, что и они. В связи с этим иногда бывает сложно увидеть проблему партнера и понять ее.

Живя в огромной и по размерам, и по экономической мощи стране, американцы предпочитают крупные сделки и склонны подчеркивать масштабы деятельности, оборота, размеры и т. п. своей фирмы. Американцы предпочитают знать, с кем имеют дело. В рабочем кабинете американского партнера поражает обилие развешенных по стенам различных фотографий. Если у вас обширные отношения с американцами, то подобное оформление вашего офиса может оказаться полезным.

Что же касается общения партнеров в неформальной обстановке, то деловой прием в США — обычная вещь. Это благоприятный случай поговорить о семье, увлечениях и т. п. За столом лучше избегать разговоров о политике и религии, поскольку США — страна пуританских ценностей.

Американская нация озабочена своим здоровьем. Спиртного потребляют очень мало. Необходимо помнить, что деловые приемы в США гораздо короче, чем в ряде других стран. По окончании приема участники могут вернуться в офис и продолжить переговоры, если, конечно, они в этом заинтересованы.

Не критикуйте Наполеона и восхищайтесь французской кухней



В деловой жизни Франции большое значение имеют личные связи и знакомства. Новых партнеров стремятся найти через посредников, связанных дружескими, семейными или финансовыми отношениями.

Французы избегают официальных обсуждений “один на один”.

На переговорах стремятся сохранить независимость и существенно меняют поведение, исходя из того, с кем они ведут переговоры. Они относительно менее свободны в принятии окончательных решений и жестко связаны инструкциями руководства. Нередко избирают конфронтационный стиль взаимодействия. Характерно стремление использовать французский язык в качестве официального языка переговоров. Контракты, подписанные совместно с французскими фирмами, предельно корректны и точны в формулировках, не допускают разночтений. Однако следует иметь в виду, что французы не всегда отличаются точностью и не всегда пунктуальны. В целом же, говоря о французском национальном характере, нельзя не подчеркнуть разнообразие поведения, образа мышления и восприятия.

Важно уделять внимание правильности заполнения ваших визиток, передавая их французам. Большинство бизнесменов во Франции читают по-английски (но не по-русски), так что если визитка на английском — это приемлемо; но если вы хотите от-

печатать их на французском языке, то укажите, кроме прочего, занимаемую вами должность на французском и ученую степень, если она имеется. Желательно не использовать двусторонние визитки, это не принято по той причине, что на обратной стороне иногда делают записи. Принимая визитку, кладите ее в визитницу или бумажник, а не в карман.

Будьте сердечны и вежливы, но помните, что французы с осторожностью относятся к слишком фамильярному проявлению дружеских отношений.

Во Франции не принято обращаться по имени. Обычно употребляют обращение “мсье” и “мадам”.

Логика является главным аргументом французской стороны, все предположения, кажущиеся французской стороне нелогичными, будут подвергнуты критике.

Французы будут судить о вас по тому, как вы демонстрируете свои интеллектуальные способности.

Они обращают внимание на то, как вы одеты, и делают из этого выводы о вашем социальном статусе и успехах в бизнесе.

Сделайте так, чтобы ваша одежда была выбрана со вкусом и стильно.

Высказывайте свое мнение только о том, что хорошо знаете. Знание французской истории, политики и других аспектов культуры даст вам преимущество в беседах. Будьте готовы к ответу на вопросы о вашей стране.

В беседе проявляйте терпимость к иной точке зрения, не пытайтесь любой ценой переубедить собеседника, а лучше смените тему или сведите спор к шутке. Хорошие темы для беседы:

- французская или русская кухня;
- искусство, музыка, философия;
- спорт;
- политика (текущие события), история (если вы знаете тему).

Очень плохим тоном считается спрашивать кого-либо о его политических убеждениях. Вы можете, тем не менее, задать вопросы о политической системе страны или об общественном мнении по поводу политических лидеров.

Не критикуйте Наполеона, к которому французы относятся с большим уважением. Не стоит навязывать французам в качестве темы для разговора Отечественную войну 1812 г.

Не увлекайтесь пересказом анекдотов — многие русские анекдоты не “доходят” до французов, поскольку они мало знакомы с особенностями российской жизни.

Не подносите подарков или сувениров в самом начале деловых переговоров — это может быть воспринято как подкуп партнера. Лучше поднести их, когда вы с партнером пришли к согласию по обсуждаемым вопросам.

Подарки вручают к праздникам, знаменательным событиям и, в частности, как благодарность за приглашение на вечерний прием. Не слишком обращайтесь внимание на цену подарка, выберите то, что понравится человеку, которому вы дарите, — это гораздо важнее.

Немцы — это высокая организованность и постепенность



Что касается немцев, то они отличаются бережливостью, скептичностью, педантичностью, стремлением к упорядоченности. Деловые связи с немецкими фирмами можно установить путем обмена письмами. Можно также использовать принятую в Германии практику организации сотрудничества

через агентские и посреднические фирмы.

Немецкие служащие строго относятся к выбору одежды. Основной вид одежды — деловой костюм.

Переговоры ведутся с участием одного или нескольких партнеров. Немцы предпочитают те переговоры, в которых они

с достаточной очевидностью видят возможность нахождения решения. При заключении сделок немцы будут настаивать на строгом выполнении принятых обязательств.

Во время переговоров немцы могут вести себя достаточно жестко. Если вас в перерыве переговоров пригласили в ресторан, то не забудьте, что счета в ресторане иногда оплачиваются раздельно: приглашающими и приглашенными.

Немцы тщательно прорабатывают свою позицию и любят обсуждать вопросы последовательно, а не все сразу. Ведя переговоры с немецкими коммерсантами, необходимо учитывать их пристрастие к точности и строгой регламентации поведения. Можно получить одобрение немецких партнеров, если проявить пунктуальность в немецком стиле. Так что никаких опозданий или отклонений от намеченного графика быть не должно.

В процессе обсуждения вопросов следует стремиться к ясности, четкости и краткости и не употреблять пустых, ничего не значащих слов и выражений. Все предложения и замечания должны носить сугубо деловой и конкретный характер.

Немцы как деловые партнеры практически всегда аккуратны и щепетильны.

Деловитость и некоторая недосказанность по-английски



Англичане уделяют меньше внимания подготовке к переговорам и полагают, что наилучшее решение может быть найдено в их ходе, в зависимости от позиции партнера.

Им присущи такие черты, как сдержанность, деловитость, склонность к недосказанности, щепетильность. Англичане старательно избегают в разговорной речи любых личностных моментов, т. е. всего того, что может показаться вторжением в частную жизнь.

Умение терпеливо выслушать собеседника, не возражая ему, далеко не всегда означает в Британии согласие. С английскими партнерами никогда не нужно бояться молчать. Бережливость — качество, которое англичане проявляют к деньгам, словам и эмоциям. Они неприязненно относятся к любому выражению чувств. Пунктуальность в Великобритании — жесткое правило. На честное слово англичан можно положиться. Традиционно для британцев умение избегать острых углов во время переговоров.

Английские бизнесмены отличаются высоким профессионализмом. Они неохотно идут на сделки, отдача от которых будет через 5–10 лет. Они, как правило, интеллигентны, интересуются искусством, спортом, умеют не только работать, но и отдыхать и укрепляют свои деловые контакты во время игры в теннис и гольф, во время скачек и посещения театров. Они активны на различных семинарах, симпозиумах, выставках, очень ценят семейные контакты. Бизнесмены, как правило, тесно связаны со своим парламентом, умеют через связи с правительством отстаивать деловые интересы.

При установлении и поддержании деловых контактов они широко используют подарки (не слишком дорогие, сувенирного характера) и любят сами их получать.

Считается, что английские бизнесмены — одни из самых квалифицированных в деловом мире Запада. Они выработали определенный ритуал делового общения, которого нужно строго придерживаться. Так, прежде чем приступить к переговорам с ними, необходимо хотя бы в общих чертах выяснить структуру рынка того или иного товара, которым занимается их фирма, примерный уровень цен и тенденцию их движения.

Переговоры с английскими партнерами лучше начинать не с предмета обсуждения, а с чисто житейских проблем: погода, спорт, дети и т. п. Во время беседы постарайтесь распознать склонности и привычки вашего партнера. Не менее важно не забывать оказывать внимание тем, с кем вы когда-либо встречались или вели переговоры.

Особое внимание на коммерческих переговорах англичане уделяют длительности периода контактов с партнерами. Чем

длительнее взаимоотношения, которые к тому же подкреплены чисто дружеским отношением к партнеру, тем легче английскому бизнесмену заключить сделку, если не в ущерб себе, то хотя бы с небольшой выгодой.

Итало-испано-шведские нюансы



Очень интересны и своеобразны итальянцы. Они нередко экспансивны, горячи, порывисты, и в то же время общительны.

Существующая в Италии практика деловых переговоров не отличается существенно от норм большинства европейских стран. Для налаживания деловых отношений достаточно обмена официальными письмами с предложениями. Нередки случаи, когда для установления деловых связей прибегают к услугам посредников.

Большое значение итальянские бизнесмены придают тому, чтобы переговоры велись между людьми, занимающими примерно равное положение на предприятии, в деловом мире.

В Италии считается, что неофициальная обстановка, в которой могут вестись переговоры, способствует сглаживанию возможных противоречий, помогает более свободно высказать критические замечания в адрес партнера, не рискуя вызвать его неудовольствие. Итальянские бизнесмены чувствительны к соблюдению основных правил деловой этики. Они очень ценят проявление интереса к Италии как стране — родоначальнице многих видов искусств и ремесел.



В определенной мере к итальянцам близки испанцы. По своему характеру испанцы серьезны, открыты, галантны, человечны, обладают чувством юмора и способностью работать в команде.

Склонность испанцев опаздывать на встречу является предметом шуток.

Стиль ведения переговоров менее динамичен, чем у американских и японских фирм.

Испанские бизнесмены большое значение придают тому, чтобы переговоры велись равными партнерами.



Что касается шведских бизнесменов, то к их характерным чертам относятся прилежание, пунктуальность, аккуратность, серьезность, основательность, порядочность и надежность в отношениях.

Уровень квалификации очень высок. В своих партнерах они особенно ценят профессионализм.

Шведы сдержанны и обычно, в противоположность итальянцам, не выражают ярко своих эмоций.

К переговорам с ними необходимо тщательно готовиться, так как они любят рассматривать все вопросы в мельчайших деталях. Без этого вряд ли можно достичь желаемого успеха.

Особую роль в развитии бизнеса играют дружеские связи.

Если японец кивнул, то это еще не согласие



Японский этикет существенно отличается от правил и норм поведения представителей делового мира Запада. В процессе делового общения некоторые действия японской стороны могут вызвать у иностранцев недоумение или быть неверно истолкованы. В традициях японских деловых людей — внимательно выслушать точку зрения собеседника до конца, не перебивая его и не делая никаких замечаний. Представитель Японии во время беседы может несколько раз

кивнуть головой, но это вовсе не означает, что он согласен с вами, а свидетельствует лишь о том, что он понял смысл сказанного.

Письменное уведомление с предложением осуществить какую-либо внешнеторговую операцию, вступить в деловые отношения, которых ранее не было, направленное в адрес японской компании, почти наверняка останется без ответа. Японские бизнесмены предпочитают непосредственный контакт с потенциальным партнером.

Для налаживания деловых отношений с интересующей вас японской фирмой уместно использовать широко распространенную в Японии практику знакомства через посредников. Лицо, выполняющее функции посредника, в общих чертах изложит японской стороне суть ваших предложений, расскажет о том, чем занимается ваше предприятие. В роли посредника могут выступать знакомые вам японские бизнесмены, либо аккредитованные в Японии представители организации вашей страны. Такая практика способствует тому, что японский партнер не будет рассматривать вас как совершенно незнакомое ему лицо.

Посредник может пригодиться при возникновении каких-либо затруднений в отношениях с японской фирмой. За оказанные услуги посредник будет ожидать вознаграждения.

В практике общения в Японии огромное значение имеет использование визитных карточек. Они играют роль своеобразных “удостоверений личности”, в которых помимо имени, фамилии и занимаемой должности указывается самое главное для японца — принадлежность к какой-либо фирме или организации, что в конечном счете определяет его положение в обществе. Если в ответ на протянутую карточку вы не дадите свою, это может озадачить и даже оскорбить японского бизнесмена.

Японцы стараются избежать прямых отказов и предпочитают иносказательные выражения типа “это очень трудно” или “это необходимо тщательно изучить”. Это делается не для того, чтобы сбить партнера с толку, а с тем, чтобы сохранить, как минимум, иллюзию гармонии и доброжелательности.

Большое значение японские бизнесмены придают налаживанию дружественных, неформальных отношений с иностранными

партнерами. Неформальные отношения, основанные на личном знакомстве, играют в деловом мире Японии не меньшую роль, чем официальные связи. Серьезные вопросы, обсуждение которых может вызвать острые разногласия, японцы предпочитают решать в неофициальной обстановке, чаще всего в ресторанах или барах.

В качестве приветствия японцы предпочитают поклоны и избегают рукопожатий, отсюда совет: не протягивайте руку первым ни при встрече, ни при расставании.

Японцы стремятся избегать обсуждений и столкновения позиций в ходе официальных переговоров и не любят многосторонних встреч.

Во время неофициальных переговоров они стараются по возможности подробнее обсудить проблему, уделяя большое внимание развитию личных отношений с партнерами. Существенная особенность стиля японских делегаций — это работа в команде, групповая солидарность, умение сдерживать амбиции и не подчеркивать сильные качества.

Особенности национальной японской культуры и системы воспитания оказывают влияние и на процесс ведения переговоров. Так, если японец сказал вам, например, что будет в назначенном месте в определенный час, то можете быть уверены, что он появится там за две минуты до назначенного времени. Точность во всем — во времени начала и окончания переговоров, в выполнении обещаний, взятых на себя обязательств — одна из важнейших черт японского стиля переговоров.

К особенностям организации производства и сбыта продукции в Японии следует отнести и большую роль во всем этом торговых домов “сого шоша” и субпоставщиков. После Второй мировой войны система “сого шоша” помогла ускоренному восстановлению и модернизации промышленности Японии вплоть до достижения ею уровня одной из передовых стран в мире. Становление современной японской промышленности велось на основе опыта развитых государств. Тогда “сого шоша” стали каналами импорта из развитых стран наиболее эффективных технологий и оборудования, а затем и экспорта исходных материалов и модернизированных в Японии машин и технологий.

К важным функциям и преимуществам торговых домов “сого шоша” можно отнести:

- широкие контакты с поставщиками и потребителями по всему миру, налаженную систему сбыта за границей, опыт в организации потоков товаров, услуг и капитала как на внутреннем, так и на мировом рынках;

- знание системы цен, качества продукции, клиентов и налаженную схему поставок, широкие деловые связи на внутреннем рынке, помогающие найти местных потребителей и поставщиков, организовать товарооборот, в том числе и на условиях бартера, в случае тяжелого финансового положения участников сделки;

- создание условий выхода на внутренний и внешний рынок для мелких и средних фирм.

Китайский “дух дружбы” и обилие экспертов



Особого внимания заслуживает китайский стиль переговоров. Во время деловых встреч китайские партнеры очень внимательны к сбору информации относительно предмета обсуждения, а также партнеров по переговорам, к формированию “духа дружбы”, который они отождествляют с хорошими личными отношениями партнеров. “Дух дружбы” на переговорах для них имеет очень большое значение.

В китайской делегации на переговорах обычно много экспертов, например эксперты по финансовым, техническим вопросам и т. д., в результате численность делегации оказывается достаточно большой. Китайцы ведут переговоры, довольно четко разграничивая отдельные этапы, — первоначальное уточнение позиций, их обсуждение и заключительный этап переговоров.

На начальном этапе китайцы пытаются определить статус каждого из участников переговоров. В дальнейшем они в зна-

чительной мере ориентируются на людей с более высоким статусом — как официальным, так и неофициальным. Они выделяют также людей, которые выражают симпатии китайской стороне. Именно через этих людей в делегации партнеров впоследствии стараются оказать свое влияние на позицию противоположной стороны.

На переговорах не следует ожидать, что китайский партнер первым выскажет свою точку зрения, первым сделает предложение и т. д. При проведении переговоров на китайской территории (они очень любят проводить их у себя дома) китайцы могут сослаться на то, что, согласно их традициям, гость говорит первым. Если же вы будете пытаться все же получить вначале информацию от китайской стороны, то чаще всего такие попытки окажутся безрезультатными. Информация будет содержать общие положения.

Уступки китайская сторона обычно делает под конец переговоров, после того как оценит возможности партнера.

В момент, когда кажется, что переговоры зашли в тупик, китайцы вдруг могут внести новые предложения, что даст возможность продолжить переговоры.

Окончательные решения обычно принимаются китайскими участниками после согласования итогов переговоров со своим руководством. Одобрение достигнутых договоренностей со стороны “центра” практически обязательно.

В Китае придают большое значение налаживанию неформальных отношений с зарубежными партнерами. Вас могут спросить о возрасте, семейном положении, детях — не обижайтесь, это искренний интерес к вам.

Подарки лучше делать не определенному лицу, а всей организации, так как местные правила или обычаи не всегда разрешают принимать личные подарки, сувениры и т. п.

Думай, но не говори корейцу: “Надо подумать”

В соседней с Китаем республике Южная Корея в соответствии с конфуцианской моралью превыше всего ставят личное



общение, личный контакт с партнером, без которых в Корее невозможно решить ни одной проблемы. Корейцы всегда настаивают на личной встрече. В своей массе они являются открытыми, общительными, очень вежливыми и хорошо воспитанными людьми.

Корейское общество является строго иерархичным и весьма авторитарным. Престиж человека зависит от должности и возраста и зарабатывается часто нелегким трудом. Поэтому, если иностранец не проявит должного уважения, его шансы на успех снизятся.

Корейские бизнесмены считаются весьма напористыми при ведении переговоров. Для них характерны ясность и четкость выражения проблем и путей их решения. Корейцы не привыкли открыто выражать несогласие с партнером, доказывать его неправоту (того же самого они ждут от собеседника)

Не рекомендуется в беседах с ними употреблять выражения “надо подумать”, “решить этот вопрос будет не так просто”, “предложение нуждается в длительном изучении” и т. п. Это будет воспринято ими как констатация неприемлемости идеи на данном этапе переговоров, хотя партнер хотел выразить готовность к длительным усилиям по выяснению возможностей реализации этой идеи. Они не любят заглядывать далеко в будущее, их больше интересует непосредственно результат их усилий.

Маленький арабский спектакль и “Иншаала”

“Бурлящий” и разнообразный стиль общения особенно характерен для арабских государств.

Для арабов характерно чувство национальной гордости. Важным оказывается и уровень, на котором ведутся переговоры.

Большое значение арабы придают проявлениям дружбы, искренности, гостеприимства и хорошего настроения. При встрече



че в арабских странах мужчины обнимаются, слегка прикасаются друг к другу щекой, похлопывают по спине и плечам. Но такие знаки внимания не распространяются на иностранцев.

Арабское приветствие превращается в целую процедуру, оно сопровождается расспросами о здоровье, делах. Даже если вы спешите, необходимо выслушать арабского собеседника и его многочисленные пожелания благополучия. Поводы для пожеланий и поздравлений могут быть самыми разнообразными: встреча, приезд, отъезд, покупка. Речь арабского собеседника сопровождается частыми обращениями к Аллаху, упованием на его помощь в завершении предстоящих дел. В арабской среде это обычная формула вежливости.

При торговле арабские собеседники всячески избегают определенности, четких ответов “да” или “нет”, взамен следуют туманные обороты типа “Иншаала” (“Если Аллаху будет угодно”). Таково понимание арабами этикета, который запрещает собеседнику прибегать к прямолинейным ответам, быть категоричным.

Во время беседы арабы избегают также суетливости, поспешности. Арабские собеседники всегда стремятся “сохранить лицо” — и свое, и собеседника. Отказ от сделки сопровождается оговорками, похвалами обсуждаемого предложения. Отказ выражается арабскими предпринимателями в максимально смягченном завуалированном виде.

Исламская мораль относит торговлю к престижному, почетному занятию. Торговая сделка у арабов — всегда маленький спектакль, здесь европейские и арабские понятия существенно расходятся. Приглашающий совершить сделку арабс-

кий купец — сама любезность. Первая названная цена всегда значительно (иногда в разы) завышена, при этом хозяин товара начинает его всячески расхваливать. Покупатель стремится сбить цену. Торгующиеся могут расходиться, вновь обсуждать достоинства товара, пока не ударят по рукам.

Беру, не глядя, не торгуясь: это кто так? — Это мы, россияне



Весьма большой интерес у зарубежных предпринимателей вызывает российский стиль ведения коммерческих переговоров.

По мнению зарубежных специалистов, представители России обладают хорошим деловым потенциалом. Но им мешают недостаток коммерческого опыта, а также некоторые

сложившиеся ранее в СССР во внешнеторговых объединениях традиции. В результате они, с точки зрения зарубежных коллег, нередко подходят к переговорам мягко говоря странно.

Если, обсуждая деловое предложение, многие другие бизнесмены рассуждают так: мы объединяемся, чтобы увеличить размер “пирога”, и тогда каждый получит больше, то российские предприниматели часто ориентированы на иную стратегию: они считают, что размер пирога известен, и задача заключается в том, чтобы захватить себе кусок побольше.

В ряде случаев мы уступаем (конечно не все, есть и профессионалы) иностранным партнерам в умении торговаться. “Новые русские” за границей могут колоссально переплачивать именно в силу своей склонности платить, не только не торгуясь, но даже не разузнав, не изучив, как следует, реальные уровни цен. Иностранцы уже отлично знают и используют это. Подобное поведение может приводить к отторжению новых российских предпринимателей.

Отмечается стремление уйти от решений, связанных с риском, из-за чего можно упустить выгоду. При этом часто россияне предпочитают критиковать предложения партнера, а не выдвигать собственные варианты конструктивных решений. Уступки в большинстве случаев рассматриваются как проявление слабости, и на них идут неохотно.

Особенностью поведения российских участников переговоров, отмеченной американскими исследователями, является быстрая смена настроений и установок в отношении партнера: от крайне дружеского расположения до официального, исключаящего любые личные симпатии. Еще хуже, когда в ходе переговоров или в процессе выполнения договоренностей российская сторона ведет себя неискренне.

Все это далеко не мелочи, так как может привести к весьма неприятным юридическим последствиям. На Западе никому, даже самым сильным, не разрешается безнаказанно не соблюдать деловую этику. Именно поэтому все ведущие фирмы США, Японии, Западной Европы тратят миллионы долларов на обучение этике ведения бизнеса, умению общаться с людьми, понимая, что эти колоссальные суммы в конечном счете вкладываются в процветание компании, инвестируются в будущее.

Нам Хартия этики поможет

Давно назрела серьезная необходимость заняться вопросами этики поведения предпринимателя, о чем уже говорилось ранее. Кстати, этот вопрос подробно обсуждался на съезде Российского союза промышленников и предпринимателей в октябре 2002 г. В итоге “представителями делового сообщества” был принят документ, согласно которому отечественные бизнесмены обязуются строить свою работу, основываясь на принципах добропорядочности, справедливости, честности: “Хартия деловой и корпоративной этики”. На этом съезде были выработаны восемь так называемых заповедей “честного бизнесмена”:

1) способствовать укреплению основ института собственности, не предпринимать действий, направленных на подрыв его принципов;

2) отказаться от совершения действий, направленных на усиление социальной напряженности в обществе;

3) заботиться о поддержании собственной деловой репутации и репутации российского бизнеса в целом;

4) не оказывать незаконного влияния на решения судебных, правоохранительных или иных официальных органов для достижения своих корпоративных целей;

5) в ситуации конфликта интересов добиваться разрешения споров путем переговоров, использовать механизмы их внесудебного разрешения;

6) руководствоваться реальным смыслом законов, избегать применения различных толкований, не соответствующих духу законодательных актов, не использовать формальные процедуры для достижения целей, не совместимых с нормами корпоративной этики;

7) вести предпринимательскую деятельность, основываясь на принципах добропорядочности и справедливости, честности во взаимоотношениях со своими партнерами и конкурентами;

8) с уважением относиться к своим конкурентам, не прибегать к незаконным формам борьбы, использовать только корректные методы, соответствующие корпоративной этике.

Все перечисленные пункты должен знать и применять на практике каждый серьезный участник переговоров, каждый специалист, работающий в сфере международных контактов.

Подготовка персонала для международных компаний

В международных компаниях, как правило, очень внимательно относятся к отбору сотрудников для работы за границей. Кандидаты (и члены их семей) подвергаются психологическим тестам на стрессоустойчивость, коммуникабельность, проводится оценка их профессиональных знаний. Для работы за рубежом необходимо желание не только специалиста, но и всех членов его семьи жить за границей и воспринимать зарубежную культуру. Если у специалиста нет поддержки со стороны семьи, он не может рассчитывать на успешную карьеру в международных компаниях.

Чтобы сориентировать международных менеджеров на работу за рубежом, большинство ТНК расходует значительные средства, организуя для них изучение истории принимающих стран, традиций, методов оценки деловых партнеров, организации работы зарубежных предприятий и их структуры.

Менеджер зарубежного филиала международной компании должен приступить к изучению проекта создания за рубежом предприятия как можно раньше, чтобы твердо усвоить его задачи, особенности маркетинга и оценить собранную информацию о принимающей стране.

Назначать менеджера рекомендуется с расчетом на его долгосрочное сотрудничество с партнерами в принимающей стране. Расходы на подготовку хорошего менеджера оправдываются.

При подборе кандидатур на должность менеджера зарубежного филиала кадровые департаменты международных организаций иногда составляют конкурентные карты оценки профессиональной квалификации претендентов на эту должность. Каждый пункт карты оценивается в баллах; побеждает кандидат, набравший наибольшее количество баллов.

Примерная форма конкурентной карты оценки профессиональной квалификации кандидатов на должность международного менеджера выглядит следующим образом.

Профессиональные способности	Оценка в баллах
Способность анализировать обстановку	
Концептуальные способности	
Созидательная инициатива	
Способность действовать по плану	
Гибкость в отношениях с иностранными партнерами	
Целеустремленность	
Коммуникабельность	
Знание иностранного языка	
Умение убеждать	
Умение работать в коллективе (включающем иностранцев)	
Терпимость к другим обычаям и культурам	
Психологическая устойчивость	
Общее состояние здоровья	
Семейное положение	
Отношения в семье	
Готовность к действию в неожиданных ситуациях	
Желание работать за рубежом	
Сумма баллов	

Чтобы стимулировать сотрудников к работе за границей, международные компании гарантируют, что их профессиональный рост в головной компании будет обеспечен, несмотря на пребывание за границей, и в случае необходимости их семьям будут оказаны помощь и поддержка. Большинство международных компаний при направлении сотрудников на длительную работу в заграничные филиалы выполняют следующие условия:

1) руководители высокого ранга отстаивают интересы сотрудников компании во всех вопросах, связанных с их карьерой;

2) каждому сотруднику, направляемому за рубеж, вручается документ, закрепляющий за ним право по возвращении из командировки занять должность, равноценную той, которую он оставил, или более высокую;

3) сотрудникам выплачивается денежная компенсация, которая должна стимулировать работу за рубежом. За хорошо выполняемую работу за границей компенсация повышается. Европейские ТНК, например, обеспечивают сотрудников, работающих за границей, дополнительной компенсацией, размер которой зависит от состава семьи, а также от степени неудобств, связанных с работой. Японские ТНК, в которых оклад менеджеров зарубежных филиалов не превышает 500 долл. в неделю, вводят дополнительную оплату расходов их семей, в частности аренды жилого помещения, отпуска, а также выдают в конце года премии в размере, зависящем от прибыли руководимых ими зарубежных филиалов;

4) головная компания всегда готова прийти на помощь своим служащим за границей в сложных ситуациях. Это особенно актуально, когда необходимо оказать срочную медицинскую помощь или в случаях стихийных бедствий, войны, революции и других катаклизмов.

Как правило, с командироваемыми за границу проводятся собеседования, в ходе которых им разъясняют политику компании в отношении принимающей страны и обеспечивают необходимыми сведениями о ней. Компания организует для коман-

дируемых за границу и их жен занятия по языку принимающей страны и встречи с сотрудниками, вернувшимися из этой страны, во время которых обсуждаются условия и особенности жизни в ней.

Зарубежные менеджеры периодически отчитываются в головной компании, где оценивается их работа.

В каждой ТНК определены принципы оценки деятельности менеджеров зарубежных филиалов и зависимость их служебной карьеры от результатов работы за рубежом;

Пребывание за границей может повлиять на психологию сотрудника корпорации, изменить его поведение, систему взглядов и ориентиров.

Для менеджеров, длительное время работавших за границей, иногда организуют специальные программы реинтеграции, чтобы обеспечить им и их семьям социальную реадаптацию.

Особое значение эта проблема приобретает, если международная компания использует кадровые ресурсы в глобальном масштабе. Как правило, ТНК не считают проблему реадаптации возвратившихся из-за рубежа сотрудников проблемой личного характера и не перекладывают ее решение на них самих.

Обучение местного персонала

Как правило, международная компания имеет свои программы и методы обучения местного персонала для работы в ее филиалах в принимающих странах. В зависимости от специализации международной компании эти программы и методы сводятся к следующему.

Обучение на рабочем месте. Обучающийся специалист работает в паре с опытным менеджером международной компании, чтобы освоить стиль менеджмента.

Обучение за границей. Местных специалистов зарубежного филиала международной компании командировывают на обучение в страну головной компании или в принимающие государства, где расположены другие зарубежные филиалы. Например, корпорация *IBM* организовала в Европе три центра по обуче-

нию специалистов. В центре *IBM* в Турции осуществляется подготовка специалистов по маркетингу, в Бельгии центр готовит менеджеров производственных подразделений компании, в Великобритании обучаются менеджеры высшего эшелона управления.

Обучение в центрах менеджмента. Компании субсидируют учебные заведения для подготовки своих менеджеров по программе “Магистр делового администрирования”.

Обучение по своим программам на своих курсах. В корпорации *IBM*, например, на подготовку специалиста по маркетингу или инженера по гарантийному обслуживанию электронно-вычислительных систем по программам корпорации уходит около года. Кроме того, принято правило постоянно повышать квалификацию сотрудников по программам корпорации. На повышение квалификации отводится около 5% рабочего времени, а местные специалисты по сбыту в зарубежных филиалах проходят программу повышения квалификации в течение одного месяца в году.

Вечернее обучение. Многие компании (фирмы) обеспечивают обучение местного персонала стилю менеджмента международной компании во внерабочие часы, по вечерам.

Способы воздействия на персонал за рубежом

1. Проведение учета условий работы и жизни своих подчиненных в принимающей стране: уровень заработной платы, жилищные условия, производственные и семейные отношения.

Некоторые международные компании используют обратную связь с персоналом своих зарубежных филиалов в виде опросов общественного мнения. Опросы проводятся 1–2 раза в год с гарантией анонимности ответов. В анкете содержатся вопросы по всем сторонам деятельности международной компании и ее зарубежного филиала, начиная от положения компании в целом и заканчивая вопросами, касающимися удовлетворенности конкретного работника уровнем заработной платы и условиями труда. Последняя группа вопросов предлагает оценить

своего непосредственного начальника. После анализа результатов опроса вырабатываются меры по устранению выявившихся проблем.

2. Использование различных видов мотивации в отношениях с персоналом, что во многом зависит от психологии и мышления подчиненных. В развитых государствах мотивацией чаще всего служат уважение к сотрудникам, признание их высокой квалификации и создание условий для проявления их инициативы. Например, в Германии результаты опроса, проведенного в нескольких сотнях фирм, выявили, что главными факторами мотивации сотрудников являются формы проявления уважения к ним как к высококлассным специалистам. Уровень заработной платы оказался лишь на шестом месте. В развивающихся странах чаще наблюдается большая действенность первичных средств мотивации — материального поощрения, с одной стороны, и дисциплинарных взысканий — с другой.

3. Современная электронная связь, позволяющая мгновенно преодолевать громадные расстояния и временные пояса и быстро добиваться взаимопонимания сотрудников международных корпораций, передавать информацию, идеи, доводы и соображения.

4. Регулярное контролирование расходов всех зарубежных филиалов, анализ эффективности производственных процессов в них, а также результатов их коммерческой деятельности.



Глава 12

Экономические отношения России со странами — членами СНГ, ЕС, с ВТО и другими международными организациями

Внеэкономические связи России со странами СНГ

В декабре 1991 г. в Минске между Россией, Белоруссией и Украиной было подписано Соглашение о создании Содружества Независимых Государств (СНГ). Позднее состав его членов значительно расширился — к Соглашению присоединились Азербайджан, Армения, Казахстан, Киргизия, Молдавия, Таджикистан, Туркмения, Узбекистан и Грузия.

В 1993 г. одновременно на двух уровнях — глав государств и глав правительств — был подписан Договор стран СНГ от 24 сентября 1993 г. “О создании Экономического”. В союз вошли Армения, Белоруссия, Казахстан, Россия, Таджикистан, Узбекистан, Киргизия, Молдавия и Украина (последняя в статусе ассоциированного члена). Главной целью Договора было провозглашено поэтапное формирование общего экономического про-

странства на принципах рыночной экономики, которые обеспечивали бы равные возможности и гарантии для хозяйствующих субъектов стран-членов, совместное осуществление ими крупных экономических проектов, представляющих общий интерес, а также решение экологических проблем.

Договор предусматривал свободное перемещение капитала, товаров, услуг и рабочей силы, согласование денежно-кредитной, налоговой, ценовой, внешнеторговой, таможенной и валютной политики, сближение методов регулирования экономической деятельности. На практике это означало, что в целях улучшения экономических и правовых условий для осуществления предпринимательской деятельности в государствах Содружества страны — члены экономического союза обязаны унифицировать свое хозяйственное законодательство.

В соответствии с Договором формирование экономического союза должно пройти в несколько этапов. Сначала образование многосторонней ассоциации свободной торговли, затем создание Таможенного союза, а после решения этих задач — переход к общему рынку.

Соглашение о зонах свободной торговли

В рамках отмеченных выше договоренностей в апреле 1994 г. было подписано Соглашение о создании зоны свободной торговли. Соглашение предусматривает постепенную отмену таможенных пошлин, налогов и сборов, а также количественных ограничений во взаимной торговле, устранение других препятствий для свободного движения товаров и услуг.

Кроме того, страны — участницы Соглашения договорились, что будут воздерживаться от действий, противоречащих положениям Соглашения и препятствующих достижению его целей. В частности, это касается условий их участия в других межгосударственных и региональных союзах и альянсах.

Вместе с тем участники Соглашения сохраняют за собой право самостоятельно устанавливать режим внешнеэкономических отношений с государствами, не входящими в СНГ. По-

ложения Соглашения не затрагивают прав и преимуществ, предоставляемых в рамках регионального сотрудничества, приграничной и прибрежной торговли, преференций, свободных экономических и таможенных зон, регулируемых внутренним законодательством стран — его участниц или международными соглашениями.

Соглашение также не препятствует праву любой страны применять какие-либо меры государственного регулирования, которые они считают необходимыми, если эти меры касаются: обеспечения национальной безопасности, включая предотвращение утечки информации, относящейся к государственной тайне; торговли оружием, военной техникой, боеприпасами, оказания услуг военного характера, передачи технологий и оказания услуг для производства вооружения и военной техники и других военных целей. поставки расщепляющихся материалов и источников радиоактивных веществ, утилизации радиоактивных отходов; мер, применяемых в международных отношениях в военное время или в других чрезвычайных обстоятельствах; действий во исполнение страной обязательств, предусмотренных Уставом ООН для сохранения международного мира и безопасности.

Соглашением предусмотрено также, что в качестве регулятора российского экспорта будет действовать экспортный тариф на продовольствие, минеральное сырье и топливо, черные и цветные металлы, химикаты, лесные и целлюлозно-бумажные товары, кожевенное и текстильное сырье, авиатехнику и оружие.

Исполнение на деле Соглашения стран — членов СНГ

Реализация подписанного странами — членами Содружества Соглашения о создании зоны свободной торговли открывает перед предпринимателями благоприятные перспективы. К сожалению, не все страны воспользовались этими возможностями.

Известно, что сокращение промышленного производства в России сопровождалось потерей в странах СНГ многих tradi-

ционных рынков сбыта российской продукции, прежде всего отраслей высоких технологий (авиационной, радиотехнической, электронной, химической и др.). Этим без промедления воспользовались конкуренты из стран дальнего зарубежья, поспешившие занять рынки стран Содружества. При этом роль бывших республик СССР в хозяйственных связях России значительно сократилась. Их удельный вес во внешнеторговом обороте России только с 1991 по 1994 г. снизился с 56 до 26%, из которых на долю стран СНГ приходилось 24%.

Говоря о сотрудничестве России со странами СНГ, нельзя обойти молчанием такую острую проблему, как долги. Проблема настолько актуальна, что без ее обсуждения не обходится практически ни одна встреча руководителей стран СНГ. Однако постепенно возврат долгов все больше приобретает имущественную форму (конверсия долгов в российскую собственность), позволяющую российским предприятиям участвовать в приватизации в стране должника.

Вместе с тем наблюдается отход отдельных стран Содружества от выполнения ими упомянутого соглашения. Это прежде всего относится к Украине, Грузии, которые взяли четкий курс на Запад, на вступление в НАТО и ЕС.

Черты нового государства

Примером более тесной интеграции может служить Договор между Российской Федерацией и Республикой Беларусь от 8 декабря 1999 г. "О создании союзного государства". Этим Договором предусматривается формирование единого экономического пространства со свободным передвижением товаров, услуг, капиталов и рабочей силы. С этой целью определены этапы экономических реформ, которые должны проводиться одновременно в обоих государствах. В частности, намечается широкий комплекс мер по обеспечению равных прав граждан обеих стран при получении образования и трудоустройстве, по оплате труда, использованию единых стандартов социальной защиты.

Союзное государство имеет свой бюджет, который формируется за счет отчислений средств из государственных бюджетов обеих стран и направляется на финансирование общих программ.

Наиболее тесные связи между Россией и Белоруссией призваны стать примером углубления интеграционных процессов в масштабе СНГ. Хотя и здесь интеграция могла быть значительно более эффективной для обеих сторон.

Возрастание роли России

В современных условиях пристального внимания требуют задачи активизации роли России в достижении реальной интеграции в рамках СНГ.

Создание единого экономического пространства на территории бывшего СССР могло бы помочь оживить экономически оправданные производственно-кооперационные связи российских предприятий с партнерами из постсоветских республик. Такие связи могли бы возродиться в оборонных отраслях, металлургии, химии, машиностроении и в ряде других отраслей. Это способствовало бы экономическому росту и поддержанию занятости в отечественном народном хозяйстве, сохранению для России освоенных рынков в условиях, когда рынки развитых и развивающихся стран в основном поделены и пробиться на них даже с качественной продукцией чрезвычайно сложно. Страны Содружества, в свою очередь, могли бы рассчитывать на расширение сбыта своей продукции в России.

При этом Россия получит преференциальный режим доступа к источникам сырья, находящимся в странах СНГ, за счет которого ранее покрывалось 70–100% ее потребностей (уран, марганец, хром, титан и т. д.), равно как и ее партнеры по Сообществу имели бы аналогичный режим в отношении российской продукции.

Экономический союз со странами СНГ облегчит проблему транспортировки российских внешнеторговых грузов в европейском и азиатском направлениях: сопредельные страны, как и

Россия, заинтересованы в надежном и доходном функционировании транспортных объектов и магистралей, являвшихся некогда общей собственностью.

В интегрированном сообществе стран СНГ Россия объективно займет лидирующее положение, что выгодно для всех этих стран, — ее экономический и научно-технический потенциал заметно выше, чем у всех членов Содружества вместе взятых.

Важные преимущества данного варианта развития Содружества состоят в следующем.

Во-первых, экономическое пространство СНГ может стать достаточно крупным рынком для миллионов потребителей, позволяющим каждой из входящих в него стран полнее использовать эффект масштаба.

Во-вторых, страны Содружества получают возможность координировать свои действия на рынках других стран.

В-третьих, создание действенных зон свободной торговли на постсоюзном пространстве уже в ближайшее время будет содействовать экономическому развитию России и других стран СНГ.

В реальности всего этого нет, а если и есть, то очень мало. Власти ряда стран СНГ рвутся любой ценой на Запад, уходят от экономически выгодных связей внутри СНГ — как говорится, сжигают мосты, которые могут очень пригодиться. Приходится только надеяться, что в перспективе разум возобладает и все уладится.

На нынешнем этапе и в ближайшей перспективе, взаимодействуя одновременно на европейском и азиатско-тихоокеанском пространстве, прежде всего с такими государствами, как Китай, Индия, Япония, США, страны ЕС, главное внимание, очевидно, целесообразно уделить углублению интеграционных процессов в рамках СНГ и более активному расширению сотрудничества с Китаем и Индией.

Партнерские отношения России со странами Европейского союза

Более тридцати лет Советский Союз уклонялся от полного признания Европейского сообщества. Время показало, что это про-

тивостояние было бессмысленным и только вредило национальным и экономическим интересам СССР. Ориентация внешнеэкономических связей России на рынки Западной Европы и необходимость согласования с ЕС выгодного для российской стороны торгово-политического режима делает установление партнерских отношений, равнозначных ассоциированному членству в ЕС, одной из важных задач внешнеэкономической деятельности.

В своем стремлении к расширению сотрудничества с ЕС Россия пытается добиться создания более благоприятных условий для доступа своих товаров (кроме энергоносителей и первичного сырья) на западноевропейские рынки. Этому способствует обоюдная заинтересованность сторон в расширении российского экспорта в ЕС, в частности, для получения валютной выручки на погашение внешнего долга.

Другой задачей внешнеэкономической деятельности России являются максимальное сближение с ЕС и вхождение в единое европейское экономическое пространство.

Однако намеченные задачи не означают стремления России к полной идентификации ее интересов с ЕС, а также односторонней ориентации внешнеэкономической политики на западноевропейские страны. Речь идет об обоюдной заинтересованности и взаимовыгодности торгово-экономических отношений.

Для налаживания экономического сотрудничества с ЕС России необходимо расширить мирохозяйственные связи и сделать свою экономику более открытой. Пока же Россия лишь начинает участвовать в общеевропейских процессах интеграции.

На современном этапе на страны ЕС приходится более 2/5 мирового товарооборота. Это означает, что в стратегическом плане для Российской Федерации сотрудничество со странами Европейского континента представляет большой интерес.

Плюсы и минусы для России и ЕС

Благоприятным для российской экономики стало введение в оборот единой европейской валюты (евро). Это позволяет рос-

сийским экспортерам избегать расходов, связанных с колебаниями валютных курсов при заключении внешнеторговых контрактов в евровалюте, использовать ее безналичную форму для расчетов с контрагентами из разных стран, а также не прибегать к конвертации валют.

При осуществлении экспортно-импортных операций на рынках стран Западной Европы российским предприятиям приходится иметь дело с единой внешнеторговой политикой ЕС, которая дополняется действиями государственных органов отдельных стран ЕС.

В страны ЕС из России многие виды сырья поставляются беспошлинно (нефть, газ, каменный уголь, железная и хромовая руды, асбест, пиломатериалы, целлюлоза, невыделанная пушнина). Товары же, прошедшие незначительную обработку (нефтепродукты, чугун, ферросплавы, прокат черных металлов, алюминий, цинк, древесина), облагаются пошлинами. В еще более неблагоприятном положении по уровню таможенного обложения на рынках стран ЕС находятся российские готовые изделия. Например, по отдельным их видам размер пошлин составляет: на велосипеды — 17%, на легковые автомобили — 10, на текстильные изделия — 10–14, на подшипники — 9, на тракторы — 8,5, на фотоаппараты — 7,2%.

Механизм таможенного регулирования Европейским союзом импорта товаров из третьих стран имеет одну важную особенность: если товар ввезен на территорию любой страны — участницы сообщества, то, пройдя таможенные формальности, он может быть беспошлинно поставлен в другие страны этой экономической группировки.

В Европейском союзе действуют те правила и инструменты, о которых говорилось выше: лицензирование, технические барьеры, антидемпинговые меры и др. Не будем повторяться, отметим лишь некоторые, на наш взгляд, примечательные моменты.

Режим контингентирования, действовавший в отношении СССР, и по сей день применяется к России. Этот режим распространяется на 22 вида товаров (нефть, некоторые нефтепродук-

ты, уголь, газетная бумага, хлопчатобумажные и штапельные ткани, радиоприемники, телевизоры, электронные компоненты, электрические измерительные приборы, микроскопы, часы и запасные части к ним, гидроглиссеры, красители, посуда, изделия из фаянса и фарфора, игрушки и запасные части к ним, водка).

Вместе с тем следует отметить, что с 1994 г. отношения России с ЕС приобрели наконец более масштабный характер.

Поворотный момент в отношениях Российская Федерация — ЕС

Таким моментом можно считать июнь 1994 г., когда было подписано Соглашение о партнерстве и сотрудничестве России с Европейским союзом, предусматривающее существенные изменения в их торгово-экономических отношениях. Соглашение заменяет ранее действовавшее Соглашение между СССР и ЕС 1989 г., права и обязанности по которому перешли к России как правопреемнице СССР.

Соглашение установило правосубъектность России как государства с переходной экономикой, что предполагает право введения ею определенных ограничений на импорт товаров из стран ЕС. Квоты могут вводиться по следующим основаниям: структурная перестройка промышленности; проблемы в отраслях национальной экономики; сокращение доли продукции отечественных производителей на внутреннем рынке; необходимость благоприятных условий (в том числе и защиты от иностранных конкурентов) для вновь создаваемого производства.

Преференции, введенные странами ЕС на экспорт российских товаров, не предусматривают тарифных квот.

Так, в рамках Соглашения выделены отдельные категории товаров, подпадающие под преференции ЕС:

1) текстиль и ферросплавы (очень чувствительная продукция) — импортная пошлина составляет 85% обычной;

2) экономические товары, кожа, бумага, древесина, медь, часы (чувствительная продукция) — 70%;

3) стекло, инструменты, органика (получувствительная продукция) — 35%;

4) топливо, меха, никель, локомотивы — полностью освобождены от пошлин (нечувствительная продукция).

На товары, которые подпали под антидемпинговые санкции, преференциальный режим не распространяется.

Как видно, налицо положительные тенденции в торгово-экономических отношениях России и стран — членов ЕС, и Россия рассчитывает на их дальнейшее развитие.

Точно так же Россия с оптимизмом (или, как сейчас иногда говорят политики, со сдержанным оптимизмом) рассматривает перспективы сотрудничества с ВТО.

Зарождение ВТО

Генеральное соглашение по тарифам и торговле (ГАТТ) было подписано в 1947 г. 23 странами как временное соглашение, регулирующее торгово-политические отношения государств-участников, до вступления в силу Устава Международной торговой организации, которую предполагалось создать в рамках ООН. Тогда, в 1947 г., впервые в практике мировой торговли, страны-учредители достигли договоренности о взаимных тарифных уступках, т. е. о снижении ставок пошлин по согласованным товарным позициям.

Таким образом, данное соглашение стало началом создания международной многосторонней системы регулирования торговли. Во многом благодаря деятельности ГАТТ были достигнуты значительные успехи в области либерализации международной торговли и унификации правил и механизмов применения инструментов торговой политики.

Последний Уругвайский раунд ГАТТ (1986–1993) завершился подписанием Соглашения об учреждении Всемирной торговой организации.

Пакет соглашений Уругвайского раунда включает более 50 документов. В Соглашении об учреждении ВТО определены основные организационные положения, касающиеся деятельнос-

ти ВТО, в частности, ее функции, структура, статус, механизм принятия решений, порядок вступления в силу, присоединения к соглашению и выхода из него.

Таким образом, само соглашение практически не несет содержательной нагрузки в отношении правил применения мер государственного регулирования, а только устанавливает общие юридические и организационные рамки для применения таких правил, которые содержатся в соответствующих приложениях. Важным элементом Соглашения является ссылка на соглашения ГАТТ-47, которые таким образом инкорпорируются в соглашения в рамках ВТО.

Официальная смена имени

ВТО начала функционировать с 1 января 1995 г. Соглашение об учреждении ВТО подтверждает цели, которые ставились перед ГАТТ: повышение уровня жизни и доходов, обеспечение занятости населения, развития производства и оптимального использования ресурсов. Кроме того, Соглашение провозгласило в качестве новой цели достижение разумного развития за счет оптимального использования мировых ресурсов и сохранения окружающей среды.

Основные функции ВТО

Основные функции ВТО состоят в следующем:

- 1) применение условий и достижение целей многосторонних соглашений Уругвайского раунда;
- 2) создание условий для переговоров участников по вопросам, которые касаются многосторонних торговых отношений и являются предметом регулирования соглашений;
- 3) разрешение споров между сторонами в рамках достигнутых договоренностей;
- 4) организация контроля за торговой политикой стран — членов ВТО в соответствии с положениями Соглашения об учреждении ВТО;

5) применение механизма обзора торговой политики стран — членов ВТО;

6) повышение степени координации экономической политики и развитие сотрудничества с Международным валютным фондом и Международным банком реконструкции и развития;

7) оказание технической помощи и обучение специалистов из развивающихся стран.

Структура и руководство ВТО

Структуру ВТО составляют Конференция министров стран-членов, Генеральный совет, органы по различным направлениям работы, советы, комитеты, переговорные группы и секретариат.

Конференция министров (министерская конференция) является высшим руководящим органом ВТО, состоит из представителей всех стран-участниц, собирается не реже одного раза в год. Она ответственна за достижение целей ВТО и может принимать любые необходимые решения.

Повседневное руководство работой ВТО осуществляют Генеральный совет, Орган по урегулированию споров и Орган по обзору торговой политики, в компетенции которых находятся соответствующие сферы деятельности организации.

Генеральный совет состоит из представителей всех стран-участниц. Он включает в себя Совет по торговле товарами, Совет по торговле услугами, Совет по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности. Они устанавливают собственные правила и процедуры и выполняют функции в соответствии с положениями соглашений. Членство в этих органах открыто для всех участников Соглашения об учреждении ВТО.

Помимо перечисленных органов, в структуру ВТО входят Комитет по торговле и развитию, Комитет по платежным балансам, Комитет по бюджету и финансам, Комитет по торговле и окружающей среде. Комитет по торговле и развитию занимается вопросами развивающихся и наименее развитых стран. Комитет по платежным балансам организует консультации

стран — членов ВТО с теми государствами, которые ввели ограничения на импорт товаров с целью сбалансирования своего платежного баланса. Комитет по бюджету и финансам контролирует финансовое состояние ВТО и ее бюджет. Комитеты подотчетны Генеральному совету ВТО. Членство в них открыто для всех участников Соглашения.

Важным элементом структуры ВТО является Секретариат. Секретариат возглавляют Генеральный директор и четыре его заместителя. В функции Секретариата ВТО входят техническое обеспечение управленческих структур, техническое содействие развивающимся и наименее развитым странам, анализ торговой политики стран — членов ВТО, содействие в разрешении возникающих споров в торговой сфере, проведение переговоров с государствами, желающими вступить в ВТО, и предоставление им необходимых консультационных услуг.

Бюджет ВТО

Годовой бюджет ВТО в 1990-е гг. составлял около 83 млн долл. Бюджет формируется за счет взносов стран — членов ВТО, размер которых зависит от их доли в мировой торговле. Основными плательщиками в бюджет ВТО являются Европейский союз, США, Япония, Канада и другие индустриальные государства.

Консенсус — важный принцип ВТО

ВТО продолжает практику использования принципа консенсуса как главного способа принятия решений, которого придерживались и участники ГАТТ. Решение считается принятым на базе консенсуса, если при решении вопроса отсутствуют официальные возражения кого-либо из участников. Если решение не удастся принять на основе консенсуса, предусмотрена возможность утверждения решений большинством голосов стран-членов исходя из принципа “одна страна — один голос”.

Важным отличием ВТО от ГАТТ является более жесткий механизм увязывания национального законодательства и положений Соглашения об учреждении ВТО.

Как решаются споры

Система урегулирования споров между странами — членами ВТО представлена специальным Органом по урегулированию споров. Он обладает монопольным правом учреждать арбитражные группы, утверждать решения этих групп и апелляции по их решениям, обеспечивать выполнение принятых решений и рекомендаций, а также применять принудительные меры в случае их невыполнения. Урегулирование споров осуществляется либо путем вынесения предмета спора на рассмотрение Органа по разрешению споров после проведения двусторонних консультаций, которые не привели к разрешению спора, либо путем обращения спорящих сторон к Генеральному директору ВТО или специальному уполномоченному лицу организации с просьбой выступить в качестве посредника в разрешении возникшей проблемы. При этом если в течение 60 дней не удалось разрешить спорный вопрос, стороны имеют право обратиться в Орган по урегулированию споров для его улаживания с помощью третейской группы. Виновная сторона обязана выполнить все предписания третейской группы или Органа по разрешению споров. Если же решение не будет выполнено или будет проигнорировано, потерпевшая сторона имеет право потребовать компенсацию. Отказ от выплаты компенсации влечет за собой применение к виновной стороне репрессивных мер, выражающихся в увеличении ставок таможенного тарифа на товары этой стороны. В общей сложности разрешение споров в рамках ВТО может длиться от 9 до 12 месяцев.

Мониторинг торговой политики

Механизм обзора торговой политики стран — членов ВТО предназначен для регулярного наблюдения за торговой поли-

тикой и практикой отдельных государств — членов ВТО с целью установления правомерности и соответствия их политики решениям Уругвайского и Сингапурского раундов многосторонних переговоров ГАТТ/ВТО. Период наблюдения варьируется от 2 до 4 лет (в отношении стран ЕС, США, Японии, Канады и других 16 государств) или 6 лет (в отношении развивающихся и наименее развитых стран).

Обзор торговой практики и политики стран — членов ВТО осуществляет Орган по обзору торговой политики на основании анализа информации правительства страны — члена ВТО и отчета Секретариата ВТО.

Необходимость информирования Секретариата ВТО о введении новых или изменении действовавших ранее правил регулирования внешнеторговой сферы продиктована стремлением этой организации к своевременному выявлению факта применения защитных мер, оценке их правомочности и оправданности, а также к урегулированию возникающих на этой почве конфликтов.

Меры защиты от ущерба

Странам — членам ВТО разрешается применять временные защитные меры в форме ограничения импорта в тех случаях, когда иностранные товары ввозятся в таких количествах и (или) на таких условиях, что это причиняет (или может причинить) экономический ущерб отраслям, чья продукция конкурирует с импортной. Таким образом, основанием для применения защитных мер является уже причиненный или возможный ущерб.

Критерии определения ущерба для отрасли национально-го производства и механизм применения защитных мер установлены ст. 6 ГАТТ и Соглашением ВТО по защитным мерам, вступившим в силу в 1995 г. К числу таких критериев относятся: темпы и объем роста импорта; его доля на национальном рынке; изменения в уровне национального производства; загрузка мощностей; уровень продаж товаров и услуг на нацио-

нальном рынке; уровень потерь от продажи товаров и услуг на национальном рынке в результате импорта аналогичных товаров и услуг; уровень занятости населения в стране импорта.

Процедура введения защитных мер отличается особой сложностью и относится к так называемым квазисудебным процедурам, которые построены по образцу процедуры судебного разбирательства, хотя с юридической точки зрения таковыми не являются.

Защитные меры реализуются путем введения количественных ограничений или импортных пошлин, которые называются специальными пошлинами и взимаются сверх обычно действующих импортных таможенных пошлин.

Экономический смысл применения защитных мер, в отличие от традиционных таможенных пошлин и количественных ограничений, состоит не столько в создании более благоприятных условий для конкуренции национальных предприятий с иностранными поставщиками, сколько в компенсации или предотвращении тех случаев, когда национальные производители временно оказываются неспособными противостоять иностранной конкуренции.

Защитные меры устанавливаются в отношении всех стран — экспортеров конкурирующих товаров на срок, не превышающий 4 лет. Если будет установлено, что необходимо дальнейшее применение защитных мер, то их действие может быть продлено, но общий срок их действия не должен превышать 8 лет.

Ответственность за применение защитных мер несет в рамках ВТО Комитет по защитным мерам.

Традиционно активность в использовании защитных мер проявляют наиболее развитые страны. В период действия ГАТТ около 70% случаев их применения приходилось на США, страны — члены ЕС, Канаду и Австралию. В настоящее время их применяют развивающиеся страны и страны с переходной экономикой.

В качестве защитных мер страны — члены ВТО, кроме ограничения импорта, используют также и антидемпинговые меры в соответствии со ст. 6 ГАТТ и Соглашением о приме-

нии статьи 6 ГАТТ-94 (Соглашение по антидемпинговым мерам ВТО). В отличие от защитных антидемпинговые меры носят адресный характер и применяются в отношении конкретного источника демпинга.

Некоторые страны в качестве защитных мер используют субсидирование, а некоторые — компенсационные меры как ответ на субсидирование.

На какие выгоды может рассчитывать Россия

Членство в ВТО даст России возможность осуществлять торговую деятельность по принципу наибольшего благоприятствования, противодействовать антидемпинговым процедурам, защищать свои экспортные товары от торговой дискриминации и т. п.

По состоянию на конец 2001 г. насчитывалось более 130 фактов дискриминации российских экспортеров. Ущерб от их применения в 2000 г. оценивается более чем в 2 млрд долл.

Кроме того, Россия сможет защищать не только свои товары, но своих предпринимателей, действующих на рынках стран — членов ВТО.

Однако вступление в ВТО имеет не только свои плюсы, но и минусы. Например, став членом ВТО, Россия будет ограничена в возможности применения национального таможенно-тарифного регулирования, с одной стороны, а с другой — должна будет осуществить комплекс мероприятий по приведению законодательства в соответствие с нормами и правилами ВТО.

Присоединение к ВТО настоятельно потребует субсидирования некоторых отечественных отраслей экономики и прежде всего сельского хозяйства.

Преобладание экспорта над импортом во внешней торговле России может повлечь за собой давление со стороны стран — членов ВТО по сбалансированию взаимного товарооборота.

Следовательно, Россия должна отстаивать свои интересы в ВТО, которые отвечают требованиям экономической безопасности и не препятствуют проведению тех структурных преоб-

разований, которые обеспечат стране достойное место в мировом сообществе.

Для учета и защиты интересов участников ВЭД объективно необходимо, как это имеет место в зарубежных странах, их объединение в отраслевые или региональные союзы или ассоциации, которые могли бы не только отслеживать дискриминационную практику зарубежных партнеров и организовывать сбор материалов об ущербе в результате иностранной конкуренции, но и координировать выступления своих членов на внешнем рынке, предоставлять информационные и другие услуги и т. п.

Россия должна располагать необходимой законодательной базой, приведенной в соответствие с нормами и правилами ВТО, и эффективным государственным механизмом регулирования ВЭД, а также наладить регулярную систему информирования российских участников ВЭД о решениях и правилах, принимаемых ВТО.

Льготы, которые Россия может получить от членства в ВТО, распространяются на промышленные товары, экспорт которых из России в настоящее время в своей основной массе затруднен из-за их неконкурентоспособности по техническим и качественным параметрам, и необходимо время и большие усилия, чтобы изменить эту ситуацию.

Что касается товаров топливно-сырьевой группы, достигающей 70% стоимости российского экспорта, то их вывоз в целом не сталкивается с какими-либо серьезными препятствиями на внешних рынках, за исключением газа, поставки которого периодически блокируются.

Россия также намерена присоединиться к многостороннему соглашению ВТО о либерализации рынка информационных услуг (Сингапур, 9–13 декабря 1996 г.), которое затрагивает ее интересы.

Очевидно, что Россия может вступить в ВТО на условиях, которые устраивают ее с точки зрения экономической целесообразности, не препятствуют проведению тех структурных преобразований, которые обеспечат ей достойное место в мировом сообществе.

Сотрудничество России с другими международными экономическими организациями

В современных условиях Россия как участник внешнеэкономической деятельности пересматривает свои позиции в мирохозяйственных отношениях.

Страна входит в систему мировой экономики на общих основаниях, признавая все существующие правила, полностью уважая все международно-правовые акты и договоренности. С уходом в прошлое конфронтационных отношений (хотя и не во всех сферах) в мире повышается значение механизмов многосторонних взаимодействий. Членство в международных организациях, присоединение к многочисленным многосторонним конвенциям и соглашениям позволяют России занять место активного и равноправного участника мирового хозяйства.

Ныне Россия — член более 300 международных организаций, в том числе международных экономических организаций, действующих под эгидой ООН.

Важнейшая роль в этой системе принадлежит Экономическому и социальному совету ООН (ЭКОСОС). Этот орган своей многогранной деятельностью охватывает все спектры социально-экономических проблем. В рамках ЭКОСОС существует множество комиссий и комитетов, занимающихся конкретными направлениями. В большинстве этих органов активно работают как на постоянной основе, так и в качестве приглашенных экспертов российские специалисты. Примерами таких органов являются Комиссия по социальному развитию, Комитет по природным ресурсам, Комиссия по статистике, Комиссия по науке и технике, Комиссия экспертов по международным стандартам учета и отчетности.

Подразделениями ЭКОСОС являются комиссии по координации социально-экономического развития отдельных континентов: Европейская экономическая комиссия, в деятельности которой в течение 16 лет принимал участие СССР, а теперь Россия; Экономическая и социальная комиссия для Азии и Тихого океана, членом которой является и Россия; Экономическая ко-

миссия для Латинской Америки и Карибского бассейна; Экономическая комиссия для Африки; Экономическая и социальная комиссия для Западной Азии.

Российские организации и учреждения активно работают в специализированных фондах и программах ООН: Программе экономического роста и развития, Детском фонде, Фонде в области народонаселения, Всемирной продовольственной программе.

Сотрудничество с ООН открывает для России немалые потенциальные возможности получения технического и организационного содействия развитию собственной экономики.

Участвует Россия и в таких крупных и представительных международных организациях, как Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ), Международная организация труда (МОТ), Международная организация гражданской авиации, Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН.

Старейшая из них — МОТ — создана еще в 1919 г. Ее деятельность направлена на борьбу против дискриминации в области труда и занятости, а также на защиту прав трудящихся в различных социально-трудовых ситуациях.

Российские специалисты были инициаторами многих элективных программ, предназначенных для стран Азии, Африки и Латинской Америки.

Огромное значение имеет вступление России в международные валютно-кредитные организации, действующие под эгидой МВФ. Вступление России в МВФ (1992 г.) открыло для нее широкие возможности участия в мирохозяйственном процессе. Благодаря этому участию страна получила возможность пользоваться кредитами МВФ, а также кредитами МБРР.

Сотрудничество России с МБРР и организациями Всемирного банка обеспечивает ей возможность получения немалых кредитных сумм. Они должны направляться на финансирование конкретных отраслевых программ развития российской экономики.

Особо следует сказать о возможностях решения спорных ситуаций в различных арбитражных судах.

Международный арбитражный суд: объективность и эффективность

В мировой практике крупные арбитражные дела обычно рассматриваются в следующих организациях: Стокгольмском арбитражном суде, Лондонском арбитражном суде и Международном арбитражном суде при Международной торговой палате (МТП) со штаб-квартирой в Париже.

Большую часть XX столетия Международная торговая палата являлась ведущей организацией в мире по вопросам разрешения международных коммерческих споров.

Основанный в 1923 г. как арбитражный орган МТП Международный арбитражный суд стал пионером международного коммерческого арбитража. Суд возглавил борьбу за признание арбитража самым эффективным способом разрешения международных коммерческих споров во всем мире.

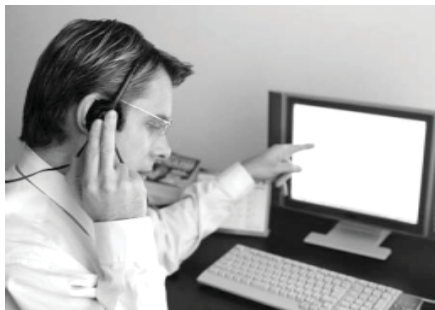
С развитием международной торговли и ускорением глобализации мировой экономики спрос на услуги суда растет из года в год.

Международный арбитражный суд МТП завоевал значительный авторитет во всем мире как наиболее беспристрастный, справедливый и добросовестный центр международного арбитража. Одним из ключевых факторов роста числа обращений в Международный арбитражный суд МТП является то, что его решения обладают самым высоким в мире процентом исполнения.

Разработанный МТП механизм разрешения споров специально предназначен для разрешения коммерческих споров в международном контексте. Подобные споры в отдельных случаях представляют и создают особые сложности и проблемы. Обычно стороны принадлежат к разным национальностям с собственными языковыми, правовыми и культурными особенностями. Кроме того, они могут иметь прямо противоположные представления о разумном и справедливом разрешении конфликта. Эти трудности могут осложняться расстоянием, а также тем, что сторона, подвергающаяся судебной процедуре на чужой территории, попадает в невыгодное положение.

По этим причинам внутренний государственный суд одной из сторон может показаться неподходящим другой стороне. МТП всегда предлагает международному бизнесу альтернативы судебному разбирательству.

Даже на национальном уровне стороны все чаще предпочитают альтернативные способы, менее дорогие и экономящие время. Арбитраж МТП предоставляет оба этих преимущества, дополняя их конфиденциальностью и свободой сторон в выборе арбитров, места проведения арбитража, применимого права и даже языка судебной процедуры.



Глава 13

Информационные услуги и технологии на службе внешнеэкономической деятельности

Внешнеторговое сотрудничество на рынках информационных услуг и технологий

В XX в. возникла и структурно оформилась новая информационно-технологическая сфера МЭО, основу которой составляет *мировой рынок информации и технологий (МРИТ)*.

С экономической точки зрения информация как некая совокупность новых сведений, расширяющих объем знаний об объекте, характеризуется следующими особенностями:

- неуничтожимостью в процессе использования;
- иным механизмом старения, по сравнению с амортизацией вещественных предметов;
- отсутствием универсальной стоимостной оценки.

На мировом рынке технология как товар представляет собой комплекс научно-технических знаний, приемов и методов производства, а также форм его организации и управления.

В отличие от других товаров стоимость информации и технологии, как и стоимость недвижимости или ценных бумаг, за-

висящей от величины дохода, получаемого в результате их использования, определяется дополнительной прибылью, возникающей в процессе реализации на рынке технологии (информации). Речь в этом случае идет о так называемой технологической ренте.

Объекты МРИТ — это результаты интеллектуальной деятельности в овеществленной (оборудование) и неовеществленной (различные виды информации, производственный опыт и знания) формах. Действующими лицами на МРИТ выступают государственные структуры, научно-исследовательские и образовательные учреждения, частные компании и физические лица — специалисты.

Мировой рынок сведений и технологий развивается весьма динамично. Уже в середине 1990-х гг. сектор сведений и технологий давал до 75% ВВП США, обеспечивая вместе с услугами 80% рабочих мест в стране. Налицо стойкая тенденция перемещения источников благосостояния от традиционных факторов производства в виде земли и капитала к информационным ресурсам.

Пятерка ведущих стран — США, Япония, Германия, Франция и Великобритания — расходует на НИОКР больше средств, чем все остальные государства мира вместе взятые, причем доля Америки превышает в указанной группе 50%. В то же время развивающиеся экономики, и особенно новые индустриальные страны, проявляют повышенную заинтересованность в использовании новейших технологий и информации для преодоления отсталости, создания современной инфраструктуры, выхода со своими товарами на внешние рынки.

Мировой обмен информацией и технологиями

Превращение теоретической модели в технологию — товар, востребованный рынком, называют инновационной деятельностью. Как свидетельствует международный опыт, для осуществления этого процесса необходимо создание инновационно-технологических центров (ИТЦ), которые специализируются на

коммерциализации разработок, их информационном обеспечении и тренинге персонала. На практике ИТЦ представляют собой конгломераты множества средних и малых предприятий, размещенных под одной крышей.

ИТЦ действуют сегодня более чем в восьми российских регионах. Они разрабатывают медицинскую, микробиологическую и оптоэлектронную технику, биотехнологические и СВЧ-установки, лазерные системы, программное обеспечение, новые материалы и инструменты.

Международный обмен информацией и технологиями представляет собой процесс взаимодействия партнеров на длительной основе. Он подразумевает отбор и приобретение информации (технологии), ее освоение с учетом конкретных локальных условий, дальнейшую модификацию или замену более совершенной.

К основным каналам информационно-технологического обмена следует отнести:

- межгосударственный (по программам научно-технического сотрудничества или внешнеторговым соглашениям);
- межфирменный (контракты с иностранными партнерами);
- внутрифирменный (обмен между структурами одной корпорации, филиалы и дочерние предприятия которой действуют в разных странах).

В последнее время именно внутрифирменная передача (трансферт) информации и технологий играет определяющую роль среди других каналов международного обмена, особенно в сфере патентно-лицензионной торговли. Характеризуя практику подобного обмена, следует сказать, что существуют как коммерческие, так и некоммерческие формы обмена. Все зависит от того, осуществляются или нет денежные расчеты при сделках между продавцом и покупателем (производителем и потребителем).

Некоммерческие формы подразумевают:

- пользование бесплатными источниками сведений (специальной литературой, информационными массивами Интернета и базами данных);

– обмен идеями, концепциями, разработками в процессе личных контактов ученых и изобретателей на конференциях, выставках и в клубах;

– стажировку специалистов за рубежом в государственных и частных компаниях;

– миграцию научно-технических кадров на временной или безвозвратной основе.

Ведущее место в некоммерческом трансфере занимают непатентованные (т. е. не защищенные свидетельством об авторском праве) сведения и технологии.

Что касается коммерческого обмена результатами интеллектуальной деятельности, то среди его наиболее распространенных форм следует отметить:

– куплю-продажу и аренду технологий в овеществленном виде (оборудование);

– патентно-лицензионный обмен;

– реализацию ноу-хау на рынке;

– инжиниринг;

– франчайзинг;

– консалтинг.

Вариант купли-продажи технологического оборудования относится к сфере торговли товарами и услугами. Следовательно, для него характерны все те особенности, которые были рассмотрены выше. Среди других коммерческих форм ведущую роль играет патентно-лицензионный обмен. С юридической точки зрения патент является документом, предоставляющим его владельцу монопольное право производить, продавать или использовать свое изобретение (открытие) на данной территории в течение определенного срока (обычно 20 лет). Критериями патентоспособности технического решения являются его новизна, промышленная и практическая применимость и так называемый изобретательский уровень заявки. Следует подчеркнуть, что юридическая защита осуществляется не только в отношении технических решений, но и в отношении товарных знаков, промышленных образцов и фирменных наименований.

В данной сфере существуют следующие виды лицензий:

– простая — дает право лицензиату (покупателю) на использование объекта лицензии в определенных пределах и не запрещает лицензиару (владельцу патента, автору изобретения) многократную ее продажу другим лицам, предусматривая, кроме того, ряд ограничений на сферу применения лицензии;

– исключительная — предоставляет лицензиату возможность монопольного использования объекта лицензии на определенном рынке;

– полная — означает передачу покупателю всех прав на использование патента, т. е. фактически его продажу;

– перекрестная — имеет в виду своеобразный обмен лицензиями между двумя партнерами;

– открытая — подразумевает готовность патентовладельца предоставить лицензию любому лицу;

– принудительная — свидетельствует о возможности вмешательства в определенных случаях государственных органов в куплю-продажу лицензии;

– сопутствующая — сопровождается поставками оборудования (в отличие от чистой, когда лицензионное соглашение носит самостоятельный характер).

Если продавец лицензии заинтересован в сохранении конфиденциальности лицензируемого объекта, применяется так называемое опционное соглашение, по которому покупатель вносит до 30% общей стоимости лицензии, получает доступ к информации на условиях секретности, а затем решает вопрос о ее приобретении. В этом случае сумма аванса засчитывается в общий объем сделки, а при отказе от лицензии авансовый платеж остается у продавца.

Сроки действия лицензионных соглашений, как правило, не превышают 10 лет и составляют в среднем 5–7 лет.

Развитие информационно-технологического обмена в последнее время немыслимо без использования ноу-хау. Процесс купли-продажи ноу-хау осуществляется по схеме торговли так называемыми беспатентными лицензиями со сроком действия аналогичных соглашений 3–7 лет. В отличие от патентно-лицензионного обмена основу приобретения и применения ноу-хау составляет коммерческая тайна. При этом конкуренты имеют

возможность самостоятельно разработать технологии на основе таких же ноу-хау.

И еще раз о франчайзинге и др.

Широкое распространение в сфере МРИТ получили также инжиниринг, франчайзинг и консалтинг.

Инжиниринг представляет собой различные услуги по составлению технических заданий, проектированию, пусконаладочным работам и т. п. Франчайзинг связан с практикой использования одной компанией торговой марки, товарного знака и прочей атрибутики другой, как правило, более крупной и широко известной потребителю компании. Консалтинг означает широкий спектр консультационных услуг, предоставляемых консалтинговой фирмой любому потребителю.

Мониторинг МРИТ осуществляют такие влиятельные структуры, как Всемирная торговая организация, Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС) со штаб-квартирой в Женеве, в Европе — Европейская патентная организация (ЕПО), функционирующая в рамках ЕЭС на основе Люксембургского соглашения о патентах 1989 г. Трехстороннее сотрудничество ЕПО, Японского патентного ведомства и Бюро патентов и товарных знаков США осуществляется с 1983 г., позволяя регистрировать около 90% изобретений в мире.

Важнейшей проблемой, стоящей перед международными и национальными учреждениями в сфере охраны интеллектуальной собственности, является борьба против пиратства и промышленного шпионажа, получивших распространение на мировых рынках нелегальной, теневой коммерции.

Тут есть еще одна проблема, правда, она касается и многих других сфер.

Когда мозги убегают

Специалисты выезжают на работу из стран с более низким уровнем жизни в государства, способные предоставить мигран-

там высокую заработную плату, лучшие условия труда, возможность реализовать свой творческий потенциал, наконец, определенные социальные гарантии.

Отрицательный эффект для направляющей страны и позитивный — для принимающей особенно ощутимы, поскольку большая часть выезжающих — как правило, молодежь, которая обладает высокой социальной, экономической и политической активностью. Ярким примером может служить ситуация с миграцией молодых специалистов из Польши с 1983 по 1987 г., когда 15% (около 50 тыс.) покинувших эту страну людей с высшим образованием соответствовало среднегодовому числу выпускников польских вузов в 80-е гг. Не лучше обстоит дело и с “утечкой мозгов” из России.

Хотя “интеллектуальная миграция” составляет лишь 3–5% всего международного оборота рабочей силы, в настоящее время наблюдается тенденция увеличения этой доли и соответственно роста экономического ущерба для направляющей страны. Ущерб, по оценкам экспертов, достигает 10% национального дохода некоторых стран-экспортеров. Кроме прямых потерь, выезд перспективных интеллектуалов за рубеж порождает внутри общества пессимизм и неверие в возможность реализации творческого потенциала личности на родине. Наконец, отток за границу специалистов усиливает позиции конкурентов на мировых рынках, так как большинство мигрантов высокой квалификации устраивается на работу в крупных транснациональных корпорациях.

Главными центрами притяжения рабочей силы выступают наиболее богатые страны: США, Канада, Германия, Франция, Великобритания, Швеция, в меньшей степени Япония, Сингапур, Тайвань. Основными каналами “утечки мозгов” являются, во-первых, отбор иностранных студентов и аспирантов зарубежными университетами, которые предлагают перспективным учащимся продолжить научно-производственную деятельность за рубежом; во-вторых, приглашение уже опытных специалистов для работы в отделения международных компаний, размещенные в данной стране, либо напрямую в структуры за ее пределами.

В период существования директивно-плановой, закрытой для международных контактов советской экономики, когда внешняя трудовая миграция фактически отсутствовала, не существовало проблемы “утечки мозгов”, во всяком случае в ее экономическом аспекте. Однако со вступлением России в систему рыночных отношений эта проблема появилась. По официальным данным, за период только с 1989 г. по 2004 г. из России уехало порядка 25 тыс. ученых, а 30 тыс. работают за рубежом по временным контрактам.

При этом основными принимающими государствами стали Кипр, Великобритания, Греция, Германия, Панама и др. Почти половина выехавших заключили контракты на срок от 6 месяцев до 1 года, а почти 15% — на период более 3 лет.

Другая ситуация наблюдается с выезжающими на постоянное место жительства. В качестве принимающей стороны лидируют Германия, США, Канада и Израиль.

Пути решения проблемы “утечки мозгов” можно подразделить на общеэкономический и утилитарный. К первому относятся стимулирование и поддержка фундаментальной и прикладной науки. Второй связан с формированием системы льгот для мигрантов, возвращающихся на родину после выполнения контрактных обязательств за рубежом. Среди них: налоговые послабления и льготные кредиты, снятие таможенных ограничений на ввоз мигрантами предметов личной собственности, введение специальных депозитных счетов и т. п.

Большое значение имеют регулирование миграционных процессов и содействие мигрантам за границей, а после возвращения домой — помощь в их адаптации к реалиям российской экономики.



Глава 14

Россия на мировом информационном рынке

Услуги мирового рынка для российских потребителей

Сегодня в России доступны все информационные ресурсы, имеющиеся на мировом рынке. Случаи дискриминации российских потребителей информационных услуг в других странах не замечены. Единственным ограничением на доступ к зарубежным информационным ресурсам может служить недостаток финансовых средств.

Открытость России для мирового рынка, а также ее привлекательность для зарубежных информационных центров существенно возрастет после присоединения к ВТО. Уже согласованы минимальные стандарты в области защиты прав интеллектуальной собственности.

Формально для западного потребителя открыта и доступна большая часть информационных услуг и продуктов информационного рынка России, за исключением части услуг систем органов государственной власти и управления.

Тем не менее российский информационный рынок еще в течение многих лет будет практически закрыт для зарубежных потребителей, но не по политическим соображениям, а из-за языкового барьера. Несмотря на то что число англоязычных аналогов российских баз данных и печатных изданий постоянно увеличивается, а некоторые из них, рассчитанные на западного потребителя, подготавливаются только на иностранных языках, их доля остается крайне малой. Практика последних лет убедительно показала, что российские фирмы имеют немного шансов закрепиться на мировом информационном рынке и часто не рассматриваются на Западе как равноправные партнеры. Это касается не только вторичной информации, но и сотрудничества в области подготовки первичной информации.

Образуется своего рода замкнутый круг, так как перевод информации на другие мировые языки стоит довольно дорого и его трудно окупить при незначительных объемах экспортных продаж, а отсутствие на мировом рынке российских информационных услуг на языках, понятных многим потребителям, не дает сформироваться рынку спроса.

Решение проблемы возможно путем внедрения систем автоматического перевода (успехи российских специалистов в этой области несомненны и признанны), а также более широкого использования сети Интернет, которая вводит английский язык в качестве языка межнационального общения.

Динамика цен на типовые информационные продукты и услуги

Согласно классической политической экономии, информация, а также информационные продукты и услуги не являются товаром. Однако благодаря наличию на них цены они могут приобретать товарную форму и таким образом выступать на рынке наравне с обычными товарами, фактически ничем не отличаясь от них. Информационные продукты и услуги — это полезные результаты труда, существующие в овеществленной (издания,

базы данных, распечатки, экраны) и неовещественной (устное информирование, информационный поиск по поручению клиента) формах.

Труд в информационной сфере может быть производительным и непроизводительным, в зависимости от того, дает ли он прибыль в рыночном хозяйстве. Когда производительный труд в информационной сфере станет преобладающим, информационная деятельность будет отнесена к сфере материального производства. Сегодня она не рассматривается как отрасль материального производства ни в одной стране мира.

Для российского информационного рынка, как и для других отраслей и сфер деятельности, в последние годы одной из важнейших проблем становится проблема реализации продукции. Цены являются концентрированным выражением конъюнктуры рынка, однако не менее важны и связанные с ценами и ценообразованием методы маркетинга, распространения и сбыта информационной продукции, а также система расчетов за оказываемые услуги.

В последние годы основой для установления цены на информационные услуги на российском рынке служит рыночная стоимость, складывающаяся с учетом признанных обществом затрат труда на их подготовку и потребительских свойств услуг, их полезности. В результате сложения многочисленных факторов, действующих одновременно как в сторону повышения (например, рост инфляции), так и в сторону понижения (например, уменьшение стоимости) цены, на российском рынке информационных услуг наблюдается множественность цен. Причем цена на российском информационном рынке, так же как и на мировом, часто является многоставочной. Используется сложная система скидок и надбавок к справочной цене, публикуемой в проспектах, в зависимости от типа потребителя, условий предоставления и использования услуг и проч.

В российской информационной инфраструктуре формируется своя система экономических условий, включающая не только систему цен и ценообразования на услуги, но и систему ведения расчетов за них, систему организации и финансирования

этого вида деятельности. В настоящее время многие информационные службы пытаются упростить систему цен на услуги и расчетов за них, создать единообразные правовые нормы предоставления и использования информационных услуг, включая не только торговое, но и авторское право.

И тут свои минусы

Быстрый переход к информационному рынку сопровождается рядом негативных моментов. Так, относительно ценообразования на услуги многие российские информационные службы часто забывают, что цена стандартных услуг, в которых нуждается значительное число пользователей, должна быть оптимальной (невысокой), так как именно это способствует получению максимального дохода в результате роста количества продаж. Если услуга усложняется, цена должна возрастать.

Возможность многоаспектного и многократного использования информационных ресурсов обусловила традиционно низкие цены на простые информационные услуги во всем мире, и вряд ли в России рынок позволит сделать из этого правила исключения. Однако при наличии на рынке отечественных и импортных услуг цены на них как бы автоматически подтягиваются до среднего уровня мировых цен. Это нельзя считать оправданным, так как уровень текущих затрат в России все еще значительно ниже, чем в мире.

С другой стороны, такой подход стимулирует стремление к повышению эффективности информационной работы и снижению себестоимости.

Устанавливая высокие цены, многие российские информационные службы все еще не могут осознать, что себестоимость услуги больше не может служить основой цены и аргументом в торговле, как это было в СССР. Высокая себестоимость, не покрываемая ценой, которую готов платить потребитель, в России все еще не воспринимается как сигнал о том, что у информационной службы есть только два выхода: либо отказаться от оказания данной услуги, либо снизить себестоимость.

При ценообразовании российские информационные службы часто забывают, что главным принципом выбора схемы формирования цены должны быть ее понятность для потребителя и минимальные затраты на организацию учета в самой службе.

Анализ показывает, что, несмотря на многократный рост цен в целом, цены на информационные услуги и продукты выросли незначительно, но даже при таком сравнительно малом росте информационные службы уже столкнулись с границей платежеспособного спроса.

Проекты и программы информатизации России

В последнее время в России подготавливаются разнообразные программы, проекты и концепции, направленные на развитие информатизации в обществе. Опыт в этой области былработан еще в рамках СССР. Среди общероссийских программ, унаследованных от бывшего СССР и появившихся в первые годы российской самостоятельности, можно выделить:

- проект общегосударственной программы информатизации общества на 1990–2005 гг.;
- концепцию правовой информатизации России, утвержденную Указом Президента РФ от 28 мая 1993 г. № 966.

Российское государство осуществляет финансирование ряда федеральных и региональных программ, а также более узких программ и проектов, часть которых можно рассматривать как поддержку формирующегося в России информационного рынка.

В наибольшей степени реализована программа информатизации регионов. Региональная информатизация предполагает селективный отбор основных направлений, выбор систем тематических баз данных, базовых объектов и процессов информатизации, территориальных опорных зон. В 1995 г. работа в рамках программы велась в семи опорных зонах, выбранных на конкурсной основе с учетом уже достигнутого уровня информатизации, наличия кадров разработчиков и заказчиков.

Финансирование региональных программ информатизации строится таким образом, что наряду с бюджетными привлекаются средства заинтересованных организаций, средства различных фондов поддержки научно-технического развития, средства общественных или специализированных фондов или ассоциаций, иногда средства коммерческих организаций и банковские кредиты. Тем самым для реализации программы создается специальный экономический механизм, который, в свою очередь, является не только рычагом государственного воздействия на процессы информатизации, но и формирует рыночную инфраструктуру информационной деятельности с использованием различных форм предпринимательства.

Реализация Концепции правовой информатизации России показала, что привлечение крупных государственных структур и расходование больших объемов бюджетных средств не являются гарантией решения задачи. При объединении усилий коммерческих структур результаты были бы более значительными.

Вопросы информатизации решаются и в рамках других программ. Существенное место они занимают:

- в ФЦП “Электронная Россия (2002–2010 годы)”;
- в Проекте “Информатизация системы образования” (совместно с МБРР).

Единая система координации работ по различным программам, охватывающим вопросы информатизации, в России отсутствует. Необходимость координации очевидна, так как информационная составляющая имеется в большей части программ, финансируемых по линии министерств и ведомств, а также территорий.

Важно, что современная телекоммуникационная инфраструктура, создаваемая в России, открывает новые возможности для развития информатизации общества.

Международные проекты

Рассмотрим сущность международных проектов, содействующих развитию информационного рынка России. Ранее

СССР участвовал в международном сотрудничестве в информационной деятельности по трем основным направлениям:

- создание общих информационных систем и работа в них, прежде всего в рамках СЭВ и ООН;
- обмен, в основном неторговый, информационными продуктами и услугами;
- сотрудничество в области методологии информационной деятельности (разработка стандартов, правовых норм, обмен опытом информационной работы).

С распадом СССР Россия приняла на себя значительную часть его международных обязательств и продолжила сотрудничество, но преимущественно по второму и третьему направлениям, хотя и в ограниченных объемах. Продолжается сотрудничество по первому направлению, например, в рамках ЮНЕСКО, ЕЭК, ЮНКТАД (Конференции ООН по торговле и развитию) и др. В сотрудничестве по второму направлению ведущая роль перешла от государственных структур к негосударственным, и неторговый обмен стал уступать место нормальному, торговому, даже если он осуществляется при участии государственных структур.

Началась реализация ряда проектов в сотрудничестве с европейскими странами и США как на межгосударственном уровне, так и по линии государственных, общественных и коммерческих организаций.

Одним из интересных примеров международного сотрудничества между Россией и США является создание службы информационной поддержки российско-американской торговли BISTA (Business Information Service for Trade with America), своего рода аналога системы BISNIS (Business Information Service for Trade NIS), созданной в США. BISTA действует с 1995 г., предоставляя деловую информацию и оказывая консультационные услуги.

Крупным поставщиком информации в нашей стране является, в частности РИА “Новости”.

ФГУП Российское агентство международной информации “РИА Новости” — информационное агентство, которое действует не только в России, но и в странах СНГ, Балтии и Восточной Европы. Его представительства находятся более чем в 70 точ-



**Заслуженный работник “информационного фронта”
трудится по адресу www.rian.ru**

ках планеты — в Европе, Северной и Южной Америке, Африке, Австралии, Центральной и Юго-Восточной Азии.

Круглосуточно в режиме реального времени агентство распространяет оперативную информацию на русском, английском, французском, немецком, португальском, испанском, сербском и арабском языках по каналам электронной и выделенной связи, телетайпом и в сети Интернет (www.rian.ru), а также в виде печатных вестников, бюллетеней и справочников. Суммарно на его информационных лентах ежедневно выходит свыше 2000 сообщений на общественно-политическую, экономическую, научную и финансовую тематику.

РИА “Новости” первым из всех российских информагентств сделало бесплатными большое количество своих информационных продуктов, что ему позволило еще раз подтвердить свое лидерство в информационном секторе рынка.

Его информация передается в Администрацию Президента РФ и в Правительство РФ, во все силовые министерства, в Совет безопасности РФ, Федеральное Собрание РФ, его цитируют все центральные и региональные отечественные СМИ — телевидение, радио, газеты. За границей его информацию используют в своей работе не только информационные агентства (“Рейтер”, ВВС, “Франс-Пресс”, CNN, “Глобо”), но и посольства России, иностранные государственные, общественные и политические организации, радио и телевидение, газеты и журналы, ведущие международные и национальные информационные интернет-издания.

Обладая огромными возможностями за рубежом, имея налаженные и долгие связи с представителями иностранных электронных и печатных СМИ, агентство располагает уникальной возможностью проведения PR-акций для продвижения товаров и услуг отечественных производителей на рынки всех пяти континентов. Это организация пресс-конференций, семинаров, круглых столов, в том числе в Интернете — в режиме реального времени, подготовка и размещение статей в зарубежных печатных и электронных СМИ, организация визитов и освещение этих визитов в СМИ, организация и проведение выставок, презентаций и других мероприятий, аналитические разработки и анализ рынка СМИ по конкретной тематике, подготовка эксклюзивных материалов журналистами, специализирующимися на конкретной теме (статьи, интервью, комментарии, заявления для прессы, пресс-бюллетени и проч.), мониторинг СМИ по различным тематическим направлениям, подборка тематических материалов.

Кроме того, за рубежом РИА “Новости” издает два еженедельника: “Спутник-Новости” на русском языке и “Russian Mirror” на английском. Читателями “Спутника-Новости” являются в основном представители многочисленной зарубежной русскоязычной диаспоры, а аудитория “Russian Mirror” — бизнесмены, ведущие свои дела в России или с российскими предпринимателями. В названных изданиях возможно размещение прямой рекламы, а также статей о деятельности фирм и компаний.

На протяжении всей истории РИА “Новости” было и остается специализированным агентством, ориентированным на зарубежную аудиторию.

Итак, почти все сделано

Мы рассмотрели основные проблемы внешнеэкономических связей и их управления, но мы не можем поставить на этом точку, пока не скажем о кризисе, “неожиданно” пришедшем в мир и Россию в 2008 г. Говорить на эту тему мы будем главным образом потому, что все, что связано с кризисом, слишком серьезно.



Глава 15

От кризиса к кризису или все же когда-нибудь — к стабильности ?

Кризисы: теория и практика

Экономический кризис (от греч. krisis — решение, поворотный пункт, исход) — резкое ухудшение экономического состояния страны, проявляющееся в значительном спаде производства, нарушении сложившихся производственных связей, банкротстве предприятий, росте безработицы и в итоге — в снижении жизненного уровня, благосостояния населения.

Финансовый кризис — глубокое расстройство государственной финансовой денежной системы, проявляющееся в резком несоответствии доходов бюджета их расходам, нестабильности и падении валютного курса национальной денежной единицы, взаимных неплатежах экономических субъектов, несоответствии денежной массы в обращении требованиям закона денежного обращения, инфляции.

Теперь о практике. Начнем со страны, по мнению многих, давшей старт мировому кризису. В США только за 2008 г. (скажем сразу, не первый кризисный год) потеряли работу около 2,6 млн человек — самый худший показатель с 1945 г. Всего же на конец того года в США было более 10 млн безработных — самая высокая цифра за предыдущие 14 лет.

Фондовый рынок США к концу 2008 г. давал самые худшие за все время его существования показатели, что вызвало весьма негативные процессы в различных отраслях.

Плохи цифры и для других ведущих стран. Там ожидается падение ВВП более чем на 0,2% — впервые после Второй мировой войны, сокращение рабочих мест, закрытие предприятий и фирм. По другим прогнозам (в частности, Центробанк Франции) ВВП стран, входящих в ЕС, в 2009 г. может сократиться на 2%.

Тревожный сигнал из Англии: в январе 2009 г. правительственная статистическая служба страны сообщила о том, что экономика официально вступила в фазу рецессии. В последний раз страна находилась в фазе рецессии в 1992 г. На этой новости курс британского фунта стерлингов упал до 25-летнего минимума — 1,3625 долл.

Специалисты уверены, что это только начало. Кризис набирает темп.

Кризисы закономерны

Это не оправдание происходящему, это приговор капитализму, кстати, вынесенный довольно давно. Одна из главных причин — в “переедании”, неумеренном потреблении: поскольку такое отношение к благам при капитализме есть, то нынешний кризис был неизбежен. Как неизбежны были другие подобные явления в прошлом. Капитализм их периодически производит, о чем предупреждали старые классики-экономисты и о чем говорили многие аналитики накануне того, что разразилось в 2008 г.

По мнению российских экономистов, эпицентром финансового взрыва стали США, где финансовый пузырь ипотечного кредитования надувался с 2002 г. В результате критического повышения уровня просроченной задолженности в Америке котировки ипотечных облигаций обрушились, пузырь лопнул, а ударной волной накрыло полмира. Сегодня многие страны национализуют банки, вливают деньги в экономику, но это лишь

сбивает “больному” температуру, а причину болезни — крах идеологии — не лечит.

В России, похоже, дела похуже

Конечно, фактор влияния на Россию кризисных явлений в других странах, прежде всего в США, присутствует, но у России, уже имеющей опыт ряда крупных кризисов, есть и свои дополнительные причины начавшейся беды. Например, представители Всемирного банка (ВБ) считают, что “постоянно растущие расходы бюджета сделали Россию гораздо более чувствительной к колебаниям мировых нефтяных цен”.

По их мнению, вместо диверсификации в последние годы в России увеличивалась зависимость российского бюджета от нефтяных доходов. И теперь даже в случае сохранения мировых цен на нефть на уровне 60–80 долл. за баррель Россия может растерять все свои нефтяные резервы и фонды уже к 2018 г., когда потребуется финансировать инфраструктуру, а расходы бюджета на пенсионную систему вырастут до 4% ВВП. Если отказаться от этих расходов, “проедание” нефтяных резервов можно растянуть до 2040 г.. Но если цена на нефть снизится до 30 долл. за баррель, тогда, по мнению ВБ, Россия превратится в чистого должника “чрезвычайно быстро”.

Мнение директора Института глобализации и социальных движений Б. Кагарлицкого, высказанное в октябре 2008 г.: “Технически бюджет будет официально сведен при любой цене на нефть. Это сделают очень красиво. Но бюджет будет выполняться примерно до осени 2009 г. Стабилизационный фонд закончится летом 2009 г., и несколько месяцев страна будет держаться за счет золотовалютных резервов. Окончательно бюджет может развалиться в октябре — ноябре 2009 года”.

Но это что-то слишком быстро. Должно же быть спасение. У нас, да и во всем мире, столько умных голов, и они, думается, прекрасно понимают, что необходимо действовать быстро и сообща, чтобы найти правильные, эффективные решения для выхода из кризиса.

Деньги — вперед!

Весь западный мир бросился себя спасать. Например, в самом начале явных признаков катастрофы американский Сенат одобрил план выхода из финансового кризиса стоимостью 700 млрд долл. Государство готово гарантировать вклады на сумму до 250 тыс. долл., а не до 100 тыс., как ранее. Помимо этого быстрыми темпами растет дефицит бюджета США, который на начало 2009 г. уже превышал 1 трлн долл.

Миллиарды евро тратят на спасение своих банков и экономики вообще большинство стран ЕС.

По некоторым оценкам, на конец 2008 г. в мире на борьбу с кризисом выделено уже 9,4 трлн долл., что составляет порядка 15% мирового ВВП. В большинстве стран средства резервируются для госгарантий.

Как сказано выше, такие вливания, видимо, только “сбивают температуру”, но не лечат.

Терапия по-русийски

Пока Россия тоже идет по пути финансовых вливаний. К концу 2008 г. ее правительство выделило на осуществление антикризисных мер порядка 6 трлн руб., что составило 13,9% ВВП России. Эти средства в основном были выделены на повышение капитализации кредитных учреждений и скупку активов.

Эксперты (не все) утверждают, что это фундаментально неверная стратегия. Нынешний кризис — это кризис доверия, говорят они. Поэтому основной антикризисной мерой должно стать предоставление госгарантий, как это происходит во всем мире. Однако этого пока не делается.

Среди других проблем отмечают полное отсутствие механизмов контроля над выделяемыми средствами. Поэтому огромная часть средств, направленных государством на помощь банкам, уже оказалась на иностранных рынках. Антикризисные меры необходимо было принимать как минимум три года назад, осуществляя инвестиции из Стабфонда в российскую экономику.



Год 2008. Начались увольнения. На снимке — сокращенные сотрудники блокируют въезд на предприятие

В общем, правительственные мужи, эксперты, банкиры страны спорят, совещаются, принимают спасительные, на их взгляд, решения. Даже временами уверяют, что все, как говорится, путем. Страна выдержит, она сильная и умная. Словом, на государственном уровне — сочетание сдержанной паники и туманных посулов.

А на уровне обыкновенного человека? Ряд аналитиков просто уверены, что финансовый кризис может больно ударить по населению страны. Сбережения россиян, которые оцениваются в 6 трлн руб., могут обесцениться, уменьшатся реальные доходы при снижении покупательной способности рубля. Велика опасность роста безработицы и закрытия предприятий.

Сегодня простой россиянин не знает толком, как ему спастись. Ему уже не до разбирательств “кто виноват?”. Главное — “что делать?”. Он чувствует себя брошенным в пучину неизвестности и многих опасностей.

Человек за бортом!

Для обычных людей важно сохранить свои “кровные” накопления или хотя бы с умом их потратить. Мы пообщались с экономистами и опытными экспертами и приготовили несколько “спасательных кругов” — на разные силы, средства и жизненный опыт потерпевших.

Итак, пока экономисты не советуют гражданам заниматься крупными капиталовложениями, единственно верным решением остается переждать “непогоду”. Вопрос в том, как сделать это куда надежнее, а лучше — с выгодой поместить свои сбережения. Некоторые ответы на этот вопрос имеются. Конечно, это не гарантия спасения, но все же некий путь к выживанию.

1. *Открыть свой небольшой бизнес.* Это сильное средство, но многое зависит от финансов, которыми вы располагаете. Как ни парадоксально, период кризиса может стать неплохим толчком для осуществления этого проекта или заставить задуматься: а не войти ли в долю с кем-то из друзей или знакомых в уже существующем. Однако многие понимают, что идея эта хоть и заманчивая, но рискованная.

2. *Ценные бумаги.* Сейчас почти идеальный момент, чтобы “войти в бумагу”: акции практически всех предприятий упали, при этом эксперты отмечают, что они недооценены. Правда, здесь нужна хорошая подготовка: большинство россиян мало разбирается в тонкостях столь популярной на Западе финансовой игры. Если повезет, можно и заработать. Но гарантий нет.

3. *Покупка земли.* Во-первых, с каждым годом она сама по себе становится ценнее, во-вторых, со временем на месте “огородика” можно “вырастить” коттедж — если не для себя, то на продажу. Здесь тоже наблюдается спад цен. Если земля уже есть в наличии, то можно задуматься о строительстве. Для этого сейчас наиболее благоприятный период: цены на стройматериалы падают, в связи с сокращением рабочих мест для строителей цены на их услуги также должны снизиться. В конце концов можно обзавестись своим огородом для выращивания картофеля, овощей, фруктов и т. д.

4. *Недвижимость*. Эксперты единогласны — недвижимость будет дешеветь. Еще выгоднее вкладывать средства в незакончившееся, или даже неначившееся строительство. Сейчас строительные компании снижают стоимость на такие объекты. Хотя и здесь тоже есть проблемы и высокий риск.

5. *Можно также подумать о покупке драгоценностей, картин, икон* — весьма неплохое средство сохранения (и даже умножения) своих сбережений. Обязательно возьмите консультацию профессионалов.

6. *Можно вложить свои деньги в сельское хозяйство*. Например, в животноводство, птицеводство, рыбное хозяйство — словом, в будущие продукты питания.

Так что варианты есть. Главное — не паниковать, собрать волю в кулак, анализировать, искать, обратиться к знающим людям за советами. И, видимо, придется прибегнуть к нашим проверенным средствам — терпению и умению работать.

Так сколько еще нам мучиться?

Тут мнения российских экспертов и чиновников расходятся. Например, Минэкономразвития РФ в скорректированном прогнозе социально-экономического развития на 2009–2011 гг. исходит из того, что мировой финансовый кризис продлится около двух лет.

В Институте проблем глобализации считают, что этот кризис, по меньшей мере, затянется на 3–4 года, если повезет. Если нет, то и на несколько десятков лет. К примеру, Великая депрессия началась в 1929 г., а в полной мере можно было говорить о ее окончательном преодолении примерно в 1934–1935 гг. Нефакт, что нынешний кризис будет долго свирепствовать в острой фазе, но в депрессивной он может продолжаться очень долго.

По мнению экспертов Института, когда Правительство РФ спасает крупнейшие корпорации, оно фактически “подрывает всю финансовую систему, все резервы, которые имеет, при том, что кризис только начинается... Если же правительство их не спасает, то неминуемо возникнут огромные проблемы у ведущих

корпораций. Причем не только у финансовых, но и у производящих, ипотечных”.

Россия, как и весь мир, находится в равной экономической ситуации — более или менее. Эксперты Института считают, что “все планы, стратегии и проекты, которые были придуманы в расчете на 2010 г., можно просто забыть, даже в архив их не стоит сдавать, в лучшем случае, в музей. Они не имеют никакого отношения к экономической реальности, в которой мы сейчас живем. Если чиновники этого еще не понимают, то, думается, что ощутят, как говорится, на собственной шкуре в ближайшее время.

Объективности ради отметим, что есть и другие мнения. Коротко: их смысл очень оптимистичен: Россия “переварит” любой глобальный кризис. Так утверждают многие российские государственные деятели.

Посмотрим, кто прав. От души желаем триумфа оптимистам.

Первые, предварительные выводы

1. Интеграция в мировую экономику стоила России потери иммунитета к глобальным потрясениям. Теперь от состояния американской экономики и темпов роста стран поздней индустриализации напрямую зависит динамика и на нашем фондовом рынке. Ситуация же на мировых рынках, мягко сказать, безрадостная.

Уникальность быстро набирающего силу нынешнего кризиса в том, что в прошлом подобные процессы происходили либо по отдельным классам активов, либо в отдельно взятых странах. На сей раз “иррациональный энтузиазм”, охвативший мировые рынки, объединил и акции, и долги, и ликвидность, и курсы валют по отношению к доллару.

2. Из беды лучше выбираться сообща. Это в последнее время демонстрируют все ведущие государства, организовывая совещания и встречи на самых высоких уровнях для выработки схем совместных действий по преодолению острых кризисных явлений. Мы все крепко повязаны в этом глобализованном мире.

Не гарантия, но скорее всего вместе мы быстрее выберемся из кризиса.

3. Нужно продолжать активную работу на мировых рынках, диверсифицировать свои внешнеэкономические связи, усиливать контакты с проверенными партнерами и укреплять связи с новыми. Неслучайно в начале книги приводились примеры того, как внешняя торговля, внешние экономические связи способствовали спасению России в труднейший период ее истории. Самое время вспомнить об этом.

4. Грозное (не первое) предупреждение России: нельзя ставить все на нефть и газ. Срочно уходить от сырьевой зависимости, развивать собственные передовые, наукоемкие сферы и т. д. — все знают, что означает это “и т. д.” — мы на данную тему уже говорили в этой книге.

5. Привязанность к доллару как единственной мировой резервной валюте показала большие минусы. Не больше доверия к евро. Вполне закономерно, что ряд стран, и Россия в том числе, начали думать и даже предпринимать шаги по ведению сделок с разными странами в национальных валютах.

6. Теперь уже для многих очевидно, что рыночная система хозяйства — не панацея. В свое время под эгидой ООН была разработана концепция устойчивого (без кризисов) развития общества и экономики. Она предусматривает гуманизацию социально-экономической жизни общества, обеспечение действенного контроля за эффективностью использования природно-ресурсного потенциала Земли в интересах всего населения планеты, соблюдение прав и свобод граждан, социальную защиту населения на путях более равномерного распределения доходов и капиталов. Эта концепция получила названия третьего пути.

Не все принимают ее всерьез, считая очередной утопией, но она все же притягивает умы ученых, специалистов, общественных и политических деятелей разных стран. Многие из них задумываются над экономической моделью этого варианта развития.

И в заключение — прогноз для развлечения и размышления

Предлагаем вниманию читателей любопытную статью из Интернета о проходившем на острове Родос (Греция) в октябре 2008 г. международном общественном форуме “Диалог цивилизаций”.

Экономический кризис — лишь верхушка тех проблем, с которыми столкнулась сегодня планета.

Терпит крах не только финансовая система, но и само мировое устройство с гегемонией одного государства. Рушится американская идеология общества потребления. Что ждет нас в ближайшее время, каким быть новому миру и как его строить обсуждают многие политики, ученые, экономисты, предприниматели.

Кризис только нарастает, в этом едины выступившие на форуме эксперты. По вопросу о том, чем он закончится и когда, такого единодушия нет. Президент компании экспертного консультирования “Неокон” М. Хазин считает, что падение будет продолжаться до тех пор, пока ВВП США не опустится на 30%, а потребительский спрос не упадет на 20%. Другие специалисты предрекают, что в ближайшие годы “штаты”, как единое государство, могут рухнуть совсем.

Говорилось и о тревожных перспективах Европейского союза. “ЕС уже поздно координировать действия по предотвращению кризиса. — констатировал профессор экономики Школы высшего образования в области социальных наук Жак Сапир (Франция), — Гораздо быстрее и эффективнее делают это правительства стран, входящих в союз”. Очухавшись после тушения финансового пожара, европейцы наверняка задумаются, для чего им столь недееспособное объединение?!

В условиях, когда США и другие развитые страны оказались деморализованы кризисом, который разгорелся при их непосредственном участии, надежды на создание нового мирового порядка связывают со странами БРИК (Бразилия, Россия, Индия, Китай).

“У этих стран есть значительные природные запасы и есть доверие мира к ним. — сказал сопредседатель и основатель форума “Диалог цивилизаций” индийский футуролог Капур Джагдиш Чандра. — Одна из конкретных задач, которую должен решить этот порядок — борьба с бедностью. Сегодня 70% населения земли испытывают нехватку тех или иных товаров или услуг”.

Помимо вполне материальной задачи накормить планету, перед координаторами нового мирового устройства стоит и духовная задача: поиски нового пути общественного развития. Идеология общества потребления изжила себя.

Библиография

Авдокушин Е. Ф. Международные экономические отношения. — М.: ИВЦ “Маркетинг”, 1999.

Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.

Андрианов В. Д. Россия в мировой экономике: Учеб. пособие. — М.: Владос, 1998.

Арский Ю. М., Гиляровский Р. С. и др. Информационный рынок России. — М.: ВИНТИ, 1996.

Бак В. И. Управление внешнеэкономической деятельностью хозяйствующих субъектов в России: Учеб. пособие / Под ред. Э. Э. Батизи. — М.: ИНФРА-М, 1998.

Белоусов А. С. Международный менеджмент: Учебник. — М.: Юрист, 2000.

Бляхман Л. С., Галенко В. П., Минкин А. В. Введение в менеджмент. Учеб. пособие. — СПб.: СПбУЭФ, 1994.

Буглай В., Ливенцев Н. Международные экономические отношения. — М.: Финансы и статистика, 1996.

Внешеэкономическая деятельность предприятия: основы: Учебник для вузов / Под ред. Л. Е. Стровского. — М.: ЮНИТИ, 1996.

Внешеэкономический бизнес в России: Справочник / Под ред. И. П. Фаминского. — М.: Республика, 1997.

Внешеэкономический толковый словарь / Под ред. М. Л. Фаминского. — М.: ИНФРА-М, 2000.

Галумов Э. А. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. — М.: ЗАО Бизнес-школа “Интел-Синтез”, 1999.

Глазьев С. Российская реформа и новый мировой порядок // Российский экономический журнал. — 1997. — № 7.

Грачев Ю. Н. Внешнеэкономическая деятельность. Организация и техника внешнеторговых операций: Учеб.-практ. пособие. — М.: ЗАО “Интел-Синтез”, 2001.

Давыдов О. Д. Внешняя торговля — время перемен. — М.: АО Марко-Медиа, 1966.

Данилџев А. В. Международная торговля: инструменты регулирования. — М.: Деловая литература, 1995.

Демин Н. Я., Климова Е. Н. Менеджмент во внешнеэкономической деятельности (обобщение и рекомендации). — М.: Внешторгиздат, 2000.

Долгов С. И. Глобализация экономики: новое слово или новое явление? — М.: Экономика, 1998.

Друзик Я. Мировая экономика на финише века. — Минск: Эконом-Пресс, 1997.

Елова М. В., Муравьев Е. К., Панферова С. М. и др. Мировая экономика: Введение во внешнеэкономическую деятельность: Учеб. пособие для вузов. — М.: Логос, 2000.

Жуков С. Россия: экономическое развитие и императивы глобализации // МЭ и МО. — 1999. — № 1.

История европейской интеграции. — М.: Наука, 1996.

Калачев А. А. Внешнеэкономическая деятельность компании в схемах: методы и технологии работы. — М.: Изд-во МГСУ “Союз”, 2001.

Киреев А. Международная экономика. — М.: Международные отношения, 1997.

Королев И. Мировая экономика после финансового кризиса // МЭ и МО. — 1998. — № 7.

Кредисов А. И., Березивенко С. Н., Быков Т. Н. и др. Управление внешнеэкономической деятельностью: Учеб. пособие. — Киев: ВИРА-Р, 2001.

Куделя А. Д. Стратегический корпоративный менеджмент. — М., 2000.

Курьеров В. Внешнеэкономические связи // ЭКО. — 1996. — № 6.

Кутовой В. М. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности в Российской Федерации. — М., 1997.

Международные экономические отношения / Под ред. В. Е. Рыбалкина. — М., 1994.

Международные экономические отношения: Учебник / Под общ. ред. В. Е. Рыбалкина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЗАО Бизнес-школа “Интел-Синтез”, 1998.

Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / Пер. с англ. — М.: Дело, 1995.

Метелкин Н. Мировое хозяйство и его регулирование. — М.: Станкин, 1994.

Мировая экономика / Под ред. А. С. Булатова. — М.: Юристъ, 1999.

Мировая экономика на рубеже XXI века. — М.: ИНИОН РАН, 1994.

Научно-техническая политика: проблемы формирования и реализации / Отв. ред. А. Г. Фототов. — М.: Наука, 1990.

Ноздрева Р. Б. и др. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью: 17-модульная программа для менеджеров “Управление развитием организации”. Модуль 10. — М.: ИНФРА-М, 1999.

Носкова И. Я., Максимов Л. М. Международные экономические отношения. — М.: ЮНИТИ, 1995.

Нухович Э. С., Смитиенко Б. М., Эскиндаров М. А. Мировая экономика на рубеже XX–XXI веков: Учеб. пособие. — М.: Фин. акад. при Правительстве РФ, 1995.

Орловский Э. И. Основы внешнеэкономических связей в Российской Федерации: Учеб. пособие. — СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 1998.

Основы внешнеэкономических знаний / Под ред. И. П. Фаминского. 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Международные отношения, 1994.

Пebro М. Международные экономические, валютные и финансовые отношения / Пер. с фр. — М.: Прогресс-Универс, 1994.

Покровская В. В. Международные коммерческие операции и их регламентация. — М.: ИНФРА-М, 1996.

Попов С. Г. Внешнеэкономическая деятельность фирмы. Особенности менеджмента и маркетинга. — 3-е изд. — М.: Ось-89, 2000.

Попов С. Г. Основы менеджмента: Учеб. пособие. — М.: Ось-89, 2006.

Портер М. Международная конкуренция. / Под ред. и с предисл. В. Д. Щетинина; Пер. с англ. — М.: Международные отношения, 1993.

Проблемы конкурентоспособности товаров на мировом рынке в условиях НТР. — М.: ВНИИВС, 1988.

- Проблемы конкурентоспособности экспортной продукции и маркетинг (методологические аспекты). — М.: ТПП СССР, 1988.
- Прокушев Е. Ф.* Внешнеэкономическая деятельность: Учеб.-практ. пособие. — 3-е изд. — М.: ВИНТИ, 1999.
- Пчелинцев А. К., Трайнев О. В.* Краткий терминологический словарь предпринимательской, управленческой, менеджерской деятельности. — М.: ЦОПКБ ВИМ, 1997.
- Романов А. Н., Корлюгов Ю. Ю., Красильников С. А. и др.* Маркетинг: Учебник / Под ред. А. Н. Романова. — М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 1995.
- Россия и международные экономические организации // Материалы “круглого стола” МГУ им. М. В. Ломоносова, 24 ноября 1998 г. — М.: ТЕИС, 1999.
- Рубинская Э. Т.* Управление внешнеэкономической деятельностью. — М.: Контур, 1998.
- Савин В.* О таможенных пошлинах России // Внешняя торговля. — 1994. — № 6.
- Сарыев О. Г.* Иностранные инвестиции в экономике России. — М.: Научная книга, 1998.
- Семенов К. А.* Международная экономическая интеграция: Учеб. пособие. — М.: Логос, 2001.
- Сергеев Е. Ю.* Международные экономические отношения: Курс лекций. — М.: ИВЦ “Маркетинг”, 2000.
- Сергеев Л.* О месте России в глобальной экономической системе // Банковское дело. — 1999. — № 3.
- Серегин В. П.* Иностранные инвестиции в России: проблемы правового регулирования и государственной регистрации. — М.: Издатцентр, 1997.
- Словарь современных юридических и управленческих терминов. — М., 1990.
- Смирнов Э. А.* Основы теории организации. — М.: ЮНИТИ, 1998.
- Спартак А.* Государственная поддержка экспорта в России // Внешняя торговля. — 1996. — № 4.
- Спиридонов И. А.* Международная конкуренция и пути повышения конкурентоспособности экономики: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА, 1997.

Стародубровская И. В. От монополизма к конкуренции. — М.: Политиздат, 1999.

Таможенное право: Учебник / Под ред. *Б. Н. Габричидзе*. — М.: БЕК, 1995.

Трайнев В. А., Алексеев И. С. и др. Стратегия и тактика предпринимательской деятельности в отечественной и зарубежной практике. — М.: ВИНТИ, 1995.

Трайнев В. А., Матвеев Т. Н. Интегрированные информационные коммуникационные технологии и системы в управленческой деятельности. — М., 2001.

Турбан Г. В. Внешнеэкономическая деятельность. — Минск: Высшая школа, 1997.

Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. — М.: ИНФРА-М, 2000.

Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика / Пер. с англ. — 2-е изд. — М.: Дело, 1993.

Цены на машины и оборудование на капиталистическом рынке: Справочник. — 3-е изд. — М.: ВНИКИ, 1990.

Черенков В. Международный маркетинг: Учеб. пособие. — СПб.: Общество “Знание”, 1998.

Шагалов Г., Пресняков В., Фаминский И. Регулирование внешнеэкономических связей. — М.: ИНФРА-М, 1997.

Шепель В. М. Имиджеология: секреты личного обаяния. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Культура и спорт: ЮНИТИ, 1997.

Щербанин Ю., Розеков К., Рыбалкин В., Фишер Г. Международные экономические отношения. Интеграция. — М.: ЮНИТИ, 1997.

Щетинин В. Д. Международные экономические отношения. Курс лекций. Вып. 1. — М.: Дипломатическая академия МИД РФ, 1996.

Экономика внешних связей России / Под ред. *А. С. Булатова*. — М.: БЕК, 1995.

Экономика: Учебник / Под ред. *А. С. Булатова*. — М.: БЕК, 1994.

Экономическая стратегия повышения конкурентоспособности развитых капиталистических стран: Сборник обзоров. — М.: ИНИОН АН СССР, 1988.

Главный редактор — *А. Е. Илларионова*
Редактор — *Н. П. Яшина*
Художник — *В. А. Антипов*
Верстка — *К. Б. Ушаков*
Корректор — *В. Ш. Мерзлякова*
Ответственный за выпуск — *А. Ф. Пилунова*

Учебное издание

Алексеев Иван Степанович

Внешнеэкономическая деятельность

Санитарно-эпидемиологическое заключение
№ 77.99.60.953.Д.007399.06.09 от 26.06.2009 г.

Подписано в печать 20.08.2009. Формат 60×84 1/16.
Печать офсетная. Бумага офсетная № 1. Печ. л. 19,0.
Тираж 1500 экз. Заказ №

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»
129347, Москва, Ярославское шоссе, д. 142, к. 732.
Для писем: 129347, Москва, п/о И-347.
Тел./факс: 8 (499) 182-01-58, 182-11-79, 183-93-01.
E-mail: sales@dashkov.ru — отдел продаж;
office@dashkov.ru — офис;
<http://www.dashkov.ru>

Отпечатано в соответствии с качеством предоставленных диапозитивов
в ФГУП «Производственно-издательский комбинат ВИНТИ»,
140010, г. Люберцы Московской обл., Октябрьский пр-т, 403. Тел.: 554-21-86