

Особенности государственного регулирования экспортной деятельности зарубежных государств в XXI веке*

Государственное регулирование экспортной деятельности призвано оптимизировать параметры участия страны в системе мирохозяйственных связей, что приобретает особую значимость по мере активизации процессов интернационализации и экономического сотрудничества в условиях глобализации¹. При том что государственное регулирование экспортной деятельности преследует целый ряд целей, тесно увязанных с мероприятиями промышленной политики страны, важнейшей из них является всесторонняя поддержка и стимулирование экспорта посредством использования как исключительно административных (нефинансовых), так и финансовых инструментов². В начале XXI века наблюдается эволюция государственных институтов продвижения экспорта от традиционных структур в сторону специализированных, как правило, автономных агентств. В последние несколько лет поддержка экспорта рассматривается как один из важных инструментов антикризисной политики государства. Представляют интерес и зарубежные методики анализа эффективности государственной деятельности по стимулированию экспорта.

Д.А. Дегтерев

УДК 339.564 (100)
ББК 65.428
Д - 261

ТРАДИЦИОННЫЕ ИНСТИТУТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ЭКСПОРТА

При том что в современном мире, чаще всего, государственное продвижение экспорта осуществляется по линии министерств экономики, промышленности, торговли, исторически первым

* Статья подготовлена в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ «Особенности маркетинговых стратегий российских компаний на рынках развитых и развивающихся стран. Торгово-инвестиционные аспекты внешнеэкономической экспансии», проект № 11-32-00203а1.

¹ Подробнее см. Долгов С.И., Савинов Ю.А. Экономическое сотрудничество в эпоху глобализации // Российский внешнеэкономический вестник. - 2008. - № 9, с.70-76.

² Подробнее см. Савинов Ю.А., Мигунов И.Е. Государственная финансовая поддержка экспорта в России // Российский внешнеэкономический вестник. - 2008. - № 5, с.30-37; № 6, с.46-56.



институтом продвижения экспортной деятельности являлось министерство иностранных дел, занимающееся коммерческой (микроэкономической) дипломатией. Микроэкономическая дипломатия включает работу дипломатических миссий по поддержке отечественного бизнеса и финансового сектора в их стремлении достичь экономического успеха и главной цели страны – национального развития.

Особый интерес представляет эконометрический анализ взаимозависимости между сетью дипломатических и консульских учреждений и интенсивностью экспортных потоков, проведенный американским исследователем Эндрю Роузом³. Он рассматривает экспорт в 200 стран мира из 22 ведущих государств, имеющих наибольшую сеть загранучреждений (в т.ч. Австралия, Бельгия, Бразилия, Великобритания, Индия, Индонезия, Испания, Италия, Канада, КНР, Корея, Мексика, Нидерланды, Польша, Россия, США, Турция, Франция, ФРГ, Швеция, Швейцария, Япония). На основе анализа экспортных потоков с использованием стандартных гравитационных моделей⁴ он пришел к выводу о том, что существует положительная статистически значимая зависимость между открытием дополнительных посольских и консульских загранучреждений и увеличением экспортных потоков. По подсчетам Э.Роуза, открытие каждого нового посольства или консульства в среднем приводит к росту экспорта между странами на 6-10%, причем по мере открытия дополнительных загранучреждений в данной стране предельная эффективность сокращается.

Современная национальная система государственной поддержки экспорта представляет собой, как правило, комплекс значительного числа учреждений в стране поставщика и за границей, центральных и местных органов исполнительной власти, а также ряда механизмов и многообразных инструментов стимулирования, позволяющих оказывать помощь максимально широкому кругу компаний с учетом особенностей их товаров и услуг, рынков сбыта.

Заслуживает интерес следующая схема организационной структуры национальных систем государственной поддержки экспорта в развитых странах⁵: федераль-

³ Rose A. The foreign service and foreign trade: embassies as export promotion. *World Economy*, 2007, 30 (1). 22-38 pp.

⁴ Гравитационные модели описывают экономическое взаимодействие между пространственными объектами. В рамках моделей предполагается, что величина взаимодействия (интенсивность торговых потоков) пропорциональна произведению показателей значимости объектов (объема ВВП, численности населения) и обратно пропорциональна квадрату расстояния между ними. Подробнее см. Anderson, James and Eric van Wincoop (2003) "Gravity with Gravitas: A Solution to the Border Puzzle" *American Economic Review*, 170-192 pp.

⁵ Атаев А.В. Современные тенденции и направления государственной поддержки экспорта за рубежом и в России. – Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. - М.: ВНИКИ, 2005. - 201 с.

ное министерство (экономики, промышленности, торговли, финансов, иностранных дел); финансирующие экспорт официальные организации; исполнительные органы штатов, земель, провинций и пр., полугосударственные специализированные организации содействия экспорту (путем предоставления информационно-консультационных услуг, налаживания связей с финансирующими структурами, проведения маркетинговых мероприятий и пр.); заграничный государственный аппарат, привлекаемый для поддержки экспортеров непосредственно на иностранном рынке.

Схожую характеристику государственной системы продвижения экспорта имеет большинство развитых стран, в то же время выделяются национальные особенности. Так, в ряде стран функцию центрального административного органа по регулированию экспорта играет министерство экономики, в то время как в других – министерство иностранных дел. Всего по данному критерию можно выделить три основных группы стран. В первой группе стран главенствующее положение занимают министерства экономики, которые могут самостоятельно принимать ряд решений в сфере внешнеэкономической политики. К ним относятся Франция, Испания и др. Во второй группе стран важнее роль министерства иностранных дел, хотя позиции экономических министерств остаются достаточно внушительными. К таким странам относятся Италия, Нидерланды, Канада. В третьей группе стран (Великобритания, Германия и США) позиции министерств иностранных дел и министерств экономики практически равны⁶.

Вопрос компетенции в государственном регулировании экспорта во многом определяется балансом между экономическими и политическими целями, которые преследует страна в своей внешней политике. В случае, если они совпадают и основной целью внешней политики страны является максимальное содействие экспорту и поощрению инвестиционной деятельности, то министерство иностранных дел аккумулирует функции министерства внешней торговли. Существование единого министерства (что следует отнести ко второй группе стран в рамках вышеприведенной классификации) характерно для Австралии, Аргентины, Канады, Маврикия, Новой Зеландии, Республики Корея и др.⁷ Как известно, эти страны очень активно участвуют в мирохозяйственных связях (соответственно, высок уровень их экспортной квоты), поэтому вопросы внешнеторговой политики играют первостепенное значение для их экономик.

⁶ Подробнее см. Каррон де ла Каррьер Г. Экономическая дипломатия: дипломат и рынок / МГИМО(У) МИД России. - М.: РОССПЭН, 2003. - 295 с.

⁷ См. 1) Щетинин В.Д. Экономическая дипломатия: Учебное пособие для вузов / Дипломат. акад. МИД России. - М.: Международные отношения, 2001. - 280 с; 2) Lee, D. and Hudson, D. (2004), 'The Old and New Significance of Political Economy in Diplomacy', *Review of International Studies*, N° 30, pp.343-360.



В случае, если во внешней политике велика роль соображений безопасности, защиты национальных интересов⁸ (что характерно для крупных региональных и мировых держав), то при выработке национальной позиции сталкиваются интересы министерства иностранных дел (политические цели) и министерства экономики (экономические цели), что соответствует 3-й категории стран согласно вышеприведенной классификации.

РОЛЬ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ АГЕНТСТВ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ЭКСПОРТА

В последние годы в зарубежных государствах все чаще функции по продвижению экспорта и привлечению иностранных инвестиций передаются специализированным автономным агентствам, «модельным» примером которых является Агентство торговли и инвестиций Объединенного королевства (UK Trade and Invest, УКИ)⁹. Многие страны мира, например ФРГ, преобразовали существовавшие ранее государственные структуры по поддержке экспорта в аналоги УКИ.

Агентство торговли и инвестиций Объединенного королевства (до октября 2003 г. - British Trade International), созданного в мае 1999 г. на базе ряда подразделений Министерства торговли и промышленности и МИД Великобритании). Одновременная подотчетность агентства госсекретарю по торговле и промышленности и госсекретарю по иностранным делам и делам содружества позволяет эффективно разрешать межведомственный конфликт интересов.

Вторая уникальная особенность агентства – оно занимается как продвижением отечественного бизнеса за рубежом (структурное подразделение «Торговля Объединенного королевства»), так и стимулированием притока ПИИ в национальную экономику (структурное подразделение «Инвестиции Объединенного королевства»). Примечательно, что агентство координирует экономическую дипломатию британских ведомств как внутри страны, так и за рубежом. Агентство имеет штаб-квартиры в Лондоне и Глазго, а также представлено в 9 регионах Англии как подразделение по международной торговле в региональных агентствах развития.

⁸ Как отмечает бельгийский исследователь Р.Кулсаэт, традиционно дипломатия преследует две основные цели – защиту экономических интересов (экономическая дипломатия) и т.н. стратегических интересов (военная дипломатия или дипломатия безопасности). Подробнее см. Coolsaet, R. (2001), 'Historical Patterns in Economic Diplomacy, from Protectionism to Globalization. The Case of Belgium', International Studies Association 2001 Convention, Chicago, USA, p.3.

⁹ См.: Lee, D. (2004), 'The Growing Influence of Business in U.K. Diplomacy', International Studies Perspectives, N° 5, pp.50-54; Махров А.В. Государственная поддержка национальных производителей и экспортеров по законодательству Великобритании // Внешнеэкономический бюллетень. – 2001. - № 11. - С.12-16; Спартак А.Н. России необходимо Федеральное агентство развития внешней торговли (поддержки экспорта) // Внешнеэкономический бюллетень. – 2005. - № 3. - С.28-38.

Посредством сети данных агентств осуществляется и привлечение иностранных инвестиций в экономику Великобритании. По аналогичной схеме UKTI взаимодействует и с соответствующими агентствами в Шотландии, Уэльсе и Северной Ирландии¹⁰.

Для более полного использования возможностей корпоративной (бизнес) дипломатии, в 2008 г. по инициативе премьер-министра был создан институт бизнес-послов (Business Ambassadors), включающий в настоящее время более 30 руководителей крупнейших английских компаний и ректоров вузов. Миссия бизнес-послов заключается в лоббировании интересов английских компаний (в первую очередь, представителей малого и среднего бизнеса) в ходе зарубежных поездок. Таким образом, крупный английский бизнес создает бизнес-возможности для малого и среднего предпринимательства на международных рынках.

Прослеживаются аналогии с ролью английского бизнеса в развитии национальной экономической дипломатии в прошлые века - с 1582 г. прямые агенты Левантской компании (The Levant Company) выполняли дипломатические функции Великобритании и вплоть до 1805 г. компания полностью покрывала все расходы на выполнение такого рода функций. При этом совмещение ими функций торговых агентов и официальных представителей Великобритании позволяло им работать намного эффективней, чем кадровым дипломатам в традиционных Генеральных консульствах. Аналогичная практика существовала и в Ост-Индской компании Великобритании, а также в Ост-Индской компании Голландии. Поскольку поиск новых рынков сбыта и источников сырья являлся национальным приоритетом Великобритании, то зачастую даже командиры кораблей Ее Величества обладали всеми необходимыми полномочиями для ведения дипломатических переговоров¹¹.

Институт бизнес-послов также в целом напоминает механизм работы советников Франции по внешней торговле, который существует уже более 100 лет. Руководители крупнейших французских предприятий за рубежом, долгое время работающие в зарубежных государствах и реально знающие ее бизнес-среду, назначаются советниками по внешней торговле (всего в мире 3400 советников, объединенных в 100 секций).

Помимо экспортного и инвестиционного направления в рамках UKTI функционирует и Организация по обороне и безопасности (Defence and Security Organisation, DSO), пришедшая на смену традиционной Организации обслуживания экспорта военных товаров (Defence Export Services Organisation, DESO), с 1966 г. входившую в структуру Министерства обороны. Революционное по своему характеру преобразование поначалу вызывало опасение руководителей военно-промышленных корпораций, опасавшихся разрыва сложившихся за десятилетия

¹⁰ <http://www.ukti.gov.uk> – официальный портал UK Trade & Invest

¹¹ Дегтерев Д.А. Современные тенденции государственной поддержки экспортной и инвестиционной деятельности зарубежных государств // Мировое и национальное хозяйство. Издание МГИМО (У) МИД России. – 2011. - № 2(17).



межправительственных и межведомственных взаимодействий (минобороны Великобритании – Минобороны страны-заказчика), однако четкое закрепление параметров взаимодействия с Минобороны на основе подписания специального соглашения (Service Level Agreement, SLA) в целом позволило избежать негативных последствий. Примечательно и включение в компетенцию нового подразделения вопросов поддержки и продвижения на внешние рынки не только военной продукции, но и продукции, связанной с обеспечением безопасности в самом широком контексте¹².

Особый акцент в своей деятельности агентство делает на клиентоориентированный подход (UKTI Commitment to customers), постоянный аудит и мониторинг своей деятельности. По этим признакам UKTI все больше приближается к сервисной компании, порывая с традициями государственной бюрократии.

По схожей модели с UKTI работает ряд агентств других стран, например, Швейцарское агентство по продвижению торговли и инвестиций (OSCE). Оно имеет 18 подразделений — Швейцарских центров содействия бизнесу (Swiss Business Hubs) по всему миру, таким образом помогая швейцарским компаниям выходить на международные рынки и одновременно привлекая иностранные предприятия в страну. При тесном взаимодействии с партнерами из сферы частного бизнеса и сетью кантональных организаций по содействию экономике осуществляется поддержка предприятий на разных этапах инвестирования — от установления контактов с региональными и кантональными инвесторскими организациями до установления партнерских отношений со швейцарскими компаниями¹³.

¹² Белоусов С. О системе государственного регулирования экспорта военных товаров (услуг) Великобритании // *Мировая экономика и международные отношения*, 2009. - № 6. - С.92-98.

¹³ Долмов С. Швейцария зовет россиян // *Эксперт*, «Обзоры стран» № 1 (48), 24.01.2011. Режим доступа - <http://expert.ru/countries/2011/01/shvejtsariya-zovet-rossiyan/>.

Продолжение статьи см. в одном из следующих номеров журнала