

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образова-
ния

Ульяновский государственный технический университет

И. А. ФИЛИППОВА

Мировая экономика и международный бизнес

Учебное пособие

Ульяновск
2008

УДК 338(075)
ББК 65.5 я7
Ф 53

*Утверждено редакционно-издательским советом университета
в качестве учебного пособия*

Рецензенты: кафедра «Экономическая теория» УГСХА, канд. эконом. наук, доцент, начальник отдела «Финансового мониторинга и валютного контроля» ГУ Банка России по Ульяновской области Иванов Алексей Сергеевич

Филиппова, И. А.

Ф 53 **Мировая экономика и международный бизнес : учебное пособие /**
И. А. Филиппова. – Ульяновск : УлГТУ, 2008. – 168 с.
ISBN 978-5-9795-0408-7

Учебное пособие рассматривает особенности развития мировой экономики и ее взаимосвязь с системой международного бизнеса. Предназначено для студентов, обучающихся по специальностям 060400 «Финансы и кредит», 060500 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», 061100 «Менеджмент организации», изучающих дисциплину «Мировая экономика».

УДК 338(075)
ББК 65.5 я7

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	5
1. Общая характеристика международного бизнеса.....	6
1.1. Сущность международного бизнеса (МБ).....	6
1.2. Значение международного бизнеса.....	7
1.3. Формы международной предпринимательской деятельности.....	9
1.4. Глобализация и мировая экономика.....	13
1.5. Современные причины глобализации.....	14
Контрольные вопросы.....	19
2. Международная торговля и мировая экономика.....	20
2.1. Сущность МТ.....	20
2.2. Теории МТ.....	21
3. Международная инвестиционная деятельность.....	43
3.1. Сущность и виды международных инвестиций.....	43
3.2. Теории международных инвестиций.....	44
3.3. Факторы, оказывающие влияние на прямые иностранные инвестиции (ПИИ).....	48
Контрольные вопросы.....	53
4. Международная валютная система и платежный баланс.....	55
4.1. Эволюция (история) международной валютной системы.....	55
5. Платежный баланс.....	74
5.1. Платежный баланс и его структура.....	74
5.2. Определение профицита и дефицита платежного баланса.....	81
Контрольные вопросы.....	83
6. Международные валютные и финансовые рынки.....	84
6.1. Экономический анализ иностранной валюты.....	84
6.2. Структура, участники валютного рынка.....	86
6.3. Роль и значение банков в функционировании валютного рынка.....	87
6.4. Валютный рынок и арбитраж.....	95
7. Международные банки и их деятельность.....	103
8. Международные финансовые рынки.....	106
8.1. Рынок евровалют.....	106
8.2. Международный рынок облигаций и акций.....	107
Контрольные вопросы.....	109
9. Формирование национальной торговой политики.....	111
9.1. Основные принципы национальной торговой политики.....	117
9.2. Барьеры на пути развития международной торговли.....	121
9.3. Содействие и сдерживание международной торговли.....	130
Контрольные вопросы.....	136
10. Международное сотрудничество в сфере торговых отношений.....	137
11. Региональная экономическая интеграция.....	143
Контрольные вопросы.....	153
Заключение.....	154
Предметный указатель.....	155
Глоссарий.....	156
Библиографический список.....	166

ВВЕДЕНИЕ

Мировая экономика – это достаточно сложная система, объединяющая более 200 стран и территорий. Постоянные изменения, происходящие в рамках мирового экономического пространства в последнее время формируют не только новые экономические взаимосвязи, но и совершенно другие механизмы и приоритеты.

Мировое хозяйство изменилось как в социальном, так и в технологическом плане. Качественное преобразование мировых производительных сил происходит под влиянием научно-технического прогресса. Под влиянием НТП произошли глубочайшие сдвиги как в отраслевой структуре мировой экономики, так и в отдельных ее элементах.

Огромную роль в системе международных отношений стал играть процесс интеграции и глобализации. Транснациональные корпорации и международные валютно-финансовые организации превратились в один из структурообразующих факторов мирового хозяйства.

Курс мировой экономики является общеобразовательной экономической дисциплиной. Он объясняет основные процессы и явления экономической жизни мирового хозяйства.

Кроме того, он помогает осмыслить основные тенденции и перспективы развития мирового сообщества, определить характер взаимоотношений по построению мировой архитектуры, особенно в современных условиях мирового финансового кризиса.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

1.1. Сущность международного бизнеса (МБ)

Международный бизнес подразумевает осуществление деловых операций партнерами из более чем одной страны. В качестве примера можно привести такие операции, как закупка сырья и материалов в одной стране и их перевозка на территорию другой страны для дальнейшей обработки или сборки; транспортировка готовой продукции из одной страны в другую с целью продажи в системе розничной торговли; сооружение заводов в зарубежных странах с целью получения доходов на базе использования более дешевой рабочей силы; получение кредита в банке одной страны для финансирования операций в другой стране. Стороны, участвующие в таких сделках, могут быть представлены физическими лицами, отдельными компаниями, группами компаний и/или государственными организациями.

Чем международный бизнес отличается от коммерческой деятельности внутри одной страны? Если говорить кратко, внутреннее предпринимательство сводится к выполнению деловых операций, не выходящих за границы одного государства, в то время как международные деловые операции пересекают эти границы. Международный бизнес может отличаться от внутреннего по ряду других признаков, среди которых можно перечислить следующие:

- в разных странах, вовлеченных в международный бизнес, могут использоваться разные валюты, что приводит к необходимости конвертирования валюты, по меньшей мере, одной из сторон;
- существует вероятность наличия расхождений между правовыми системами разных стран, что вынуждает одну или несколько сторон вносить коррективы в свои действия, чтобы привести их в соответствие с местным законодательством. В некоторых случаях законодательные нормы разных стран могут оказаться несовместимыми, что является самой трудноразрешимой проблемой для международных менеджеров;
- между культурами разных стран также существуют различия, вынуждающие каждую из сторон формировать стратегию своего поведения таким образом, чтобы привести ее в соответствие с ожиданиями другой стороны; для каждой страны характерен определенный состав и объем доступных ресурсов. Одна страна может иметь в своем распоряжении большие запасы природных ресурсов, но не иметь квалифицированной рабочей силы, тогда как другая страна обладает производительной, высококвалифицированной рабочей силой и, в то же время, испытывает недостаток природных ресурсов. Таким образом, способы производства продукции и типы выпускаемых продуктов могут различаться в зависимости от конкретных условий той или иной страны.

В большинстве случаев базовые навыки и знания, необходимые для успешной работы менеджера в сфере международного бизнеса и внутренних деловых операций, не отличаются по своей сути. Например, менеджеры по маркетингу должны осуществлять анализ нужд и желаний целевых потребителей независимо от того, заняты ли они в сфере международного или национального бизнеса. Тем не менее, несмотря на тождественность общего подхода

к ведению бизнеса, не подлежит сомнению тот факт, что степень сложности работы менеджера, занятого в сфере международного бизнеса, намного выше по сравнению с аналогичной работой, выполняемой в рамках одной страны. Специалисты, занимающиеся международным бизнесом, должны быть хорошо осведомленными в вопросах культурных, законодательных, политических и социальных различий между странами. В круг обязанностей таких специалистов входит правильный выбор стран, где будет продаваться продукция компании, и стран, где будут приобретаться необходимые ресурсы. Кроме того, в обязанность специалистов, работающих на международные компании, входит координация деятельности зарубежных дочерних предприятий компании в соответствии с нормами, принятыми налоговыми и другими контролирующими органами соответствующей страны, а также других стран, где они ведут свои деловые операции.

1.2. Значение международного бизнеса

Существует ряд причин, по которым необходимо более глубоко изучать международный бизнес. Одна из основных причин состоит в том, что практически все крупные компании либо осуществляют деловые операции в других странах мира, либо вовлечены в процесс глобализации экономики другими способами. Следовательно, чтобы иметь возможность сделать хорошую карьеру, а также поддерживать полезные контакты с другими менеджерами, будущий специалист должен хорошо разбираться в вопросах международной коммерческой деятельности, приобретающей все большее значение в мире. Например, первым рабочим заданием менеджера может быть участие в работе команды, занимающейся реализацией одного из проектов. В состав этой команды могут входить специалисты из Мексики, Уругвая, Канады и Соединенных Штатов Америки. Понимание основ международного бизнеса помогло бы этому менеджеру более глубоко разобраться в причинах формирования этой команды, в целях, поставленных перед ней, а также найти способы более эффективного взаимодействия с коллегами. Кроме того, необходимость в изучении международного бизнеса может быть обусловлена тем, что будущему специалисту, возможно, придется работать на фирму, принадлежащую корпорации, штаб-квартира которой находится в другой стране. Например, 6,4 млн американцев работают на иностранные компании, дочерние предприятия которых расположены на территории США. С другой стороны, работой на зарубежных дочерних предприятиях американских корпораций заняты 8,1 млн жителей стран Европы, Азии, Африки, Австралии, Латинской Америки, а также граждан Канады.

Мелкие компании также все больше вовлекаются в сферу международного бизнеса. В случае открытия новой компании предприниматель может столкнуться с необходимостью использования заграничных материалов или оборудования, произведенного в другой стране, либо с необходимостью вести конкурентную борьбу с иностранными компаниями, либо даже с возможностью продавать свою продукцию на зарубежных рынках сбыта (что вполне возможно). Бурное развитие торговли с использованием электронных средств коммуникации открыло новые возможности для мелких компаний. В прошлом, для того,

чтобы выйти на внешний рынок, компании приходилось кропотливо заниматься созданием сети центров распределения продукции, а также обеспечивать признание торговой марки в каждой стране, – процесс, реализация которого так много раз ставила крупные компании в гораздо более выгодные условия по сравнению с мелкими фирмами. В современных условиях хорошо разработанный web-сайт позволяет любой компании, независимо от ее размера, расширить свой бизнес на сегмент рынка, охватывающий потребителей во всем мире, без необходимости физического присутствия в каждой отдельно взятой стране. Такая возможность существенно облегчает процесс выхода мелких компаний на мировой рынок. Кроме того, использование информационных технологий, в частности Интернета, предоставляет в распоряжение мелких фирм ряд способов сокращения издержек, что позволяет этим фирмам успешно конкурировать с более крупными компаниями. В качестве примера можно привести компанию Lee Hung Garment Factory, семейное предприятие по пошиву одежды, расположенное в Гонконге. Владельцам этого предприятия удалось в три раза сократить затраты на поддержание контактов со своими заказчиками, используя возможности Интернета вместо факсов и телефонных звонков. Вместо пересылки образцов своей продукции в адрес заказчиков по экспресс-почте сейчас для передачи фотографий образцов одежды используется Интернет. По оценкам менеджеров компании, использование новой технологии позволило компании сократить затраты на разработку моделей на 15-20%.

Еще одна причина, обуславливающая необходимость изучения международного бизнеса, заключается в том, что менеджер не должен допускать отставания от своих будущих конкурентов. Помимо всего прочего, международный бизнес необходимо изучать для того, чтобы быть в курсе последних достижений в сфере технологий управления, многие из которых были разработаны за пределами Северной Америки. Например, в Японии был разработан и применен на практике метод управления материальными запасами, получивший название «точно вовремя» QIT, just-in-time. Работая по системе «точно вовремя», поставщики обязаны обеспечивать доставку исходных ресурсов в адрес компании по мере возникновения необходимости в них. Такие компании, как Volvo, расположенная в Европе, и Honda, находящаяся в Японии, были в числе первых компаний, которые опробовали новые методы организации труда, такие как делегирование полномочий, кружки качества, автономные и многофункциональные рабочие группы. Цель внедрения этих методов состояла в повышении производительности труда работников и степени их удовлетворенности своей работой. Компании, менеджеры которых остаются безразличными к новаторским методам работы конкурирующих компаний из других стран мира, неизбежно потерпят неудачу на мировом рынке.

Последний аспект изучения международного бизнеса, имеющий немаловажное значение, – это повышение компетентности будущих менеджеров в вопросах культуры. По мере того, как культурная жизнь и политические системы разных стран мира становятся все более и более взаимосвязанными, глубокое понимание сходных характеристик народов мира и различий, существующих между ними, будет приобретать все большее значение. Менеджеры все чаще

будут поддерживать контакты с коллегами, потребителями, поставщиками и конкурирующими фирмами из стран с разным культурным наследием. Владение информацией о том, каким образом компании, с которыми менеджеру придется поддерживать контакты, приспосабливаются к ведению бизнеса в условиях глобализации, поможет этому специалисту заслужить уважение и доверие этих компаний, а также обеспечить своей компании конкурентные преимущества в процессе сотрудничества с ними. И наоборот, если менеджер знает мало или не знает ничего о мире, который его окружает, к нему могут отнестись как к заурядному, преувеличивающему свои возможности специалисту или даже как к специалисту, не пригодному к выполнению возложенных на него обязанностей. Это утверждение истинно независимо от того, к какой категории людей оно относится (к менеджерам, к потребителям или всего лишь к обозревателям событий, происходящих в мире).

1.3. Формы международной предпринимательской деятельности

Исторически сложилось так, что первой формой международного бизнеса стали экспорт и импорт. Однако в сложных условиях современного мира широкое распространение получили и другие формы международного бизнеса.

Экспорт – это продажа продукции, произведенной в своей стране, с целью дальнейшего использования или перепродажи на территории других стран. **Импорт** – это закупка продукции, произведенной в других странах, с целью дальнейшего использования или перепродажи на территории своей страны. Все экспортно-импортные операции подразделяются на две группы. *Первая группа* – это торговля товарами (материальными продуктами), такими как предметы одежды, компьютеры, а также сырье. В официальных документах правительства США такой тип торговли обозначается термином «merchandise exports and imports» («**экспорт и импорт товаров**»); в Великобритании для обозначения этого понятия используется термин «visible trade» («**видимая торговля**»). *Вторая группа* экспортно-импортных операций – это торговля услугами (нематериальными продуктами), такими как банковские, транспортные и бухгалтерские услуги. В Соединенных Штатах этот тип торговли имеет название «services exports and imports» («**экспорт и импорт услуг**»); британцы обозначают его термином «invisible trade» («**невидимая торговля**»).

Во многих случаях экспорт имеет решающее значение для финансового благополучия компании. Например, в компании *Boeing* 53% объема коммерческих продаж самолетов приходится на зарубежных заказчиков, что позволяет создать десятки тысяч рабочих мест на предприятиях самой компании и еще больше – на предприятиях поставщиков запасных частей и деталей. Зарубежные продажи достаточно часто играют важную роль и в деятельности менее крупных компаний, таких как *Markel Corporation*, производитель эластичных труб и изолированного провода, основные предприятия которого расположены в штате Пенсильвания. На долю экспортных операций приходится 40% от годового объема продаж компании, составляющего 26 млн. долл.

Торговля имеет большое значение и в жизни целых стран. Как показано на рис. 1.1, в Нидерландах на долю экспорта приходится более 60% валового

внутреннего продукта (ВВП); в таких странах, как Канада, Германия, Франция и Великобритания экспорт составляет четверть ВВП.

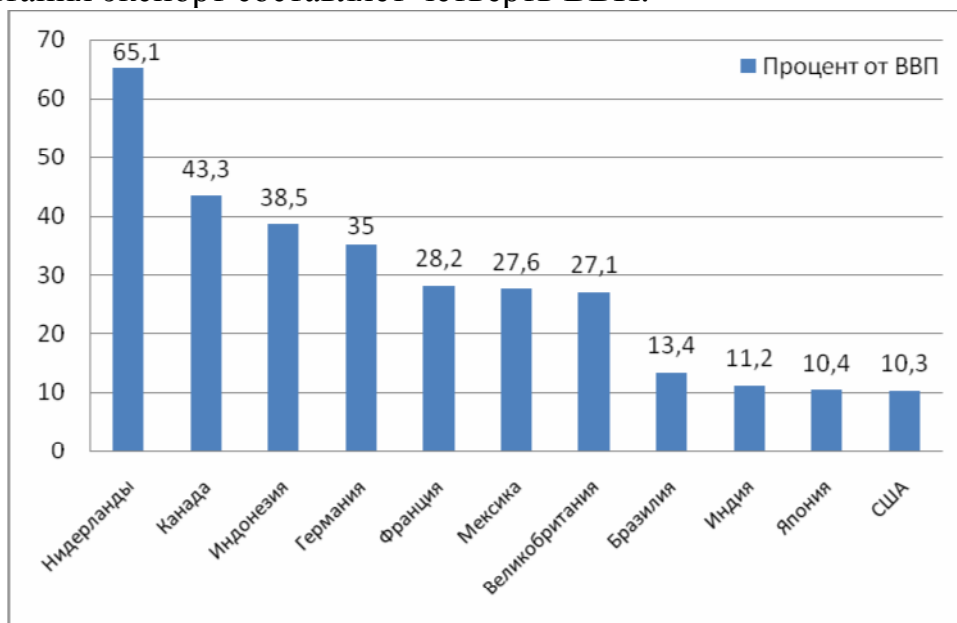


Рис. 1.1. Экспорт товаров и услуг в процентном отношении от ВВП в некоторых странах (данные за 2006 г.)

Вторая форма международной предпринимательской деятельности, имеющая такое же значение, как экспорт и импорт, – это зарубежные инвестиции, или передача капитала резидентами одной страны для дальнейшего его использования резидентами другой страны. Такие инвестиции подразделяются на две категории: прямые иностранные инвестиции и портфельные инвестиции. **Прямые зарубежные инвестиции** (foreign direct investments, FDI) – это вложение капитала с целью осуществления приобретения и реального контроля над объектами собственности, активами и целыми компаниями в других странах (страна, на территории которой находится штаб-квартира материнской компании, – это **страна происхождения** (home country), а страна, на территории которой эта компания ведет бизнес, – это страна, принимающая инвестиции, или **страна пребывания** (host country)). В качестве примера прямых иностранных инвестиций можно привести приобретение компанией Ford Motor Company всех обыкновенных акций шведской компании Volvo Corporation. После покупки этих акций из материнской компании Ford в компанию Volvo были направлены специалисты, задача которых состояла в осуществлении контроля над деятельностью компании, а также в интегрировании работы компании с программами закупок и маркетинга, реализуемыми корпорацией Ford в масштабах всего мира.

Портфельные инвестиции (portfolio investments) – это приобретение зарубежных финансовых активов (акций, облигаций и депозитных сертификатов), не ставящее целью осуществление контроля. Примером портфельных инвестиций может служить покупка тысячи обыкновенных акций компании Sony датским пенсионным фондом. Посредством такого вложения капитала пенсионный фонд предпринял попытку увеличить норму прибыли от своих основных средств, а не получить контроль над процессом принятия решений в компании Sony. По той же причине многие инвесторы в последние годы приобретают ак-

ции инвестиционных фондов открытого типа, которые специализируются на иностранных акциях и облигациях.

Другие формы международных деловых операций. Помимо перечисленных выше, международный бизнес может осуществляться и в других формах. Важнейшие из них – это лицензирование, франчайзинг и управленческие контракты. **Лицензирование** (licensing) предполагает заключение договора, в соответствии с которым фирма, находящаяся в одной стране, выдает компании другой страны лицензию на использование своей интеллектуальной собственности (патентов, торговой марки, фирменного названия, авторских прав или секретов производства) в обмен на выплату роялти. Например, компания Walt Disney может выдать немецкой компании по пошиву одежды разрешение на выпуск детских пижам с изображением улыбающегося Микки Мауса на условиях выплаты этой компанией процента от продаж. **Франчайзинг** (franchising) – это особая форма лицензирования, суть которой состоит в том, что фирма, находящаяся в одной стране (франчайзер), выдает компании из другой страны (франчайзи) разрешение на использование своей технологии производства, а также бренда, торговой марки и логотипа в обмен на выплату роялти. Например, компания McDonald's Corporation продает права на открытие ресторанов быстрого обслуживания во всем мире.

Управленческий контракт (management contract) – это соглашение, в соответствии с которым компания в одной стране дает фирме, находящейся в другой стране, согласие на управление мощностями этой фирмы или оказание иных управленческих услуг за определенное вознаграждение (размер которого оговорен в контракте). Управленческие контракты получили широкое распространение среди наиболее крупных компаний, функционирующих в сфере гостиничного бизнеса. Многие компании, такие как Marriott и Hilton, далеко не всегда владеют дорогими отелями, которые носят имена этих брендов и которые можно встретить во всех странах мира, – они только управляют этими отелями на условиях, предусмотренных в соответствующих контрактах. Компанию, которая использует деловые операции, перечисленные выше, можно назвать международной компанией. Более формальное определение компаний такого типа можно сформулировать следующим образом.

Международная компания – это любая организация, которая осуществляет свою деятельность на основании заключения коммерческих сделок с отдельными лицами, частными фирмами и/или государственными организациями зарубежных стран. Обратите внимание, что термин «international business» использовался ранее для обозначения деловых операций, пересекающих границу. В дальнейшем в книге значение этого термина будет определяться контекстом его использования.

Термин «**многонациональная корпорация**», сокращенно МНК (multinational corporation, MNC), используется для обозначения компаний, активно вовлеченных в международный бизнес. Более точное определение можно сформулировать таким образом: многонациональная корпорация – это компания, которая «осуществляет прямые зарубежные инвестиции, а также владеет предприятиями, расположенными в зарубежных странах, и контролирует процесс

создания ценности на этих предприятиях». Помимо владения иностранными активами и осуществления контроля над ними, многонациональные корпорации, как правило, покупают ресурсы и производят товары и/или услуги во многих странах, а затем продают эти товары и услуги потребителям в разные страны мира. Многонациональные корпорации координируют свою деятельность через свои штаб-квартиры, однако они могут предоставлять своим аффилированным и дочерним компаниям, действующим на иностранных рынках, значительную свободу действий в вопросах адаптации своей деятельности к местным условиям. В табл. 1.1 перечислены самые крупные многонациональные корпорации мира в 2008 году.

Таблица 1.1.

Крупнейшие корпорации мира

Место		Объем продаж			Прирост по отношению к 2005 г., %
2005 г.	2006 г.		млн долл.		
1	1	<i>Wal-Mart Stores</i>	США	246 525,0	12,2
2	3	<i>General Motors</i>	США	186 763,0	5,4
3	2	<i>Exxon Mobil</i>	США	182 466,0	-4,8
4	8	<i>Royal Dutch/Shell Group</i>	Нидерл./Великобр.	179 431,0	32,7
5	4	<i>BP</i>	Великобритания	178 721,0	2,6
6	5	<i>Ford Motor</i>	США	163 871,0	0,9
7	7	<i>Daimler Chrysler</i>	ГЕРМАНИЯ	141 421,1	3,3
8	10	<i>Toyota Motor</i>	Япония	131 754,2	9,1
9	9	<i>General Electric</i>	США	131 698,0	4,6
10	12	<i>Mutsubishi</i>	Япония	109 386,1	3,4
11	13	<i>Mitsui</i>	Япония	108 630,7	7,3
12	18	<i>Allianz</i>	ГЕРМАНИЯ	101 930,7	18,6
13	11	<i>Citigroup</i>	США	100 789,0	-10,0
14	15	<i>Total</i>	Франция	96 944,9	2,8
15	14	<i>Chevron Texaco</i>	США	92 043,0	-7,7
16	16	<i>Nippon Telegraph & Telephone</i>	Япония	89 644,0	-
17	20	<i>ING Group</i>	Нидерланды	88 102,3	6,1
18	17	<i>Itochu</i>	Япония	85 856,4	-5,8
19	19	<i>Intl. Business Machines</i>	США	83 132,0	-3,2
20	21	<i>Volkswagen</i>	ГЕРМАНИЯ	82 203,7	3,7

Поскольку некоторые крупные международные компании, такие как британская страховая компания Lloyd's of London, на самом деле не относятся к категории корпораций, некоторые авторы проводят различие между транснациональными корпорациями и **многонациональными предприятиями**

(multinational enterprises, MNE). Кроме того, поскольку некоммерческие организации, такие как Международный олимпийский комитет и Международный Красный Крест, нельзя отнести к числу предприятий, для обозначения организаций такого типа, а также некоторых коммерческих организаций, можно использовать термин «**многонациональная организация**» (multinational organization). Поскольку в деловой прессе обще принятым является термин «многонациональная корпорация», именно этот термин будет использоваться в данной книге, даже, несмотря на то, что сугубо формально его следовало бы использовать только применительно к компаниям, юридически зарегистрированным как корпорации.

1.4. Глобализация и мировая экономика

За последнее десятилетие масштабы международного предпринимательства выросли настолько, что многие эксперты заявляют о наступлении эры глобализации.

Глобализация – это «непрерывно продолжающийся, устойчивый процесс интеграции рынков, суверенных государств и технологий, который позволяет отдельным лицам, корпорациям и суверенным государствам быстрее, чем когда бы то ни было, с минимальными затратами устанавливать более глубокие контакты с партнерами, рассредоточенными по всему миру».

Существует ряд факторов, которые оказали влияние на усиливающуюся интеграцию мировой экономики и стран мира. Крах Советской империи в конце 80-х гг. позволил устранить разделение мира на два лагеря – коммунистический и капиталистический. В последующие годы активизировалась предпринимательская деятельность на открытых рынках, сократилось вмешательство государства в экономику, ускорился процесс приватизации. Достижения в сфере технологического прогресса также способствовали углублению интеграции. Самый яркий пример влияния передовых технологий на мировую экономику – это всемирная сеть Интернет. Кроме того, большую роль в глобализации экономики сыграли такие технологические новинки, как сотовые телефоны, персональные компьютеры, спутник связи и т. д. Все эти, а также другие прогрессивные технологии, ускорили процесс формирования мирового рынка капитала, развития электронной коммерции, создания цепочек снабжения, которые охватывают весь мир, а также беспрецедентного роста объемов международной торговли и международных инвестиций.

Многие эксперты с энтузиазмом говорят о том, что глобализация приведет в результате к созданию мира без границ, в котором суверенные государства все больше и больше будут терять свое влияние. Другие специалисты выражают сомнения по этому поводу. В книге «The Lexus and the Olive Tree» («Lexus и оливковое дерево») корреспондент «New York Times» Томас Л. Фридмен (Thomas L. Friedman) приводит доказательства в пользу того, что такие явления, как процесс глобализации и существование суверенных государств, будут оставаться основными, во многих случаях антагонистическими, факторами современной жизни. В метафоре, использованной в книге, роскошный автомобиль «Lexus» символизирует глобализацию коммерческой деятельности,

ности, а также силы, которые усредняют стремления, возможности и убеждения людей во всем мире. И, напротив, оливковое дерево... олицетворяет все, что связывает нас с нашими истоками, что является нашей опорой, отождествляет нашу сущность и определяет наше место в мире... Оливковые деревья, дающие нам семейное тепло, радость бытия... Нет сомнения в том, что суверенные страны никогда не исчезнут, даже если их сила ослабнет, и причина этого заключается в том, что отечество – это то же оливковое дерево, которое в конечном итоге делает нас теми, кто мы есть.

Одна из сложнейших задач, стоящих перед политическими лидерами и крупными бизнесменами ближайших десятилетий, состоит в том, чтобы понять и, по возможности, согласовать противоречащие друг другу, во многих случаях несовместимые потребности глобальной экономики (которую символизирует «Lexus») и интересы стран мира (оливковое дерево), которые составляют основу этой экономики.

Кроме того, по мнению многих критиков, глобализация дает много преимуществ, но не обходится и без потерь. Общеизвестным является тот факт, что компании из развитых стран переносят производство на территорию развивающихся стран, где трудовое законодательство и законы об охране окружающей среды не настолько обременительны в плане требуемых затрат и отсутствуют строгие требования к их соблюдению. Активисты, борющиеся за права человека (в том числе за право на труд), а также специалисты по охране окружающей среды убеждены в том, что таким образом эти компании пренебрегают своими обязанностями перед трудоспособным населением своих государств. Другие оппоненты идеи глобализации утверждают, что господствующие институты эпохи глобализации (Всемирная торговая организация, Всемирный банк и Международный валютный фонд) антидемократичны по своей сути и поддерживают интересы богатых и влиятельных людей в ущерб бедным и неимущим. Необходимость разрешения этих, а также других противоречий ставит перед народами мира проблемы, которые предстоит решать в ближайшие годы».

1.5. Современные причины глобализации

Рост международного бизнеса в последние годы был вполне очевидным и весьма впечатляющим. Однако почему такое развитие стало возможным? Кроме того, почему так высока вероятность дальнейшей активизации международного бизнеса на протяжении следующего десятилетия? Существуют две основные причины этого явления: стратегические потребности компаний, которые дают импульс процессу глобализации, а также изменение среды международного бизнеса, способствующее этому процессу.

Стратегические императивы

Существует ряд базовых причин, заставляющих фирмы становиться более глобальными как в плане общего курса развития, так и в плане повседневной практической деятельности. В число таких стратегических императивов входит использование ключевой компетенции компании, приобретение ресурсов по более низкой цене, проникновение компании на новые рынки и необходимость конкурентирования в своей отрасли.

Использование ключевой компетенции компании. Одним из важнейших оснований для глобализации является возможность более широкого использования ключевых компетенций, которые компании удалось развить на внутреннем рынке. **Ключевая компетенция** (core competency) определяет отличительную сильную сторону или преимущество, имеющее первостепенное значение для успешной работы компании. Применяя ключевую компетенцию на новых рынках, компания может увеличить свои доходы и прибыли. Например, в компании Nokia была разработана новейшая технология производства сотовых телефонов, которые были охотно приняты потребителями на внутреннем рынке Финляндии. Менеджеры Nokia быстро поняли, что компания могла бы увеличить свои доходы и прибыли, расширив производство и продажи в других странах. Точно так же компанией Singapore Airlines с момента основания в 1972 г. проводилась напряженная работа по формированию опережающих стандартов обслуживания потребителей и надежности полетов, которые позволили компании привлечь миллионы пассажиров из всех стран Азии в число своих клиентов. У руководства компании не было сомнений в том, что путешественники из стран других регионов обязательно оценят чуткую, преданную заботу о пассажирах, благодаря которой компании удалось добиться такой популярности. На основании этой уверенности было принято решение о расширении сферы услуг, предоставляемых компанией Singapore Airlines, на 90 больших городов в 40 странах мира.

Приобретение ресурсов. Еще одним важным основанием для ведения бизнеса в международных масштабах является необходимость приобретения за рубежом таких ресурсов, как материалы, рабочая сила, капитал или технология. В некоторых случаях компании испытывают острую потребность в том, чтобы воспользоваться зарубежными источниками ресурсов, так как на местном рынке соответствующие продукты или услуги либо полностью отсутствуют, либо их недостаточно для удовлетворения потребностей компании. Например, североамериканские компании, занимающиеся оптовой торговлей продовольственными товарами, покупают кофе и бананы в Южной Америке; японские фирмы покупают лесоматериалы и изделия из древесины в Канаде; компании всех стран мира покупают нефть в странах Ближнего Востока и Африки. В других случаях компаниям проще и дешевле покупать ресурсы в других странах. Например, многие рекламные агентства США снимают рекламные ролики за границей. Наиболее популярным местом для рекламных съемок стал южноафриканский город Кейптаун, поскольку в этом городе аренда оборудования и оплата труда членов съемочной группы обходится на 40% дешевле, чем в Лос-Анджелесе.

Поиск новых рынков сбыта. Необходимость поиска новых рынков сбыта – это также одна из распространенных причин выхода компаний на международные рынки. Когда внутренний рынок, на котором компания реализует свою продукцию, становится полностью сформированным, на этом рынке все труднее и труднее генерировать высокие доходы и обеспечивать рост прибыли. Например, рынок сбыта зубной пасты в Канаде, Соединенных Штатах и странах Европейского Союза можно считать сформировавшимся, поскольку боль-

шинство людей в этих странах понимает значимость правильного ухода за зубами, а также имеют в своем распоряжении необходимые финансовые ресурсы для того, чтобы регулярно покупать зубную пасту. Следовательно, такие компании, как Procter & Gamble, Unilever и Colgate-Palmolive, не могут рассчитывать на заметное увеличение объема продаж своей зубной пасты на этих рынках. В поисках возможностей увеличения объема продаж эти компании начали активно осваивать формирующиеся рынки таких стран, как Китай, Индия и Индонезия. Процессу освоения новых рынков сопутствуют еще два преимущества. Во-первых, у компании может появиться возможность получить экономию от масштаба на базе сокращения среднего объема издержек производства на единицу продукции при увеличении объема производства. Во-вторых, освоение новых рынков позволяет компании диверсифицировать пути поступления доходов. В таком случае компания, обслуживая большее количество стран, становится менее зависимой от продаж своей продукции в одной отдельно взятой стране, что позволяет компании защитить себя от возможных потрясений в экономике этой страны.

Необходимость конкурировать более эффективно. Еще одна из причин выхода компаний на зарубежные рынки сбыта состоит в стремлении повысить эффективность конкурентной борьбы в отрасли, где работает компания. Например, компания Coca-Cola чрезвычайно активно осваивает мировой рынок, поэтому у компании Pepsi-Cola не остается другого выбора, как делать то же самое, чтобы не отстать от своего главного конкурента. Если бы Pepsi-Cola позволила компании Coca-Cola получить господство над важнейшими рынками сбыта, Coca-Cola могла бы использовать прибыль, полученную на этих рынках, для того, чтобы предпринять финансовую атаку на своего конкурента на оставшихся рынках. Такая ситуация складывается, например, на рынке оборудования для земляных работ, а также на рынке сбыта фотопленки и предоставления услуг по фотопечати. Компании, занимающие лидирующие позиции в этих областях, предпринимая друг против друга постоянные атаки и контратаки в каждом регионе мира, чтобы помешать своим конкурентам занять господствующие позиции в той или иной стране.

Изменение условий ведения бизнеса и глобализация.

Рассмотренные выше стратегические императивы обуславливают стремление компаний интернационализировать свою деятельность. В то же время расширение международных деловых операций компаний до масштабов, которые были зафиксированы после Второй мировой войны, было бы невозможно без существенных изменений политических и технологических условий ведения бизнеса.

Изменение политической среды. В первой половине двадцатого столетия выходу компаний на новые рынки препятствовали барьеры на пути развития торговли, возведенные правительствами иностранных государств. После Первой мировой войны многие страны, в том числе Соединенные Штаты Америки, Франция, Великобритания и Германия, ввели таможенные тарифы и квоты на ввозимые товары, а также создали благоприятные условия для ведения бизнеса отечественными фирмами, предоставляя им правительственные кон-

тракты на поставку продукции. В результате в 30-е гг. объем международной торговли и международных инвестиций существенно снизился. Однако после Второй мировой войны эта практика была полностью пересмотрена. Между основными странами, занимающимися торговлей, состоялись переговоры о сокращении таможенных тарифов и квот, а также об устранении ограничений на прямые иностранные инвестиции на территории этих стран. Многие из этих договоренностей были достигнуты в процессе работы по заключению Генерального соглашения о тарифах и торговле, ГАТТ (General Agreement on Tariffs and Trade, GATT), а также в результате усилий, предпринятых правопреемником этого договора – Всемирной торговой организацией (ВТО). Региональные соглашения, такие как Европейский Союз, Общий рынок стран Южной Америки (MERCOSUR) и Североамериканское соглашение о свободной торговле, НАФТА (North American Free Trade Agreement, NAFTA), также ослабили ограничения на инвестиционную деятельность и на торговлю между странами-участниками этих договоров.

Изменение технологической среды. Изменения в политике, проводимой правительствами стран мира, активизировали международные деловые операции. Новые технологии (в частности, в области систем связи, транспортных средств и средств обработки информации) сделали международный бизнес легко осуществимым и более прибыльным. Можно только представить себе, насколько трудным было ведение бизнеса в международных масштабах в условиях, когда основным транспортным средством был парусный корабль, основной формой обработки данных – карандаш и бумага, а основным способом передачи информации – доставка писем почтальоном, передвигающимся на коне. Развитие транспорта за последние 150 лет (от парусного корабля и парохода до гидросамолета и реактивного самолета) означает, что менеджеру, работающему в Лондоне, больше нет необходимости проводить в пути целые недели, чтобы обсудить дела со своими коллегами в Нью-Дели, Торонто или Нью-Йорке. Кроме того, развитие транспортных средств дало импульс развитию международного туризма, который является одной из важнейших составляющих международной коммерческой деятельности в сфере услуг. Постоянное увеличение мощности компьютеров, обеспечивающее возможность быстрой обработки больших объемов информации, позволяет компаниям успешно управлять своими офисами и предприятиями, расположенными в любой стране мира. В компании Exxon Mobil, например, компьютерная сеть широко используется для адаптации объема производства на нефтеочистительных заводах и расписания рейсов танкеров к изменениям спроса на мировом рынке. Достижения в сфере информационных технологий, такие как изобретение факсимильного аппарата и электронной почты, позволяют менеджеру, находящемуся в Токио, получать сообщения от своих коллег из Амстердама, Абиджана и Окленда за несколько минут, а не за несколько дней. Такие технологические достижения делают процесс управления территориально удаленными компаниями намного более доступным в наши дни по сравнению с тем, о чем можно было только мечтать всего несколько десятилетий назад. Такая доступность новейших технологий еще больше стимулирует проникновение компаний на международные рынки.

Некоторые эксперты убеждены в том, что беспрецедентная результативность экономики США в 90-е гг. была обусловлена (по крайней мере, частично) активным внедрением информационных технологий в обычную и деловую жизнь. На протяжении большей части послевоенного периода страны Западной Европы и Япония медленно продвигались в своем развитии с помощью Соединенных Штатов, используя американские технологии и в то же время иницируя свои собственные технологические новшества. В 1971 г. доход на душу населения в США на 31% превышал соответствующий показатель в других ведущих промышленно развитых странах, но к 1990 г. этот разрыв сократился до 10%. В 90-е гг. этот разрыв снова начал увеличиваться и в конце 1999 г. составил 22%. Нет сомнения в том, что такая ситуация была обусловлена совокупностью взаимосвязанных факторов, однако увеличение объема инвестиций в экономику страны, наряду с использованием передовых информационных технологий, сыграло в этом важную роль.

Существует, по меньшей мере, три аспекта влияния Интернета и других информационных технологий на международное предпринимательство. Во-первых, Интернет и другие информационные технологии поддерживают международную коммерческую деятельность в сфере услуг, в том числе в таких разных по своему характеру отраслях, как банковское дело, консультирование, образование, розничная торговля и даже игорный бизнес. Например, многие канадские и американские компании перевели свои подразделения, занимающиеся обслуживанием клиентов и обработкой данных, в другие страны Северной Америки и других континентов, где требуется меньше затрат на рабочую силу. Поскольку все операции можно выполнять с использованием электронной техники, территориальное расположение предприятия практически не имеет значения. В Индии, например, получил развитие такой бизнес, как организация информационно-справочных центров. Во-вторых, воздействие информационных технологий на международный бизнес состоит в том, что Интернет позволяет хотя бы в какой-то степени выровнять условия ведения бизнеса для крупных и мелких компаний независимо от того, какие продукты или услуги продают эти компании. В прошлом проникновение на зарубежный рынок требовало от компаний больших инвестиций, однако в наши дни умелое использование возможностей Интернета может изменить такое положение дел. Небольшая компания, расположенная, скажем, в западной части штата Миссури, в северных районах Италии, в восточной Малайзии или на севере Бразилии, может создать эффективный web-сайт и соперничать с более крупными компаниями из любой страны мира.

Третий аспект состоит в том, что Интернет обладает громадными потенциальными возможностями для формирования заинтересованного сетевого сообщества коммерческих организаций. Так называемые сети типа «бизнес-бизнес» (сети, обеспечивающие межкорпоративную связь) позволяют объединить всемирные компании, их поставщиков, клиентов и стратегических партнеров в единую информационную систему, обеспечивающую более оперативный и более простой способ совместного ведения бизнеса. Например, в прошлом в штате промышленных компаний была специальная должность агента по мате-

риально-техническому снабжению, который занимался вопросами приобретения необходимых запасных частей, сырья и материалов. В обязанности такого специалиста входила подготовка необходимых бумажных бланков заказов, их тиражирование, заполнение и отправка в адрес поставщиков обычной почтой.

После получения заказа поставщик должен был обработать содержащиеся в нем данные, принять заказ к исполнению, а затем переслать его назад, в адрес промышленного предприятия. Эта процедура могла длиться неделями. Организация компьютерной сети позволяет специалисту промышленного предприятия намного быстрее и эффективнее разместить заказ в режиме online. Полностью интегрированная информационная система позволяет поставщику отслеживать состояние материальных запасов промышленного предприятия, заблаговременно обнаруживать потребность в дополнительном количестве необходимых деталей и начать их производство еще до получения соответствующего заказа. Такой подход к размещению заказов и их выполнению позволяет получить громадную экономию. По оценкам специалистов компании General Motors, например, подготовка заказа на поставку традиционным способом обходится компании в \$100; переход на размещение заказов в режиме online, по мнению менеджеров компании, позволит сократить эти затраты на 90%.

Контрольные вопросы

1. Почему некоторые отрасли экономики становятся глобальными, в то время как другие остаются местными или региональными?
2. Какое влияние Интернет оказывает на международный бизнес? Какие компании и какие страны выиграют от более широкого использования Интернета во всем мире? Какие компании и страны проиграют?
3. Какие различия могут существовать между умениями и навыками менеджеров национальных и международных компаний?
4. А вам хотелось бы работать на компанию, принадлежащую иностранному владельцу? Обоснуйте свой ответ.

2. МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ И МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

2.1. Сущность МТ

Торговля – это добровольный обмен товарами, услугами, имуществом или денежными средствами между физическими или юридическими лицами. Поскольку такой обмен является добровольным, обе стороны сделки должны быть уверены в том, что они получают выгоду от этого обмена, в противном случае сделка не будет заключена. **Международная торговля** – это торговля между резидентами разных стран. В качестве этих резидентов могут выступать физические лица, компании, некоммерческие организации или иные объединения.

Как показано на рис. 2.1.1, за период после Второй мировой войны объем торговли на мировом рынке существенно возрос. Общий объем торговли товарами составил \$6,2 трлн, или приблизительно 20% от мирового ВВП, равного \$31,3 трлн; объем торговли в сфере услуг в этом же году составил \$1,5 млрд. На страны «четверки» пришлось почти 60% мирового объема торговли товарами (см. рис. 2.1.2). Такие масштабы международной торговли оказывают большое (прямое и косвенное) влияние на национальную экономику отдельных стран. С одной стороны, экспортная деятельность компаний активизирует некоторые аспекты отечественной экономики. Экспортная деятельность компании *Caterpillar*, объем которой составляет \$5,2 млрд, обеспечивает заказами американских поставщиков компании, создает рабочие места для американских рабочих, а также позволяет выплачивать дивиденды американским акционерам компании. Все эти субъекты впоследствии генерируют доходы местных автомобильных дилеров, продовольственных магазинов и других торговых предприятий, которые, в свою очередь, выплачивают заработную плату своим работникам из этих доходов. С другой стороны, ввоз товаров из других стран мира может вынудить отечественных поставщиков снизить цены на продукцию, чтобы повысить уровень своей конкурентоспособности. Неспособность компании адекватно реагировать на конкуренцию со стороны иностранных компаний может привести в результате к закрытию предприятий и увольнению работников.

Значимость международной торговли для компаний, их работников и потребителей их продукции очевидна. Поэтому ученые предприняли ряд попыток разработать теории, которые могли бы выделить факторы, стимулирующие развитие международной торговли, и предсказать появление этих факторов.

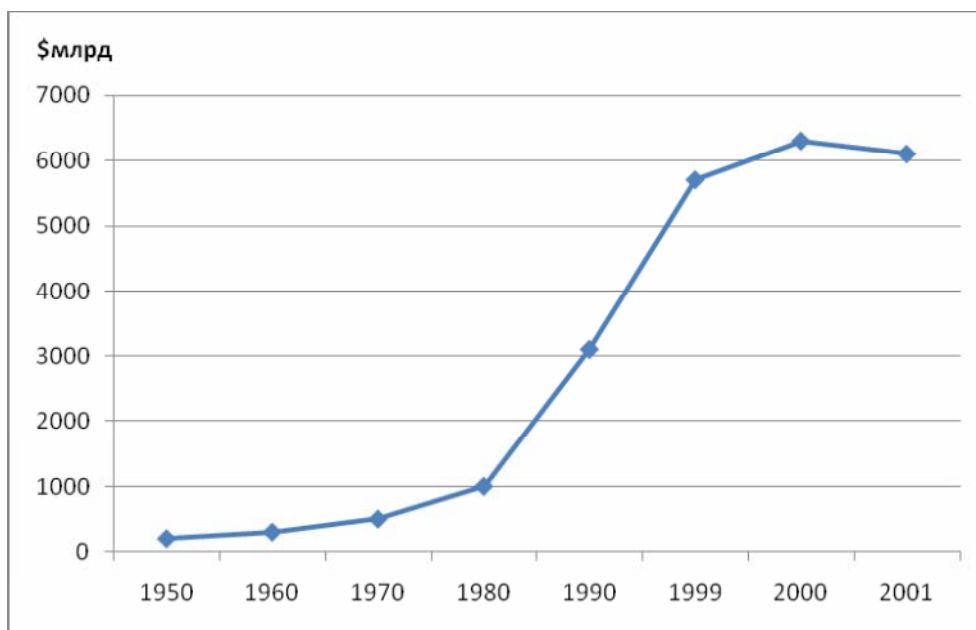


Рис. 2.1.1. Рост обмена мирового товарного экспорта за период с 1950 г.

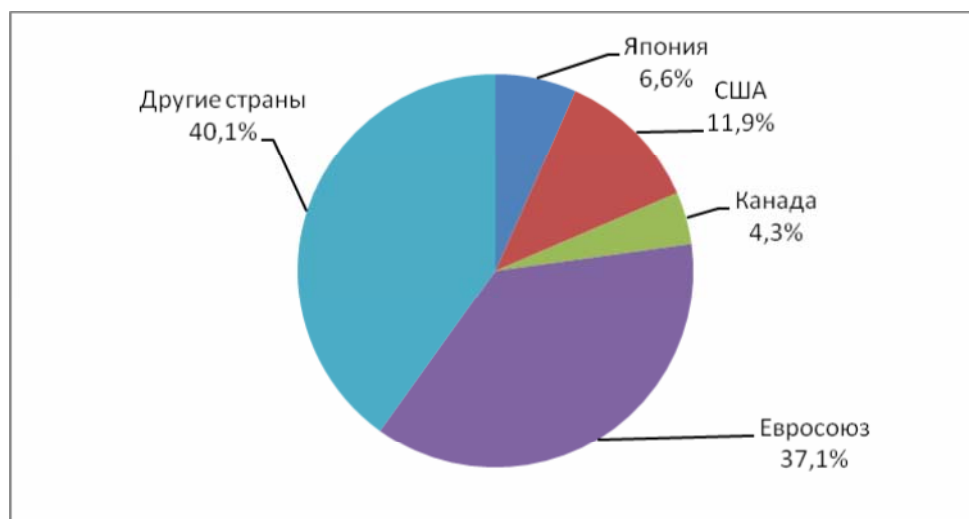


Рис. 2.1.2. Источники экспорта товаров на мировой рынок (данные 2006 г.)

Правительства используют эти теории в процессе формирования политики, которая, согласно их ожиданиям, должна принести выгоду различным отраслям промышленности и гражданам их стран. Менеджеры применяют эти теории для идентификации многообещающих рынков и разработки стратегий интернационализации торговли, которые принесли бы прибыль их компаниям.

2.2. Теории МТ

Классические теории торговли

Первые теории международной торговли сформировались еще в XVI в. во времена становления великих европейских держав. Неудивительно, что эти ранние теории были сфокусированы на изучении закономерностей экспортно-импортных операций, осуществляемых в рамках одной отдельной взятой страны. Однако в середине XX в., по мере развития многонациональных корпораций и усиления их влияния на мировую экономику, ученые обратили свое вни-

мание на роль отдельных компаний в активизации международной торговли. Разработанные после Второй мировой войны теории международной торговли, основанные на характеристиках деятельности отдельных компаний, успешно используются для описания закономерностей торговли дифференцированными товарами (такими как автомобили, бытовая электроника и средства личной гигиены). Фирменное название имеет большое значение для покупателя, принимающего решение о приобретении товаров такого типа.

Меркантилизм (mercantilism) – это философское учение XVI в., в соответствии с которым считалось, что благосостояние государства определяется запасами золота и серебра, которыми это государство обладает. По мнению сторонников теории меркантилизма, увеличению запасов золота должны были способствовать меры, обеспечивающие превышение экспорта над импортом. Логическое обоснование этой точки зрения было вполне понятным для «творцов политики» в те времена: если иностранное государство приобретает в данной стране больше товаров, чем эта страна покупает у него, тогда иностранному государству приходится выплачивать разницу в золоте и серебре, что позволяет хозяевам данной страны пополнять казну. Принципы теории меркантилизма все еще используются и в наши дни. Например, когда телевизионные комментаторы и заголовки газет сообщают о том, что в той или иной стране имеет место «неблагоприятный» торговый баланс, это означает, что объем импорта превысил объем экспорта.

В эпоху империализма правительства часто переносили бремя торговой политики, основанной на принципах меркантилизма, на свои колонии. Например, в соответствии с положениями Закона о мореплавании (Navigation Act) от 1660 г., все товары, импортируемые в американские колонии, должны были поставляться только из Великобритании. Британское правительство запретило компаниям, расположенным в колониях, экспортировать товары, которые могли бы составить конкуренцию продукции, выпущенной на британских фабриках (таким товарам, как головные уборы, изделия из сортовой стали и шерстяная одежда). Для того, чтобы обеспечить поставки недорогих исходных ресурсов в адрес британских коммерсантов, британское правительство потребовало от некоторых колониальных компаний продавать свою продукцию только британским компаниям. В эту категорию продукции входили такие товары, как рис, табак, а также сырье и материалы, необходимые для морского флота (в частности, лесоматериалы, используемые в кораблестроении). Эта стратегия меркантилизма в конечном итоге потерпела полное поражение: она способствовала обострению экономических и социальных проблем, которые привели к свержению власти британской короны в американских колониях.

Меркантилизм действительно приносит выгоду некоторым членам общества, поэтому политика меркантилизма и в настоящее время все еще обладает определенной привлекательностью для некоторых компаний и их работников. К числу современных сторонников политики меркантилизма, которых называют **неомеркантилистами** (neomercantilists) или **протекционистами** (protectionists), принадлежат такие разноплановые субъекты экономической деятельности, как Американская федерация труда/Конгресс производственных профсоюзов

(American Federation of Labor-Congress of Industrial Organizations), производители текстильных изделий, компании по производству стали, производители сахара, а также фермы по выращиванию арахиса.

Политика протекционизма распространена не только в США. Компании из стран Северной Америки и Европы уже давно выражают недовольство тем, что правительство Японии ограничивает доступ иностранных товаров на рынок страны. Например, прежде чем в 90-е гг. японское правительство неохотно дало свое согласие на ввоз риса из-за рубежа, на ведение переговоров ушло 40 лет, и даже в этом случае импорт риса был ограничен 10% от общего объема продаж этого продукта на рынке страны. Компании из стран Азии и Северной Америки критикуют европейские государства за введение ограничений на ввоз таких товаров, как говядина, бананы, а также другая сельскохозяйственная продукция. Такая ситуация вполне объяснима: практически каждая страна в той или иной степени придерживается политики неомеркантилизма с целью защиты ключевых отраслей экономики.

Теория абсолютных преимуществ

Неомеркантилизм обладает определенной внешней привлекательностью, в особенности для патриотов, стремящихся к усилению экономики своей страны. Почему бы государству не увеличить до максимума свои запасы золота и серебра? Адам Смит, шотландский экономист, которого считают отцом рыночной экономики, полагал, что основная проблема меркантилизма заключается в том, что эта теория смешивает два понятия – накопление денег и накопление богатства. В своей книге «An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations» («Исследование о природе и причинах богатства народов»), написанной в 1776 г., Адам Смит подверг критике логическое обоснование меркантилизма и привел доказательства того, что в действительности меркантилизм ослабляет экономику, поскольку отнимает у людей возможность свободной торговли и получения выгод от добровольного обмена материальными ценностями. Кроме того, для того, чтобы избежать импорта товаров любой ценой, государству приходится нерационально расходовать свои ресурсы, выпуская товары, для производства которых в стране нет необходимых условий. Низкий уровень эффективности экономики, обусловленный политикой меркантилизма, сокращает богатство страны в целом, хотя определенные группы людей, объединенные особыми интересами, могут получить выгоду от такой политики.

Адам Смит поддерживал идею свободной торговли между странами как средство приумножения богатства этих стран. Свободная торговля позволяет государству расширить количество доступных товаров и услуг посредством специализации на производстве товаров и услуг одной категории и их обмена на товары и услуги другой категории. Но какие товары и услуги страна должна экспортировать и какие – импортировать? Для того, чтобы найти ответ на этот вопрос, Адам Смит разработал **теорию абсолютных преимуществ** (theory of absolute advantage). Согласно этой теории, страна должна экспортировать те товары и услуги, для производства и предоставления которых у нее есть более продуктивные возможности. С другой стороны, более целесообразно импорти-

ровать товары и услуги из тех стран, которые обладают более продуктивными возможностями для их выпуска.

Теорию абсолютных преимуществ можно проиллюстрировать на следующем примере. Предположим (для простоты вычислений), что в мире есть всего две страны – Франция и Япония; эти страны производят только два типа товаров – вино и будильники; предположим также, что в обеих странах существует только один фактор производства – затраты труда. В табл. 2.1.1 отображены данные о возможном выпуске двух названных товаров за один человеко-час в каждой из двух стран. Во Франции за один человеко-час можно произвести либо две бутылки вина, либо три единицы будильников. В Японии за один человеко-час можно выпустить либо одну бутылку вина, либо пять будильников. Франция обладает абсолютным преимуществом в производстве вина: за один человеко-час в стране можно выпустить две бутылки вина, тогда как в Японии – только одну бутылку. Япония имеет абсолютное преимущество в производстве будильников: за один человеко-час в этой стране можно выпустить пять изделий, тогда как во Франции – только три изделия.

Таблица 2.1.1.

Теория абсолютных преимуществ: пример

Выпуск продукции за один человеко-час		
	Франция	Япония
Вино	2	1
Будильники	3	5

Если существует возможность торговли между Францией и Японией, обе страны получают выгоду от обмена своими товарами. Предположим, Франция согласна обменять две бутылки вина на четыре единицы будильников. Для производства двух бутылок вина, предназначенных для Японии, Франции потребуется только один человеко-час. В обмен на две бутылки вина Франция получит от Японии четыре единицы будильников. Выпуск такого количества будильников потребовал бы во Франции 1,33 человеко-часа в случае, если бы Франция сама выпускала эти изделия вместо их покупки в Японии. Импорт будильников из Японии вместо их производства своими силами позволяет Франции сэкономить 0,33 человеко-часа. Франция может использовать высвободившееся рабочее время для выпуска дополнительного количества вина, которое, в свою очередь, может либо поступить в распоряжение французских потребителей, либо быть продано Японии в обмен на дополнительное количество будильников. Выделение рабочего времени на выпуск продукции, для производства которой у Франции есть более продуктивные возможности по сравнению с Японией, с последующей продажей этой продукции Японии позволяет Франции потреблять больше товаров, чем это было бы возможно при отсутствии торговли с Японией. Япония получает аналогичные преимущества. В этой стране требуется 0,8 человеко-часа для выпуска четырех единиц будильников необходимых для обмена на две бутылки французского вина. Производство вина своими силами потребовало бы в Японии два человеко-часа. Производство

будильников с последующей их продажей Франции позволяет Японии сэкономить 1,2 человеко-часа. Высвободившееся рабочее время можно использовать на производство дополнительного количества будильников, которые могли бы либо поступить в распоряжение японских потребителей, либо быть проданы Франции в обмен на дополнительное количество вина.

Теория сравнительных преимуществ.

Теория абсолютного преимущества в какой-то степени опирается на здравый смысл. Однако эта теория имеет существенный недостаток. Что произойдет с процессом торговли, если одна страна обладает абсолютным преимуществом в производстве обоих продуктов? Из теории абсолютного преимущества вытекает ошибочный вывод о том, что в таком случае торговля будет просто невозможна. Давид Рикардо (David Ricardo), британский экономист начала XIX в., решил эту проблему, разработав **теорию сравнительных преимуществ** (theory of comparative advantage). Согласно этой теории, страна должна экспортировать те товары и услуги, в производстве и предоставлении которых она обладает *относительно* более высокой производительностью. С другой стороны, более целесообразно импортировать товары (услуги) из тех стран, которые обладают *относительно* более высокой производительностью в производстве этих товаров.

Различие между двумя теориями едва различимо: теория абсолютного преимущества ссылается на абсолютные различия в производительности, тогда как теория сравнительного преимущества опирается на относительные различия в производительности. И все-таки эти две теории отличаются друг от друга, поскольку в теории сравнительных преимуществ в процессе определения товара, который стране более целесообразно производить своими силами, учитывается понятие альтернативных издержек. **Альтернативные издержки**, или упущенная выгода (opportunity cost), – это издержки, обусловленные неиспользованными благоприятными возможностями для выпуска товара. Применение принципов сравнительных преимуществ и скрытых издержек требует более глубокого осмысления. Рассмотрим, например, нейрохирурга, который в равной степени лучше выполняет операции на головном мозге и стрижет газоны по сравнению с тем, как это сделал бы сын соседа. Если хирург относительно лучше оперирует, чем стрижет газоны, он будет проводить большую часть своего времени у операционного стола и заплатит сыну соседа деньги за то, чтобы он подстриг газон у его дома. Нейрохирург сделал бы именно так, потому что альтернативные издержки подстригания газона своими силами были бы слишком высоки: время, потраченное на стрижку газона, – это время, которое упущено для выполнения хирургических операций.

Для того, чтобы сопоставить теорию абсолютных преимуществ и теорию сравнительных преимуществ, рассмотрим еще раз пример, представленный в табл. 2.1.1. Как было упомянуто выше, Франция обладает абсолютным преимуществом в выпуске вина, а Япония имеет абсолютное преимущество в производстве будильников. В соответствии с теорией абсолютного преимущества Франции выгодно экспортировать вино в Японию, а Японии выгодно экспортировать будильники во Францию. Как видно по данным, представленным в

табл. 2.1.1., Франция также обладает сравнительным преимуществом в производстве вина: за один человеко-час в стране можно выпустить в два раза больше вина, чем в Японии, но только 0,6 от количества будильников, которые можно выпустить в Японии за тот же промежуток рабочего времени. Следовательно, Франция обладает относительно более продуктивными возможностями в производстве вина. Япония, в свою очередь, имеет сравнительное преимущество в выпуске будильников: за один человеко-час в стране можно выпустить в 1,67 раза больше будильников, чем во Франции, но только 0,5 от количества вина, которое можно выпустить во Франции за тот же промежуток рабочего времени. Следовательно, Япония обладает относительно более продуктивными возможностями в производстве будильников. В соответствии с теорией относительного преимущества Франции выгодно экспортировать вино в Японию, а Японии выгодно экспортировать будильники во Францию. По примеру, представленному в табл. 2.1.1., обе теории – и теория абсолютного преимущества, и теория сравнительного преимущества – привели к получению одних и тех же результатов.

Теперь внесем изменения в исходные данные. Предположим, уровень производительности остается прежним в Японии, а во Франции, благодаря реализации новых программ подготовки рабочих к выполнению рабочих заданий, уровень производительности повышается в два раза. В табл. 2.1.2. отображена эта новая ситуация. Теперь Франция может выпускать четыре бутылки вина или шесть будильников за один человеко-час. Следовательно, Франция обладает абсолютным преимуществом как в выпуске вина, так и в производстве будильников: за каждый человеко-час Франция может выпускать больше на три бутылки вина (четыре минус одна) и на одну единицу будильников (шесть минус пять) по сравнению с Японией. В соответствии с теорией абсолютных преимуществ торговля между странами не будет осуществляться, поскольку Франция обладает абсолютным преимуществом в производстве обоих товаров.

Таблица 2.1.2.

Теория сравнительного преимущества: пример

Выпуск продукции за один человеко-час		
	Франция	Япония
Вино	4	1
Будильники	6	5

В то же время теория сравнительных преимуществ указывает на целесообразность продолжения торговли между этими двумя странами. Показатели Франции в выпуске вина в четыре раза лучше, но только в 1,2 раза лучше в производстве будильников по сравнению с соответствующими показателями Японии. (С другой стороны, производительность Японии в выпуске вина составляет только 0,25 от производительности Франции в выпуске этого продукта, но 0,83 от производительности Франции в выпуске будильников.) Уровень производительности Франции в выпуске вина относительно более высок по

сравнению с Японией, тогда как уровень производительности Японии относительно более высок в выпуске будильников по сравнению с Францией.

Согласно теории сравнительных преимуществ, Франции следует экспортировать вино в Японию, а Японии следует экспортировать будильники во Францию. Если обе страны поступят именно так, это будет выгодно каждой из них. При отсутствии торговли одна бутылка вина будет продаваться за 1,5 единицы будильников во Франции и за 5 единиц будильников в Японии. Если Япония предложит продавать две единицы будильников за одну бутылку вина, Франции это будет выгодно даже при условии, что страна обладает абсолютным преимуществом в производстве будильников. При отсутствии торговли выпуск только 1,5 единицы будильников своими силами в условиях повышенной производительности обойдется Франции потерей одной бутылки вина. Торгуя с Японией, Франция могла бы получить две единицы будильников в обмен на одну бутылку вина. Франция получает больше будильников за одну бутылку вина, торгуя с Японией, чем она могла бы получить, выпуская будильники своими силами.

Япония также выигрывает от торговли с Францией. При отсутствии торговли Япония вынуждена терять пять единиц будильников, чтобы выпустить одну бутылку вина. Торгуя с Францией, Япония может получить еще одну бутылку вина, потеряв при этом только две единицы будильников. Япония получает больше вина в обмен на одну единицу будильников, торгуя с Францией, чем она могла бы получить, выпуская вино своими силами. Даже несмотря на то, что Франция обладает абсолютным преимуществом как в производстве будильников, так и в выпуске вина, обе страны выигрывают от такой взаимной торговли. Именно сравнительное, а не абсолютное преимущество стимулирует торговлю между этими странами.

Определение сравнительных преимуществ с учетом стоимости товаров

Выводы теории сравнительных преимуществ просты, но очень убедительны: *странам более выгодно специализироваться на выпуске тех товаров, в производстве которых им удалось добиться относительно более высокого уровня производительности. Следовательно, страны должны ориентировать свою деятельность на производство (и экспорт) товаров и услуг, для которых у них есть относительно более продуктивные возможности, и на приобретение других товаров и услуг в странах, которые имеют возможность выпускать их при относительно более высоком уровне производительности.*

Безусловно, примеры, представленные в табл. 2.1.1. и 2.1.2., слишком упрощены и далеки от действительности. Мировая экономика производит намного больше двух товаров и услуг; мировой рынок состоит из более чем двух стран. В реальной жизни могут возникать определенные препятствия на пути торговли между странами, кто-то должен оплачивать транспортировку товаров из одного рынка на другой, а для производства товаров, помимо рабочей силы, могут потребоваться и другие исходные ресурсы. Для осуществления более глубокого анализа процесса торговли между странами в табл. 2.1.3., учтены некоторые финансовые показатели. Кроме того, этот анализ основывается на следующих предположениях.

Показатели выпуска вина и будильников за один человеко-час во Франции и в Японии взяты из табл. 2.1.2.

Почасовая ставка заработной платы во Франции составляет 12 евро (€).

Почасовая ставка заработной платы в Японии составляет 1000 иен (¥).

Одна единица евро эквивалентна 125 иенам.

Таблица 2.1.3.

Определение сравнительных преимуществ с учетом стоимости товаров: пример

	Стоимость товаров во Франции		Стоимость товаров в Японии	
	товары, выпущенные во Франции	товары, выпущенные в Японии	товары, выпущенные во Франции	товары, выпущенные в Японии
Вино	€3	€8	¥375	¥1000
Радиочасы	€2	€1,6	¥250	¥200

Примечание. Например, за один человеко-час во Франции можно выпустить четыре бутылки вина по общей стоимости €12, или в среднем по €3 за одну бутылку. При курсе ¥125 за €1, бутылка вина будет стоить ¥375 ($375 = 3 \times 125$).

С учетом этих предположений и при отсутствии торговли между двумя странами бутылка вина во Франции стоит €3 (что равно ¥375), а будильники – €2 (¥250). В Японии бутылка вина стоит ¥1000 (€8), а будильники – ¥200 (€1,6).

В этом случае существует необходимость в торговле, которая обусловлена заинтересованностью отдельных предпринимателей (другими словами, возможностью получить прибыль) как во Франции, так и в Японии. Предположим, специалисты по закупкам *Galleries Lafayette* (одного из крупнейших парижских универмагов) обратили внимание на то, что будильники стоят €2 во Франции и €1,6 в Японии. Чтобы поддерживать на низком уровне издержки на продаваемые товары, эти специалисты по закупкам будут заказывать будильники в Японии, где они более дешевые, и продавать их во Франции, где их стоимость выше. Следовательно, Япония будет экспортировать будильники, а Франция – импортировать их (в точном соответствии с законом сравнительных преимуществ). С другой стороны, оптовые торговцы вином замечают, что бутылка вина стоит ¥1000 в Японии и только ¥375 во Франции. Для того, чтобы поддерживать на как можно более низком уровне издержки на продаваемую продукцию, специалисты по закупкам, работающие на этих оптовых торговцев, будут покупать вино во Франции, где оно дешевле, и продавать его в Японии, где его стоимость выше.

В точном соответствии с законом сравнительных преимуществ Франция будет экспортировать вино, а Япония – импортировать его.

Следует обратить внимание на то, что для бизнесменов, которые могли бы принимать участие в этих сделках, нет необходимости знать теорию сравнительных преимуществ. Им достаточно просто посмотреть на разницу в цене на рынках двух стран и принять соответствующее решение на основании своего желания приобрести товар по самой низкой цене. И все же эти предприниматели получают выгоду от использования теории сравнительных преимуществ, по-

скольку цены, установившиеся на свободном рынке, отображают относительное преимущество каждой страны в выпуске тех или иных товаров.

Теория соотношения факторов производства.

Теория сравнительных преимуществ требует решения еще одного вопроса: какие факторы определяют набор продуктов, для производства которых у страны есть сравнительные преимущества? Для того, чтобы ответить на этот вопрос, два шведских экономиста – Эли Хекшер (Eli Hecksher) и Бертил Олин (Bertil Ohlin) – разработали **теорию соотношения факторов производства** (theory of relative factor endowments); эта теория известна под названием **«теория Хекшера – Олина»** (HecksherOhlin theory). Эти экономисты сделали два основополагающих наблюдения:

1. *В каждой стране есть характерная только для нее совокупность факторов производства (или типов ресурсов).* Например, Аргентина богата плодородными землями, в Саудовской Аравии есть большие залежи сырой нефти, а в Китае – большое количество неквалифицированной рабочей силы.

2. *Ассортимент товаров, в производстве которых специализируется страна, зависит от того, какими ресурсами для их выпуска она обладает.* Например, выращивание пшеницы требует наличия плодородной почвы, добыча нефти – наличия запасов сырой нефти, а швейное производство – наличия неквалифицированной рабочей силы.

На основании этих наблюдений Хекшер и Олин сформулировали свою теорию: *страна имеет сравнительное преимущество в производстве продуктов, для выпуска которых интенсивно используются те ресурсы (факторы производства), в которых эта страна не испытывает недостатка.* Следовательно, Аргентина имеет сравнительное преимущество в выращивании пшеницы благодаря изобилию плодородных земель; Саудовская Аравия – в добыче нефти благодаря изобилию нефтяных месторождений; Китай – в пошиве предметов одежды благодаря изобилию неквалифицированной рабочей силы.

Согласно теории Хекшера-Олина, страна должна экспортировать те товары, для выпуска которых интенсивно используются факторы производства, имеющиеся в этой стране в изобилии. После Второй мировой войны Василий Леонтьев, американский экономист русского происхождения, подверг эту теорию эмпирической проверке. Для этого он использовал модель «затраты–выпуск» – математическую модель, описывающую взаимосвязи между различными секторами экономики. По мнению Леонтьева, для экономики Соединенных Штатов Америки свойственны такие характеристики, как избыток капитала и нехватка рабочей силы. Таким образом, на основании теории Хекшера–Олина Леонтьев сделал вывод, что Соединенным Штатам целесообразно экспортировать капиталоемкие товары (такие как химикаты и сталь) и импортировать трудоемкие товары (например, одежду и обувь).

На основании эмпирического анализа модели «затраты – выпуск» для экономики США Василий Леонтьев оценил затраты труда и капитала, необходимые для производства экспортной и импортной «корзины» на сумму \$1 млн. (Каждая «корзина» соответствовала средневзвешенному значению всех экспортных и импортных операций США в 1947 г.) Леонтьев определил, что в

1947 г. американские предприятия использовали капитал на сумму \$2,551 млн и 182,3 человеко-лет (или \$13 993 в расчете на один человеко-год труда) для производства общего объема экспорта на сумму \$ 1 млн. Кроме того, он вычислил, что для производства общего объема импорта в США на сумму \$1 млн было использовано \$3,093 млн капитала и 170,0 человеко-лет (или \$18 194 в расчете на один человеко-год труда). Таким образом, по результатам этих вычислений оказалось, что импорт США был более капиталоемким по сравнению с экспортом. Импорт требовал на \$4201 (\$18194-\$13993) больше капитала, чем экспорт.

Эти результаты не соответствовали прогнозам, сделанным на основании теории Хекшера–Олина: импорт США был почти на 30% более капиталоемким по сравнению с экспортом. Ведущие экономисты оказались в затруднительном положении. Теория Хекшера–Олина казалась очень логичной, однако результаты исследований Леонтьева были прямо противоположны ожидаемым. Так возник **парадокс Леонтьева** (Leontief paradox).

На протяжении последующих 50 лет многие экономисты повторяли исследование Леонтьева, пытаясь разрешить этот парадокс. Первая такая попытка была предпринята самим Леонтьевым. Он предположил, что торговые потоки, возможно, были искажены в 1947 г., поскольку мировая экономика в то время еще находилась под негативным воздействием последствий Второй мировой войны. Используя данные за 1951 г., Леонтьев обнаружил, что и в этом году импорт США был на 6% более капиталоемким по сравнению с экспортом. Эта цифра, несомненно, была намного меньше показателя, полученного в процессе первоначального исследования, но она по-прежнему не согласовывалась с прогнозами, составленными в соответствии с теорией Хекшера–Олина.

По мнению некоторых экономистов, была допущена ошибка в исходных параметрах, которые Леонтьев использовал в процессе своих исследований. В вычислениях Леонтьева было учтено предположение о наличии всего двух равнозначных факторов производства: труда и капитала. Однако существуют и другие факторы производства, из которых наибольшего внимания заслуживают такие факторы, как земля (особенно плодородная или содержащая полезные ископаемые), человеческий капитал (квалифицированный труд) и технология (знания). Ни один из этих важных факторов производства не был учтен в исследованиях Леонтьева. Исключение этих факторов из процесса анализа, возможно, и стало причиной ошибочного определения трудоемкости экспорта и импорта США. Для выпуска многих типов экспортной продукции в США есть достаточное количество ресурсов (например, изобилие земли для выращивания сельскохозяйственной продукции, или человеческих знаний – для выпуска компьютеров, самолетов, а также для предоставления услуг). В качестве иллюстрации можно рассмотреть продукцию, которую производит один из крупнейших экспортеров США – компания *Boeing*. В соответствии с подходом Леонтьева определяется объем физического капитала (производственных мощностей, собственности и оборудования), а также объем физического труда, используемого в производстве самолетов. Однако такой подход не позволяет адекватно оценить роль человеческого капитала и технологий в производственном

процессе, имеющем место на предприятиях компании. Тем не менее, человеческий капитал (образованные инженеры, которые конструируют самолеты, а также высококвалифицированные механики, которые их собирают) и технология (усовершенствованные методы управления, позволяющие контролировать работу крупнейших в мире сборочных линий) имеют гораздо большее значение для успешной деятельности компании *Boeing*, чем просто физический капитал и физический труд.

Современные теории торговли, основанные на характеристиках компаний

После Второй мировой войны в процессе исследований международных деловых операций основное внимание уделялось роли компаний в осуществлении международной торговли (а не роли стран, как это было свойственно прежним исследованиям). Существует несколько причин, которые легли в основу разработки теорий международной торговли, основанных на характеристиках отдельных компаний:

1) повышение роли многонациональных корпораций в послевоенной международной экономике;

2) неспособность классических теорий международной торговли объяснить и предсказать существование и развитие внутриотраслевой торговли между разными странами;

3) неудачные попытки Леонтьева и других исследователей эмпирически подтвердить теорию Хекшера–Олина. В процессе анализа торговых потоков в соответствии с современными теориями международной торговли (в отличие от классических теорий) учитываются такие факторы, как качество товаров, технология их производства, узнаваемость торговой марки и лояльность потребителей. В современных теориях основными участниками международной торговли являются компании, а не страны; поэтому базовым элементом анализа в этих теориях является роль компаний в осуществлении экспортно-импортных операций.

Теория подобия стран

Классические теории международной торговли, такие как теория абсолютных преимуществ, применимы для анализа межотраслевой торговли между странами. **Межотраслевая торговля** (interindustry trade) – это обмен товарами, выпущенными предприятиями одной отрасли промышленности в стране А, на товары, выпущенные предприятиями другой отрасли в стране В (например, обмен французского вина на японские будильники). В то же время международная торговля в значительной степени состоит из внутриотраслевых торговых операций. **Внутриотраслевая торговля** (intraindustry trade) – это обмен товарами, выпускаемыми предприятиями одной отрасли промышленности, между разными странами. Например, Япония экспортирует автомобили «Toyota» в Германию, а Германия, в свою очередь, экспортирует автомобили марки «BMW» в Японию. На внутриотраслевую торговлю приходится около 40% мирового объема торговли; классические теории международной торговли не учитывают это явление.

В 1961 г. шведский экономист Стефан Линдер (Steffan Linder) попытался найти объяснение феномену внутриотраслевой торговли. Линдер выдвинул ги-

потезу о том, что международная торговля промышленными товарами происходит в результате сходства между предпочтениями потребителей из разных стран, находящихся на одном и том же уровне экономического развития. По мнению Стефана Линдера, сначала компании производят товары для того, чтобы удовлетворить спрос на отечественном рынке. В процессе поиска новых возможностей для сбыта этих товаров обнаруживается, что наиболее перспективные зарубежные рынки находятся в тех странах, в которых предпочтения потребителей аналогичны нуждам и запросам отечественных потребителей. Например, на японском рынке существует достаточно большой сегмент потенциальных покупателей автомобилей марки «BMW» – состоятельных покупателей, которые точно так же, как и немецкие потребители, стремятся приобретать престижные, качественные автомобили. Немецкий рынок обеспечивает автомобили марки «Toyota» сегментом потребителей, ориентированных на оптимальное соотношение «цена–качество», аналогичных японским потребителям этого сегмента. Поскольку у каждой из компаний есть целевой сегмент потребителей на рынке другой страны, иницируется процесс внутриотраслевой торговли. Согласно **теории подобия стран** (country similarity theory), сформулированной Стефаном Линдером, торговля промышленными товарами должна происходить главным образом между странами с приблизительно одинаковым доходом на душу населения; кроме того, внутриотраслевая торговля промышленными товарами становится общепринятой формой международной торговли. Теория подобия стран особенно полезна для изучения процесса торговли дифференцированными товарами, такими как автомобили, дорогостоящее электронное оборудование, а также продукты личной гигиены. В процессе принятия потребителями решений о приобретении товаров этой категории большую роль играет узнаваемость бренда и репутация продукта на рынке.

Теория жизненного цикла продукта

Теория жизненного цикла продукта была разработана в сфере маркетинга для описания эволюции стратегий маркетинга по мере прохождения продуктом различных стадий жизненного цикла. Теория жизненного цикла продукта – это еще одна современная теория международной торговли (и, как будет показано ниже, международных инвестиций). Разработанная в 60-е гг. профессором Гарвардской школы бизнеса Реймондом Верноном (Raymond Vernon) теория международного жизненного цикла продукта позволяет отследить роль инноваций, расширение рынка сбыта, сравнительное преимущество производства продукта, а также стратегические действия конкурентов в процессе принятия решений относительно международного производства, международной торговли и международных инвестиций. Согласно теории Вернона, международный жизненный цикл продукта состоит из трех стадий: стадии освоения нового продукта, стадии зрелости и стадии стандартизации продукта. Все эти стадии проиллюстрированы на рис. 2.1.4.

На первой стадии жизненного цикла продукта, или *стадии освоения нового продукта*, в компании происходит разработка и внедрение нового изделия (такого как фотокопировальное устройство или персональный компьютер) в ответ на возникновение потребности в этом продукте на отечественном рынке.

Поскольку этот продукт является новым, в компании, которая его разрабатывает, нет достоверных данных о том, существует ли для него прибыльный рынок. Специалисты компании, занимающиеся маркетингом, должны тщательно изучить реакцию потребителей на появление нового продукта, чтобы выяснить, соответствует ли этот продукт их запросам. При этом большое значение имеет оперативная обратная связь с рынком. Следовательно, на первоначальном этапе производство продукта целесообразно размещать в стране, в которой были выполнены научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы по разработке данного изделия (как правило, в одной из развитых стран, таких как Япония, Германия, США). На следующем этапе, поскольку размер рынка по-прежнему остается неопределенным, компания стремится минимизировать свои инвестиции в производственные мощности по выпуску продукта. Практически вся продукция, выпущенная на этом этапе, продается на отечественном рынке, а объем экспортных продаж ограничен.

Например, на этапе становления индустрии персональных компьютеров мелкие производители, функционировавшие в этой отрасли, едва успевали удовлетворять стремительно растущий спрос на свою продукцию. Типичным примером этой проблемы является деятельность компании *Apple Computer*. Первая сборочная мастерская этой компании, основанной в 1976 г. (1-го апреля – в «День всех дураков»), располагалась в гараже одного из соучредителей Стива Джобса (Steve Jobs). Первый крупный заказ на компьютеры, сделанные в кустарных условиях (заказ на 50 компьютеров, полученный от местного магазина товаров для любителей вычислительной техники), едва не привел компанию к банкротству, так как в ней не было достаточного количества денег для покупки необходимых деталей. Компания *Apple* смогла выжить только благодаря благоприятным условиям для ведения бизнеса в том месте, где она была расположена, – в Силиконовой Долине. Именно в Силиконовой Долине были расположены основные компании, занимающиеся выпуском электронного оборудования (такие как *Hewlett-Packard*, *Intel* и *National Semiconductor*). Таким образом, в этом регионе не было недостатка в инженерах-электронщиках, которых можно было привлечь к разработке продукции *Apple*. В Силиконовой Долине было также много компаний, которые были готовы делать венчурные инвестиции и искали «новый *Xerox*». Кроме того, Силиконовая Долина оказалась прекрасным рынком сбыта для продукции *Apple*, обеспечив рост продаж компании от нулевого уровня в 1976 г. до \$7,8 млн в 1978 г. и \$5,7 млрд в 2002 г.

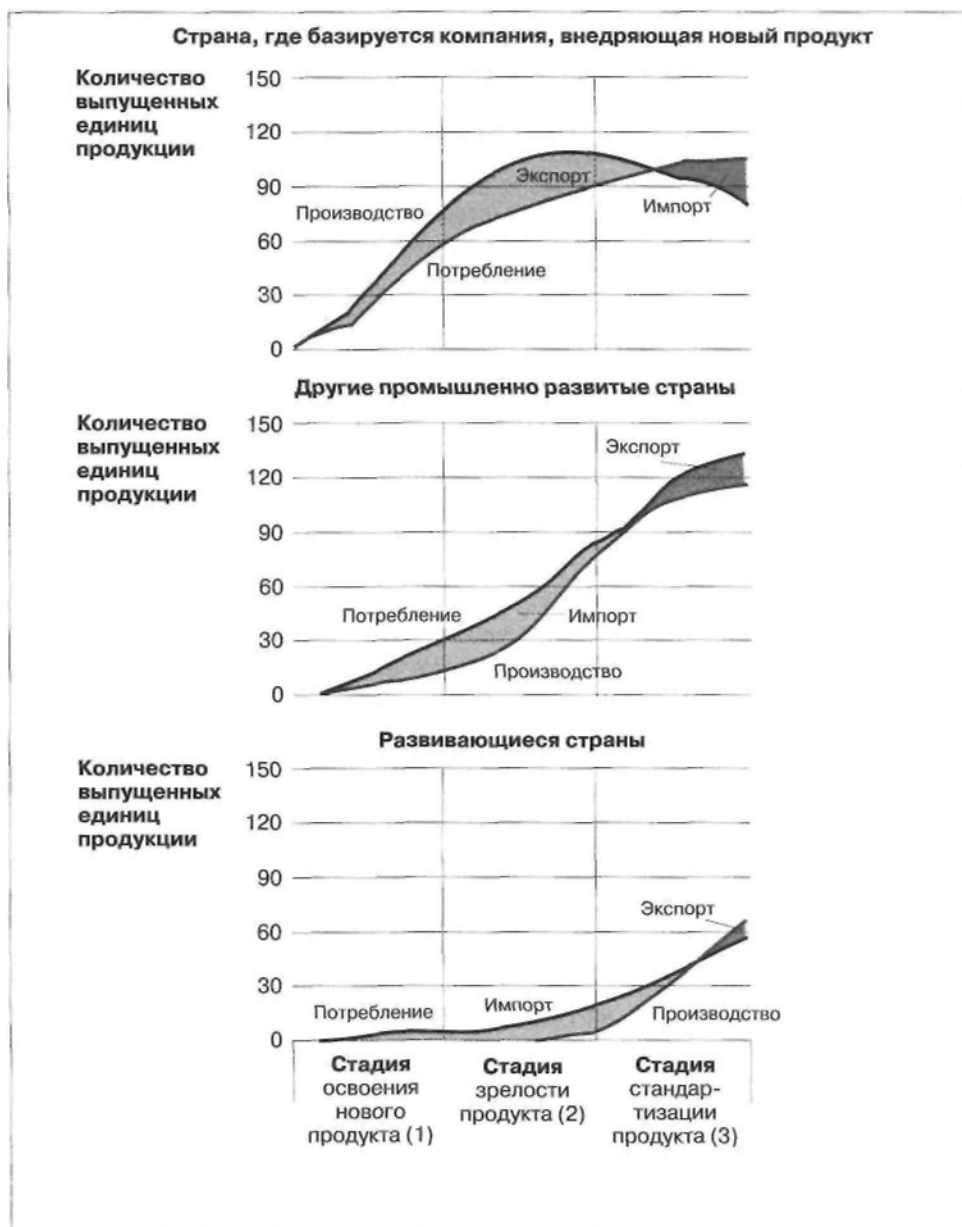


Рис. 2.1.4. Международный жизненный цикл продукта

На второй стадии жизненного цикла продукта, *стадии зрелости*, по мере того, как все большее количество потребителей начинают осознавать ценность продукта, происходит резкое повышение уровня спроса на этот продукт. Компания, внедряющая новый продукт на рынке, начинает строить новые предприятия с целью расширения своих производственных мощностей и удовлетворения спроса на этот продукт на отечественном и иностранном рынке. В это же время как на отечественном, так и на иностранном рынке, начинают появляться конкурирующие фирмы, которые привлекает перспектива получения прибылей от продажи аналогичной продукции. Компания *Apple* представила версию своей второй модели компьютера «Apple II», собранную вручную, на компьютерной выставке-ярмарке в Сан-Франциско весной 1977 г. За три последующих года компания расширила свои производственные мощности за пределы гаража Стива Джобса и продала 130 000 единиц продукции. Для того, чтобы удовле-

творить потребительский спрос на внутреннем и внешнем рынке, производство компьютеров «Apple II» было размещено на различных предприятиях в Калифорнии и Техасе, а поставки продукции осуществлялись со складов, расположенных в США и в Нидерландах.

На третьей стадии жизненного цикла продукта, *стадии стандартизации*, происходит стабилизация рынка сбыта этого продукта. Новый продукт становится обычным товаром, и у компаний появляется настоятельная необходимость максимально возможного снижения уровня издержек на его производство. Одним из способов сокращения издержек является перенос производства на предприятия, расположенные в странах с дешевой рабочей силой. В результате начинается процесс импорта продукта на отечественный рынок компании, которая на первоначальном этапе занималась его внедрением (импорт продукта на отечественный рынок компании осуществляется либо самой компанией, либо ее конкурентами). В некоторых случаях такой процесс может привести в результате к полному прекращению производства продукта на отечественных предприятиях.

В настоящее время индустрия персональных компьютеров находится на стадии стандартизации продукта. Дешевые компьютеры известных торговых марок, поставляемые на рынок США новыми производителями (такими как южнокорейские компании *Hyundai* и *Samsung*), представляют собой серьезную угрозу продукции признанных американских лидеров в сфере производства вычислительной техники. Производители из Тайваня, такие как *Tatung*, *Mitac International*, *First International* и *TECO Information Systems* (все эти названия не очень известны американскому потребителю), ежегодно экспортируют в Соединенные Штаты Америки миллионы персональных компьютеров, многие из которых производятся по контрактам для иностранных дистрибьютеров. У компании *Apple* появилась настоятельная необходимость решить проблему появления новых конкурентов на рынке, а также обеспечить возможность назначения более конкурентоспособных цен на свою продукцию. Для этого в компании была разработана новая, упрощенная линия выпускаемых изделий, а также был расширен диапазон использования деталей, соответствующих отраслевым стандартам. Кроме того, производство некоторых компонентов было переведено на предприятия, расположенные в зарубежных странах, и была осуществлена модернизация работы складских предприятий. Тем не менее, несмотря на все эти усилия, отечественные и зарубежные конкурирующие компании продолжают отнимать у компании *Apple* ее долю на рынке и ее прибыли. В результате компания, которая была одним из основоположников индустрии персональных компьютеров, вынуждена обслуживать только небольшой сегмент рынка.

Согласно теории международного жизненного цикла продукта, отечественное производство продукта начинается на первой стадии, достигает максимальных показателей на второй и переживает резкий спад на третьей стадии. Экспорт продукта из страны, в которой расположена компания, внедрившая этот продукт на рынок, также начинается на первой стадии и достигает максимума на второй стадии. Однако на третьей стадии эта страна становится чистым

импортером данного продукта. К концу первой стадии жизненного цикла продукта, по мере того как компании из других промышленно развитых стран начинают понимать рыночный потенциал этого продукта, появляются иностранные конкуренты. На второй стадии иностранные конкуренты начинают расширять свои производственные мощности, обслуживая увеличивающийся сегмент отечественного рынка. В конечном итоге иностранные конкуренты могут стать чистыми экспортерами продукта. С другой стороны, по мере ожесточения конкуренции на второй стадии компания, внедрившая продукт, а также ее отечественные конкуренты начинают сокращать издержки производства посредством переноса своих производственных мощностей на предприятия в развивающихся странах, обеспечивающие снижение издержек на производство продукта. В конечном итоге на третьей стадии жизненного цикла продукта эти развивающиеся страны могут стать чистыми экспортерами данного продукта.

Теория глобальной стратегической конкуренции

В 80-е гг. экономисты Пол Кругман (Paul Krugman) и Келвин Ланкастер (Kelvin Lancaster) разработали новые теоретические принципы описания закономерностей международной торговли. Основной целью новой теории был анализ влияния глобальной стратегической конкуренции между многонациональными компаниями на торговые потоки. Согласно этой теории, компании стремятся к получению устойчивых конкурентных преимуществ, которые впоследствии могут быть использованы для обеспечения их господства на мировом рынке. Как и подход Линдера, теория глобальной стратегической конкуренции делает вывод о неизбежности всеобщего распространения внутриотраслевой торговли. С другой стороны, в этой теории основное внимание сосредоточивается на анализе стратегических решений, принимаемых компаниями в процессе конкурентной борьбы на международном рынке. Такие компании, как *Caterpillar* и *Komatsu*, *Unilever* и *Procter & Gamble*, *Toyota* и *Ford*, играют друг с другом в бесконечные «кошки-мышки» на глобальной основе, стремясь усилить свои собственные преимущества и нейтрализовать преимущества конкурента.

В распоряжении компаний, принимающих участие в конкурентной борьбе на международном рынке, есть ряд способов получения устойчивых конкурентных преимуществ. Самые распространенные из этих способов – это наличие у компании прав на интеллектуальную собственность, а также инвестиции в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, получение экономии от масштаба или от диверсификации деятельности и использование возможностей, обеспечиваемых кривой опыта.

Наличие прав на интеллектуальную собственность. Компания, которая имеет права на интеллектуальную собственность (другими словами, обладает правами на торговую марку и фирменное название, а также имеет патенты и авторские права на различные изобретения), во многих случаях получает существенные преимущества перед своими конкурентами. Например, наличие прав на престижные фирменные названия позволяет ирландской компании *Waterford Wedgwood Company* и французской фирме *Louis Vuitton* назначать высокие цены на свои высококачественные продукты. Конкуренция между ком-

паниями *Coca-Cola* и *PepsiCo* происходит на основании узнаваемости их торговых марок и фирменных названий среди потребителей во всем мире.

Инвестиции в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы.

Затраты на научно-исследовательские и опытно конструкторские работы, НИОКР (research & development, R&D) – это основной компонент общего объема затрат на производство высокотехнологичных продуктов. Например, компания *Airbus* планирует выделить \$12 млрд на разработку новой модели самолета-гиганта модели «A380». Компании, действующие в компьютерной и фармацевтической отраслях промышленности, а также в индустрии полупроводников, тоже выделяют большие средства на проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, чтобы поддерживать свою конкурентоспособность. Из-за таких высоких начальных издержек другие компании не решаются конкурировать с признанными лидерами в этих отраслях. Следовательно, компания, которая приступает к разработке и внедрению нового продукта на рынок, получает преимущество первого шага.

Компании, заблаговременно инвестирующие средства в разработку новых продуктов и получающие в результате этого преимущество первого шага, имеют возможность занять господствующее положение на рынке. Согласно теории глобальной стратегической конкуренции, торговые потоки на международном рынке формируются в зависимости от того, какие компании вкладывают необходимые средства в НИОКР. Почему Евросоюз стал крупным экспортером коммерческих воздушных транспортных средств? Потому что компания *Airbus* является одной из немногих компаний данного профиля, готовых вкладывать большие суммы денег в разработку новых моделей самолетов, а также потому, что штаб-квартира компании расположена в Европе. Голландские компании также сделали крупные инвестиции в новые технологии, чтобы поддерживать свое лидирующее положение на мировом рынке цветов.

Компании, осуществляющие сбыт своей продукции на больших сегментах внутреннего рынка, имеют возможность более оперативно получать большое количество информации по каналам обратной связи с потребителями. Именно поэтому такие компании обладают преимуществами перед своими иностранными конкурентами на рынках товаров, производство которых основано на использовании высоких технологий. Обратная связь с потребителями позволяет таким компаниям вносить необходимые коррективы в конструкцию изделий еще на стадии НИОКР, что позволяет им лучше удовлетворять нужды отечественных потребителей. Впоследствии этот опыт может быть использован для удовлетворения нужд иностранных потребителей. Например, такие американские производители сельскохозяйственных химических препаратов, как компании *Monsanto* и *Eli Lilly*, имеют преимущества перед японскими конкурирующими фирмами в сфере разработки пестицидов, используемых в процессе выращивания сои, поскольку американский рынок сбыта таких пестицидов намного больше японского рынка аналогичной продукции. Опыт, полученный этими компаниями на американском рынке пестицидов, может быть использован для удовлетворения нужд японских фермеров.

Получение экономии от масштаба или от диверсификации деятельности

Экономия от расширения масштабов производства или экономия от диверсификации производства предоставляет компаниям возможность достижения устойчивых конкурентных преимуществ на международном рынке. Экономия от масштаба имеет место в случае, когда средний объем издержек на производство продукта снижается по мере увеличения количества единиц продукции, выпущенных одной компанией. Экономия от диверсификации деятельности имеет место в случае, когда средний объем издержек на производство продукта снижается по мере увеличения количества различных продуктов, выпускаемых в рамках одной компании. Экономия от масштаба или от диверсификации деятельности позволяет компаниям обеспечить достаточно низкие средние издержки на производство одной единицы продукции, что дает им преимущества перед конкурентами, действующими на мировом рынке. Оба типа экономии имеют также большое значение для компаний, занимающихся розничной торговлей посредством электронной коммерции. Например, компания *Amazon.com* вложила громадные средства в разработку собственного web-сайта и создание клиентской базы. Поскольку большую часть этих расходов можно отнести к разряду фиксированных затрат, средний объем издержек компании в расчете на одну торговую сделку сокращается по мере увеличения объема сбыта. В поисках получения экономии от масштаба на основании увеличения товарооборота компания *Amazon.com* осуществляет в последнее время расширение своей сферы деятельности на международном рынке. Кроме того, включение дополнительной линии продуктов в систему сбыта через web-сайт компании требует относительно небольшого объема издержек. Таким образом, компания расширила ассортимент реализуемой продукции и помимо книг начала продавать компакт-диски и видеокассеты, чтобы получить экономию от диверсификации продаж.

Использование возможностей, обеспечиваемых кривой опыта

Еще один источник получения той или иной компанией преимуществ в международной торговле – это использование возможностей, обеспечиваемых кривой повышения производительности по мере приобретения опыта в производстве того или иного продукта. В некоторых случаях сокращение объема затрат на производство продукта имеет место в случае, когда компания приобретает больше опыта в изготовлении этого продукта. Кривые опыта могут иметь настолько большое значение, что иногда именно они определяют характер конкурентной борьбы в рамках той или иной отрасли. Например, в компаниях по производству полупроводниковых интегральных схем вполне обычным фактом является сокращение затрат на производство одной единицы продукции на 25-30% при каждом удвоении общего объема производства интегральных схем. Любая компания, стремящаяся обеспечить низкий уровень издержек производства при выпуске интегральных схем массового спроса (таких как микросхемы памяти емкостью 64 Мб), может достигнуть этой цели только при наличии большего опыта в производстве продукции такого типа по сравнению с конкурентами. Как американские, так и азиатские производители интегральных схем во многих случаях назначают на свою продукцию цены, не превышающие те-

кущих затрат на ее производство. Целью такого подхода к ценообразованию является обеспечение товарооборота продукции, который позволил бы накопить необходимый опыт в ее производстве. Полученный опыт, в свою очередь, позволяет этим производителям сокращать издержки производства в дальнейшем. Использование передовых технологий в производственных процессах, а также агрессивные стратегии сбыта, ориентированные на снижение цен, позволяют азиатским производителям интегральных схем (например, компании *Samsung*) занимать господствующее положение в сфере производства дешевых, унифицированных полупроводниковых интегральных схем. Аналогичным образом американские компании по производству полупроводниковых интегральных схем (например, *Intel* и *Advanced Micro Devices*) используют возможности, предоставляемые кривой опыта, для сохранения своего лидирующего положения в производстве более дорогостоящих, патентованных интегральных схем (таких как «Pentium 4» и «Athlon»), которые являются «мозгом» микрокомпьютеров нового поколения.

Теория конкурентных преимуществ стран (theory of national competitive advantage), разработанная профессором Гарвардской школы бизнеса Майклом Портером (Michael Porter), – это самая современная теория международной торговли. По мнению Майкла Портера, успех в международной торговле обеспечивается взаимодействием четырех элементов, характерных для конкретной страны и для конкретной компании: наличие факторов производства; уровень потребительского спроса; смежные и вспомогательные отрасли; стратегия компании, ее организационная структура и уровень конкуренции. Как показано на рис. 2.1.5., Майкл Портер представляет эти элементы в виде вершин ромба.

Совокупность факторов производства. Конкурентоспособность страны на международном рынке в значительной степени зависит от совокупности факторов производства, которыми эта страна располагает. Совокупность факторов производства является также центральным элементом теории Хекшера Олина, однако Майкл Портер расширил диапазон этих факторов. Помимо земли, труда и капитала Портер включил в эту совокупность более современные факторы производства, такие как уровень образования работников и качество инфраструктуры страны. В своих работах Майкл Портер подчеркивает роль процесса формирования совокупности факторов производства посредством профессиональной подготовки работников, проведения научно-исследовательских работ по разработке новых продуктов, а также использования новых идей и инновационных технологий.



Рис. 2.1.5. Ромб Портера, отображающий схему формирования конкурентных преимуществ страны

Уровень потребительского спроса. Существование развитой клиентской базы, состоящей из большого количества отечественных потребителей, во многих случаях стимулирует разработку и распределение новых продуктов в процессе борьбы компаний за господство на отечественном рынке. С другой стороны, удовлетворяя нужды отечественных потребителей, компании продолжают разрабатывать новые продукты и совершенствовать их, что, в свою очередь, позволяет расширить сбыт этих продуктов на рынки зарубежных стран. Таким образом, компания, которая первой выпустила новый продукт, может опередить также и иностранные конкурирующие фирмы, занимающиеся производством аналогичной продукции. Например, японским производителям бытовой электроники удается сохранять за собой конкурентные преимущества на международном рынке благодаря готовности японских потребителей, принадлежащих к обеспеченному среднему классу, покупать самые последние модели изделий, выпускаемых компаниями *Sony*, *Toshiba* и *Matsushita*. Новые модели записывающих японских видеокамер, телевизоров с большими экранами и DVD-плееров сначала проходят опробование на рынке Японии, после чего начинается их продажа потребителям в странах Европы и Северной Америки, среди которых на этот момент также появляется спрос на эти модели. Аналогичный процесс происходит и в электронной торговле через Интернет. Стремительное распространение Интернета среди потребителей и компаний в странах Северной Америки формирует благоприятные условия, позволяющие таким компаниям, как *eBay* и *Amazon.com*, разрабатывать новые продукты и быстро приспособливать их к нуждам как отечественных, так и зарубежных потребителей.

Смежные и вспомогательные отрасли. Появление нового промышленного предприятия во многих случаях стимулирует развитие местных компаний-поставщиков, которые стремятся удовлетворять нужды этого предприятия в сфере производства, маркетинга и распределения продукции, которую оно выпускает. Расположение промышленного предприятия в непосредственной близости от поставщиков позволяет ему пользоваться преимуществами более удобных способов взаимодействия с поставщиками, а также обмениваться с

ними новыми идеями и соображениями относительно сокращения издержек производства. Конкуренция между поставщиками исходных ресурсов приводит к снижению цен на продукцию, повышению ее качества, а также к использованию новых технологий на рынке исходных ресурсов, что, в свою очередь, повышает конкурентоспособность нового промышленного предприятия на международном рынке. Например, в приведенном выше примере с компанией *Apple* первый революционный персональный компьютер этой компании был собран в середине 70-х гг. в гараже Стива Джобса в Калифорнии. По мере стремительного повышения спроса на персональные компьютеры компании-поставщики начали размещать свои мощности в Силиконовой долине, чтобы быть поближе к компании *Apple* и другим производителям персональных ЭВМ. Наличие развитой сети поставщиков программного обеспечения, накопителей на магнитных дисках и компьютерных интегральных схем в Силиконовой долине еще больше укрепило конкурентные преимущества калифорнийских производителей персональных компьютеров на мировом рынке.

Стратегия компании, ее организационная структура и уровень конкуренции

Условия ведения бизнеса на отечественном рынке определяют способность компании успешно конкурировать на международном рынке. Для того, чтобы устоять в жесткой конкурентной борьбе на отечественном рынке, компания должна постоянно направлять свои усилия на сокращение издержек производства, повышение уровня качества изделий, производительности труда, а также на разработку новых продуктов. Компании, которые смогли пройти такое испытание, в большинстве случаев способны выдержать конкуренцию и на международном рынке. Более того, большая часть инвестиций, вложенных компанией на отечественном рынке (например, инвестиции в НИОКР, управление качеством, формирование бренда и подготовку работников), может быть распространена на иностранные рынки при низком уровне требуемых при этом затрат. Такие компании имеют конкурентные преимущества при расширении сбыта своей продукции на зарубежные рынки. Так, согласно теории Портера, жесткая конкуренция на отечественных рынках способствовала успеху японских компаний по выпуску автомобилей и бытовой электроники, а также американских компаний по производству персональных компьютеров, на международном рынке.

По мнению Майкла Портера, государственная политика также может оказывать определенное влияние на формирование стратегии международной торговли, которой придерживается компания. В качестве примера можно рассмотреть немецкий рынок сбыта автомобилей. В Германии имеет место очень высокий уровень затрат на рабочую силу, поэтому немецким производителям автомобилей достаточно трудно выдерживать ценовую конкуренцию на международном рынке. С другой стороны, как известно большинству автомобилистов, на многих участках знаменитых немецких автобанов нет ограничений на скорость передвижения. Поэтому немецкие автомобилестроительные компании, такие как *Daimler-Benz*, *Porsche* и *BMW*, избрали путь получения конкурентных преимуществ на международном рынке на основании улучшенного качества своих автомобилей и обеспечения высоких эксплуатационных характеристик

посредством разработки ходовой части, двигателей, тормозных систем и подвесок, которые выдерживали бы передвижение на больших скоростях. Следовательно, эти компании занимают лидирующее положение на международном рынке качественных автомобилей с высокими эксплуатационными характеристиками. Еще одним примером этого явления является выход компании *Nokia* на лидирующие позиции на мировом рынке на базе географических особенностей Финляндии – страны, в которой расположена компания.

Теория Портера – это смешанная теория: она сочетает в себе элементы классических теорий, в которых основное внимание уделяется совокупным факторам производства страны, и элементы современных теорий, ориентированных на деятельность отдельных компаний. Страны (или их правительства) играют важнейшую роль в формировании среды ведения бизнеса, которая может либо содействовать, либо препятствовать способности компаний вести конкурентную борьбу на международном рынке. С другой стороны, компании – это те субъекты экономической деятельности, которые принимают фактическое участие в международной торговле. Некоторые компании добиваются успеха на международном рынке; другим это не удается. Компании *Porsche*, *Daimler-Benz* и *BMW* успешно воспользовались возможностью, предоставленной им решением правительства Германии снять ограничения на скорость передвижения на автомагистралях страны, что позволило этим компаниям занять сегмент рынка сбыта автомобилей с высокими эксплуатационными характеристиками. Напротив, такие немецкие производители автомобилей, как *Volkswagen* и *Opel*, предпочли сфокусировать свое внимание на удовлетворении нужд потребителей из среднего класса, ограничивая тем самым свои возможности в плане конкуренции на международном рынке.

Обобщив изложенный выше материал, можно сделать вывод о том, что ни одна из теорий международной торговли не позволяет получить исчерпывающий анализ торговых потоков между разными странами. Классические теории полезны для описания механизмов межотраслевой торговли однородными, недифференцированными продуктами, такими как сельскохозяйственная продукция, сырье и обработанные материалы, например, сталь и алюминий. Современные теории помогают понять процесс внутриотраслевой торговли неоднородными, дифференцированными товарами: телевизоры «Sony», бульдозеры «Caterpillar»; сбыт многих товаров этой категории основывается на репутации торговой марки. Теория национальных конкурентных преимуществ, разработанная Майклом Портером, представляет собой обобщение многих аспектов существующих теорий, ориентированных как на торговлю между странами, так и на деятельность отдельных компаний.

3. МЕЖДУНАРОДНАЯ ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

3.1. Сущность и виды международных инвестиций

Торговля – это наиболее очевидная, но не единственная форма международного бизнеса. Еще одна важная форма – это международная инвестиционная деятельность, в процессе которой жители одной страны поставляют капитал в другую страну.

Типы международных инвестиций

Как было упомянуто ранее, международные инвестиции подразделяются на две категории: **портфельные инвестиции** и **прямые иностранные инвестиции** (ПИИ). Различие между этими двумя типами инвестиций состоит в том, в какой степени инвестор намерен контролировать вложенный капитал: принимать активное участие в управлении компанией, в которую вложены его средства, или просто получать доход от пассивных инвестиций.

Портфельные инвестиции (portfolio investments) представляют собой пассивное владение ценными бумагами, такими как акции, облигации или другие финансовые активы; ни одна из этих категорий ценных бумаг не дает инвестору права принятия активного участия в управлении деятельностью эмитента этих ценных бумаг или осуществления контроля над его деятельностью. Согласно современной теории финансов, стимулом для формирования портфеля иностранных инвестиций может служить поиск приемлемой ставки дохода на инвестированный капитал, а также стремление инвестора к снижению степени риска на основании географической диверсификации портфеля инвестиций. Опытные руководители отделов регулирования денежных операций в финансовых учреждениях Нью-Йорка, Лондона, Франкфурта, Токио и других крупных городов мира хорошо знают преимущества международной диверсификации. Например, в 2006 г. частные лица, являющиеся гражданами США, приобрели иностранных ценных бумаг на сумму \$95 млрд, увеличив совокупный объем инвестиций данного типа до \$2,1 трлн. Стоимость ценных бумаг (выпущенных компаниями, федеральными органами власти, органами власти штатов и местными органами власти США), которые были приобретены иностранными частными инвесторами, составила \$396 млрд, что увеличило совокупный объем таких инвестиций до \$3,2 трлн.

Прямые иностранные инвестиции (foreign direct investment, FDI) – это приобретение иностранных активов с целью осуществления контроля над ними. Специалисты Департамента статистики США определяют ПИИ как «владение 10% или более ценных бумаг предприятия, дающими право голоса на собрании акционеров, или эквивалентной долей в неакционерной фирме». Существует несколько типов прямых иностранных инвестиций, в том числе приобретение существующих активов в зарубежной стране, новые инвестиции в объекты собственности, производственные мощности и оборудование, а также открытие совместных предприятий с местными партнерами. Возможно, самый значимый в историческом плане пример ПИИ в США – это так называемая «24-долларовая сделка», когда голландский первопроходец Питер Минейт (Peter Minuet) выкупил у индейского вождя остров Манхэттен за мешок стеклянных

ных бус. В результате этой сделки появился Нью-Йорк – один из ведущих финансовых и коммерческих центров мира.

Рост прямых иностранных инвестиций

За последние 30 лет объем прямых иностранных инвестиций в мире существенно увеличился. Как показано на рис. 2.2.1., в 1967 г. общий объем (или накопленная стоимость) прямых иностранных инвестиций, полученных странами мира, немного превышал \$100 млрд. Такой ошеломляющий рост ПИИ (и ускорение этого роста в 90-е гг.) отображает процесс глобализации мировой экономики. Логично предположить, что большая часть прямых иностранных инвестиций поступает из развитых стран. Как ни странно, значительный объем ПИИ поступает также и в адрес развитых стран.

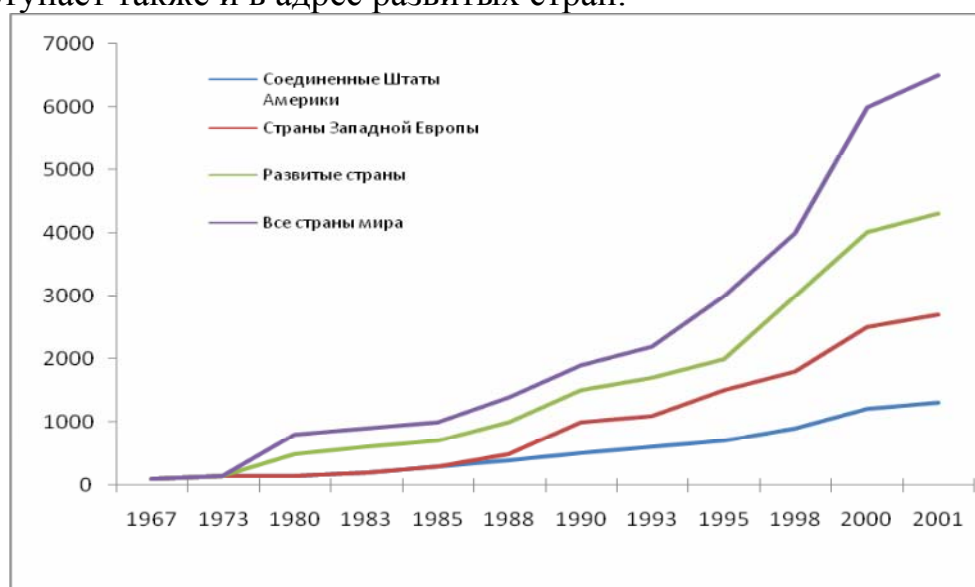


Рис 2.2.1. Объем прямых иностранных инвестиций по категориям стран-получателей, \$ млрд

3.2. Теории международных инвестиций

Почему осуществляются прямые иностранные инвестиции? Студент-второкурсник, впервые изучающий курс «финансы», мог бы дать на этот вопрос ответ, который лежит на поверхности: средняя норма прибыли на инвестированный капитал выше на рынках зарубежных стран. Однако, если принять во внимание ту направленность потоков ПИИ, которая была проанализирована выше, этот ответ можно считать неудовлетворительным. Канада и Великобритания являются одновременно как основными источниками прямых иностранных инвестиций, поступающих в США, так и основными получателями ПИИ из этой страны. Такой же характер двусторонних инвестиций имеет место и в рамках отдельных отраслей промышленности. Например, к концу 2006 г. компании США инвестировали \$4,5 млрд в химическую промышленность Бельгии, тогда как бельгийские фирмы инвестировали \$6 млрд в химическую промышленность США. Причиной формирования такой направленности потоков ПИИ не могут быть только различия в нормах прибыли на инвестированный капитал между разными странами или отраслями промышленности. Следовательно, необходимо найти другое объяснение ПИИ.

США и ПИИ, \$ млрд

а) Источники ПИИ, поступающих в Соединенные Штаты Америки	
Великобритания	283,3
Франция	170,6
Нидерланды	154,8
Япония	152,0
Германия	137,0
Швейцария	113,2
Канада	92,0
Люксембург	34,3
Бермудские, Багамские и другие острова Карибского бассейна	32,5
Другие страны Европы	113,2
Другие страны мира	65,0
Всего	1348,0
б) Получатели ПИИ из США	
Великобритания	255,4
Канада	152,5
Нидерланды	145,5
Бермудские, Багамские и другие острова Карибского бассейна	98,1
Швейцария	70,1
Япония	65,7
Германия	64,7
Мексика	58,1
Франция	44,0
Другие страны Европы	217,2
Другие страны мира	349,7
Всего	1521,0

Преимущества владения ценными активами

Более убедительное объяснение причин прямых иностранных инвестиций основывается на определении роли компаний в этом процессе. Ученые, изучавшие этот вопрос, в первую очередь выяснили, какое влияние на ПИИ оказывает наличие у компании тех или иных конкурентных преимуществ.

Согласно теории конкурентных преимуществ, обусловленных обладанием ценными активами (ownership advantage theory), компания, которая обладает конкурентными преимуществами, обусловленными наличием тех или иных ценных активов, может использовать эти конкурентные преимущества для проникновения на рынки зарубежных стран посредством ПИИ.

В число этих активов может входить, например, передовая технология, широко известная торговая марка или возможность получения экономии от масштаба. В качестве примера можно привести компанию *Caterpillar*, которая построила свои предприятия на территории стран Азии, Европы, Австралии, Южной и Северной Америки, чтобы иметь возможность извлекать выгоду из запатентованных технологий и торговой марки, получившей всемирную известность. По этой же причине основной конкурент *Caterpillar*, компания *Komatsu*, построила свои заводы в Азии, Европе и США.

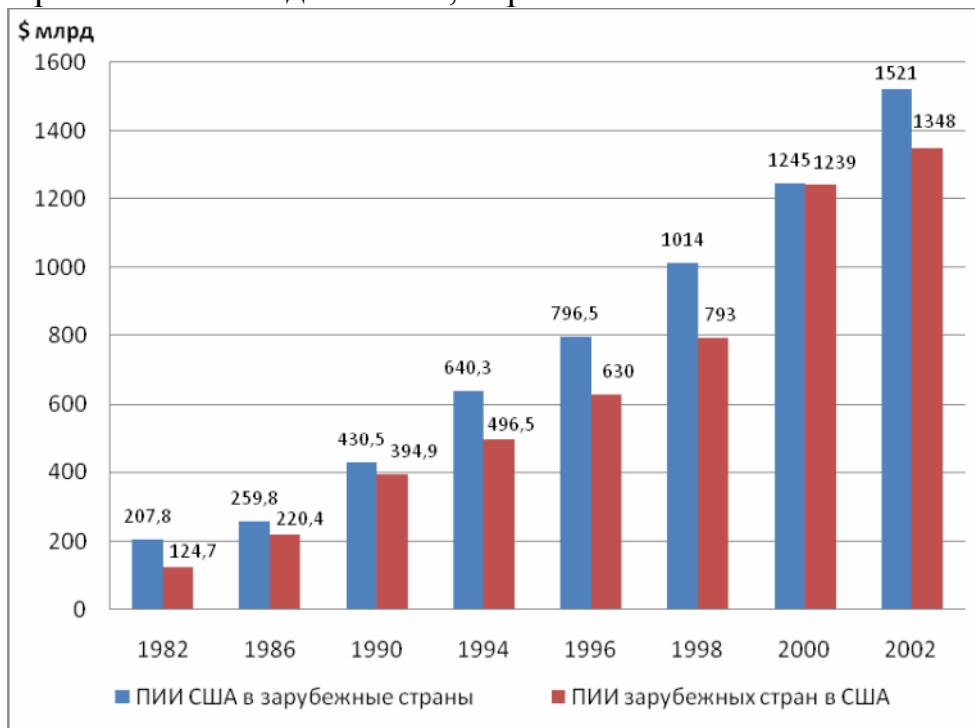


Рис. 2.2.2. Исходящий и входящий потоки ПИИ в США, 1982-2002 гг.

Теория интернализации

Теория конкурентных преимуществ, обусловленных обладанием ценными активами, только частично раскрывает причины прямого инвестирования за рубежом. Однако эта теория не позволяет объяснить, почему компании следует отдать предпочтение выходу на иностранный рынок посредством ПИИ вместо того, чтобы использовать свои конкурентные преимущества на международном рынке другими способами, например посредством экспорта своей продукции, расширения сферы деятельности на условиях франчайзинга или продажи лицензий на использование своих технологий иностранным компаниям. Например, компания *McDonald's* успешно действует на международном рынке, используя франчайзинг в качестве основного способа открытия ресторанов быстрого обслуживания *McDonald's* во всем мире, тогда как компания *Boeing* удовлетворяет потребительский спрос на рынках зарубежных стран посредством экспорта своей продукции.

Теория интернализации позволяет найти ответ на этот вопрос на основании концепции транзакционных издержек. **Транзакционные издержки** (transaction costs) – это издержки на заключение сделки; другими словами, это затраты, связанные с ведением переговоров по заключению контракта, отслеживани-

ем указанных в нем условий, а также приведением контракта в действие. Руководством компании должно быть принято решение о том, как компании лучше поступить: приобрести или построить собственное предприятие за границей и управлять им или заключить контракт с иностранной фирмой на управление предприятием на основании франчайзингового договора, лицензионного соглашения или договора о поставках. Согласно **теории интернализации** (internationalization theory), следует отдать предпочтение прямому инвестированию (другими словами, выпуск продукта, реализуемого на международном рынке, следует осуществлять в рамках корпорации) в случае, если издержки на ведение переговоров по заключению контракта, отслеживание указанных в нем условий, а также приведение в действие контракта с другой компанией выше по сравнению с затратами, которых требует прямое инвестирование капитала в собственные зарубежные предприятия. Например, основные конкурентные преимущества компании *Toyota* – это высокое качество выпускаемой продукции и передовые технологии производства. Добиться этих преимуществ на иностранных предприятиях посредством заключения контрактов с другими фирмами на выполнение соответствующих работ достаточно трудно. Следовательно, компании *Toyota* выгоднее поддерживать работу собственных предприятий по сборке автомобилей в зарубежных странах.

Наоборот, из теории интернализации вытекает вывод о том, что в случае низкого уровня транзакционных издержек компаниям более выгодно заключать контракты с иностранными фирмами и осуществлять коммерческую деятельность на международном рынке посредством продажи лицензий на использование своих торговых марок или прав на открытие предприятий на условиях франчайзинга. Например, компания *McDonald's* достигла большого мастерства в продаже франшиз на открытие ресторанов быстрого обслуживания под маркой «*McDonald's*». Поскольку компании удалось добиться больших успехов в сокращении транзакционных издержек при заключении соглашений с франчайзи, она и дальше продолжает использовать франчайзинг в качестве основного метода ведения бизнеса за рубежом.

Эклектическая теория Даннинга

Теория интернализации раскрывает причины выхода компаний на международный рынок посредством FDI. Однако эта теория не дает ответа на вопрос о том, почему за рубежом следует размещать производственные мощности по выпуску продукции, – независимо от того, принадлежат ли эти мощности самой компании или ее подрядчику. Другими словами, получает ли компания конкурентные преимущества от размещения производства на территории зарубежных стран? Решению этой проблемы посвящена эклектическая теория, разработанная Джоном Даннингом (John Dunning). **Эклектическая теория** (eclectic theory) – это универсальная теория прямых иностранных инвестиций, сочетающая в себе анализ следующих трех аспектов ведения бизнеса на рынках зарубежных стран: преимущества от обладания ценными активами, преимущества от размещения производства за рубежом и преимущества от интернализации процесса выпуска продукции или предоставления услуг. Согласно этой теории, процесс прямого вложения капитала в зарубежные предприятия оказывает

влияние как на международную коммерческую деятельность компании, так и на ее внутрикорпоративную деятельность. В соответствии с эклектической теорией Даннинга ведение бизнеса за рубежом посредством FDI целесообразно в случае выполнения следующих условий.

Наличие конкурентных преимуществ, обусловленных обладанием ионными активами. Компания должна иметь уникальные конкурентные преимущества, которые позволили бы ей успешно конкурировать с иностранными компаниями на их отечественных рынках. В число активов, которые могут обеспечить такие конкурентные преимущества, входит торговая марка, запатентованная технология, возможность получения экономии от масштаба и т. д. Компания *Caterpillar* обладает всеми названными тремя преимуществами в конкурентной борьбе, которую она ведет в Бразилии с местными компаниями.

Наличие преимуществ от размещения производственных мощностей за рубежом. Ведение бизнеса посредством размещения мощностей за рубежом должно быть более выгодным по сравнению с размещением мощностей на отечественных предприятиях. Например, компания *Caterpillar* выпускает бульдозеры на предприятиях, расположенных в Бразилии, что позволяет ей получать выгоду от более низких затрат на рабочую силу в этой стране, а также избегать высоких тарифных ограничений на экспорт продукции, выпущенной американскими предприятиями компании.

Наличие преимуществ от интернализации ведения бизнеса. Компании должно быть более выгодно управлять своими предприятиями за рубежом, чем нанимать независимую местную фирму для выполнения соответствующих работ. Осуществление такого контроля дает компании преимущества в следующих случаях: приведение контракта в исполнение, а также отслеживание действий местной компании, предусмотренных в контракте, требует больших затрат; местная компания незаконно присваивает запатентованную технологию; неадекватные действия местной компании наносят вред репутации компании и ее торговой марки. Все эти факторы имеют большое значение для компании *Caterpillar*.

3.3. Факторы, оказывающие влияние на прямые иностранные инвестиции (ПИИ)

Принимая во внимание всю сложность мировой экономики, а также многообразие возможностей, открывающихся перед компаниями в разных странах, не вызывает удивления тот факт, что принятие в компании решения об использовании прямого инвестирования капитала в качестве способа выхода на международный рынок зависит от многих факторов. Эти факторы могут быть отнесены к следующим трем категориям: факторы предложения, факторы спроса и политические факторы (см. табл. 2.2.2).

Факторы предложения

Принятие в компании решения об использовании прямого инвестирования капитала в качестве способа выхода на международный рынок зависит, прежде всего, от факторов предложения, среди которых следует упомянуть из-

держки производства, логистику, наличие природных ресурсов и доступ к основным технологиям.

Таблица 2.2.2

Факторы, от которых зависит принятие решения относительно ПИИ

Факторы предложения	Факторы спроса	Политические факторы
Издержки производства	Доступ потребителей к товарам или услугам компании	Возможность обойти торговые ограничения
Логистика	Маркетинговые преимущества	Факторы, стимулирующие экономический рост
Наличие ресурсов	Использование конкурентных преимуществ	
Доступ к технологиям	Мобильность заказчиков	

Издержки производства. Во многих случаях компании принимают решение о прямых иностранных инвестициях, руководствуясь необходимостью снижения затрат на производство продукции. Размещение предприятий за рубежом может оказаться более выгодным по сравнению с их размещением в родной стране из-за более низких цен на земельные участки, а также более низких налоговых ставок и арендной платы за использование недвижимости в коммерческих целях либо по причине наличия более дешевой квалифицированной или неквалифицированной рабочей силы. Например, компания *Novolabs*, небольшая немецкая компания по разработке программного обеспечения, перенесла большую часть своей деятельности по выпуску программных продуктов в Россию (Новосибирск). В этом сибирском городе компания *Novolabs* воспользовалась возможностью нанять высококвалифицированных, талантливых программистов за плату, равную одной трети от заработной платы специалистов этой категории, работающих в главном офисе компании в Дюссельдорфе. Таким же образом *GumSung Plastics*, небольшая семейная корейская компания, инвестировала \$8 млн в открытие предприятия по производству пластиковых корпусов для телевизоров и компьютерных мониторов в г. Мехикали, Мексика. Открытие этого предприятия позволило компании сократить затраты на рабочую силу на две трети.

Логистика. Решение о выпуске продукции за рубежом вместо ее экспорта отечественными предприятиями может быть принято компанией в случае, когда экспорт требует больших транспортных издержек. Например, компания *Heineken* интенсивно использует ПИИ как часть стратегии интернационализации своей деятельности, поскольку ее продукция состоит в значительной степени из воды. Приготовление напитков, выпускаемых компанией, недалеко от мест проживания иностранных потребителей этой продукции обходится компании намного дешевле, чем перевозка напитков с пивоваренных заводов, рас-

положенных в Голландии. Иностранные компании также достаточно часто вкладывают капитал в странах, в которых они ведут бизнес, для того, чтобы сократить затраты на распределение продукции. Например, компания *Citrovita*, бразильский производитель концентрата апельсинового сока, осуществляет хранение и распределение своей продукции через терминал в порте Антверпен, вместо того, чтобы поставлять эту продукцию прямо в продовольственные магазины стран Европы непосредственно из Бразилии. Это позволяет компании *Citrovita* воспользоваться преимуществами низких тарифов на перевозку своей продукции в нерасфасованном виде морским транспортом из Бразилии в этот бельгийский порт. После доставки продукции в порт Антверпен на терминале компании осуществляется расфасовка концентрата сока и его доставка заказчиком в таких европейских странах, как Франция, Германия и страны Бенилюкса.

Наличие природных ресурсов

Компании могут использовать ПИИ для получения доступа к ресурсам, которые имеют важнейшее значение для их деятельности. Например, из-за сокращения добычи нефти в США многие американские нефтяные компании вынуждены были вложить большие средства в приобретение прав на добычу нефти в разных регионах мира. Достаточно часто международные компании ведут переговоры с правительствами стран, в которых они занимаются бизнесом, о получении доступа к сырьевым материалам в обмен на ПИИ. Например, компания *Ayala Corporation* из Манилы построила несколько заводов по выпуску консервов из тунца на индонезийском острове Сулавеси. Строительство этих заводов было одним из пунктов договора с правительством Индонезии о разрешении филиппинским тунцеловным судам, базирующимся на южном филиппинском острове Минданао, ловить рыбу в индонезийских территориальных водах. Эта сделка принесла выгоду обеим странам: более 8000 жителей Филиппин и Индонезии сейчас работают на девяти консервных заводах и 600 рыболовецких судах. Реализация этой сделки позволяет ежегодно экспортировать продукцию из тунца на \$24 млн в страны Северной Америки и Европы.

Доступ к ключевым технологиям

Получение доступа к технологиям – это еще один стимул для ПИИ. Для компаний может оказаться более выгодным приобретение доли собственности в существующей компании, чем формирование собственной группы специалистов для разработки или воспроизведения новой технологии. Например, многие швейцарские производители фармацевтических препаратов использовали инвестиции в небольшие американские биогенетические компании в качестве недорогого способа получения доступа к современным биотехнологиям. Таким же образом в 90-е гг. тайваньская компания *Acer Inc.*, производитель персональных компьютеров и рабочих станций, за \$100 млн приобрела две компьютерные компании, расположенные в Силиконовой Долине, рассчитывая использовать их технологии и сети распределения для резкого увеличения доли *Acer Inc.* на американском рынке персональных компьютеров.

Факторы спроса

Использование ПИИ в качестве способа выхода на международный рынок может иметь в своей основе необходимость расширения рынка сбыта про-

дукции, которую выпускает компания. В число факторов спроса, стимулирующих ПИИ, входит доступ потребителей к товарам или услугам компании, маркетинговые преимущества, использование конкурентных преимуществ и мобильность заказчиков.

Доступ потребителей к товарам или услугам компании. Многие виды международной коммерческой деятельности требуют физического присутствия компаний на рынке. Например, рестораны быстрого обслуживания и предприятия розничной торговли должны обеспечивать потребителям удобный доступ в свои торговые залы (эта необходимость вытекает из элементарных соображений, продиктованных конкурентной борьбой с другими компаниями аналогичного профиля). Компания *KFC* не имеет возможности доставлять своих свежеприготовленных жареных цыплят японским потребителям из ресторанов, расположенных в США; для того, чтобы удовлетворить спрос японских потребителей, компания должна открыть свои рестораны на территории Японии. Точно так же успех компании *IKEA* в расширении клиентской базы за пределы внутреннего рынка Швеции обусловлен открытием ряда новых торговых точек в разных странах мира.

Маркетинговые преимущества

Прямые иностранные инвестиции могут обеспечить компании маркетинговые преимущества нескольких типов. Физическое присутствие предприятия на территории страны может увеличить «визуальное присутствие» продукции иностранной компании на рынке страны, в которой эта компания ведет бизнес. Кроме того, иностранная компания может извлечь выгоду из ориентации местных потребителей на покупку продукции, сделанной на территории страны. Например, посредством размещения рекламных объявлений в таких журналах, как «Time» и «Sports Illustrated», компания *Toyota* сделала широко известным благотворное влияние своих американских предприятий на экономику США. Помимо всего прочего, компании могут прибегнуть к ПИИ с целью улучшения обслуживания потребителей. Руководство тайваньской компании *Delta Products*, которая производит батарейные источники питания для портативных компьютеров, было обеспокоено тем, что компания не в состоянии оперативно и достаточно гибко реагировать на изменения запросов американских потребителей, выпуская для них продукцию на предприятиях в Китае и Таиланде. Как сказал один из руководителей компании, «если ваше предприятие построено на Дальнем Востоке, это слишком далеко. Самые последние модификации невозможно внести в конструкцию изделия, которое уже находится на корабле, пересекающем океан». В результате, с целью улучшения обслуживания американских потребителей, компания *Delta* перенесла часть производственных мощностей на мексиканское предприятие, расположенное непосредственно у границы, возле американского городка Ногалес (штат Аризона).

Использование конкурентных преимуществ

Прямые иностранные инвестиции могут оказаться лучшим способом использования компанией имеющихся у нее конкурентных преимуществ. Компания, владеющая ценной торговой маркой, фирменным названием или технологией, может отдать предпочтение осуществлению своей деятельности непо-

средственно в зарубежных странах вместо экспорта продукции в эти страны. Во многих случаях окончательное решение по этому вопросу зависит от характера продукта. Например, компания *Pari Mutuel Urbain (PMU)* управляет работой 7000 внеипподромных тотализаторов, расположенных в Европе. Для этого в компании была разработана оригинальная сеть, состоящая из компьютеров, терминалов и средств спутниковой связи, что сделало ее седьмой по величине французской сервисной компанией, ежегодный объем продаж которой составляет \$6 млрд. Успешное использование современных коммуникационных технологий для удовлетворения нужд любителей скачек позволило увеличить объем деловых операций, осуществляемых компанией во Франции, на 25%, а также расширить сеть внеипподромных тотализаторов на территорию Швейцарии и Монако.

Мобильность заказчиков. Мотивом для инвестиционной деятельности компании за рубежом могут послужить прямые иностранные инвестиции ее заказчиков или клиентов. В случае, если один из заказчиков компании построит предприятие на территории одной из зарубежных стран, руководством компании может быть принято решение о размещении своего нового предприятия поблизости, обеспечивая тем самым возможность и впредь быстро и в срок осуществлять поставки своей продукции в адрес заказчика. Не менее важным является также тот факт, что открытие нового предприятия недалеко от предприятия заказчика сокращает вероятность того, что конкурирующая компания из принимающей страны вступит в игру и переманит заказчика на свою сторону. Например, некоторые японские автомобилестроительные компании построили новые предприятия по сборке автомобилей на территории США. В ответ на это японские поставщики, обеспечивающие эти компании необходимыми деталями, открыли в этой стране свои производственные предприятия, склады и научно-исследовательские центры. Необходимость размещения производственных мощностей на территории Соединенных Штатов была обусловлена использованием в этих компаниях метода управления материальными запасами, имеющего название «точно вовремя» (*just-in-time*, JIT). Использование метода JIT предполагает минимизацию объема деталей, хранящихся на сборочном предприятии, что ставит в крайне невыгодное положение поставщиков, мощности которых размещены в Японии. Аналогичным образом, после того как в компании *Samsung* было принято решение о строительстве нового завода по производству бытовой электроники на северо-востоке Англии, шесть корейских поставщиков компании также открыли свои предприятия поблизости.

Политические факторы

Политические факторы также могут сыграть свою роль в принятии компанией решения использовать ПИИ для выхода на международный рынок. Компания может инвестировать капитал в зарубежную страну для того, чтобы обойти торговые ограничения, налагаемые этой страной, или чтобы воспользоваться перспективами экономического роста, предлагаемыми ее правительством.

Возможность обойти торговые ограничения

Во многих случаях компании строят свои предприятия на территории зарубежных стран, чтобы обойти существующие ограничения на экспорт продукции в эти страны. Например, в конце 90-х компания *Fuji Photo Film Company* инвестировала \$200 млн в строительство комплекса производственных предприятий по выпуску фотопленки, которая предназначалась для продажи на американском рынке, в Гринвуде (штат Южная Каролина). Раньше фотопленка поставлялась американским потребителям с предприятий, расположенных в Нидерландах и в Японии. Производство фотопленки в США вместо ее экспорта в страну позволило компании *Fuji* избежать уплаты 3,7% тарифа на ввоз фотопленки, установленного правительством США, а также опровергнуть обвинения, выдвинутые компанией *Kodak* в адрес *Fuji*, в незаконной продаже японской фотопленки на рынке США по демпинговым ценам.

Факторы, стимулирующие экономический рост

Большинство демократически избранных органов власти (местных, региональных или государственных) заинтересованы в обеспечении экономического благосостояния своих граждан, многие из которых принадлежат к числу избирателей. Правительства многих стран предлагают компаниям льготы, которые призваны склонить их к размещению новых предприятий в пределах их юрисдикции. Льготы, предлагаемые компанией правительством и другими органами власти страны, могут стать важным катализатором процесса ПИИ. В число таких льгот входит низкая плата за коммунальные услуги, программы подготовки рабочих и служащих, совершенствование инфраструктуры (например, строительство новых шоссе или железных дорог), а также снижение налогов или временное освобождение от уплаты налогов. Достаточно часто многонациональные корпорации извлекают выгоду из соперничества, которое разгорается между органами власти в различных административных единицах той или иной страны за получение права на заключение контрактов с иностранными компаниями, которые создали бы на их территории новые рабочие места. Например, правительство штата Алабама согласилось предоставить компании *Hyundai* льготы на сумму \$118,5 млн, чтобы компания построила на территории штата свое предприятие, на котором (после введения в действие в 2005 г.) предположительно будет занято 2000 рабочих. Подобное развитие событий имело место в 2003 г., когда компания *Toyota* объявила о своем намерении построить на территории США новый завод по сборке полноразмерных грузовых автомобилей малой грузоподъемности. Этот завод было решено разместить в Сан-Антонио после того, как правительство штата Техас предложило компании *Toyota* льготы на сумму \$133 млн; в число этих льгот вошло строительство новой железнодорожной линии, подготовка работников, оплата расходов на подготовку места для строительства завода, а также налоговые скидки.

Контрольные вопросы

1. В процессе дискуссий, развернувшихся вокруг ратификации Североамериканского соглашения о свободной торговле (НАФТА), Росс Перо (Ross Perot) сказал, что он слышит «звук, издаваемый причмокивающим гигантом»

(речь шла о перемещении большого количества рабочих мест в Мексику, обусловленном низкой стоимостью рабочей силы в этой стране, и о последствиях этого процесса для американских рабочих). Используя теорию сравнительного преимущества, проанализируйте обоснованность опасений Росса Перо.

2. Почему теории, в которых основным элементом анализа является страна, не позволяют определить закономерности внутриотраслевой торговли?

3. В компании *Hyundai* принято решение о строительстве нового завода по сборке автомобилей в штате Алабама.

а) Какие факторы, по вашему мнению, были учтены руководством компании *Hyundai* в процессе выбора штата Алабама в качестве места для расположения завода?

б) Кто получает выгоды и кто несет убытки от размещения нового завода в штате Алабама?

в) Согласуется ли решение руководства компании *Hyundai* о строительстве нового завода с эклектической теорией Даннинга?

4. МЕЖДУНАРОДНАЯ ВАЛЮТНАЯ СИСТЕМА И ПЛАТЕЖНЫЙ БАЛАНС

4.1. Эволюция (история) международной валютной системы

Существование международной валютной системы обусловлено тем, что в большинстве стран используется своя национальная валюта. Для ведения бизнеса за рубежом требуется обменивать национальную валюту на валюту других стран.

Международная валютная система (international monetary system) устанавливает правила, в соответствии с которыми страны оценивают отечественную валюту и обменивают ее на валюту других стран. Кроме того, в международной валютной системе предусмотрен механизм устранения диспропорции между международными денежными платежами и поступлениями в каждой стране. Еще более важным является то, что затраты, обусловленные конвертацией иностранной валюты в отечественную валюту (переменная, имеющая важнейшее значение для обеспечения рентабельности международных деловых операций), зависят от стабильности работы международной валютной системы.

Предприниматели, осуществляющие коммерческую деятельность на международном рынке, должны также контролировать правильное ведение учета операций в международной валютной системе. **Система учета международных операций в форме платежного баланса** (balance of payments accounting system) представляет собой систему учета всех международных операций, а также содержит важную информацию о состоянии экономики страны и о вероятных изменениях в ее финансово-бюджетной и кредитно-денежной политике. Статистические данные, содержащиеся в платежном балансе, могут быть использованы для обнаружения признаков возникновения проблем, которые в конечном итоге могут привести к введению правительством страны торговых ограничений, повышению процентных ставок, ускорению темпов инфляции, снижению общего уровня потребительского спроса или к общему изменению уровня издержек на ведение бизнеса в той или иной стране.

История международной валютной системы

Современная международная валютная система уходит своими корнями в древние времена, когда золото и серебро служили в качестве платежных средств в процессе торговли между племенами, позже – между городами-государствами. Серебро, например, использовалось как средство обращения в торговле между Индией, Вавилоном и Финикией еще в VII в. до н. э. По мере возникновения национальных государств на территории Европы в XVI-XVII вв. и их развития до уровня современных государств обмен монетарными деньгами происходил на основании относительного содержания золота и серебра в монетах.

Золотой стандарт

Использование золотых монет в качестве платежного средства в древние времена привело к возникновению международной валютной системы, известной под названием «золотой стандарт». В соответствии с **золотым стандартом** (gold standard), страны дают согласие на продажу своих бумажных денег в обмен на золото по требованию любого частного лица или компании, что позво-

ляет, в отличие от меркантилистского принципа чрезмерного накопления золота, обеспечить свободный экспорт золотых слитков и монет. В 1821 г. Великобритания стала первой страной, в которой был принят золотой стандарт. На протяжении XIX в. золотой стандарт был принят также практически во всех крупнейших странах, занимающихся торговлей, – в том числе в России, Австро-Венгрии, Франции, Германии и Соединенных Штатах Америки. В результате принятия золотого стандарта на деле сформировалась система фиксированного валютного курса. **Валютный курс** (exchange rate) – это цена валюты одной страны, выраженная в валюте другой страны. В соответствии с системой **фиксированного валютного курса** (fixed exchange rate) цена данной валюты не меняется по отношению ко всем остальным валютам. Использование золотого стандарта привело к образованию фиксированного валютного курса, поскольку в каждой стране стоимость денежной единицы была **привязана** (pegged) к золотому эквиваленту. Например, в Великобритании была официально обеспечена продажа или покупка одной унции золота за £4,247; эта цифра и составила **номинальную стоимость** (par value) фунта стерлингов, или официальный золотой эквивалент британской денежной единицы. В США была принята договоренность покупать или продавать унцию золота по номинальной стоимости, равной \$20,67. Таким образом, денежные единицы обеих стран можно было свободно обменивать на одно и то же количество золота из расчета $£4,247 = 1 \text{ унция золота} = \$20,67$. Тем самым был установлен фиксированный обменный курс между фунтом и долларом: $£1 = \$4,867$, или $\$20,67/£4,247$.

До тех пор пока у компаний была уверенность в том, что по первому же требованию валюта той или иной страны может быть гарантированно обменена на золото по обещанному курсу, многие компании предпочитали получать причитающиеся им платежи в валюте. Осуществление платежей в золоте требовало больших затрат. Предположим, торговая компания из Гонконга *Jardin Matheson* продала партию чая на сумму £100000 компании *Twining & Company*, лондонскому дистрибьютору чая высшего сорта. Если бы компания *Jardin Matheson* потребовала от *Twining & Company* заплатить за полученную партию чая золотом, ей пришлось бы понести издержки на погрузку золота в грузовой трюм судна, обеспечение охраны, транспортировку, а также страхование на случай возможного бедствия. Кроме того, из-за низкой скорости передвижения парусного судна компания *Jardin Matheson* потеряла бы возможность получать проценты от £100000 за тот промежуток времени, на протяжении которого корабль находился бы в пути из Лондона в Гонконг. В то же время, если бы руководство *Jardin Matheson* выразило желание получить оплату за партию чая в британских фунтах, компания *Twining* могла бы выписать на имя компании *Jardin Matheson* чек на требуемую сумму и передать его лондонскому агенту компании. Агент, находящийся в Лондоне, мог бы немедленно депонировать этот чек на счет с процентным доходом компании *Jardin Matheson* в лондонском банке либо перевести полученные денежные средства по телеграфу на счет компании в ее гонконгском банке.

На протяжении периода с 1821 г. до окончания Первой мировой войны в 1918 г. самой важной валютой, используемой для расчетов в процессе между-

народной торговли, был британский фунт стерлингов. Подобная ситуация отображала выход Британии из наполеоновских войн как государства, занимающего в Европе лидирующее экономическое и военное положение. Большинство компаний во всем мире были склонны к осуществлению расчетов по сделкам либо в золоте, либо в британских фунтах. Именно поэтому международную валютную систему, действовавшую в этот период, часто называют **стерлинговым золотым стандартом** (sterling-based gold standard). Роль фунта стерлингов в мировой торговле усилилась еще больше в результате расширения Британской империи. Государственный флаг Великобритании был поднят над многими странами, в частности, над современными Канадой, Австралией, Новой Зеландией, Гонконгом, Сингапуром, Индией, Пакистаном, Бангладешем, Кенией, Зимбабве, Южной Африкой, Гибралтаром, Бермудскими островами и Белизом. Такой размах позволил лондонским правителям заявить, что «солнце никогда не заходит в Британской империи». В каждой колонии британские банки открывали свои филиалы и использовали фунт стерлингов для осуществления внутренних расчетов по сделкам. Благодаря доверию к британской валюте, сформировавшемуся в мире, Лондон стал в XIX в. основным международным финансовым центром и до настоящего времени сохраняет за собой это положение. Международная репутация и высокая конкурентоспособность таких британских компаний, как *Barclays Bank*, *Thomas Cook* и *Lloyd's of London*, сформировалась на базе роли фунта стерлингов в системе золотого стандарта, действовавшей в XIX в.

Крах золотого стандарта

Во время Первой мировой войны произошло разрушение системы стерлингового золотого стандарта. С началом военных действий обычные торговые сделки между странами Антанты (Францией, Россией и Великобританией) и Центральными державами (Австро-Венгрией, Германией и Османской империей) полностью прекратились. Экономическое давление, обусловленное военными действиями, привело к тому, что страны одна за одной начали отказываться от своих обязательств продавать или покупать свою валюту по номинальной стоимости. После окончания войны на конференции в Брюсселе (1920 г.) и в Генуе (1922 г.) между основными державами, занимавшими в то время господствующее положение в экономике, были подписаны соглашения о возврате к довоенному золотому стандарту. В большинстве стран, в том числе в США, Великобритании и Франции, снова был принят золотой стандарт, несмотря на высокий уровень охватившей всю Европу инфляции, безработицы и политической нестабильности.

Тем не менее, восстановление золотого стандарта оказалось недолговечным из-за экономических потрясений, началом которых была Великая депрессия.

Банк Англии (центральный банк Великобритании) не мог выполнять свои обязательства по обеспечению фиксированного обменного курса фунта стерлингов. Двадцать первого сентября 1931 г. банк ввел **плавающий курс** фунта стерлингов. Это означало, что обменный курс фунта стерлингов должен был определяться в зависимости от факторов спроса и предложения, а также, что с

этого момента Банк Англии не обеспечивал обмен британских бумажных денежных единиц на золото по номиналу.

После отказа Великобритании от золотого стандарта образовалась так называемая «стерлинговая зона» – зона, включавшая в себя группу стран (преимущественно членов Британского Содружества), которые привязывали свою валюту к фунту стерлингов и использовали свои стерлинговые счета в лондонских банках в качестве международного резерва валюты. Другие страны привязывали свою валюту к доллару США или французскому франку. Гармоничность международной валютной системы продолжала вырождаться по мере того, как некоторые страны (в том числе Соединенные Штаты Америки; Франция, Великобритания, Бельгия, Латвия, Нидерланды, Швейцария и Италия) предприняли девальвацию национальной валюты с целью повышения конкурентоспособности товаров отечественного производства. Посредством умышленного, искусственного снижения официального обменного курса (девальвации) национальной валюты каждая из этих стран рассчитывала снизить стоимость своих товаров на мировых рынках, стимулируя тем самым их экспорт и сокращая объем импорта. Однако после того, как другие страны также провели девальвацию своей валюты, получение доходов таким способом стало невозможным. (Если в каждой из двух стран будет проведена девальвация национальной валюты на 20%, ни одна из них не получит конкурентных преимуществ, поскольку цены валют этих двух стран останутся неизменными по отношению друг к другу.) Кроме того, в большинстве стран были повышены тарифы на импорт товаров в надежде на то, что это позволит защитить занятость рабочих на отечественных предприятиях, конкурирующих на внутреннем рынке. Помимо всего прочего, по мере того, как все больше и больше стран склонялись к ведению такой **политики разорения соседних стран** (*beggar-thy-neighbor*), объем международной торговли сокращался (см. рис. 2.3.1), что отрицательно сказывалось на занятости рабочих в экспортных отраслях. Этому процессу сопутствовало еще более зловещее обстоятельство: за возникшим международным экономическим конфликтом вскоре последовал международный военный конфликт – в 1939 г. началась Вторая мировая война.

Эпоха Бреттон-Вудса

Многие политики и историки убеждены в том, что такие факторы, как крах международной валютной системы и сокращение объема международной торговли после Первой мировой войны, привели к формированию экономических условий, способствовавших развязыванию Второй мировой войны. Инфляция, безработица и разрушенная войной экономика большинства стран мира привели в результате к политической нестабильности, которая позволила фашистским и коммунистическим диктаторам (Гитлеру, Муссолини и Сталину) захватить власть в своих странах. Западные дипломаты были решительно настроены на то, чтобы не повторить ошибок, ставших причиной развязывания Второй мировой войны, поэтому они решили создать такую послевоенную экономическую среду, которая способствовала бы всеобщему миру и процветанию.

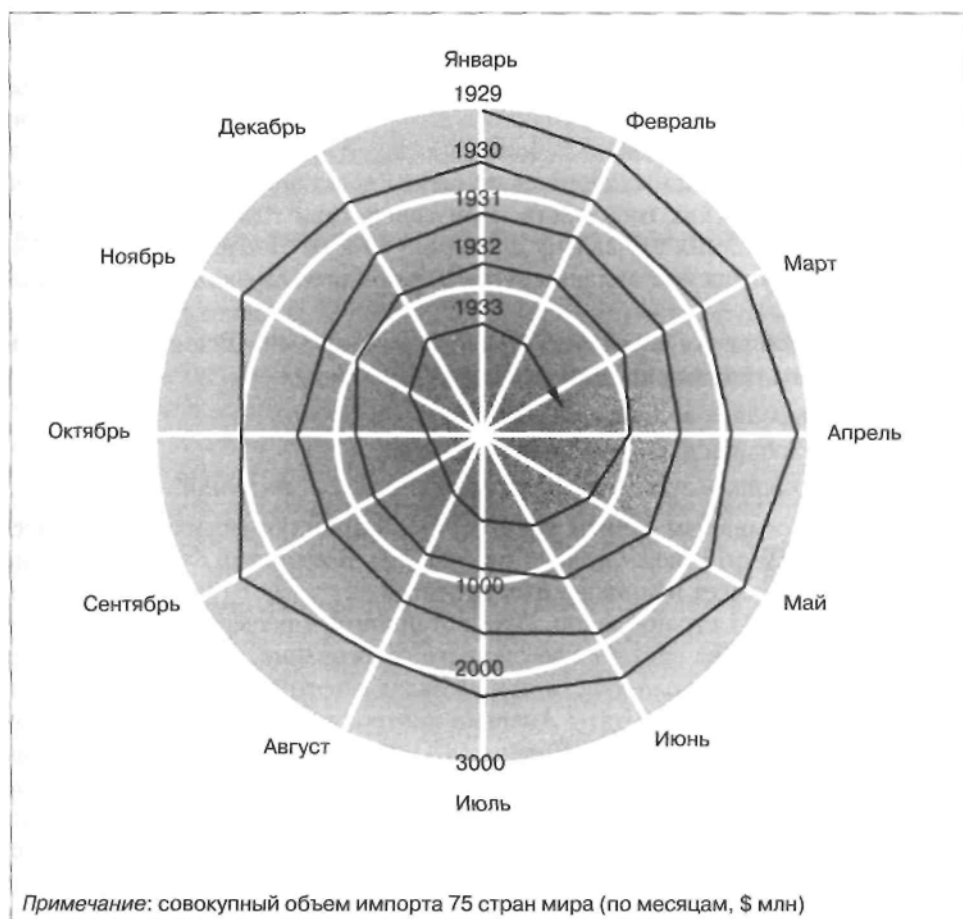


Рис. 2.3.1. Движение по наклонной: сокращение объема мировой торговли в 1929 – 1933 гг.

В 1944 г. представители 44 стран мира собрались в курортном городке Бреттон-Вудс (штат Нью-Гемпшир), Для того, чтобы осуществить задуманное. Участники Бреттон-Вудской конференции договорились о возобновлении действия золотого стандарта, но на принципиально новой основе. Кроме того, на этой конференции была достигнута договоренность о создании двух новых международных организаций, задача которых состояла в поддержке восстановления мировой экономики и международной валютной системы: Международного банка реконструкции и развития и Международного валютного фонда.

Международный банк реконструкции и развития. МБРР (International Bank for Reconstruction and Development, IBRD) – это официальное название **Всемирного банка** (World Bank). Первоначальной задачей Всемирного банка, учрежденного в 1945 г., было финансирование восстановления послевоенной экономики европейских государств. При содействии плана Маршалла Всемирный банк выполнил эту задачу к середине 50-х гг. После этого перед Всемирным банком была поставлена другая миссия: подъем экономики развивающихся стран.

По мере расширения своей миссии с течением времени Всемирным банком были учреждены три организации, входящие в его состав:

- Международная ассоциация развития;
- Международная финансовая корпорация;
- Многостороннее агентство по гарантированию инвестиций.

Вместе со Всемирным банком эти три организации образовали **Группу Всемирного банка** (World Bank Group – см. рис. 2.3.2). Всемирный банк, который на текущий момент имеет непогашенные кредиты на сумму \$126 млрд, является собственностью 184 стран-членов. Процесс принятия решений во Всемирном банке основывается на системе взвешенного голосования, которая отображает экономическую мощь стран-участниц и их вклад в деятельность банка. В настоящее время Соединенные Штаты Америки контролируют самый крупный блок голосов (17%); за США следуют Япония (8%), Германия (5%), Великобритания (4%), Франция (4%) и шесть стран с тремя процентами каждая: Канада, Китай, Индия, Италия, Россия и Саудовская Аравия. Время от времени, по мере изменения экономической мощи стран или после принятия новых стран в члены Всемирного банка, происходит переоценка весовых коэффициентов голосов. Для финансирования своих кредитных операций Всемирный банк занимает деньги от своего имени на международных рынках капитала. Проценты, получаемые Всемирным банком по предоставленным кредитам, обеспечивают расширение его кредитных возможностей. С 1998 по 2002 гг. средний годовой объем новых кредитов, предоставленных Всемирным банком, составил \$15 млрд.

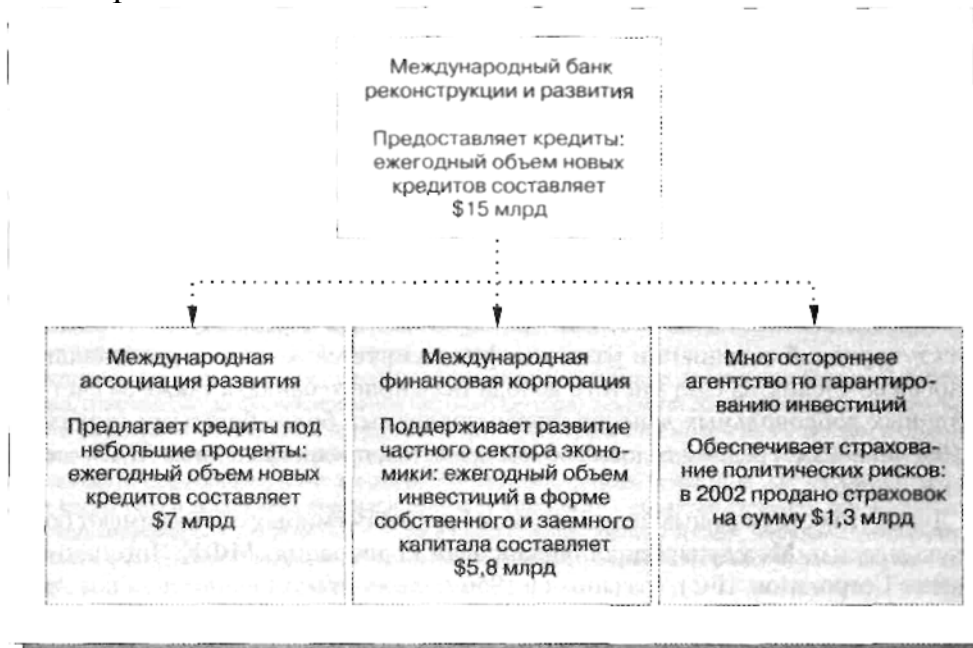


Рис. 2.3.2. Организационная структура Группы Всемирного банка

Согласно уставу Всемирного банка, эта организация может выделять кредиты только на «производительные цели», что должно стимулировать экономический рост страны – получателя кредита. Пример такого кредита – \$200 млн, предоставленные Индонезии в 2005 г. на модернизацию автомагистралей и повышение безопасности дорожного движения. Всемирный банк не имеет права выделять средства на покрытие внешнеторгового дефицита, но он может финансировать проекты по развитию инфраструктуры (например, строительство новой железнодорожной линии или портовых сооружений). Выделение кредитов на такие цели поддерживает национальную экономику страны-получателя. Всемирный банк может выделять кредиты только в адрес прави-

тельства страны или на реализацию проектов, поддерживаемых правительством. Займы, предоставляемые Всемирным банком, могут не быть привязаны к покупке товаров или услуг в какой бы то ни было стране. Особо следует отметить тот факт, что Всемирный банк должен следовать «**консервативной кредитной политике**» (hard loan policy). Другими словами, банк может предоставить заем только в случае достаточной высокой уверенности в том, что этот заем будет погашен.

В 50-е гг. такая консервативная политика предоставления кредитов подверглась резкой критике со стороны более бедных стран, которые выражали недовольство тем, что она ограничивает их возможности в плане получения кредитов. В 1960 г. в ответ на эту критику Всемирный банк учредил **Международную ассоциацию развития, МАР** (International Development Association, IDA). Международная ассоциация развития предлагает **льготные кредиты** (soft loans) – кредиты, по которым существует определенный риск того, что они не будут погашены. МАР предоставляет кредиты без процентов, взимая с заемщиков только плату за обслуживание (в настоящее время – 0,75%). Кроме того, эти кредиты предоставляются на длительный срок (как правило, на 35-40 лет), с отсрочкой выплат на 10 лет для стран с низким доходом на душу населения. Предоставление кредитов Международной ассоциацией развития рассчитано прежде всего на наименее развитые страны. Типичный кредит Международной ассоциации развития – это ссуда в \$25 млн, предоставленная Гвинее в 2002 г. на борьбу с загрязнением воды и на сокращение количества заболеваний, передаваемых через воду. Деятельность Международной ассоциации развития финансируется за счет первоначальных взносов ее членов, за счет чистого дохода Всемирного банка, а также за счет регулярных добровольных взносов, предоставляемых более богатыми странами. С 1998 по 2007 г. средний годовой объем кредитов, предоставленных МАР, составил \$7 млрд.

Два других структурных подразделения Группы Всемирного банка имеют более узкую миссию. **Международная финансовая корпорация, МФК** (International Finance Corporation, IFC), созданная в 1956 г., несет ответственность за поддержку развития частного сектора экономики в развивающихся странах. Действуя по принципу инвестиционного банка, МФК в сотрудничестве с частными инвесторами вкладывает как заемный, так и собственный капитал в перспективные коммерческие предприятия. Например, в 2002 г. Международная финансовая корпорация инвестировала в компанию *Lafarge Surma Cement Ltd.* из Бангладеш \$10 млн в форме собственного капитала и \$35 млн в форме кредита, чтобы помочь в строительстве завода (общей стоимостью \$60 млн), который должен был выпускать 1,2 млн тонн цемента в год. В 2005 г. общий объем финансовых средств, выделенных МФК, составил \$5,8 млрд.

Еще одно подразделение Группы Всемирного банка, **Многостороннее агентство по гарантированию инвестиций, МАГИ** (Multilateral Investment Guarantee Agency, MIGA), было учреждено в 1988 г. с целью преодоления трудностей, связанных с нежеланием частных компаний вкладывать деньги в экономику развивающихся стран из-за высокого уровня политических рисков. Многостороннее агентство по гарантированию инвестиций стимулирует пря-

мые инвестиции в экономику развивающихся стран, предлагая частным инвесторам страхование иностранных инвестиций от некоммерческих рисков. Например, в 2004 г. МАГИ была заключена сделка по страхованию от политических рисков на сумму \$18 млн с компанией *Societe Wationale de Telecommunications du Senegal*. Эта страховка должна была защитить инвестиции компании в *Ikatel SA*, телефонную компанию Мали. В 2002 г. Многосторонним агентством по гарантированию инвестиций было произведено страхование от политических рисков на общую сумму \$1,3 млрд.

Наряду с Всемирным банком действуют также и **региональные банки развития**, такие как Африканский банк развития (African Development Bank), Азиатский банк развития (Asian Development Bank) и Межамериканский банк развития (Inter-American Development Bank). Эти организации поддерживают экономическое развитие стран с низким уровнем доходов в своих регионах. Последний региональный банк развития, созданный совсем недавно, – это Европейский банк реконструкции и развития, ЕБРР (European Bank for Reconstruction and Development, EBRD). Этот банк был учрежден государствами Западной Европы с целью содействия реконструкции стран Центральной и Восточной Европы после падения коммунистических режимов в этом регионе. Во многих случаях региональные банки развития работают над реализацией программ экономического развития в тесном сотрудничестве с Всемирным банком. Например, некоторое время назад Азиатский банк развития совместно с Всемирным банком и рядом других агентств осуществил финансирование и страхование строительства гидроэлектростанции возле Катманду в Непале. После ввода в действие эта ГЭС будет вырабатывать 25% от общего объема электроэнергии Непала.

Международный валютный фонд. Участники Бреттон-Вудской конференции были убеждены в том, что сокращение объема международной торговли на протяжении периода, последовавшего после Первой мировой войны, можно в какой-то степени отнести на счет конкурентного снижения обменного курса национальных валют, которое затрудняло процесс международной коммерческой деятельности. Для того, чтобы сформировать международную валютную систему, которая содействовала бы развитию международной торговли в послевоенный период, в соответствии с положениями Бреттон-Вудского соглашения было предусмотрено создание **Международного валютного фонда, МВФ** (International Monetary Fund, IMF). Задача этого фонда заключалась в осуществлении контроля над функционированием международной валютной системы.

Членом Международного валютного фонда может стать любая страна, выразившая свое согласие с нормами и положениями МВФ. В августе 2003 г. 184 страны входили в состав Международного валютного фонда. Для того, чтобы получить членство в МВФ, страна должна выплатить взнос, который называется **квотой** (quota), – частично в золоте и частично в национальной валюте страны. Размер квоты отображает прежде всего роль экономики страны в мировой экономике. С другой стороны, решение о принятии страны в члены МВФ может основываться в определенной степени и на политических соображениях. Размер квоты имеет большое значение по следующим причинам.

1. Размер квоты определяет право страны на участие в голосовании по вопросам, решаемым в рамках Международного валютного фонда. В настоящее время Соединенные Штаты Америки контролируют 17% голосов в МВФ. На долю Германии и Японии приходится по 6% голосов; далее следуют Франция (5%), Великобритания (5%) и Саудовская Аравия (3%).

2. Квота страны образует часть ее государственных резервов в иностранной валюте (вопросы формирования государственных резервов рассматриваются ниже в данной главе).

3. Размер квоты определяет возможности страны в плане получения кредитов от Международного валютного фонда. Каждая страна – член МВФ имеет безусловное право брать у фонда кредиты в размере до 25% своей квоты. Политика Международного валютного фонда предусматривает дополнительные квоты на предоставление кредитов тем странам, которые дают свое согласие на введение МВФ ограничений на их экономическую политику (так называемая «обусловленность займов МВФ» – «IMF conditionality»). Например, в ответ на предоставление Международным валютным фондом кредита на сумму \$21 млрд во время азиатского валютного кризиса Южная Корея взяла на себя обязательство осуществить ряд важнейших экономических реформ, в том числе разрешить иностранным банкам принять на себя управление корейскими банками, закрыть неплатежеспособные торговые банки, устранить протекционизм правительства страны по отношению к так называемым «*chaebol*» (крупным семейным конгломератам), а также снизить таможенные тарифы на многие товары. МВФ выразил свое согласие предоставить Индонезии кредит в размере \$10 млрд в ответ на обещание ограничить монополию государственных компаний в отрасли продуктов питания, а также реформировать банковскую систему и устранить торговые барьеры, ограничивающие импорт товаров. Международный валютный фонд также потребовал от правительства Индонезии отказаться от своей доли в некоторых компаниях, что привело к продаже акций *PT Astra International* одному из сингапурских консорциумов. Местные политические деятели и группы, объединенные особыми интересами, часто выражают резкий протест против навязывания таких условий со стороны МВФ. По их мнению, иностранные компании, действуя через МВФ, пользуются временными проблемами страны, чтобы добиться благоприятных для себя изменений. В связи с этим может сложиться достаточно неприятная ситуация. Например, в 1998 г. МВФ потребовал от Индонезии осуществления некоторых жестких мер, которые привели к повышению цен и увеличению безработицы в стране. В результате в Индонезии разгорелись массовые беспорядки, а президент Сухарто, так долго занимавший этот пост, вынужден был подать в отставку.

Долларовый золотой стандарт

Международный валютный фонд и Всемирный банк образовали организационную основу послевоенной международной валютной системы. Кроме того, участники Бреттон-Вудской конференции попытались решить проблему обеспечения действенности этой системы на практике. Все страны – участницы конференции дали свое согласие привязывать стоимость национальных денежных единиц к золоту. Например, номинальная стоимость доллара США была

установлена в размере \$35 за одну унцию золота. В то же время только Соединенные Штаты Америки обеспечивали обмен своей валюты на золото по требованию центрального банка любого иностранного государства. Таким образом, американский доллар стал краеугольным камнем Бреттон Вудской системы. Чем объясняется такая роль американского доллара? На протяжении первых послевоенных лет только доллары США и канадские доллары были **конвертируемой валютой** (convertible currency), т. е. валютой, которую можно было без каких бы то ни было правовых ограничений обменивать на денежные единицы других стран. Во многих странах верили в жизнеспособность американской экономики и поэтому охотно принимали американский доллар для осуществления расчетов по сделкам. Аналогично британскому фунту стерлингов в XIX в., доллар США стал предпочтительным средством осуществления расчетов по большинству международных сделок. Таким образом, одним из результатов Бреттон-Вудской конференции стало учреждение золотого стандарта, основанного на долларе США.

Так как в каждой стране была установлена номинальная стоимость национальной валюты, в результате заключения Бреттон-Вудского соглашения сформировалась система фиксированных обменных курсов. В соответствии с условиями соглашения каждая страна должна была удерживать стоимость национальной денежной единицы в пределах $\pm 1\%$ от ее номинальной стоимости. В случае, если рыночная стоимость денежной единицы выходила за рамки этого коридора, страна должна была осуществить интервенцию на рынке иностранной валюты, чтобы восстановить стоимость своей денежной единицы до уровня $\pm 1\%$ от ее номинальной стоимости. Такая стабильность обменного курса валют была выгодна международным компаниям, поскольку Бреттон-Вудская система *в большинстве случаев* гарантировала стабильность стоимости каждой денежной единицы.

В приведенных выше разъяснениях следует обратить внимание на выражение «*в большинстве случаев*». По условиям Бреттон-Вудского соглашения, при наличии чрезвычайных обстоятельств, страна имела возможность изменить номинальную стоимость своей национальной валюты. Таким образом, Бреттон-Вудскую систему часто описывают как **систему регулируемых фиксированных валютных курсов** (adjustable peg), поскольку национальные денежные единицы были привязаны к золоту, но уровень обменного курса этих единиц можно было при определенных обстоятельствах изменять. В качестве иллюстрации можно привести следующий пример. Первоначальное значение номинальной стоимости британского фунта было равным \$2,80. (Формально номинальная стоимость фунта была привязана к унции золота, которая в пересчете на доллары США стоила \$35. Как правило, эта формальная привязка к золоту не принималась во внимание, а номинальная стоимость национальной валюты той или иной страны выражалась в долларах США). Таким образом, Банк Англии обязан был удерживать курс фунта стерлингов в диапазоне от \$2,772 до \$2,828 ($\pm 1\%$ от \$2,80). В случае, если бы рыночная цена фунта упала до \$2,76 по причине пессимистического восприятия состояния британской экономики, Банк Англии должен был бы обеспечить поддержку стоимости фунта посредст-

вом продажи золота или долларов США с целью приобретения дополнительного количества фунтов стерлингов. Эта операция повысила бы спрос на фунты, и рыночная цена на британский фунт стерлингов вернулась бы в легально разрешенный диапазон между \$2,772 и \$2,828.

Конец Бреттон-Вудской системы

Договоренность о поддержании фиксированного валютного курса хорошо работала до тех пор, пока пессимистическое восприятие состояния экономики той или иной страны было временным явлением. Однако, если страна попадала в зону действия структурных макроэкономических проблем, могли появиться трудности с поддержанием фиксированного обменного курса ее денежной единицы. Например, в конце 1960-х гг. лидирующее положение в политике Великобритании занимало лейбористское правительство, выступающее за социальную справедливость. Кроме того, британские профсоюзы добились повышения заработной платы, улучшения условий труда, а также принятия на предприятиях правил внутреннего распорядка, которые защищали права рабочих. Однако в то же время уровень производительности труда в британских компаниях сократился по сравнению с соответствующими показателями в конкурирующих фирмах, и стоимость фунта стерлингов снизилась. Банк Англии был вынужден продавать золото и иностранную валюту на валютном рынке, чтобы поддерживать курс фунта. В результате таких действий начал сокращаться объем государственных запасов иностранной валюты, которые хранились в Банке Англии и должны были гарантировать выполнение Великобританией ее обязательств в соответствии с Бреттон-Вудским соглашением. У международных торговцев валютой появились опасения, что запасы валюты, имеющиеся в распоряжении Банка Англии, могут иссякнуть. По мере усиления этих опасений международные банки, торговцы валютой, а также другие участники рынка все более неохотно хранили британские фунты в качестве своих запасов иностранной валюты. В связи с этим они начали выбрасывать фунты на рынок сразу же после их получения. В результате образовался заколдованный круг: Банк Англии расходовал свои запасы, пытаясь поддержать курс фунта, а участники валютного рынка все больше опасались истощения запасов Банка Англии.

Эта ситуация напоминает массовое изъятие вкладов из банка. В распоряжении банков никогда не бывает достаточного количества наличных средств, чтобы одновременно выполнить все обязательства по вкладам. Тем не менее, до тех пор, пока клиенты доверяют банку, никто не сомневается в том, что в случае возникновения необходимости банк обязательно возвратит деньги клиенту. Если клиенты теряют доверие к банку и начинают снимать со счетов больше денег, чем банк имеет в своем распоряжении, у него могут возникнуть серьезные проблемы. Бреттон-Вудская система была особенно подвержена возможности спекуляций вокруг подобного «ажиотажного спроса», поскольку она обеспечивала низкий уровень риска в процессе игры на валютном рынке в периоды неопределенности. Например, биржевые спекулянты, не доверявшие способности Банка Англии обеспечить валюту обязательства Великобритании по Бреттон-Вудскому соглашению, могли конвертировать имеющиеся у них фунты в доллары. Если бы их сомнения подтвердились и произошла девальва-

ция фунта стерлингов, они получили бы очень высокую прибыль. Если бы их сомнения оказались необоснованными, и Банку Англии удалось бы сохранить номинальную стоимость фунта, они в любой момент с небольшими потерями снова конвертировали бы свои долларовые запасы в фунты.

Подобная ситуация сложилась в Великобритании в ноябре 1967 г. Банк Англии не смог противодействовать потоку фунтов, выброшенных на рынок биржевыми спекулянтами, и вынужден был предпринять девальвацию фунта на 14,3% (другими словами, снизить стоимость фунта с \$2,80 до \$2,40). Франция столкнулась с аналогичной проблемой в 1969 г., в результате чего в стране пришлось снизить стоимость франка. Такая девальвация валют была проверкой доверия международного делового сообщества к Бреттон-Вудской системе. Однако эта система пережила настоящую «битву у Ватерлоо», когда в начале 70-х атаке подвергся американский доллар.

События с центральными банками Великобритании и Франции были только предвестниками аналогичных проблем, возникших в самом важном банке Бреттон-Вудской системы – Федеральном резервном банке США. Как ни странно это звучит, но тот факт, что Бреттон-Вудская система опиралась на доллар, привел в конечном итоге к краху этой системы. Поскольку на протяжении короткого отрезка времени запасы золота не увеличивались, единственным источником обеспечения ликвидности, необходимой для расширения международной торговли, был доллар США. По условиям Бреттон-Вудского соглашения увеличение объема международных ликвидных средств зависело от готовности иностранных граждан постоянно увеличивать долларовые вклады. Граждане иностранных государств охотно хранили свои сбережения в долларах, пока они доверяли сохранности запасов американской валюты (в 50-е и 60-е гг. количество долларов, которые хранили иностранцы, постоянно возрастало).

Тем не менее, по мере увеличения запасов американских долларов, имеющих в распоряжении зарубежных стран, люди начали подвергать сомнению способность США выполнять свои обязательства в соответствии с Бреттон-Вудским соглашением. Это привело к возникновению **парадокса Триффина** (Triffin paradox) – явления, названного так по имени экономиста бельгийского происхождения из Йельского университета Роберта Триффина (Robert Triffin), который первым определил эту проблему. Этот парадокс возникал вследствие того, что граждане иностранных государств испытывали необходимость в увеличении своих запасов долларов для того, чтобы финансировать расширение международной торговли, однако чем больше долларов они имели, тем меньше было их доверие к способности США обеспечить обмен этих денег на золото. Чем меньшим было доверие иностранцев к Соединенным Штатам, тем больше было их желание избавиться от долларов и получить взамен золото. Однако при таком развитии событий международная торговля и международная валютная система могли бы потерпеть крах, если бы в распоряжении Соединенных Штатов Америки не было достаточного количества золота, необходимого для обеспечения всех долларов, принадлежащих иностранцам.

В 1967 г. страны – члены МВФ договорились о создании формы международных резервных активов, получившей название «специальные права за-

имствования» (special drawing rights, SDR). Цель создания такого международного расчетного и резервного средства состояла в увеличении ликвидности международной валютной системы наряду с сокращением потребности в долларах, выполняющих функцию резервной валюты. Страны – члены МВФ могут использовать SDR как денежную единицу для расчетов по официальным рыночным операциям, осуществляемым в рамках МВФ, поэтому SDR иногда называют «бумажным золотом».

Введение специальных прав заимствования действительно позволило увеличить ликвидность международной валютной системы, однако это не решало фундаментальную проблему избытка долларов, имеющих в распоряжении граждан иностранных государств. В середине 70-х гг. из-за неуверенности в стабильности доллара Бреттон-Вудская система пошатнулась. На протяжении первых семи месяцев 1971 г. Соединенные Штаты были вынуждены продать треть своих резервов золота, чтобы удержать стоимость доллара на прежнем уровне. Участникам мирового валютного рынка стало ясно, что в распоряжении правительства США нет достаточного количества золота, чтобы удовлетворить спрос всех желающих обменять доллары на золото. В своем драматическом выступлении 15 августа 1971 г. президент Ричард Никсон объявил, что США больше не будут обменивать валюту на золото по цене \$35 за унцию. Это был конец Бреттон-Вудской системы. Если взять аналогию с массовым изъятием вкладов из банка, то банк фактически закрывался.

После выступления президента Никсона курс большинства валют начал плавать, а их стоимость определялась уровнем спроса и предложения на валютном рынке. Курс доллара США упал по отношению почти ко всем ведущим валютам мира. Однако страны мира еще не были готовы отказаться от системы фиксированного валютного курса. На **Смитсоновской конференции** (Smithsonian Conference), проведенной в Вашингтоне в декабре 1971 г., представители центральных банков стран – членов группы десяти (см. табл. 2.3.1) договорились о восстановлении системы фиксированного обменного курса, но на базе измененного соотношения между валютами этих стран. Произошло снижение стоимости доллара США по отношению к золоту (до уровня \$38 за унцию), однако доллар США по-прежнему не мог конвертироваться в золото, а номинальная стоимость устойчивых валют, таких как иена, была повышена. Кроме того, было разрешено колебание курсов валют относительно их новой номинальной стоимости в диапазоне $\pm 2,25\%$ вместо диапазона $\pm 1\%$, установленного Бреттон-Вудским соглашением.

История Международной валютной системы с 1971 г.

Субъекты свободного рынка подвергли сомнению обоснованность новых значений номинальной стоимости валют, установленных участниками Смитсоновской конференции. Биржевые спекулянты, полагая, что курс доллара и фунта был завышен, начали продавать запасы той и другой валюты и накапливать валюту, курс которой они считали заниженным (например, швейцарский франк и немецкую марку). Банк Англии не мог поддерживать курс фунта в диапазоне $\pm 2,25\%$ и в июне 1972 г. вынужден был разрешить дальнейшее снижение курса фунта стерлингов. В начале 1973 г. в Швейцарии произошло повышение курса

швейцарского франка. В феврале 1973 г. в Соединенных Штатах была проведена девальвация доллара на 10%. К марту 1973 г. все центральные банки признали, что они больше не могут успешно противодействовать силам свободного рынка, и пришли к выводу о необходимости введения системы гибкого валютного курса.

Таблица 2.3.1.

Группы пяти, семи и десяти

	Группа пяти	Группа семи	Группа десяти*	Процент от мирового ВВП
	США	США	США	32,5
	Япония	Япония	Япония	13,6
	Германия	Германия	Германия	6,0
	Великобритания	Великобритания	Великобритания	4,5
	Франция	Франция	Франция	4,2
		Италия	Италия	3,5
		Канада	Канада	2,2
			Нидерланды	1,2
			Швейцария	0,8
			Бельгия	0,7
			Швеция	0,7
Совокупный процент от мирового ВВП	60,8	66,5	69,9	
* В группу десяти входит 11 стран				

В соответствии с системой **гибких** (или **плавающих**) **валютных** курсов цена валюты на мировом рынке определяется спросом и предложением на нее. Начиная с 1973 г. обменный курс многих валют определяется преимущественно соотношением между спросом и предложением по отношению к той иной валюте. Здесь использовано слово *«преимущественно»*, поскольку центральные банки некоторых стран иногда предпринимают попытки поддерживать обменный курс национальной денежной единицы посредством продажи или покупки валюты на валютном рынке. Такую искусственную поддержку валютного курса посредством интервенции центрального банка часто называют **регулируемым плавающим курсом** (managed float) или, более образно, **грязным плавающим курсом** (dirty float), поскольку в этом случае обменный курс валют не определяется исключительно рыночными факторами.

Новая система гибкого валютного курса была узаконена на международной конференции, проведенной на Ямайке в январе 1976 г. В соответствии с принятым на этой конференции **Ямайским соглашением** (Jamaica Agreement) каждая страна имела право выбирать ту систему валютного курса, которая лучше всего соответствовала потребностям страны. В США была принята система плавающего валютного курса. Другие страны отдали предпочтение систе-

ме фиксированного валютного курса с привязкой национальной валюты к доллару, французскому франку или какой-либо иной валюте.

Таблица 2.3.2.

Ведущие центральные банки

Страна	Банк
Канада	Банк Канады
Европейский Союз (12 стран – членов ЕС используют евро)	Европейский центральный банк
Япония	Банк Японии
Великобритания	Банк Англии
Соединенные Штаты Америки	Федеральный резервный банк

Особого внимания заслуживает стратегия, принятая странами – членами Европейского Союза (ЕС), по мнению которых система гибкого валютного курса могла бы воспрепятствовать экономической интеграции европейских стран. В 1979 г. с целью регулирования валютных отношений между странами – членами ЕС была создана **Европейская валютная система** (European Monetary System, EMS). Большинство членов Европейской валютной системы стали участниками **механизма валютных курсов** Европейского Союза (exchange rate mechanism, ERM). Участники механизма валютных курсов взяли на себя обязательство поддерживать фиксированный обменный курс своих национальных валют по отношению друг к другу в узком диапазоне $\pm 2,25\%$ от их номинальной стоимости, а также гибкий курс по отношению к доллару и другим валютам. Механизм валютных курсов способствовал введению в 1999 г. единой валюты ЕС – евро.

Современная международная валютная система представляет собой сочетание систем фиксированного и гибкого валютного курса. Например, как было упомянуто выше, большинство стран – членов ЕС приняли общую денежную единицу, тогда как другие страны добровольно приняли систему фиксированного валютного курса по отношению к доллару США, евро или к какой-либо другой валюте. Такие страны, как Канада, Япония, Великобритания и США, отдали предпочтение системе плавающего валютного курса. Следовательно, в условиях современной международной валютной системы курсы валют одной группы стран колеблются по отношению к курсам валют других групп стран. Например, курс доллара США, а также других валют, привязанных к доллару США, колеблется по отношению к евро и валютам, привязанным к евро. Курс американского доллара и евро, в свою очередь, колеблется по отношению к ряду валют с независимо плавающим курсом, таким как канадский доллар, австралийский доллар, британский фунт и швейцарский франк.

Колебания валютных курсов играют большую роль в деятельности международных компаний. Когда курс отечественной валюты на валютном рынке повышается, таким компаниям становится сложнее экспортировать свои товары, труднее защищать внутренние рынки от угрозы со стороны импорта товаров из-за рубежа; для них выгоднее переносить производство из отечественных

заводов на зарубежные предприятия. Снижение курса местной валюты имеет противоположные последствия. Дальновидные международные предприниматели внимательно отслеживают влияние таких колебаний валютных курсов на возможности для ведения бизнеса. Высокий курс доллара привел к возникновению проблем в компании *Caterpillar* в начале 80-х гг., а снижение курса доллара (при устойчивом курсе иены) стало причиной возникновения проблем в компании *Komatsu* в конце 80-х и в начале 90-х. Повышение курса доллара, происходившее начиная с середины 1995 г., привело к улучшению ситуации в *Komatsu* и к ее ухудшению в *Caterpillar*.

Международный кризис задолженности

Система гибкого валютного курса, принятая в 1973 г., сразу же подверглась серьезному испытанию. В ответ на победу Израиля в Арабо-израильской войне 1973 г. арабские государства ввели эмбарго на поставки нефти в страны, которые поддерживали Израиль, в частности – в США и Нидерланды. В результате введения эмбарго Организации стран-экспортеров нефти, ОПЕК (Organization of Petroleum Exporting Countries, ОПЕК), удалось увеличить мировые цены на нефть в четыре раза, с \$3 за баррель в октябре 1973 г. до \$12 за баррель в марте 1974 г. Такое резкое повышение цен на нефть привело к появлению инфляционных процессов в странах-импортерах нефти. Например, в США уровень инфляции повысился с 6,1% в 1973 г. до 11,1% в 1974 г. Только в 1974 г. страны-импортеры выплатили \$60 млрд странам – экспортерам нефти. Последние международные валютные соглашения в какой-то степени сгладили шок от такого повышения цен на рынке нефти, поскольку значения обменных курсов валют некоторых стран были скорректированы, чтобы учесть стоимость объемов экспорта или импорта нефти в этих странах. Курс валюты стран – экспортеров нефти повышался по мере того, как курс валюты стран-импортеров снижался.

Перетекание значительных денежных средств от одних стран к другим в результате резкого повышения цен на нефть вызвало возникновение определенных экономических проблем. Повышенные цены на нефть ложились бременем на экономику стран – импортеров нефти. Некоторые экономисты опасались возможного развития глобального кризиса, обусловленного снижением уровня потребительского спроса в более богатых странах. Другие экономисты выражали обеспокоенность тем, что осуществление всех расчетов в долларах в процессе торговли нефтью могло привести к истощению международного фонда ликвидных средств по мере накапливания долларовых запасов на банковских счетах арабских компаний. Однако все эти опасения не оправдались. Во многих странах – экспортерах нефти продолжался процесс увеличения расходов: средства, вырученные в результате повышения цен на нефть, использовались для усовершенствования инфраструктуры этих стран или для финансирования строительства новых производственных мощностей (таких как нефтеперерабатывающие заводы). Другими словами, эти средства были направлены на создание богатства для будущих поколений. Неизрасходованные нефтедоллары были внесены в банки таких международных финансовых центров, как Лондон и Нью-Йорк. Впоследствии экспортеры нефти попытались вовлечь эти нефтедоллары в активный оборот через международную банковскую систему посредст-

вом выделения кредитов на восстановление экономики стран, пострадавших от повышения цен на нефть.

К сожалению, международные банки вели себя слишком смело в процессе повторного использования этих средств. Многие страны брали в кредит больше, чем могли вернуть. Например, Мексика получила новых кредитов на сумму \$90 млрд, Бразилия – на сумму \$67 млрд. Финансовое положение этих заемщиков стало весьма рискованным после нефтяного шока 1978-1979 гг., который был вызван падением власти шаха Ирана. Цена на нефть резко повысилась с \$13 за баррель в 1978 г. до \$30 за баррель в 1980 г., что привело к началу очередного витка инфляции, охватившей все страны мира. Поскольку на большую часть этих кредитов были назначены плавающие процентные ставки, размер этих ставок возрос, что еще больше увеличило долговое бремя стран, которые и без того имели высокую задолженность. Международный кризис задолженности формально начался в тот момент, когда в августе 1982 г. правительство Мексики заявило о неспособности страны выполнять свои обязательства по внешним долгам. Мексика обратилась с просьбой о реструктурировании своих долгов, о предоставлении отсрочки на выплату основной суммы, а также о предоставлении МВФ кредита, который помог бы стране справиться с долговым кризисом. Вскоре к Мексике присоединились Бразилия и Аргентина. Всего более 40 стран Азии, Африки и Латинской Америки стремились к пересмотру внешней задолженности на льготных условиях. Переговоры по решению этой проблемы между странами должниками, странами-кредиторами, частными банками и международными организациями продолжались до конца 1980-х.

Для урегулирования этого кризиса были использованы различные подходы. В 1985 г. был принят **план Бейкера** (Baker Plan), названный так по имени министра финансов США Джеймса Бейкера. В этом плане особое внимание уделялось пересмотру задолженности стран на льготных условиях, усилению контроля МВФ над внутренней кредитно-денежной и финансовой политикой этих стран, а также дальнейшему выделению кредитов странам-должникам с расчетом на то, что экономический рост, обусловленный использованием этих кредитов, позволит им выполнить свои обязательства перед кредиторами. Например, Международный валютный фонд согласился заключить с Мексикой комплексный договор о кредитовании только при условии, что частные иностранные банки, должником которых была Мексика, согласятся реструктурировать кредиты страны и выделить ей дополнительные средства. Тем не менее, страны-должники практически не достигли успехов в погашении своих долгов. В результате и страны-должники, и страны-кредиторы пришли к единому выводу о необходимости применения другого подхода. В связи с этим в 1989 г. был принят **план Брэди** (Brady Plan), названный по имени Николаса Брэди, министра финансов США при администрации президента Буша. Этот план предусматривал сокращение долгов стран, попавших в долговой кризис, посредством частичного списания долгов или выделения дополнительных средств, чтобы эти страны могли выкупить свои долговые обязательства по цене ниже номинальной суммы кредита.

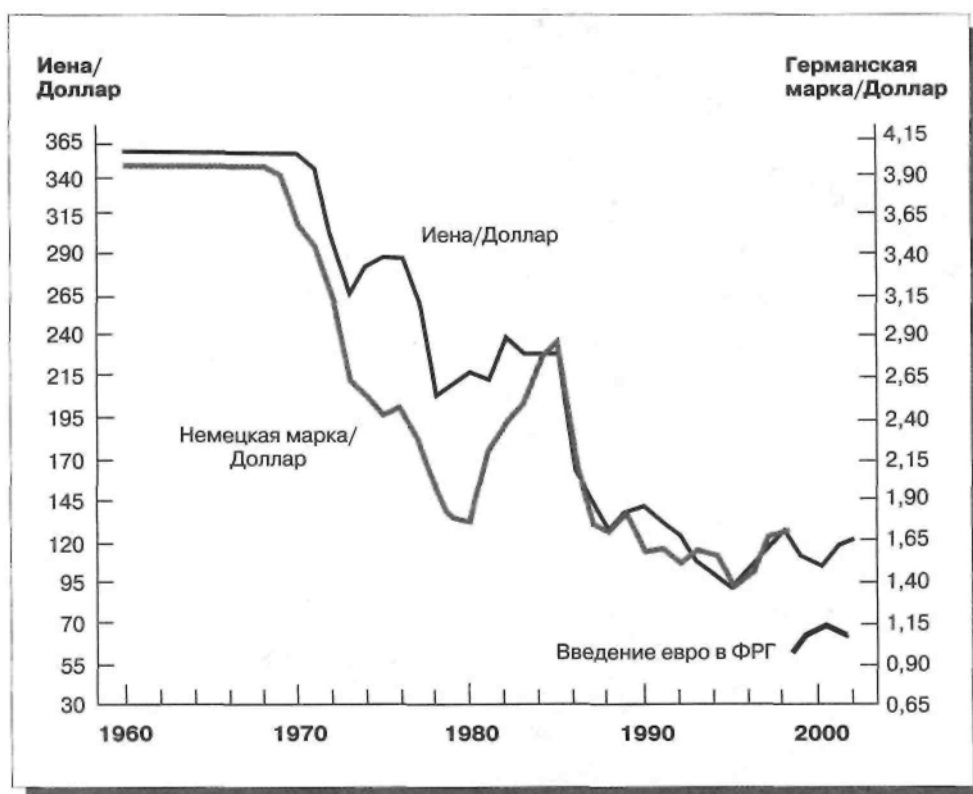


Рис. 2.3.3. Курс доллара по отношению к иене и евро, 1960-2002 гг.

На протяжении 90-х гг. происходило дальнейшее ослабление международного долгового кризиса. Ситуация с погашением международных долгов стран-должников изменилась в лучшую сторону благодаря сочетанию кредитов МВФ, реструктуризации долгов, а также изменений, происшедших в экономической политике этих стран. Влияние международного долгового кризиса на мировую экономику невозможно преувеличить. Многие эксперты считают 80-е гг. «потерянным десятилетием» для экономического развития стран Латинской Америки.

Азиатский валютный кризис разразился в июле 1997 г., когда Таиланд, привязавший свою денежную единицу к корзине валют, конвертируемых в доллары, вынужден был перейти к свободному курсу бата. Это произошло в результате действий инвесторов, у которых появились сомнения в способности тайских заемщиков погашать иностранные кредиты, а также в способности правительства Таиланда поддерживать курс бата. Не желая хранить валюту, которая с большой степенью вероятности могла быть обесценена, иностранные и отечественные инвесторы начали конвертировать баты в доллары и в другую валюту. Центральный банк Таиланда израсходовал большую часть своих резервов, отчаянно пытаясь сохранить искусственно поддерживаемый курс бата. После того, как 2 июля Таиланд был вынужден отказаться от искусственного поддержания курса своей денежной единицы, курс бата резко упал на 20%. Инвесторы поняли, что другим странам региона также свойственна слишком большая зависимость от краткосрочного иностранного капитала. В результате валюту этих стран постигла та же участь, что и денежную единицу Таиланда, а

работа их фондовых бирж была парализована. Как было показано в одном из предыдущих разделов, а также как видно по рис. 2.3.4, Индонезия больше всех пострадала от азиатского кризиса, получившего название «азиатское заражение» («заражение» (contagion) – это тенденция распространения экономического кризиса от рынка к рынку). Последствия этого экономического кризиса затронули экономику стран Латинской Америки и России; российское правительство в качестве ответного действия практически объявило дефолт по внешнему долгу. В общей сложности МВФ и страны «четверки» выделили кредитов на сумму \$100 млрд, чтобы помочь этим странам восстановить экономику. Кроме того время от времени отдельные страны сталкиваются с внутренними валютными кризисами.

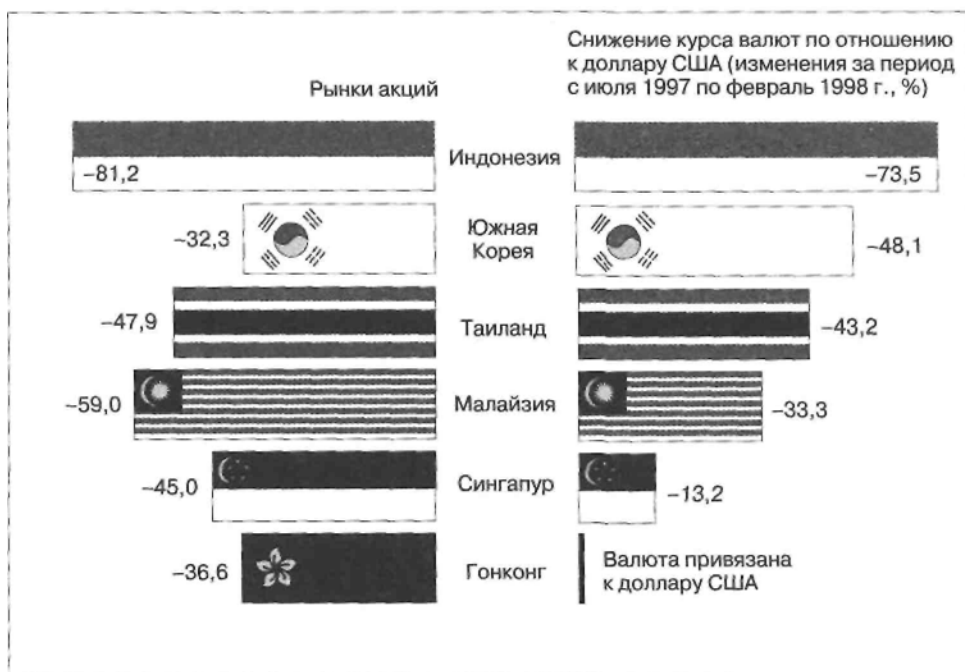


Рис. 2.3.4. Азиатский кризис

Эти кризисы не были неожиданностью для аналитиков, которые исследовали счета платежных балансов стран, оказавшихся в трудном положении, на предмет наличия признаков опасности. Система учета, основанная на составлении платежного баланса, позволяла сделать недвусмысленные выводы о снижении эффективности экономики стран, попавших в кризисную ситуацию, а также о повышении уровня риска позиций платежного баланса по чрезмерно раздутому внешнему долгу. Внимательный анализ статистических данных, представленных в счетах платежного баланса, мог бы оградить международные банки от неудовлетворительного инвестирования капитала, а также от предоставления рискованных кредитов. Система учета международных операций в форме платежного баланса позволяет получить чрезвычайно ценную экономическую информацию, которую можно эффективно использовать в процессе принятия решений.

5. ПЛАТЕЖНЫЙ БАЛАНС

5.1. Платежный баланс и его структура

Ежегодный объем товарооборота между разными странами составляет триллионы долларов. Платежный баланс представляет собой систему учета международных операций страны по методу двойной записи, предназначенную для фиксирования всех экономических операций между резидентами данной страны и резидентами всех других стран за определенный промежуток времени. Система платежного баланса позволяет лицам, определяющим политику страны, установить уровень эффективности экономики каждой из стран, участвующих на международном рынке. Кроме того, система платежного баланса позволяет идентифицировать фундаментальные изменения уровня конкурентоспособности стран, а также помогает политическим лидерам этих стран разрабатывать приемлемый политический курс в ответ на эти изменения.

Существует ряд причин, по которым международным предпринимателям необходимо очень внимательно изучать статистические данные платежного баланса. Среди этих причин следует в первую очередь указать следующие:

1) статистические данные платежного баланса помогают идентифицировать новые рынки товаров и услуг;

2) данные платежного баланса позволяют предупредить о возможности формирования в странах новых политических курсов, которые могут изменить там условия ведения бизнеса, тем самым оказывая влияние на прибыльность предприятий компании, расположенных в этой стране. Например, резкое увеличение объема импорта в стране может служить признаком наличия в экономике этой страны тенденции к неконтролируемой инфляции, а также симптомом сокращения размеров внутреннего денежного обращения. В таком случае предприниматели, проявляющие бдительность в процессе ведения бизнеса и осознающие возможность падения потребительского спроса, сокращают объем торговли своей продукцией в такой стране;

3) статистические данные платежного баланса могут свидетельствовать о сокращении валютных резервов страны, что в свою очередь может означать возможную девальвацию денежной единицы страны в будущем (как случилось в 1997 г. в Таиланде). Компании, экспортирующие свою продукцию в такую страну, могут столкнуться с возможным повышением ценовой конкурентоспособности продукции отечественных производителей;

4) как произошло во время международного кризиса задолженности, статистические данные платежного баланса могут служить признаком повышения уровня риска при предоставлении кредитов отдельным странам.

Первостепенное значение имеют четыре следующих аспекта системы учета международных операций в платежном балансе:

1) в платежном балансе фиксируются все международные операции, выполненные за определенный промежуток времени (например, за один год);

2) в платежном балансе отображаются данные только об экономических операциях, другими словами – об операциях, которые можно интерпретировать в денежном выражении;

3) платежный баланс отображает данные об операциях между резидентами одной страны и резидентами всех других стран. В качестве резидентов могут выступать физические лица, коммерческие компании, правительственные или некоммерческие организации. Однако в некоторых случаях бывает достаточно сложно определить, к какой стране принадлежит тот или иной резидент. Лица, временно находящиеся в стране (туристы, студенты, военные и дипломаты), с точки зрения платежного баланса считаются резидентами своих родных стран. Компании считаются резидентами стран, в которых они зарегистрированы. Во многих случаях в процессе международного бизнеса компании размещают свои филиалы или дочерние компании в зарубежных странах. Филиал, который по определению является предприятием, не зарегистрированным как отдельная компания, и поэтому неотделим в правовом отношении от родительской компании, считается резидентом страны, в которой зарегистрирована родительская компания. Дочернее предприятие, которое по определению является отдельной, официально зарегистрированной компанией, считается резидентом страны, в которой зарегистрирована эта компания. В большинстве случаев дочерняя компания регистрируется в стране, в которой она функционирует. Это позволяет такой компании пользоваться преимуществами статуса резидента страны, в которой она ведет бизнес;

4) платежный баланс представляет собой систему двойной записи. Данные по каждой операции отражаются как «дебет», так и «кредит»; при этом обеспечивается равенство между дебетом и кредитом. Большая часть международных сделок отражается в платежном балансе, во-первых, как факт приобретения или продажи товара, услуги или активов. Во-вторых, в платежном балансе фиксируются данные об уплате или получении денежных средств за то, что было куплено или продано. Отображение данных в двух частях платежного баланса представляет собой достаточно сложную процедуру. Многие эксперты сравнивают статистический отчет в форме платежного баланса с отчетом о поступлении и использовании финансовых средств. Часть платежного баланса, соответствующая дебету, отображает использование финансовых средств; в части платежного баланса, соответствующей кредиту, указываются источники этих средств. При такой структуре платежного баланса данные о покупке товаров или услуг заносятся в дебет, а данные о продаже – в кредит.

Основные разделы платежного баланса

Платежный баланс состоит из четырех основных разделов (счетов). В первых двух разделах – счете текущих операций и счете движения капиталов – фиксируются данные о приобретении товаров, услуг и активов в частном и государственном секторах экономики. Счет государственных резервов отображает влияние интервенции центрального банка на рынок иностранной валюты. Последний счет, счет ошибок и пропусков, содержит данные об ошибках, допущенных в процессе отображения сведений о международных операциях страны в платежном балансе.

Счет текущих операций. В счете текущих операций отображаются данные о четырех типах операций, осуществляемых между резидентами разных стран:

- 1) экспорт и импорт товаров;

- 2) экспорт и импорт услуг;
- 3) доход от инвестиций;
- 4) односторонние трансферты (пожертвования).

Например, для Германии продажа автомобиля марки «Mercedes-Benz» врачу из Марселя относится к категории **экспорта товаров** (merchandise export), а покупка жителем Германии шампанского «Dom Perignon», произведенного во Франции, представляет собой **импорт товаров** (merchandise import). (В Великобритании для обозначения торговли товарами используется термин «trade in visibles» – «видимые торговые операции».) Разность между объемом экспорта и импорта товаров называется **внешнеторговым (торговым) балансом**, или **балансом торговли товарами** (balance on merchandise trade). В Соединенных Штатах Америки, которые импортируют больше товаров, чем экспортируют, сформировался *дефицит внешнеторгового баланса, или отрицательное сальдо торговли товарами* (merchandise trade deficit); в Японии, где экспорт преобладает над импортом, имеет место *положительный внешнеторговый баланс, или положительное сальдо торговли товара* (merchandise trade surplus).

Таблица 2.3.3.

Статьи платежного баланса по счету текущих операций

	Дебет	Кредит
Товары	Покупка	Продажа
Услуги	Покупка	Продажа
Дивиденды и проценты (доход от инвестиций)	Оплата	Получение
Односторонние трансферты	Превод	Получение

В статье платежного баланса, соответствующей экспорту и импорту услуг, фиксируются данные о продаже или покупке услуг в таких сферах, как транспорт, туризм, медицинское обслуживание, телекоммуникации, реклама, финансовые услуги и образование. Продажа услуги резиденту другой страны относится к категории **экспорта услуг** (service export), а покупка резидентом страны услуг, предоставляемых резидентами другой страны, – это **импорт услуг** (service import). (В Великобритании для обозначения торговли услугами используется термин «trade in invisibles» – «невидимые торговые операции»). Например, для Германии учеба немецкого студента на протяжении одного года в парижском университете Сорбонна относится к категории импорта услуг, тогда как телефонный звонок домой, сделанный итальянским туристом во время его участия в октябрьском пивном фестивале в Мюнхене, можно отнести к экспорту услуг. Разность между объемом экспорта и импорта услуг называется **балансом торговли услугами** (balance on services trade).

Третий тип операций, данные о которых фиксируются в счете текущих операций, – это доход от инвестиций. Доход, получаемый резидентами Герма-

нии от своих иностранных инвестиций, рассматривается как **экспорт обслуживания капитала** (export of the services of capital) из Германии в другие страны. Этот доход выражается либо в процентах, либо в дивидендах, получаемых резидентами Германии на свои инвестиции в акции и облигации зарубежных компаний, а также на депозитные счета в иностранных банках. Кроме того, этот доход может быть выражен в форме прибылей, полученных иностранными дочерними предприятиями немецких компаний и возвращенных в Германию. Безусловно, резиденты зарубежных стран также делают инвестиции в Германию. Доход, получаемый зарубежными резидентами от инвестиций в экономику Германии, относится к категории **импорта обслуживания капитала** (import of the services of capital) в Германию. Этот доход включает в себя проценты и дивиденды, выплачиваемые германскими компаниями по акциям, облигациям и депозитным счетам, являющимся собственностью резидентов иностранных государств. Кроме того, этот доход может быть выражен в форме прибылей, полученных дочерними предприятиями иностранных компаний на территории Германии и возвращенных в адрес родительских компаний.

Четвертый тип операций, отображаемых в счете текущих операций, – **односторонние трансферты** (unilateral transfers), или односторонние пожертвования со стороны резидентов одной страны в адрес резидентов другой страны. К категории односторонних трансфертов относятся частные и государственные пожертвования. Например, действия родившихся в Пакистане резидентов Кувейта, которые отсылают часть своих заработков на родину членам своей семьи, можно отнести к категории частных односторонних трансфертов; финансовая помощь, выделенная правительством Великобритании в адрес Бангладеш на реализацию проекта борьбы с наводнениями, относится к категории государственных односторонних трансфертов. И в том и в другом случае получатели средств не предоставляют никакой компенсации поставщикам этих средств.

Баланс счета текущих операций (current account balance) определяет сальдо по всем статьям счета текущих операций – торговля товарами, торговля услугами, доход от инвестиций и односторонние трансферты. Платежный баланс по счету текущих операций тщательно изучается правительственными чиновниками и лицами, определяющими политику государства, так как представленные в нем данные отображают полную картину конкурентоспособности страны на международных рынках.

Счет операций с капиталом. Второй раздел платежного баланса – это **счет операций с капиталом** (capital account), в котором фиксируются данные об операциях с капиталом (покупка и продажа активов), осуществляемых резидентами разных стран. Операции с капиталом (схема которых отображена в табл. 2.3.4) подразделяются на две категории: прямые зарубежные инвестиции и портфельные инвестиции.

Прямые зарубежные инвестиции – это любые инвестиции, сделанные с целью получения контроля над компанией, в которую вложен капитал. Как правило, этот контроль осуществляется через право собственности на значительный пакет обычных акций с преимущественным правом голоса. В соответ-

ствии с нормативами составления платежного баланса, принятыми в США, контроль над деятельностью компании может быть получен при условии права собственности не менее чем на 10 % акций компании с правом голоса. Портфельные инвестиции – это любые инвестиции, цель которых не состоит в получении контроля над компанией, в которую они вложены. **Портфельные инвестиции** подразделяются на две подкатегории: краткосрочные и долгосрочные инвестиции.

Таблица 2.3.4.

Операции с капиталом

	Срок погашения	Мотивация	Типичные инвестиции
Портфельные (краткосрочные) инвестиции	Один год или меньше	Доход от инвестиций или содействие международной торговле	Текущие счета Срочные вклады Коммерческие векселя Банковские кредиты
Портфельные (долгосрочные) инвестиции	Больше одного года	Доход от инвестиций	Правительственные векселя, государственные ценные бумаги и облигации Корпоративные акции и облигации
Прямые иностранные инвестиции	Неопределенный срок	Активный контроль над компанией (владение по меньшей мере 10% акций с правом голоса)	Зарубежные дочерние компании Новые зарубежные предприятия Международные совместные предприятия

Краткосрочные портфельные инвестиции (short-term portfolio investments) – это финансовые инструменты со сроком погашения продолжительностью не более одного года. В эту категорию инвестиций входят следующие типы ценных бумаг: коммерческие векселя; текущие счета, срочные вклады и депозитные сертификаты, которые резиденты страны держат в иностранных банках или иностранные резиденты – в отечественных банках; дебиторская задолженность международных коммерческих клиентов и их вклады; краткосрочные международные кредиты (такие как коммерческие кредиты), предоставляемые банками. **Долгосрочные портфельные инвестиции** (long-term portfolio investments) – это акции, облигации, а также другие финансовые инструменты, выпускаемые частными и государственными компаниями, имеющие срок погашения более одного года и предназначенные для достижения целей, не связанных с осуществлением контроля. Например, когда компания *IBM* инвестирует излишек наличности на срок до начала следующего дня в один из парижских банков, чтобы получить более высокую процентную ставку, чем можно было бы

получить в Нью-Йорке, эта операция относится к категории краткосрочных портфельных инвестиций. В случае, если Пенсионный фонд государственной системы пенсионного обеспечения работодателей штата Калифорния (California Public Employers Retirement System Pension Fund) покупает акции компании *British Airlines*, он тем самым делает долгосрочные портфельные инвестиции. Когда компания *Ford Motor* покупает все обыкновенные акции *Volvo*, эту операцию можно отнести к категории прямых зарубежных инвестиций.

Текущие операции неизбежно оказывают влияние на статью краткосрочных инвестиций в счете движения капиталов. Почему так происходит? В первой записи платежного баланса фиксируются данные о покупке или продаже товара, услуги или актива. Во второй записи, как правило, фиксируются данные об уплате или получении денежных средств за то, что было куплено. В большинстве случаев эта вторая запись отображает изменение состояния чье-либо расчетного счета, представленного в платежном балансе операцией краткосрочных инвестиций по счету движения капиталов. Приток капитала фиксируется в разделе «кредит» балансового счета и имеет место в двух случаях.

1. *Увеличение объема иностранной собственности на внутренние активы страны.* Примером притока капитала в Соединенные Штаты Америки может служить приобретение в конце 2000 г. компании *Lycos*, американского веб-портала, испанской интернет-компанией *Terra Networks SA* за \$8,5 млрд. Кроме того, приток капитала имеет место в случае, когда иностранная компания депонирует чек на счет в американском банке. В данном случае приобретаемые активы – это платежное требование на американский банк, отражаемое в состоянии текущего счета.

2. *Сокращение объема собственности резидентов страны на иностранные активы.* Когда в конце 90-х компания *Kmart* и ее американский партнер продали канадские предприятия *Kmart* компании *Zeller* (канадскому подразделению *Hudson's Bay*) за \$168 млн, это привело к притоку капитала в США. Аналогично, когда компания *IBM* оплачивает чек японского поставщика накопителей на магнитных дисках, выписанный на счет *IBM* в одном из банков Токио, сумма средств на текущем счете *IBM* в японском банке снижается, а в США имеет место приток капитала, поскольку *IBM* частично избавляется от собственности на иностранные активы.

Отток капитала фиксируется в разделе «кредит» балансового счета и имеет место в двух случаях.

Увеличение объема собственности резидентов страны на иностранные активы. Приобретение компанией *Ford* компании *Jaguar Motor Company* за £1,5 млрд представляет собой отток капитала из Соединенных Штатов. Аналогичный отток капитала из США также имеет место, когда компания *Delta Air Lines* депонирует чек от лондонского бизнесмена на свой счет в Банке Англии.

Сокращение объема иностранной собственности на внутренние активы страны. Если германский взаимный фонд продает 100000 обычных акций компании *GM* из своего портфеля резиденту США, формируется отток капитала из США. Аналогичный отток капитала из США также имеет место, когда компания *Japan Air Lines* оплачивает чек, выставленный на ее счет в гавайском банке

поставщиком керосина в аэропорту Гонолулу. В обоих случаях иностранные компании теряют часть своих американских активов. В табл. 2.3.5. отображено влияние различных операций с капиталом на платежный баланс.

Счет государственных резервов. В третьем разделе платежного баланса, **счете государственных резервов** (official reserves account), фиксируется уровень государственных резервов, поддерживаемый правительством страны. Эти резервы используются для интервенции на валютном рынке, а также для обеспечения сделок с центральными банками других стран. Государственные резервы включают в себя четыре типа активов:

- 1) золото;
- 2) конвертируемая валюта;
- 3) специальные права заимствования (SDR);
- 4) резервные позиции в МВФ.

Государственные запасы золота измеряются с использованием номинальной стоимости, установленной государственным казначейством или министерством финансов страны. **Конвертируемая валюта** – это валюта, которая свободно обменивается на мировом валютном рынке.

Таблица 2.3.5.

Записи в платежном балансе по счету операций с капиталом

	Дебет (отток капитала)	Кредит (приток капитала)
Портфельные (краткосрочные) инвестиции	Получение платежей от иностранцев Покупка краткосрочных иностранных активов	Осуществление платежей в адрес иностранцев Продажа внутренних краткосрочных активов иностранцам
Портфельные (долгосрочные) инвестиции	Покупка долгосрочных иностранных активов (не с целью осуществления контроля) Выкуп долгосрочных внутренних активов у них иностранных владельцев (не с целью осуществления контроля)	Продажа долгосрочных внутренних активов иностранцам (не с целью осуществления контроля) Продажа долгосрочных иностранных активов, приобретенных ранее (не с целью осуществления контроля)
Прямые иностранные инвестиции	Покупка иностранных активов с целью осуществления контроля Выкуп у иностранных владельцев внутренних активов, приобретенных ранее с целью осуществления контроля	Продажа внутренних активов иностранцам с целью осуществления контроля Продажа иностранных активов, приобретенных ранее с целью осуществления контроля

5.2. Определение профицита и дефицита платежного баланса

Платежный баланс всегда должен быть равным нулю, или быть сбалансированным. В таком случае, может ли иметь место дефицит платежного баланса? В действительности, когда хорошо осведомленные в этом вопросе люди (или даже комментаторы) говорят о профиците или дефиците платежного баланса, они имеют в виду только разделы, соответствующие отдельным счетам платежного баланса. Практически все комментаторы, сообщающие о дефиците, имеют в виду сальдо торговли товарами и услугами. Когда в стране экспорт товаров и услуг превышает импорт, имеет место внешнеторговое активное сальдо торгового баланса. Когда импорт товаров и услуг превышает экспорт, в стране имеет место внешнеторговый дефицит.

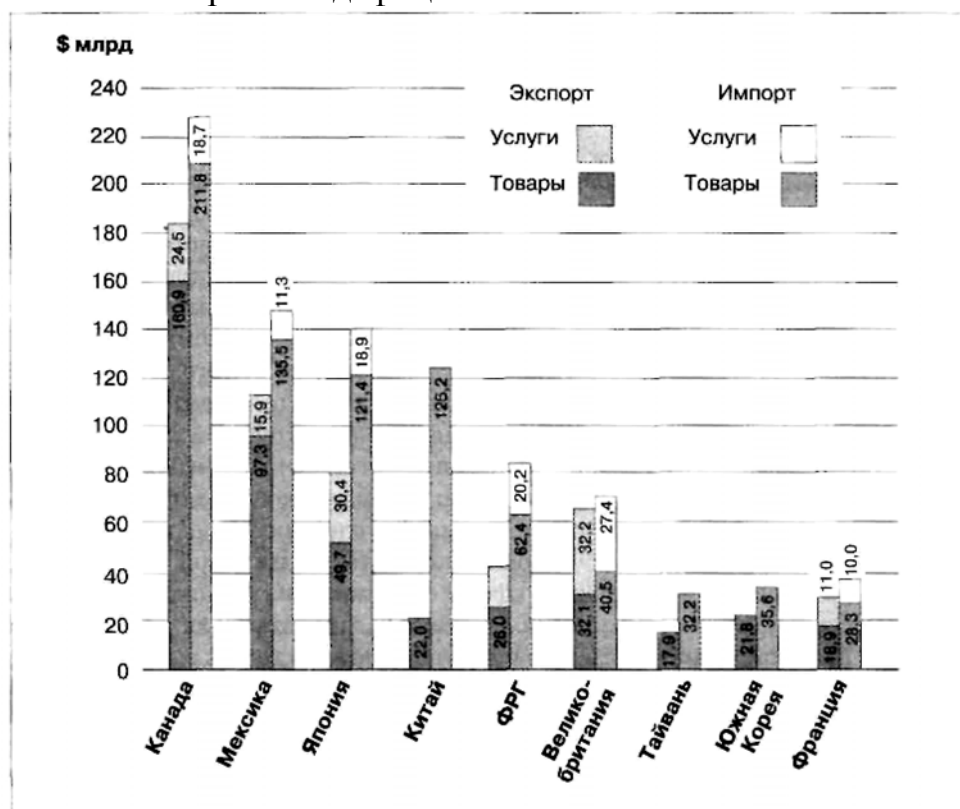


Рис. 2.3.6. Торговля между Соединенными Штатами Америки и основными торговыми партнерами, 2007 г.

Баланс торговли товарами и услугами доступен для понимания, и сведения о нем могут беспрепятственно получить любые средства массовой информации, поэтому именно он получает больше всего внимания со стороны общественности. Тем не менее в платежном балансе существуют и другие разделы: баланс торговли услугами, баланс торговли товарами, а также баланс счета текущих операций. Еще одна тщательно анализируемая статья платежного баланса – баланс по статье официальных расчетов. **Баланс по статье официальных расчетов** (official settlements balance) отображает изменение объема государственных резервов страны; по существу, в этой статье платежного баланса фиксируется чистый результат интервенции центрального банка на валютном рынке, предпринятой с целью поддержки национальной валюты.

Вопрос о том, какой из счетов определяет собственно платежный баланс страны, является достаточно сложным. Не существует единого критерия определения экономических показателей деятельности страны на мировом рынке. Если проводить параллель со слепым, ощупывающим слона, можно сказать, что баланс по каждому счету отображает отдельный аспект положения страны в международной экономике. Выбор подходящей концепции анализа экономических показателей страны на основании платежного баланса зависит от того, какой вопрос предстоит решить международному предпринимателю или правительственному чиновнику, от которого зависит формирование государственной политики. Баланс торговли товарами отображает конкурентоспособность промышленного сектора страны. Баланс торговли услугами характеризует конкурентоспособность сферы услуг страны на мировом рынке. Во многих случаях баланс торговли промышленными товарами больше освещается средствами массовой информации; тем не менее в связи с расширением сферы обслуживания в экономике многих стран в последнее время повышается значение баланса торговли услугами. На основании баланса торговли товарами и услугами можно сделать вывод об общем уровне конкурентоспособности промышленного сектора и сектора услуг в стране на мировом рынке. Баланс счета текущих операций иллюстрирует общую эффективность промышленного сектора и сферы обслуживания, а также отображает пожертвования резидентов страны (односторонние трансферты) и доход от прошлых инвестиций. Баланс по статье официальных расчетов определяет сальдо спроса и предложения на национальную валюту со стороны всех участников рынка, кроме центрального банка страны.

Рисунок 2.3.7. иллюстрирует динамику платежного баланса США за последние три десятилетия, определенную по отдельным составляющим.

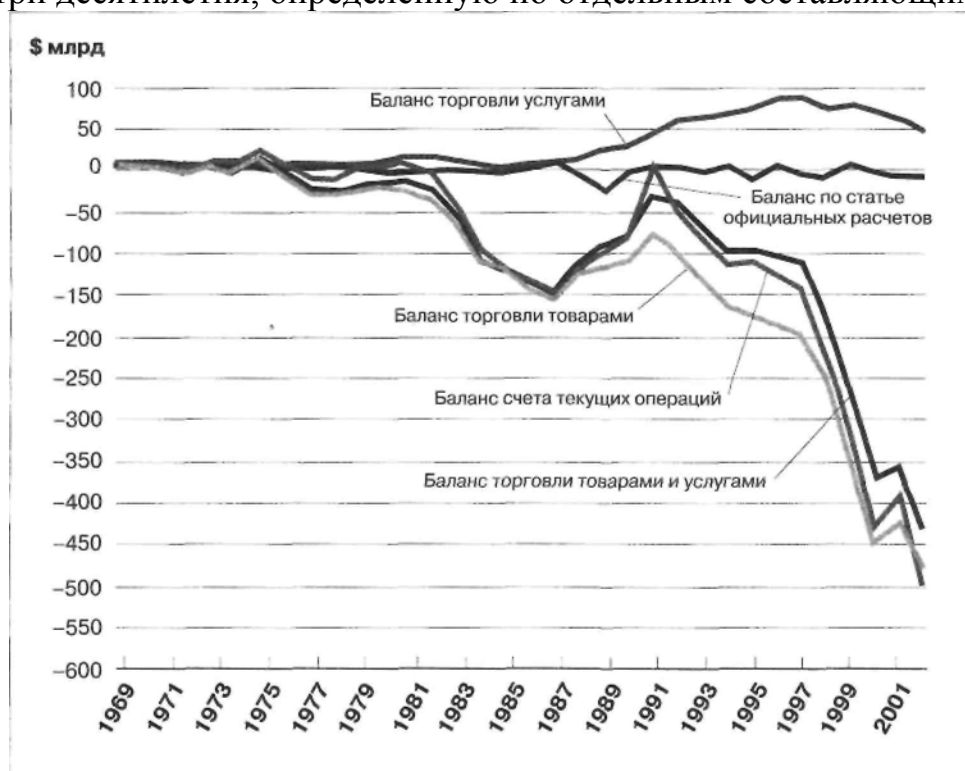


Рис. 2.3.7. Динамика платежного баланса США по отдельным позициям

Контрольные вопросы

1. Какие параллели можно провести между ролью британского фунта в международной валютной системе XIX в. и ролью доллара США в международной валютной системе, действовавшей после 1945 г.?
2. Доллар США сыграл ключевую роль в Бреттон-Вудской системе. Принесло ли это пользу Соединенным Штатам Америки или причинило вред стране?
3. При каких условиях в той или иной стране может быть осуществлена девальвация национальной валюты?
4. Существуют ли обстоятельства, при которых в стране возникла бы потребность в повышении стоимости национальной валюты?
5. Какая система – фиксированного валютного курса или гибкого валютного курса – обеспечивает более благоприятные условия для деятельности международных компаний?
6. Какая связь существует между счетом текущих операций и счетом операций с капиталом?

6. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВАЛЮТНЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ

6.1. Экономический анализ иностранной валюты

Иностранная валюта (foreign exchange) – это товар, представляющий собой валюту, выпущенную в обращение в другой стране. Аналогично ценам на другие товары, цена иностранной валюты (при условии использования системы гибкого плавающего курса) устанавливается в соответствии с соотношением предложения и спроса на эту валюту, которое сформировалось на рынке.

Ниже представлен более глубокий анализ этого определения на примере соотношения обменных курсов доллара США и японской иены. На рис. 2.4.1. изображена кривая спроса на японскую иену. Экономисты называют кривую спроса такого типа кривой *производного спроса*, поскольку спрос на иену обусловлен желанием иностранцев приобретать японские товары, услуги и активы. Для того, чтобы приобрести японские товары, иностранцам сначала необходимо купить японские иены. Так же как и другие кривые спроса, кривая спроса на рис. 2.4.1. представляет собой нисходящую кривую, так как спрос на иену возрастает по мере снижения цены на нее. Этот процесс показан на рисунке как перемещение из точки *A* в точку *B* по кривой спроса.



Рис. 2.4.1. Кривая спроса на японскую иену, обусловленного зарубежным спросом на японские продукты

На рис. 2.4.2. представлена кривая предложения иены. В основе кривой предложения иены лежит желание японцев приобретать иностранные товары, услуги и активы. Чтобы покупать иностранные продукты, японцам необходимо сначала приобрести иностранную валюту, что они делают посредством продажи иен за иностранную валюту. Продажа иен приводит в результате к повышению предложения иены на валютном рынке. Как и в случае с другими товарами, предложение иены увеличивается по мере повышения цены на нее (этот процесс показан на рисунке как перемещение из точки *A* в точку *B* по кривой предложения на рис. 2.4.2.). Следовательно, кривая предложения иены ведет себя так же, как и кривые предложения других товаров: по мере повышения цены на иену люди предлагают больше иен на продажу.



Рис. 2.4.2. Кривая предложения иены, обусловленного спросом на иностранные продукты на японском рынке

Рисунок 2.4.3. иллюстрирует процесс определения равновесной цены на иену. Точки, отмеченные на вертикальной оси, показывают цену иены в долларах (другими словами, сколько долларов необходимо заплатить за каждую покупаемую иену). Точки, отмеченные на горизонтальной оси, показывают количество иен. Как и в случае с другими товарами, пересечение кривой предложения (S) и кривой спроса (D) дает равновесную цену (в данном случае – \$0,009 за одну иену), а также равновесный уровень предложения и спроса на иену (¥200 млн). Как было сказано в главе 2.3., эта равновесная цена представляет собой *валютный курс*, или цену валюты одной страны в пересчете на валюту другой страны.

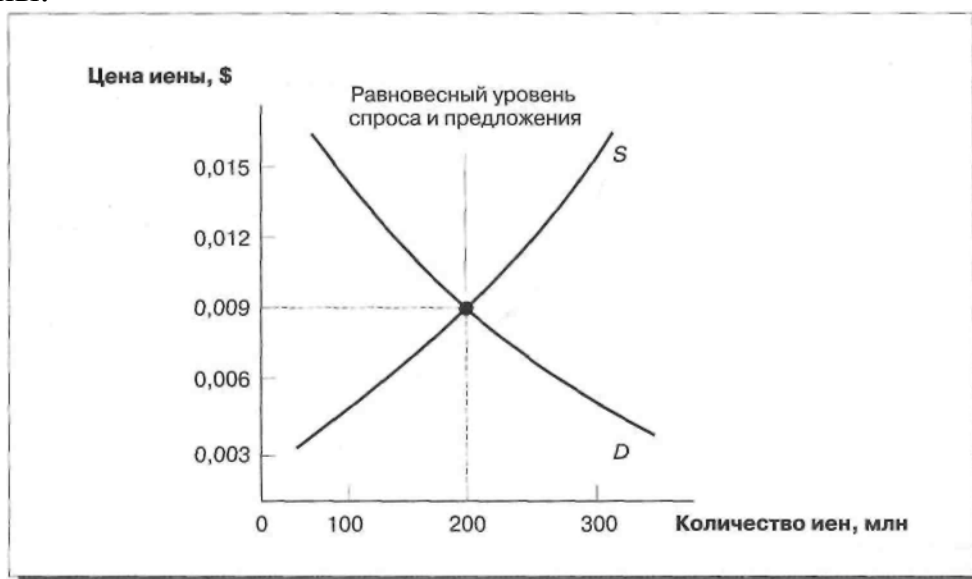


Рис. 2.4.3. Рынок иены

Рисунок 2.4.3. иллюстрирует соотношение между обменными курсами доллара и иены; такой же график можно начертить для всех возможных пар валют, используемых в разных странах мира. Каждая из таких пар образует отдельное соотношение между валютными курсами, с равновесной ценой на разные валюты, определяемой спросом и предложением. Курсы валют ежедневно публикуются в большинстве крупных газет, издаваемых во всем мире. **Прямой обменный курс валюты** (direct exchange rate), или **прямая котировка** (direct quote), – это цена иностранной валюты, выраженная в единицах национальной валюты. Например, с точки зрения резидента США, прямой курс доллара США по отношению к японской иене в среду, 6 августа 2003 г. был равен $\$0,008321/\text{¥}1$. **Обратный обменный курс валюты** (indirect exchange rate), или **обратная котировка** (indirect quote), – это цена национальной валюты, выраженная в единицах иностранной валюты. С точки зрения резидента США, косвенный курс доллара США по отношению к японской иене в среду, 6 августа 2003 г., был равен $\text{¥}120,18/\$1$. В математическом смысле прямая и обратная котировки – это взаимно обратные величины. Традиционно (иногда для удобства) обменные курсы некоторых валют, как правило, определяются по принципу прямой котировки, а других валют – по принципу обратной котировки. Например, в США принята практика прямой котировки британских фунтов и в то же время – обратной котировки японской иены.

Чтобы не допустить путаницы между понятиями прямого и обратного курса валюты, необходимо просто помнить о том, что при покупке обычных товаров обычно используется прямая котировка. Например, при покупке хлеба этот товар оценивается по прямой котировке: буханка хлеба стоит $\$1,89$. Обратная котировка в этом случае была бы равна $0,529$ буханок хлеба за один доллар.

6.2. Структура, участники валютного рынка

Валютный рынок охватывает деятельность покупателей и продавцов валют, пущенных в обращение в разных странах мира. Любой субъект, имеющий в своем распоряжении деньги, выраженные в одной валюте, и желающий обменять их на другую валюту, является участником валютного рынка. Пакистанские туристы, обменивающие рупии на британские фунты в аэропорту Хитроу, пользуются услугами валютного рынка. То же самое происходит с компанией *Toyota*, когда она экспортирует автомобили в Канаду со своих предприятий, расположенных в Японии, а также с правительством Великобритании в момент выделения кредита на миллионы фунтов, предназначенного для восстановления экономики Бангладеша, которой нанесли большой ущерб муссоны.

Мировой объем торговли иностранной валютой оценивается в $\$1,2$ трлн в день. Ежедневно каждую минуту в какой-либо точке планеты осуществляется операция купли-продажи иностранной валюты. Крупнейший валютный рынок находится в Лондоне; за ним следуют валютные рынки Нью-Йорка, Токио и Сингапура. На эти четыре города приходится 66% мирового объема торговли иностранной валютой. Как показано на рис. 2.4.5., приблизительно 90% операций по торговле валютой осуществляется с участием доллара США. Такое по-

ложение доллара на валютном рынке обусловлено его ролью в Бреттон-Вудской системе. Поскольку доллар участвует в большинстве сделок купли-продажи иностранной валюты, он имеет статус основной **валюты сделок** (transaction currency) на валютном рынке.

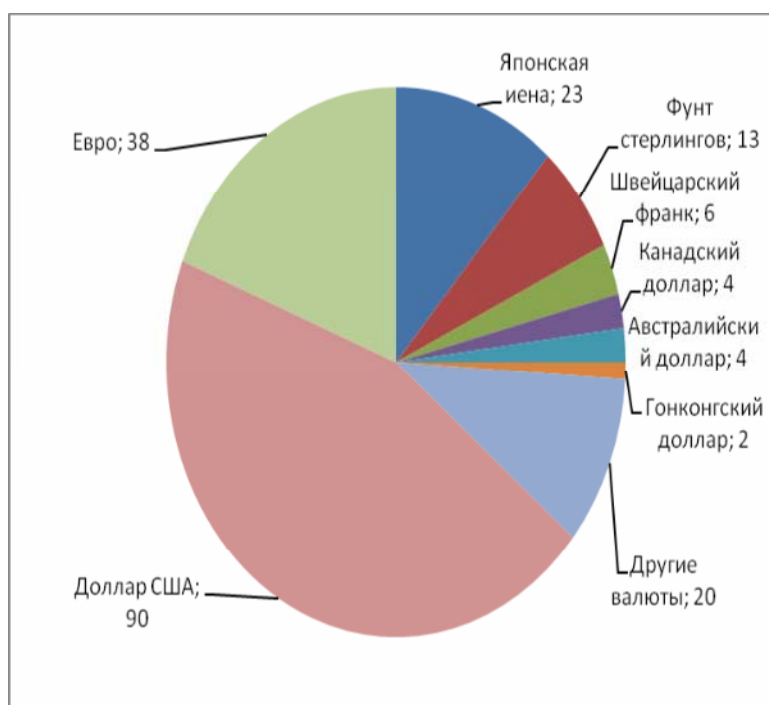


Рис. 2.4.5. Валюты, задействованные в операциях на валютном рынке. Доля операций с некоторыми валютами (в процентах)

Поскольку в каждой операции задействовано две валюты, совокупный процент равен 200%.

6.3. Роль и значение банков в функционировании валютного рынка

Валютные отделы крупных международных банков (таких как *P. Morgan Chase*, *Barclays* и *Deutsche Bank*), расположенных в основных финансовых центрах – Нью-Йорке, Лондоне и Франкфурте, играют важнейшую роль в функционировании валютного рынка. В распоряжении таких банков есть несколько способов получения прибыли от операций на валютном рынке. Большая часть этих прибылей поступает от разницы между ценой на иностранную валюту, предложенной покупателем, и ценой, запрашиваемой продавцом валюты. Предположим, банк *J. P. Morgan Chase* покупает 10 млн швейцарских франков у одного клиента по цене 1,649 шв. фр./\$1 и продает эти франки другому клиенту по цене 1,648 шв. фр./\$1. На этой сделке банк зарабатывает \$3679,78. (Читатель может самостоятельно выполнить расчеты по следующей схеме: *J. P. Morgan Chase* покупает швейцарские франки за $10\,000\,000 \times 1,649$, или \$6 064 281,38, и продает их за $10\,000\,000 \times 1,648$, или \$6 067 961,16, получая тем самым прибыль в размере \$3679,78). В некоторых случаях специалисты международных банков действуют как валютные спекулянты, утверждая, что они могут предвидеть, в каком направлении будет колебаться валютный курс. Подоб-

ная спекуляция иностранной валютой может принести громадные прибыли, хотя она всегда характеризуется высокой степенью риска. Кроме того, как показано ниже в данной главе, банки могут действовать на валютном рынке в качестве арбитров.

Международные банки – это основные игроки на оптовом (межбанковском) валютном рынке, заключающие сделки от своего собственного имени или от имени крупных коммерческих клиентов. Межбанковские сделки, которые, как правило, заключаются на сумму не менее \$1 млн (или на эквивалентную сумму в иностранной валюте), составляют подавляющую часть всех валютных сделок. В процессе осуществления валютных операций банки могут пользоваться услугами независимых валютных брокеров. Эти брокеры предоставляют в распоряжение банков информацию о ценах на различные иностранные валюты, а также облегчают заключение сделок, устанавливая контакты между покупателями и продавцами иностранной валюты. Используя компьютеры, телефоны, факсы и электронную почту, банки и брокеры, действующие на одном рынке, поддерживают тесные контакты со своими партнерами на других рынках с целью отыскания самых выгодных цен на валюту.

Международные банки играют важную роль и на розничном валютном рынке, заключая сделки с частными клиентами, которые желают купить или продать ту или иную сумму иностранной валюты. Как правило, розничные клиенты платят за иностранную валюту цену, которая равна сумме существующего валютного курса и надбавки к валютному курсу. Размер этой надбавки, в свою очередь, определяется как функция от суммы сделки и значимости данного клиента для банка. Датской сети музыкальных магазинов, которой необходимы \$100 000 для оплаты 20 000 компакт-дисков с альбомами групп «Avril Lavigne» или «U2», придется заплатить более высокую надбавку за требуемую сумму иностранной валюты, чем компании *General Motors*, когда той понадобится \$20 млн на погашение кредитов, предоставленных британскими инвесторами. Безусловно, иностранным туристам, получающим наличные деньги в местной валюте по дорожному чеку в банке или в пункте обмена валюты, приходится платить еще большую надбавку к валютному курсу.

Всю совокупность клиентов валютных отделов банков можно разделить на следующие категории:

– *коммерческие клиенты* – это клиенты, для которых валютные операции являются частью их обычной коммерческой деятельности, такой как экспорт или импорт товаров и услуг, выплата или получение дивидендов и процентов от иностранных партнеров, покупка или продажа иностранных активов капитала. Некоторые коммерческие клиенты могут также использовать валютный рынок для хеджирования (снижения) риска, обусловленного неблагоприятными изменениями обменных курсов тех валют, в которых в будущем должны быть выплачены или получены определенные суммы денег по коммерческим сделкам;

– *валютные спекулянты* – это физические или юридические лица, занимающиеся валютными спекуляциями (торговлей иностранной валютой с целью извлечения спекулятивной прибыли на разнице в валютных курсах). Валютные

спекулянты сознательно идут на валютный риск с расчетом на то, что они могут правильно предсказать изменения рыночного курса валюты, которой они спекулируют. Спекуляция иностранной валютой может оказаться чрезвычайно выгодной, если эти предположения окажутся верными, однако такой тип операций с иностранной валютой характеризуется чрезвычайно высоким уровнем риска;

– *арбитры* – физические или юридические лица, имеющие своей целью извлечение прибыли за счет небольшой разницы между обменными курсами иностранной валюты на разных рынках. Арбитры стремятся получать прибыль с минимальным риском, приобретая валюту по низкой цене на одном рынке и продавая ее по более высокой цене на другом.

Центральные банки и министерства финансов стран также являются важными игроками валютного рынка. Центральный банк страны должен был осуществлять интервенцию на валютном рынке с целью поддержания рыночного курса национальной валюты близким к ее номинальной стоимости. Страны, отдавшие предпочтение привязке своей валюты к валютам других стран, должны поступать таким же образом. И, наконец, центральные банки стран, в которых введен плавающий валютный курс, могут осуществлять интервенцию на валютном рынке, чтобы при необходимости оказывать влияние на рыночный курс национальной валюты.

Активные рынки существуют для относительно небольшого количества пар обмениваемых валют, в которых не задействован доллар США, евро, британский фунт и японская иена. Предположим, шведской трикотажной фабрике необходимы новозеландские доллары, чтобы заплатить за 100 000 фунтов мериносовой шерсти. Рынок прямого обмена между шведской кроней и новозеландским долларом весьма ограничен – фактически не существует активного рынка, на котором можно было бы осуществить прямой обмен этих двух валют. Как правило, в таком случае в качестве промежуточной валюты используется доллар США, что облегчает совершение операций такого типа. В данном примере банк, услугами которого пользуется шведская трикотажная фабрика, должен приобрести необходимую сумму новозеландских долларов посредством обмена шведских крон на американские доллары с последующей покупкой новозеландских долларов за полученные доллары США. Международные банки осуществляют такие операции практически ежедневно.

Внутреннее законодательство страны может ограничивать ее способность торговать валютой на международном валютном рынке. Валюта, которая свободно обращается на валютном рынке, называется свободно **конвертируемой валютой** (convertible currency) или **твердой валютой** (hard currency). К валюте данной категории относятся национальные валюты стран Евросоюза, канадский доллар, швейцарский франк, японская иена и доллар США. Валюта, которую трудно купить или продать на валютном рынке из-за ограничений, наложенных внутренним законодательством страны, или из-за нежелания иностранцев хранить свои сбережения в этой валюте, называется **неконвертируемой валютой** (inconvertible currency) или **неустойчивой валютой** (soft currency). Национальная валюта многих развивающихся стран попадает именно в эту категорию.

Спот-рынки и форвардные рынки

Во многих международных коммерческих операциях задействованы платежи, которые предстоит сделать в будущем. К числу таких операций принадлежат операции по кредитованию и покупка в кредит. На современном валютном рынке торговля валютой может осуществляться либо с немедленной поставкой, либо с поставкой к установленному сроку в будущем. **Спот-рынок** (spot market) – или, иначе, рынок наличных операций – это рынок, на котором совершаются валютные сделки, которые должны быть завершены немедленно. На спот-операции (наличные операции) приходится около 40% всех операций с иностранной валютой.

Форвардный рынок (forward market) – это рынок, где совершаются валютные сделки, которые должны быть завершены к определенному моменту в будущем. На валютных биржах и в прессе, как правило, публикуются цены на иностранную валюту, поставка которой будет осуществлена через 30, 90 или 180 дней. Например, в представленном ниже фрагменте из *Wall Street Journal* указано, что в среду, 6 августа, спот-курс британского фунта был равен \$1,6099, тогда как форвардный курс фунты при условии поставки через 30 дней составил \$1,6068, через 180 дней-\$1,5911.

Таблица 2.3.6.

Цены на иностранную валюту, фрагмент из *Wall Street Journal*

Валюта	Цена за единицу, \$ США		За \$1 США	
	Среда	Четверг	Среда	Четверг
Британский фунт, спот	1,6099	1,6124	0,6212	0,6202
30-дневный форвард	1,6068	1,6091	0,6224	0,6215
90-дневный форвард	1,6004	1,6030	0,6248	0,6238
180-дневный форвард	1,5911	1,5934	0,6285	0,6276

Многие участники форвардного рынка занимаются совершением валютных операций типа своп. **Своп-операция** (swap transaction) – это операция, в процессе которой происходит одновременная покупка и продажа одной и той же валюты, однако ее поставка осуществляется в разное время. Например, в процессе типичной валютной своп-операции типа «спот против форварда» американская промышленная компания, которая берет в одном из британских банков кредит на сумму £10 млн на срок 30 дней, продает £10 млн на спот-рынке, чтобы получить в свое распоряжение эквивалентную сумму в долларах США, и одновременно покупает £10 млн (плюс ту сумму в фунтах, которую она должна банку в качестве процентов) на 30-дневном форвардном рынке, чтобы погасить свой кредит, деноминированный в фунтах.

В большинстве случаев компании, которые планируют купить или продать иностранную валюту на базе спот- или форвардных сделок, заключают контракты на выполнение соответствующих операций с международными банками. В таком случае банк назначает компании такую цену завалюту, которая эквивалентна сумме текущего обменного курса этой валюты и небольшой платы за услуги банка. Международные банки, как правило, принимают активное участие в процессе осуществления сделок на валютном рынке. Именно поэтому они располагают всеми необходимыми возможностями для заключения наличных (спот), форвардных или своп-контрактов, полностью соответствующих нуждам клиентов. В качестве иллюстрации можно рассмотреть следующий пример. Предположим, компания *DaimlerChrysler* ожидает получить 10,7 млн франков от своих швейцарских заказчиков через 42 дня. В этом случае банк, услугами которого пользуется *DaimlerChrysler*, согласится заключить с компанией форвардный контракт и купить у нее швейцарские франки на упомянутую сумму при условии поставки этой суммы через 42 дня.

На валютном рынке существуют еще два механизма, позволяющие компаниям получать иностранную валюту в будущем. Однако ни один из этих механизмов не обеспечивает такой гибкости заключения сделок в плане объема валюты и сроков ее поставки, какую предлагают международные банки. Первый механизм – это **валютный фьючерс** (currency futures). Валютный фьючерс, который постоянно котируется на многих валютных биржах мира, это сделка, во многом напоминающая форвардный контракт. Однако, в отличие от форвардного контракта, валютный фьючерс рассчитан на стандартную сумму валюты (например, на 12,5 млн японских иен или на 125 000 швейцарских франков) и имеет стандартный срок поставки (например, в третью среду каждого месяца на протяжении срока сделки). Как и в случае заключения форвардного контракта, компания, заключившая валютный фьючерсный контракт, должна завершить сделку посредством купли или продажи заданного количества иностранной валюты по заранее установленной цене в установленный срок. Однако обязательства, которые компания берет на себя во время подписания фьючерсного контракта, не очень обременительны. Компания, которая желает освободиться от обязательств по валютному фьючерсному контракту, может просто заключить встречную сделку. На практике урегулирование валютных фьючерсных контрактов таким способом происходит в 98 случаях из ста. Валютные фьючерсы представляют только 1% от всех операций, осуществляемых на валютном рынке.

Второй механизм валютного рынка – **валютный опцион** (currency option) – дает компании право (но не обязывает) покупать или продавать заданное количество иностранной валюты по указанной цене в течение определенного срока. **Опцион на покупку** (call option) – контракт, дающий его владельцу право покупать иностранную валюту. **Опцион на продажу** (put option) – контракт, дающий его владельцу право продавать иностранную валюту. Валютные опционы свободно котируются на биржах во всем мире. Например, опционы на продажу и покупку канадских долларов доступны на Чикагской товарной бирже (размер контракта равен 100 000 канадских долларов), а также на Фила-

дельфийской фондовой бирже (размер контракта равен 50 000 канадских долларов). В табл. 2.4.1. приведен список некоторых опционов, выставленных на Чикагской товарной бирже. Из-за отсутствия гибкости опционов, свободно котирующихся на биржах, международные банки во многих случаях предпочитают подписывать со своими клиентами опционные контракты на продажу или покупку валюты с точным указанием размера контракта и срока его исполнения. На валютные опционы приходится 5% от всех операций, осуществляемых на валютном рынке.

Форвардный рынок, валютные опционы и валютные фьючерсы облегчают процесс международной торговли и международных инвестиций, позволяя компаниям хеджировать (снижать) валютные риски, присущие международным сделкам. Предположим, компания *Toys «R» Us* планирует купить партию игровых приставок «Sony PlayStation 2» на £140 млн с доставкой через 90 дней и выплатой причитающейся суммы к этому сроку. Вместо того чтобы покупать иены сейчас и хранить их на протяжении 90 дней, компания *Toys «R» Us* может просто обратиться в свой банк с предложением о заключении сделки на покупку £140 млн с поставкой через 90 дней. Банк, услугами которого пользуется компания, назначит на иены цену, определенную на основании текущей цены на эту валюту на оптовом форвардном рынке со сроком поставки 90 дней. Компания *Toys «R» Us* могла бы также застраховаться от повышения курса иены посредством покупки валютного фьючерса или валютного опциона.

Форвардный курс иностранной валюты во многих случаях отличается от ее спот-курса. Если форвардный курс (представленный в виде прямой котировки) меньше спот-курса, валюта продается с **форвардной скидкой**, или **форвардным дисконтом** (forward discount). Если форвардный курс превышает спот-курс, валюта продается с **форвардной надбавкой**, или **форвардной премией** (forward premium). Например, как показано на рис. 2.4.4., по данным *Wall Street Journal* спот-курс британского фунта был равен \$1,6099. В тот же день трехмесячный форвардный курс фунта составил \$1,6004, что свидетельствует о продаже фунта с форвардной скидкой. В годовом исчислении форвардная надбавка или скидка может быть вычислена по следующей формуле:

$$\text{Форвардная надбавка или скидка в годовом исчислении} = \frac{P_f - P_s}{P_s} \times n,$$

где P_f – трехмесячный форвардный курс = \$1,6004; P_s – спот-курс = \$1,6099; n – количество периодов на год.

(Поскольку в данном примере используется трехмесячный форвардный курс, $n = 4$.) Таким образом:

Форвардная надбавка

$$\text{или скидка в годовом исчислении} = \frac{\$1,6004 - \$1,6099}{\$1,6099} \times 4 = -0,0236 = -2,3\%.$$

Таблица 2.4.1.

Валютные опционы на Чикагской товарной бирже

Японская иена 12500000 иен; в центах за 100 ион						
Цена исполнения	Расчетная цена по опционам на покупку			Расчетная цена по опционам на продажу		
	Август	Сентябрь	Декабрь	Август	Сентябрь	Декабрь
8250	0,05	0,46	1,15
8300	0,41	0,92	1,88	0,14	0,65	1,36
8350	0,15	0,66	0,38	0,89	1,59
8400	0,06	0,48	1,39	0,79	1,21	1,87
8450	0,03	0,33	1,20	1,26	1,56	2,17
Цена исполнения	Расчетная цена по опционам на покупку			Расчетная цена по опционам на продажу		
	Август	Сентябрь	Декабрь	Август	Сентябрь	Декабрь
8500	0,02	0,23	1,03	1,75	1,96	2,50
Ожидаемый объем вторника 362. Объем: 850 опционов колл, 1687 опционов пут Открытый интерес 36053 опционов колл, 41649 опционов пут						
Канадский доллар 100000 кан. \$, в центах за один канн. \$						
Цена исполнения	Расчетная цена по опционам на покупку			Расчетная цена по опционам на продажу		
	Август	Сентябрь	Октябрь	Август	Сентябрь	Октябрь
7000	1,44	0,04	0,37	0,68
7050	0,66	1,11	0,09	0,54	0,88
7100	0,29	0,82	0,22	0,75
7150	0,09	0,58	0,52	1,01
7200	0,03	0,41	0,96	1,34
7250	0,01	0,29	1,44	1,72
Ожидаемый объем вторника 627. Объем: 736 опционов колл, 522 опционов пут Открытый интерес 18865 опционов колл, 11517 опционов пут						
Британский фунт 62500 фунтов; в центах за один фунт						
Цена исполнения	Расчетная цена по опционам на покупку			Расчетная цена по опционам на продажу		
	Август	Сентябрь	Октябрь	Август	Сентябрь	Октябрь
1580	2,46	3,04	0,02	0,60	1,44
1590	2,34	0,06	0,90	1,82
1600	0,68	1,84	0,24	1,40	2,36
1610	0,24	1,38	0,80	1,94
1620	0,08	0,96	1,64	2,52
1630	0,02	0,64	0,70	2,58	3,20
Ожидаемый объем вторника 375. Объем: 57 опционов колл, 80 опционов пут Открытый интерес 9189 опционов колл, 9615 опционов пут						
Швейцарский франк 125000 франков; в центах за один франк						
Цена исполнения	Расчетная цена по опционам на покупку			Расчетная цена по опционам на продажу		
	Август	Сентябрь	Октябрь	Август	Сентябрь	Октябрь
7300	1,08	1,51	0,04	0,47

Продолжение таблицы 2.4.1.

7350	0,65	1,18	0,11	0,64
7400	0,31	0,89	0,27	0,85
7450	0,13	0,68	0,59	1,14
7500	0,07	0,52	0,92	1,03	1,48
7550	0,03	0,39	1,49	1,85
Ожидаемый объем вторника 84. Объем: 26 опционов колл, 57 опционов пут Открытый интерес 4535 опционов колл, 2718 опционов пут						
Евро FX 125000 евро; в центах за евро						
Цена исполнения	Расчетная цена по опционам на покупку			Расчетная цена по опционам на продажу		
	Август	Сентябрь	Декабрь	Август	Сентябрь	Декабрь
11250	0,95	1,71	2,78	0,13	0,89	2,24
11300	0,58	1,42	2,53	0,26	1,10	2,49
11350	0,31	1,17	2,31	0,49	1,35	2,77
11400	0,17	0,95	2,10	0,85	1,63	3,05
11450	0,09	0,77	1,91	1,27	1,95	3,36
11500	0,05	0,61	1,73	1,73	2,29	3,68
Ожидаемый объем вторника 1931. Объем: 1399 опционов колл, 1113 опционов пут Открытый интерес 41323 опционов колл, 39119 опционов пут						

Так как вычисления дали отрицательный результат, это значит, что фунт продается с форвардной скидкой. Если бы форвардный курс фунта оказалась выше спот-курса (в прямой котировке), результат вычислений был бы положительным и представлял бы собой форвардную надбавку за фунт в годовом исчислении.

Форвардный курс представляет собой совокупный рыночный прогноз спот-курса валюты в будущем. Следовательно, форвардная цена помогает международным предпринимателям прогнозировать будущие изменения валютных курсов. Эти изменения могут повлиять на цену импортируемых компонентов, используемых для производства продукции, а также на конкурентоспособность компании и прибыльность ее экспортных операций. Если валюта продается с форвардной скидкой, среди участников валютного рынка существует уверенность в том, что с течением времени обменный курс этой валюты снизится. В таком случае компании могут сократить свои активы или увеличить обязательства, выраженные в этой валюте. Валюта стран, в которых имеет место торговый дефицит платежного баланса или высокий уровень инфляции, в большинстве случаев продается с форвардной скидкой. Напротив, если валюта продается с форвардной надбавкой, на валютном рынке существует уверенность в том, что с течением времени обменный курс этой валюты повысится. В таком случае компании могут увеличить свои активы или сократить свои обязательства, выраженные в этой валюте. Валюта стран, в которых имеет место положительное сальдо торгового баланса или низкий уровень инфляции, в большинстве случаев продается с форвардной надбавкой. Таким образом, разница между спот-курсом и форвардным курсом валюты той или иной страны во многих случаях

определяет рыночные ожидания в отношении экономической политики и экономических перспектив этой страны.

6.4. Валютный рынок и арбитраж

Арбитражные операции представляют собой еще один важный элемент валютного рынка. **Арбитраж** (arbitrage) – это безрисковая операция, связанная с одновременной покупкой какого-либо товара на одном рынке и продажей этого товара на другом рынке с целью получить прибыль от разницы цен на товар на этих рынках. В данном разделе рассматривается два типа арбитражных операций, влияющих на состояние валютных рынков: товарный арбитраж и валютный арбитраж.

Товарный арбитраж – паритет покупательной способности. В основе товарного арбитража лежит очень простая концепция: если существует разница в цене на товар на двух рынках, люди будут склонны покупать этот товар на рынке, который предлагает более низкую цену (на «дешевом» рынке), и перепродавать его на рынке, предлагающем более высокую цену на этот же товар (на «дорогом» рынке). В соответствии с *законом единой цены* такие арбитражные операции будут продолжаться до тех пор, пока цена на товар не станет одинаковой на обоих рынках (имеется в виду цена за вычетом транзакционных и транспортных издержек, налогов и т. д.). Именно на основании этой концепции агенты по закупкам компании *Gaieties Lafayette* сделали вывод о необходимости покупки будильников в Японии и их экспорта во Францию

Концепция международного товарного арбитража сформулирована в **теории паритета покупательной способности** (theory of purchasing power parity, PPP). Согласно этой теории, в разных странах цены на торгуемые товары имеют тенденцию к выравниванию в результате колебаний валютного курса. Паритет покупательной способности имеет место по той причине, что процесс покупки товаров на дешевом рынке и их продажа на дорогом рынке влиял на уровень спроса на иностранную валюту (а значит, и на ее курс), так же как и на рыночную цену самого товара на двух товарных рынках, о которых идет речь. В качестве иллюстрации рассмотрим следующий пример. Предположим, обменный курс между долларом США и канадским долларом составляет $US \$0,80 = Can \1 . Предположим также, что джинсы «Levi's» продаются по цене $US \$24$ в Соединенных Штатах и по цене $Can \$30$ в Канаде. В этом случае имеет место паритет покупательной способности, так как при существующем обменном курсе

$$\frac{US \$0,80}{Can \$1} \times Can \$30 = US \$24 .$$

Таким образом, джинсы «Levi's» имеют одну и ту же цену на обоих рынках (цену, выраженную либо в долларах США, либо в канадских долларах). Следовательно, ни жителям США, ни жителям Канады нет необходимости пересекать границу, чтобы купить джинсы в другой стране.

Теперь предположим, что в канадских компаниях в результате новых возможностей, открытых Североамериканским соглашением о свободной торговле (НАФТА), было принято решение об увеличении объема инвестиций в

Мексику. В этом случае канадцам приходится продавать свои доллары, чтобы покупать мексиканские песо; тем самым они увеличивают запас канадских долларов на валютном рынке, что приводит к падению курса канадского доллара. Предположим, новый обменный курс между долларом США и канадским долларом составляет $US \$0,60 = Can \1 . В этом случае паритет покупательной способности не выполняется. При таком новом обменном курсе жители США могут пересечь границу с Канадой, обменять $US \$18$ на $Can \$30$ и купить джинсы «Levi's», сэкономив при этом \$6.

Такой процесс товарного арбитража затрагивает три рынка: рынок взаимного обмена между долларом США и канадским долларом, рынок сбыта джинсов «Levi's» в Соединенных Штатах и рынок сбыта джинсов «Levi's» в Канаде. Во-первых, покупая джинсы в Канаде, жители США увеличивают предложение американских долларов на валютном рынке, тем самым повышая курс канадского доллара по отношению к доллару США. Во-вторых, поведение жителей США приводит к падению спроса на джинсы «Levi's» в Соединенных Штатах, снижая тем самым их цену на американском рынке. В-третьих, действия жителей США повышают спрос на джинсы «Levi's» в Канаде, тем самым поднимая их цену на канадском рынке. Арбитражные операции будут продолжаться до тех пор, пока не будет выполнен закон единой цены, другими словами, пока цена джинсов «Levi's», выраженная либо в долларах США, либо в канадских долларах, не станет одинаковой на рынках обеих стран. Подобная ситуация возможна при условии, что колебание валютных курсов произойдет параллельно с изменением спроса на данный товар на двух товарных рынках.

Развиваются ли события подобным образом в действительности? Совершенно очевидно, что подростки из Майами (штат Флорида) не станут лететь в Калгари (провинция Альберта) только для того, чтобы сэкономить \$6. Однако для жителей Су-Сент-Мари (провинция Онтарио, Канада) и Су-Сент-Мари (штат Мичиган); Калиса (штат Мэн) и Сент-Стивена (провинция Нью-Брансуик); Сиэтла (штат Вашингтон) и Ванкувера (провинция Британская Колумбия) граница находится совсем недалеко от их места проживания, что делает вполне осуществимым международный шопинг с целью получения прибыли на разнице в ценах на товары. Горнолыжники и сноубордисты могут выбрать для занятий своими видами спорта одно из подходящих мест у границы между США и Канадой в зависимости от того, каков сегодня обменный курс между канадским долларом и долларом США.

Безусловно, обменный курс между канадским долларом и долларом США определяется намного более сложными факторами, чем сравнительная цена на джинсы в этих двух странах, приграничная торговля между двумя городами Су-Сент-Мари или предпочтения горнолыжников. Тем не менее, если между двумя странами отсутствует паритет покупательной способности на джинсы (или на любой другой торгуемый товар), люди будут покупать этот товар на дешевом рынке и перевозить его на дорогой рынок, воздействуя тем самым на цены, существующие на этих двух товарных рынках, а также на уровень спроса и предложения валюты на валютном рынке. Вот почему в теории паритета покупа-

тельной способности утверждается, что цены на торгуемые товары имеют *тенденцию* к выравниванию.

Специалисты по международной экономике используют паритет покупательной способности для сопоставления уровней жизни в разных странах. Рассмотрим, например, Японию и Соединенные Штаты Америки. В пересчете на доллары США доход на душу населения в Японии составил в 2006 г. \$35 990 (это значение получено на основании среднего обменного курса между иеной и долларом за 2006 г.). В США доход на душу населения в 2006 г. составил \$35 815. Эти две цифры свидетельствуют о том, что доход среднего гражданина Японии немного выше дохода среднего гражданина США. Однако в этом сопоставлении не учтены различия между уровнями цен в этих двух странах. После внесения поправок на паритет покупательной способности средний доход на душу населения в Японии снизится до \$27 430, что, в свою очередь, свидетельствует о более низком уровне жизни среднего гражданина Японии по сравнению со средним американцем. Из-за различий в уровне цен международные бизнесмены, использующие данные об уровне доходов для принятия деловых решений (например, на какой рынок следует проникнуть или как позиционировать продукт и т. д.), должны обращать особое внимание на то, учтены ли в этих данных поправки на паритет покупательной способности.

Валютный арбитраж. Значение товарного арбитража в долгосрочной перспективе нельзя преуменьшать, однако его влияние на валютный рынок значительно уступает влиянию краткосрочного валютного арбитража. Подавляющая часть общего суточного объема сделок на валютном рынке, составляющего \$1,2 трлн, является результатом валютного арбитража. Профессиональные трейдеры, работающие на банки и другие финансовые организации, действующие на валютном рынке, стремятся к получению прибыли на небольшой разнице между курсами валют на различных рынках. Арбитражные сделки составляют далеко не весь объем операций на валютном рынке. Тем не менее о значимости финансовых сделок на валютном рынке по сравнению с фактическими сделками (сделками купли-продажи товаров и услуг) на товарном рынке свидетельствует соотношение между суточным объемом торговли иностранной валютой (\$1,2 трлн) и суточным объемом международной торговли товарами (\$17 млрд).

В любой момент времени, когда имеет место нарушение равновесия валютного рынка, профессиональные трейдеры получают прибыль от валютного арбитража. Существует много различных форм валютного арбитража; в данной книге анализируются три наиболее распространенные формы: двусторонний арбитраж; трехсторонний арбитраж и процентный арбитраж.

Двусторонний арбитраж (two-point arbitrage), который называют также **географическим арбитражем** (geographic arbitrage), подразумевает извлечение прибыли за счет разницы в курсах одной и той же валюты на территориально разделенных рынках. Предположим, £1 продается за \$2 в Нью-Йорке и за \$1,80 в Лондоне. Это ситуация, в которой существует возможность получения прибыли. Валютный трейдер банка/ *P. Morgan Chase* может взять \$1,80 и использовать эту сумму, чтобы купить £1 на лондонской валютной бирже. Затем этот

трейдер может продать купленный фунт на валютной бирже в Нью-Йорке за \$2. Эта двусторонняя (или географическая) сделка, совершенная валютным трейдером, позволяет банку. *P. Morgan Chase* абсолютно без риска получить \$2 вместо \$1,80.

Безусловно, валютные трейдеры других банков также заметят эту возможность быстрого получения прибыли. По мере того, как арбитры будут продавать доллары, и покупать фунты в Лондоне, курс доллара по отношению к фунту будет падать на лондонской бирже. С другой стороны, по мере того, как арбитры будут продавать фунты и покупать доллары в Нью-Йорке, курс фунта по отношению к доллару будет падать на нью-йоркской бирже. Этот процесс будет продолжаться до тех пор, пока обменный курс между фунтом и долларом не выровняется на обеих биржах. Только тогда, когда на валютном рынке нет возможности получения прибыли за счет разницы в курсах валют, наступает равновесие валютного рынка.

В данной ситуации необходимо помнить о следующем. Если бы затраты на совершение арбитражной операции были достаточно большими, в этом случае могли бы иметь место различия в обменных курсах на двух рынках, которые отображали бы размер транзакционных издержек. Тем не менее в большинстве случаев основные валюты продаются в большом количестве очень крупными, хорошо известными международными банками. Это значит, что величина транзакционных издержек незначительна, поэтому двусторонний арбитраж, как правило, приводит к выравниванию обменного курса между двумя основными валютами на всех рынках.

Рассмотрим еще один пример. Предположим, за £1 можно купить \$2 в Нью-Йорке, Токио и Лондоне, за \$1 можно купить ¥120 на биржах этих трех городов, и за £1 можно купить ¥200 на всех трех биржах. Поскольку обменные курсы между каждой парой валют одинаковы во всех трех странах, нет никакой возможности получить прибыль посредством двусторонней арбитражной сделки. С другой стороны, существует возможность получения прибыли на основании **трехстороннего арбитража** (three-point arbitrage). **Трехсторонний арбитраж** – это покупка и продажа трех разных валют с целью получения безрисковой прибыли. На рис. 2.4.6. представлено схематическое изображение следующего процесса:

Шаг 1: Обменять £1 на \$2.

Шаг 2: Обменять \$2 на ¥240.

Шаг 3: Обменять ¥240 на \$1,2.

В результате выполнения этих трех операций вместо £1 была получена сумма, равная £1,2; безрисковая прибыль составила £0,2.

Профессиональные валютные трейдеры могут получать прибыль посредством трехстороннего арбитража в случае, когда ставка прямого обмена валюты (например, покупки иен за фунты) отличается от кросс-курса этих двух валют. **Кросс-курс** (cross rate) – это обменный курс между двумя валютами, вычисленный через курс третьей валюты (как в случае использования фунтов для покупки долларов и последующего использования долларов для покупки иен). Доллар является третьей основной валютой, используемой в процессе вычисле-

ния кросс-курсов, что объясняется глубиной и ликвидностью рынков валют, деноминированных в долларах.

В предыдущем примере прямой обменный курс между фунтом и иеной был равен £1/¥200, тогда как кросс-курс равен значению, вычисленному следующим образом:

$$\frac{£1}{\$2} \times \frac{\$1}{¥120} = \frac{£1}{¥240}$$

Разность между этими двумя курсами открывает валютным трейдерам возможность получения арбитражной прибыли. Равновесие рынка этих трех валют возможно только в случае отсутствия возможности получения арбитражной прибыли, что, в свою очередь, может произойти только в случае равенства прямого обменного курса и кросс-курса по каждой паре из указанных трех валют.

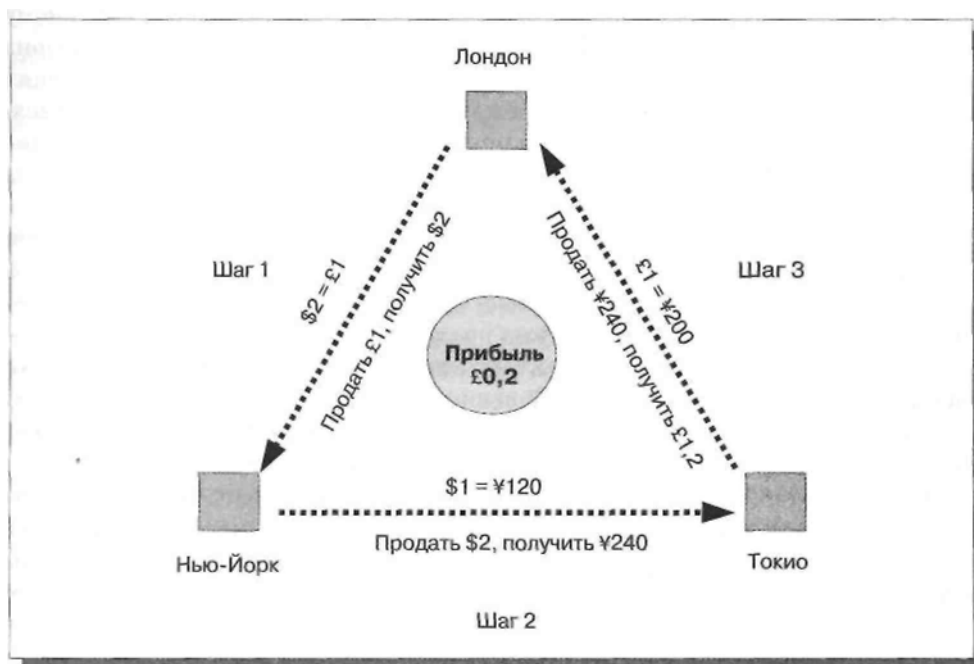


Рис. 2.4.6. Трехсторонний арбитраж

Бесспорное значение трехстороннего арбитража состоит в том, что он объединяет в единое целое отдельные валютные рынки. Изменения на рынке взаимного обмена между долларом и иеной оказывают влияние как на рынок иены и фунта, так и на рынок доллара и иены, что объясняется отношением равновесия между непосредственным обменным курсом и кросс-курсом. Эти изменения, в свою очередь, затрагивают другие рынки, такие как рынок доллара и евро, иены и евро, а также фунта и евро. Через процесс трехстороннего арбитража изменения на одном из валютных рынков могут вызвать колебания валютных курсов на всех остальных рынках иностранной валюты.

Процентный арбитраж представляет собой третью форму арбитража, рассматриваемую в данной книге. **Процентный арбитраж** (covered-interest arbitrage) – это арбитраж, имеющий место в случае, когда разность между процентными ставками в двух странах не эквивалентна форвардной скидке (надбавке) к обменному курсу их национальных валют. В действительности, это самая важ-

ная форма арбитража из всех форм, существующих на валютном рынке. Подобная ситуация объясняется тем, что специалисты международных банков, страховых компаний и финансовых отделов крупных корпораций постоянно изучают состояние валютных рынков во всем мире с целью получения максимальной прибыли на краткосрочные излишки кассовой наличности, а также в поисках доступа к краткосрочным кредитам по минимальным процентным ставкам. Однако при этом возникает необходимость защитить или застраховать себя от валютных рисков (отсюда термин «*покрытый процентный арбитраж*»). Механизм действия покрытого процентного арбитража можно продемонстрировать на следующем простом примере. Предположим, процентная ставка по 90-дневным депозитам в годовом исчислении составляет 12% в Лондоне (по депозитам в фунтах стерлингов) и 8% в Нью-Йорке (по депозитам в долларах США). В таком случае инвесторы из Нью-Йорка будут стремиться к получению более высокой прибыли на инвестированный капитал, которая доступна в Лондоне. Чтобы сделать это, они должны в текущий момент обменять свои доллары на фунты и инвестировать эти фунты в Лондоне. С другой стороны, инвесторам из Нью-Йорка в конечном итоге нужны доллары, а не фунты, поэтому по окончании 90-дневного периода им необходимо будет конвертировать фунты в доллары. Однако за этот период курс фунта может упасть. В таком случае дополнительный процент, который ньюйоркцы получают в Лондоне, может быть израсходован на покрытие потерь при обмене фунтов на доллары через 90 дней.

Инвесторы из Нью-Йорка имеют возможность воспользоваться преимуществами более высокой процентной ставки в Лондоне и в то же время избежать опасности валютных рисков, обеспечив покрытие своей незащищенности по отношению к потенциальному падению обменного курса фунта. Предположим, нью-йоркские инвесторы располагают суммой \$1 млн, подлежащей инвестированию; фунт продается по спот-курсу \$1,60; форвардный 90-дневный курс фунта равен \$1,59. В таком случае у инвесторов есть два варианта дальнейших действий:

1) инвестировать капитал в Нью-Йорке под 8%;

2) обменять доллары на фунты в текущий момент, инвестировать их в Лондоне под 12%, а через 90 дней изъять свои инвестиции в Лондоне и конвертировать их в доллары.

В случае если инвесторы из Нью-Йорка отдадут предпочтение первому варианту и вложат свои средства на нью-йоркском рынке на 90 дней под 8% в годовом исчислении (или под 2% на 90 дней), к концу 90-дневного периода их инвестиции составят:

$$\$1\,000\,000 \times 1,02 = \$1\,020\,000.$$

Во втором случае нью-йоркские инвесторы могут вложить свои средства в Лондоне на 90 дней. Чтобы сделать это, им необходимо сначала конвертировать \$1000000 в £625000 по спот-курсу \$1,60/£1. При процентной ставке, равной 12% в годовом исчислении (или 3% на 90 дней), их инвестиции в Лондоне возрастут до

$$£625\,000 \times 1,03 = £643\,750.$$

Если инвесторы хотят избежать риска, обусловленного колебаниями валютных курсов, они могут сегодня продать £643 750 на 90-дневном форвардном рынке при текущем форвардном 90-дневном курсе \$1,59/£1, что обеспечит на конец 90-дневного периода следующую сумму:

$$£643\ 750 \times \$1,59/£1 = \$1\ 023\ 562,50.$$

Таким образом, ньюйоркские инвесторы заработают больше денег, вложив свои средства в Лондоне, по сравнению с инвестициями на внутреннем рынке (\$23 562,50 против \$20 000). Процентный арбитраж позволяет им воспользоваться преимуществами более высокой процентной ставки в Лондоне, одновременно застраховавшись от колебаний валютных курсов посредством использования возможностей форвардного рынка. В результате стремления инвесторов к получению более высокой покрытой прибыли на инвестированный капитал будет иметь место движение краткосрочного капитала из Нью-Йорка в Лондон.

Что произойдет, если такой арбитраж будет осуществляться на кредитных рынках двух стран, а также на международном валютном рынке? При переводе денежных средств из Нью-Йорка в Лондон процентные ставки будут повышаться в Нью-Йорке из-за снижения уровня предложения денежных средств, предназначенных для выделения кредитов. В Лондоне процентные ставки упадут из-за увеличения предложения денежных средств для кредитования. На спот-рынке спрос на фунты возрастет, в результате чего повысится спот-курс фунта. На 90-дневном форвардном рынке предложение фунтов повысится, в результате чего упадет форвардный курс фунта. Движение денежных средств, свободных для кредитования, из Нью-Йорка в Лондон будет происходить до тех пор, пока не выровняется доходность покрытых инвестиций в Лондоне и в Нью-Йорке. Только после этого будут исчерпаны все возможности получения прибыли посредством процентного арбитража.

Прибыли, получаемые международными инвесторами в результате совершения арбитражных операций, станут эквивалентными, а международное движение краткосрочного капитала прекратится, когда разность между процентными ставками на рынках капитала двух стран станет эквивалентной 90-дневному форвардному дисконту по фунту. Иначе говоря, процесс процентного арбитража прекратится в случае, если прибыль, которую инвесторы получают, вкладывая капитал под более высокие процентные ставки на лондонском рынке, станет равной курсовым убыткам, понесенным в процессе обмена долларов на фунты в текущий момент и фунтов на доллары через 90 дней. (Следует обратить внимание на то, что форвардный дисконт по фунту определяет в процентах размер курсовых убытков по этой своп-операции «спот против форварда»).

Движение краткосрочного капитала, обусловленное процентным арбитражем, играет такую важную роль на валютном рынке, что в действительности разница между процентными ставками по операциям с краткосрочным капиталом в двух странах определяет размер форвардной скидки или форвардной премии на валюты этих стран.

Из последнего утверждения вытекает еще один вопрос: почему существуют различия между процентными ставками в разных странах? В 1930 г. в по-

исках ответа на этот вопрос экономист Йельского университета Ирвин Фишер (Irving Fisher) доказал, что номинальная процентная ставка в стране представляет собой реальную процентную ставку плюс ожидаемый уровень инфляции в этой стране. Таким образом, различия между ожидаемыми темпами инфляции обуславливают и различия между процентными ставками в разных странах – феномен, известный под названием **«международный эффект Фишера»** (international Fisher effect). В результате международного эффекта Фишера, а также процентного арбитража повышение ожидаемого уровня инфляции в той или иной стране влечет за собой повышение процентных ставок в этой стране. Это, в свою очередь, приводит либо к сокращению форвардной надбавки, либо к увеличению форвардной скидки на национальную валюту страны на валютном рынке. Принимая во внимание эту связь между инфляцией и ожидаемыми колебаниями валютных курсов, международные предприниматели и валютные трейдеры внимательно отслеживают динамику инфляции в разных странах мира. Связь между инфляцией и валютными курсами оказывает влияние и на международную валютную систему. Например, система фиксированного валютного курса функционирует неудовлетворительно, если существуют большие различия между темпами инфляции в странах, участвующих в этой системе.

В заключение следует отметить, что существует несколько причин, которые обуславливают такое большое значение арбитража. На долю арбитражных операций приходится подавляющая часть суточного объема торговли на международном валютном рынке. Арбитражные операции влияют на спрос и предложение всех ключевых валют. Кроме того, арбитраж объединяет разные валютные рынки в единую структуру, позволяя тем самым преодолеть проблемы, связанные с территориальными различиями (двусторонний арбитраж), с различиями между видами валют (трехсторонний арбитраж), а также с временными различиями (процентный арбитраж). Арбитраж делает валютный рынок глобальным в полном смысле этого слова.

7. МЕЖДУНАРОДНЫЕ БАНКИ И ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Международные банки имеют большое значение не только для функционирования валютного рынка и совершения арбитражных операций; они также играют жизненно важную роль в процессе финансирования деятельности международных компаний, выполняя функции как коммерческих, так и инвестиционных банковских учреждений. В качестве коммерческих банков они обеспечивают финансирование экспортно-импортных операций, принимают депозиты, предоставляют кредиты на пополнение оборотных средств, а также предлагают своим клиентам квалифицированные услуги по контролю и регулированию финансовых операций. Выполняя функции инвестиционных банковских учреждений, международные банки могут гарантировать размещение местных, иностранных или многонациональных кредитов или создавать банковские консорциумы для предоставления крупных кредитов. Кроме того, международные банки предоставляют брокерские услуги, ускоряют или даже финансируют слияние компаний, а также открытие совместных предприятий между зарубежными и отечественными компаниями.

Основные международные банки

Ядром международной банковской системы являются крупные банки, специализирующиеся на операциях на рынке краткосрочного капитала. Штаб-квартиры этих банков расположены в финансовых центрах мира в Японии, США, Великобритании, Германии и Франции. Эти банки вовлечены в процесс коммерческой деятельности в мировых масштабах (см. табл. 2.4.2).

Существует несколько форм международной банковской деятельности. Первоначально международные банковские операции осуществлялись преимущественно посредством двусторонних корреспондентских отношений между банками, расположенными в разных странах. **Корреспондентские отношения** (correspondent relationship) – это агентские отношения, при которых один банк выступает в своей стране как корреспондент, или агент, другого (зарубежного) банка. Например, американский банк может быть корреспондентом датского банка в Соединенных Штатах Америки, тогда как датский банк может быть корреспондентом американского банка в Дании. Банки-корреспонденты предоставляют такие услуги, как выплата денежных средств иностранным компаниям или принятие платежей от них, предоставление информации о кредитоспособности компаний, а также оплата аккредитивных писем. Для обеспечения всех этих операций каждый банк имеет в другом банке счет, деноминированный в местной валюте.

По мере интернационализации деятельности крупных банков увеличивалась их потребность в обеспечении конкурентоспособности на мировом рынке капитала. В связи с этим они расширяли сеть своих зарубежных подразделений вместо того чтобы пользоваться услугами корреспондентских банков. Существует несколько типов иностранных подразделений банка. Подразделение, зарегистрированное как компания, независимая от родительского банка, называется **дочерним банком** (subsidiary bank); подразделение, не зарегистрированное как отдельная независимая компания, имеет статус филиала **банка** (branch bank). В

некоторых случаях международный банк может отдать предпочтение созданию аффилированной (ассоциированной) структуры. **Ассоциированный банк**, или аффилиат (affiliated bank), – это зарубежное подразделение банка, совладельцами которого являются данный банк и его отечественный или иностранный партнер.

Коммерческие услуги банков. Одна из важнейших функций международных банков и их зарубежных подразделений – это предоставление коммерческих услуг. Экспортеры продукции и туристы пользуются такими банковскими услугами, когда обменивают отечественную валюту или дорожные чеки на местную валюту страны пребывания. Физический обмен бумажных денег одной страны на валюту другой страны представляет собой важную часть деятельности международных банков.

Таблица 2.4.2.

Двадцать крупнейших банков мира

Рейтинг	Компания	Страна	Активы, \$ млн
1	Mizuho Holdings	Япония	1 148 917
2	Citigroup	США	1 051 183
3	Sumitomo Mutsui Banking	Япония	820 619
4	Deutsche Bank	ГЕРМАНИЯ	813 619
5	Mitsubishi Tokyo Financial Group	Япония	755 481
6	USB	Швейцария	752 332
7	BNP Paribas	Франция	733 423
8	HSBC Holdings	Великобритания	694 238
9	J.P. Morgan Chase	США	693 575
10	Bayerische Hypo Bank	ГЕРМАНИЯ	647 926
11	ING Group	Нидерланды	627 415
12	Bank of America	США	621 764
13	Credit Suisse	Швейцария	607 568
14	UFJ Holdings	Япония	605 717
15	Royal Bank of Scotland	Великобритания	536 527
16	ABN Amro	Нидерланды	530 701
17	Barclays	Великобритания	518 867
18	Société Générale de France	Франция	456 022
19	HBOS	Великобритания	454 310
20	Commerzbank	ГЕРМАНИЯ	446 067

Однако намного более важным аспектом их деятельности является финансирование и обеспечение ежедневных коммерческих операций. Например, когда компания *Hallmark* заказывает у японского производителя партию изде-

лий «Hello Kitty» на сумму \$10 млн, у нее может возникнуть потребность в одной из следующих банковских услуг:

- краткосрочное финансирование сделки;
- перевод платежей с помощью международной электронной системы платежей;
- форвардная покупка японских иен;
- квалифицированная консультация по вопросу правильного оформления документов на ввоз и оплату партии товаров.

Предоставление всех этих услуг (либо в отдельности, либо всех вместе) входит в обязанности отдела международных операций банка, услугами которого пользуется компания. Предоставление таких коммерческих услуг является частью обычной деятельности этого отдела.

Инвестиционные услуги банков.

Помимо коммерческих услуг, международные банки предоставляют своим клиентам инвестиционные услуги. Инвестиционные услуги банков обеспечиваются также крупными компаниями, осуществляющими операции с ценными бумагами, такими как *Nomura*, *Salomon Smith Barney*, *Goldman Sachs* и *Merrill Lynch*. Корпоративные клиенты пользуются услугами инвестиционных отделов банков с целью оформления документов и размещения долгосрочных долговых бумаг и акций, а также для оформления сделок по слиянию компаний и по приобретению отечественных или зарубежных фирм. Обострившаяся конкурентная борьба вынуждает международные банки глобализировать свою деятельность, чтобы иметь возможность предоставлять капитал своим клиентам под минимально возможные проценты.

8. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ

8.1. Рынок евровалют

Рынок евровалют – это еще один важный элемент международной финансовой системы. Рынок евровалют (который первоначально носил название «рынок евродолларов») возник в 50-е гг., когда у коммунистических правительств стран Центральной и Восточной Европы возникла необходимость в долларах для финансирования своей международной торговли, но они опасались того, что правительство США по политическим причинам конфискует или заблокирует их долларовые вклады в американских банках. Коммунистические правительства решили эту проблему, воспользовавшись услугами европейских банков, которые охотно открывали для них долларовые счета. Так появились **евродоллары** (eurodollars) – доллары США, депонированные на счетах в европейских банках. По мере того, как другие крупные банки мира (в особенности канадские и японские банки) начали принимать депозитные вклады, денонмированные в долларах, термин «евродоллар» начал обозначать любой долларовый счет, открытый за пределами США. С другой стороны, по мере того как в период после Второй мировой войны повышалась устойчивость и значимость других валют (в особенности иены и фунта), рынок евровалют расширился на евроиену, еврофунт и другие валюты. В настоящее время термин «**евровалюта**» (eurocurrency) означает валюту, депонированную на банковских счетах за пределами страны, в которой эта валюта выпущена. На счетах, открытых в различных банках мира, размещено евровалюты на сумму около \$9 трлн; приблизительно 45 % от этих вкладов приходится на евродоллары.

Параллельно с развитием рынка евровалют происходило формирование **рынка еврокредитов**. Рынок еврокредитов характеризуется чрезвычайно высоким уровнем конкуренции, поэтому кредиторы работают с очень низкой маржей (разницей между ставками по кредитам и депозитам). Процентные ставки по еврокредитам часто определяются на базе **ставки LIBOR** (LIBOR, London Interbank Offer Rate). LIBOR – это процентная ставка, которую лондонские банки назначают друг другу по предоставляемым в евровалюте краткосрочным кредитам. Рынок еврокредитов в большинстве случаев представляет собой источник самых выгодных кредитов для крупных кредитоспособных заемщиков, таких как правительственные организации и крупные многонациональные корпорации (МНК). Существуют три причины, которыми можно объяснить подобную ситуацию. Во-первых, еврокредиты не зависят от правительственных нормативных актов (таких как резервные требования), которые регулируют деятельность банков и влекут за собой большие затраты. Такие банковские регулятивные правила (например, резервные требования, предъявляемые к банкам правительственными органами) имеют своей целью осуществление контроля над внутренними денежными запасами и увеличивают объем затрат, связанных с предоставлением займов. Во-вторых, еврокредиты выделяются только на крупные сделки, поэтому средний уровень затрат на получение кредитов достаточно низок. В-третьих, услугами рынка еврозаймов пользуются

только крупные кредитоспособные заемщики, поэтому кредиторы назначают более низкую премию за риск.

В 70-е гг. американские банки начали выражать недовольство тем, что резервные требования и другие регулятивные правила, предписанные Федеральным резервным управлением (Federal Reserve Board), мешают им вести конкурентную борьбу с европейскими и азиатскими банками в сфере предоставления международных долларовых кредитов, на которые в то время приходилось больше половины всего рынка еврозаймов. Иностранные банки, предоставлявшие кредиты в евродолларах, не подчинялись этим нормативным актам. С целью решения этой проблемы Федеральным резервным управлением было выдано разрешение о создании системы международных подразделений банков с льготным режимом. **Международное подразделение банка, действующее на льготных условиях** (international banking facility, IBF), – это подразделение американского банка, которое является независимым в правовом отношении от отечественных подразделений этого банка и может предоставлять только международные банковские услуги. Такие подразделения освобождены от соблюдения многочисленных внутренних банковских регулятивных правил, предписанных федеральными органами власти США. Безусловно, Федеральным резервным управлением были приняты различные нормативные акты, которые должны были гарантировать, что международные подразделения банков, действующие на льготных условиях, не будут заниматься предоставлением банковских услуг в своей стране. Например, такие подразделения могут принимать депозиты только от нерезидентов США или предоставлять кредиты только нерезидентам США. Тем не менее, создание системы международных подразделений банков с льготным режимом позволяет американским банкам на равных условиях конкурировать на рынке еврокредитов с другими международными банками.

8.2. Международный рынок облигаций и акций

Для правительств разных стран мира, международных организаций и крупных компаний международный рынок облигаций представляет собой основной источник долгового финансирования. Этот рынок традиционно состоит из двух типов ценных бумаг с фиксированным процентным доходом: иностранных облигаций и еврооблигаций. **Иностранные облигации** (foreign bonds) – это облигации, которые выпускаются резидентом страны А, а продаются резидентам страны В в валюте страны В. Например, *Nestle Corporation*, резидент Швейцарии, может выпустить иностранную облигацию, деноминированную в иенах, и продавать ее преимущественно резидентам Японии. **Еврооблигации** (eurobonds) – это облигации, которые выпускаются в валюте страны А, но продаются резидентам других стран. Например, компания *American Airlines* может привлечь заемный капитал на сумму \$500 млн, предназначенный для приобретения новых самолетов, посредством продажи еврооблигаций, деноминированных в долларах, резидентам Дании и Германии. Основными валютами международного рынка облигаций являются доллар США и евро (см. рис. 2.4.7.).

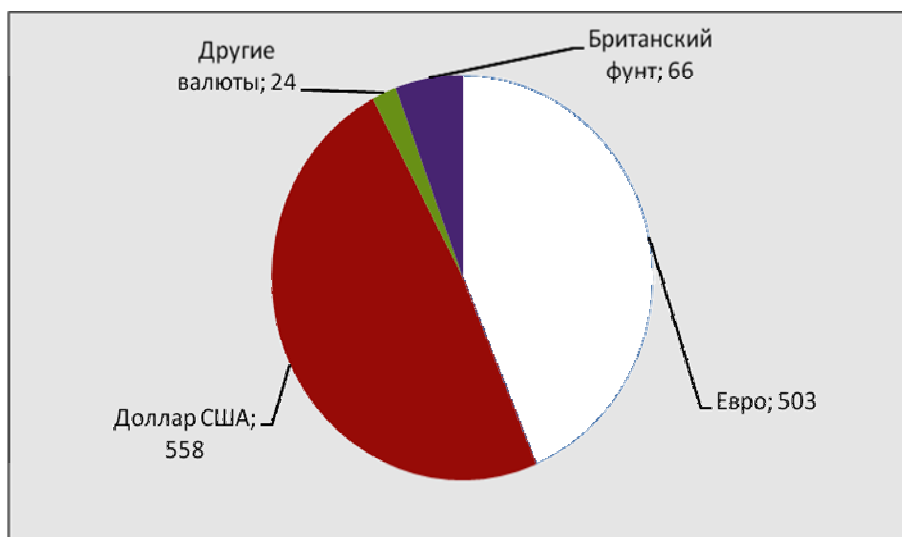


Рис. 2.4.7 Структура международного рынка облигаций в 2006 г., \$ млрд США

По мере развития мирового рынка капитала международный рынок облигаций становился все более сложным. Выпуск глобальных облигаций стал одним из таких новых финансовых инструментов. **Глобальные облигации** (global bonds) – это крупный ликвидный финансовый актив, торгуемый в любой стране в любое время. Впервые глобальные облигации были выпущены Всемирным банком. Этот банк продал глобальные облигации, деноминированные в долларах США, на сумму \$1,5 млрд одновременно в Северной Америке, Европе и Японии. Всемирному банку удалось привлечь средства, снизив процентную ставку на 0,225 процентных пункта. Хотя 0,225 процентных пункта, на первый взгляд, может показаться не такой впечатляющей величиной, однако результат, полученный после умножения этого значения на \$1,5 млрд, свидетельствует о том, что банк сократил свои годовые затраты на обслуживание долга на \$3375000. Воодушевленные успехом Всемирного банка, многие другие крупные организации, такие как *Matsushita Electric*, *Citigroup* и *Household Finance*, также эмитировали глобальные облигации.

Глобальный рынок акций

Такие факторы, как усиление роли многонациональных корпораций, а также совершенствование телекоммуникационных технологий, привели к глобализации рынка корпоративных акций. Возможности начинающих компаний в привлечении собственного капитала больше не ограничены только внутренними источниками. Например, швейцарские фармацевтические компании являются основным источником собственного капитала новых американских компаний, занимающихся биотехнологиями. Уже зарегистрированные компании также могут мобилизовать денежные средства путем дополнительной эмиссии акций. Проникая на зарубежный рынок, компания может отдать предпочтение привлечению капитала для своей дочерней компании на этом рынке. Например, компания *Walt Disney Company* продала 51% акций в своем проекте *Disneyland Paris* французским инвесторам. Многие многонациональные корпорации также регистрируют свои обычные акции на нескольких фондовых биржах. Например, акции компании *British Airways* котируются как на Лондонской, так и на

Нью-Йоркской фондовой бирже, что предоставляет европейским и американским инвесторам удобную возможность приобретения этих акций. Еще один новый способ привлечения капитала – это формирование страновых фондов. **Страновой фонд** (country fund) – это взаимный фонд, специализирующийся на инвестициях в компании данной страны.

Глобализации рынка акций в значительной степени способствует глобализация индустрии финансовых услуг. Большинство компаний, специализирующихся на предоставлении финансовых услуг (таких как *Merrill Lynch*, *Daiwa Securities* и *Deutsche Bank*), расширили свою деятельность с внутреннего рынка на основные международные финансовые центры. Эти компании активно стремятся предоставлять своим клиентам, расположенным в разных точках земного шара, такие услуги, как привлечение капитала, выдача рекомендаций по вопросам инвестирования капитала, осуществление анализа рынка ценных бумаг, а также совершение комплексных финансовых операций.

Офшорные финансовые центры специализируются на предоставлении банковских и других финансовых услуг клиентам, не являющимся резидентами страны. Многие из этих центров расположены на территории островных государств, таких как Багамские острова, Бахрейн, Каймановы острова, Бермудские острова, Антильские острова (Нидерланды) и Сингапур. Люксембург и Швейцария, хотя и не принадлежат к числу островных государств, также являются важными офшорными финансовыми центрами.

Многонациональные корпорации часто пользуются услугами офшорных финансовых центров, чтобы получить кредиты в евровалюте на выгодных условиях. Многие МНК размещают в этих центрах свои дочерние компании, занимающиеся финансовыми операциями, что дает им возможность воспользоваться преимуществами, которые предлагают такие центры. К числу этих преимуществ можно отнести политическую стабильность, нормативно-правовой климат, способствующий осуществлению международных операций с капиталом, хорошо налаженные каналы связи с другими крупными финансовыми центрами, а также возможность получения экспертной оценки по правовым, бухгалтерским, финансовым и другим вопросам, необходимой для оформления крупных комплексных кредитов. Эффективность деятельности офшорных финансовых центров в сфере привлечения депозитных вкладов с последующим выделением полученных средств в кредит клиентам из всех стран мира – важный фактор усиливающейся глобализации рынка капитала.

Контрольные вопросы

1. Насколько важны системы связи и информационные технологии для нормального функционирования валютного рынка? Если бы в настоящее время исчезли технологические достижения последних четырех десятилетий (например, компьютеры или спутниковые системы связи), как это повлияло бы на валютный рынок?

2. Как вы считаете, сохранит ли доллар США свои позиции господствующей валюты на валютном рынке? Обоснуйте свой ответ.

3. Предположим, спот-курс фунта равен форвардному 90-дневному курсу и составляет \$1,65; процентная ставка в США равна 10%, в Великобритании – 6%. Используя концепцию покрытого процентного арбитража, объясните, что произойдет со спот-курсом фунта, 90-дневным форвардным курсом фунта, процентной ставкой в США и процентной ставкой в Великобритании, если на этот рынок выйдут арбитражи.

4. Если бы в мире существовала только одна валюта, как это сказалось бы на мировой торговле и мировых инвестициях?

9. ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ

Политики, экономисты и предприниматели на протяжении столетий дискутируют по поводу принципов государственной политики в сфере международной торговли. Полемика относительно формирования приемлемой торговой политики сосредоточена вокруг решения двух основных вопросов:

1) должно ли правительство страны вводить тарифы на импорт иностранных товаров на внутренний рынок или устанавливать другие торговые барьеры с целью защиты отечественных компаний?

2) должно ли правительство оказывать отечественным компаниям непосредственную помощь, направленную на увеличение объема экспорта их продукции, посредством предоставления экспортных субсидий, проведения межправительственных переговоров и реализации программ предоставления гарантированных кредитов.

В Северной Америке полемика относительно принципов торговой политики в последнее время сосредоточена вокруг решения вопроса о том, какую именно торговлю должно поддерживать правительство – «свободную» или «справедливую».

Свободная торговля (free trade) означает, что правительство страны оказывает минимальное влияние на экспортно-импортную деятельность частных компаний и отдельных лиц. **Справедливая торговля** (fair trade), которую иногда называют **управляемой торговлей** (managed trade), предполагает активное вмешательство правительства страны в процесс внешнеторговой деятельности. Такое вмешательство имеет своей целью выполнение таких задач, как обеспечение экспортной продукции отечественных компаний адекватной доли на зарубежных рынках и осуществление контроля над импортом иностранных товаров на внутренний рынок страны. Государственный контроль над импортом товаров, в свою очередь, призван свести к минимуму потерю рабочих мест на отечественных предприятиях конкретных отраслей промышленности, а также предотвратить сокращение доли отечественных компаний на внешнем рынке. Некоторые сторонники справедливой торговли приводят доводы в пользу того, что правительство должно обеспечить «однородную конкурентную среду», в которой отечественные и зарубежные компании могли бы конкурировать на равных условиях. Этот аргумент звучит достаточно убедительно, однако именно его в большинстве случаев используют для оправдания принципов торговой политики, ограничивающих конкуренцию со стороны зарубежных компаний.

Результат этих дискуссий имеет большое значение для менеджеров, работающих в сфере международного бизнеса. Внешнеторговая политика, проводимая отдельными странами, оказывает влияние на размер и прибыльность иностранных рынков и инвестиций, так же как и на степень угрозы отечественным компаниям со стороны иностранных конкурентов. Правительства стран мира испытывают непрекращающееся давление относительно ведения политики свободной торговли со стороны успешных, эффективных компаний, выпускающих продукцию на экспорт, со стороны рабочих и служащих этих компаний, а также со стороны общественности той местности, в которой располо-

жены их предприятия. Снижение ограничений на международную торговлю позволяет таким компаниям, как *Sony*, *Volkswagen* и *Caterpillar*, увеличивать объем продаж и инвестиций на внешнем рынке. В то же время компании, попавшие в осаду иностранных конкурентов, персонал этих компаний и общественность регионов, в которых расположены их предприятия, требуют от правительства ожесточения ограничений на импорт товаров и ведения политики справедливой торговли. При наличии ограничений на международную торговлю производители стали, такие как *U. S. Steel* и *Nucor*, получают дополнительные возможности увеличения объема продаж. Споры вокруг этой проблемы затрагивают также интересы потребителей во всех странах мира, так как от ведения той или иной торговой политики зависит уровень цен на автомобили, одежду, телевизоры и тысячи других товаров. Например, введение правительством США ограничений на беспошлинную торговлю текстильными изделиями и сахаром привело к повышению цен, которые потребителям приходится платить за одежду и еду для своих детей.

Обеспечение национальной безопасности

Необходимость обеспечения национальной безопасности часто использовалась в качестве основания для государственного протекционизма некоторых отраслей промышленности. События, происходящие в мире, могут противоречить интересам страны, поэтому необходимость **обеспечения национальной безопасности** представляет собой основной аргумент в пользу государственного регулирования внешней торговли. Суть этого аргумента заключается в том, что страна должна быть самодостаточной в плане наличия критических сырьевых материалов, оборудования и технологий; в противном случае она окажется уязвимой к возможной угрозе со стороны иностранных государств. Например, уязвимость японской системы снабжения стала очевидной во время Второй мировой войны, когда подводные лодки союзников нанесли значительные повреждения торговому флоту Японии. После войны в Японии был наложен запрет на импорт риса как средство обеспечения самодостаточности страны по такому показателю, как способность самостоятельно обеспечить себя основным продуктом питания. В Соединенных Штатах Америки аналогичная ситуация сложилась с судостроением. Для того, чтобы сохранить накопленные в стране знания и опыт в области судостроения на случай войны, в США были разработаны многочисленные программы поддержки отечественной судостроительной промышленности. Например, в соответствии с одной из этих программ, все военные корабли США должны были строиться на американских верфях, а морские перевозки между портами США – осуществляться только с использованием кораблей, построенных в стране. Без такой поддержки со стороны федерального правительства большая часть из 120000 рабочих мест на предприятиях судостроительной промышленности была бы потеряна, так как американские верфи неконкурентоспособны в сравнении с верфями Японии, Кореи, Норвегии, Дании и Германии. По результатам одного из исследований, проведенных федеральными службами, было установлено, что средняя цена, запрашиваемая американскими судостроительными компаниями по коммерческим контрактам, на 97% выше самой низкой цены, запрашиваемой иностранными конкурентами.

Поддержка новых отраслей

Александр Гамильтон, первый министр финансов США, сформулировал принцип **поддержки новых отраслей** (infant industry argument) в 1791 г. Гамильтон был убежден в том, что зарождающийся производственный сектор нового независимого государства обладает потенциальными преимуществами, которые в конечном итоге позволят стране успешно конкурировать на международных рынках. Однако у него были опасения относительно того, что промышленные компании молодой страны не смогут преодолеть недостаток опыта, свойственный этапу становления, в жесткой конкурентной борьбе с более зрелыми, процветающими европейскими компаниями. Поэтому Александр Гамильтон отстаивал идею введения тарифов на многочисленные промышленные товары, импортируемые в Соединенные Штаты. По мнению Гамильтона, такие тарифы должны были временно защищать отечественные компании от иностранной конкуренции – до тех пор пока эти компании не станут достаточно сильными. Концепция защиты новых отечественных компаний, сформулированная Гамильтоном, была принята на вооружение во многих других странах мира. Япония достигла особых успехов в поддержке отечественных отраслей промышленности. После окончания Второй мировой войны в Японии, несмотря на отсутствие собственных запасов природных ресурсов, были созданы все условия для стремительного развития различных отраслей промышленности по производству и обработке металлов (железа и стали, алюминия, меди и цинка). Японии удалось добиться таких результатов посредством ликвидации тарифов на импорт необогащенных руд наряду с введением высоких тарифов на импорт обработанных металлов и металлических изделий. Например, в 1970 г. в Японии отсутствовали тарифы на импорт медной руды, однако на импорт изделий из меди был введен достаточно высокий тариф – 22%. По мере развития металлообрабатывающей промышленности в Японии происходило постепенное сокращение степени защиты этой отрасли промышленности от конкурирующего импорта. В настоящее время установлены незначительные тарифы на импорт изделий из меди.

Успехи, достигнутые Японией в послевоенный период, свидетельствуют о том, что государственная поддержка перспективных отечественных отраслей промышленности может быть использована в качестве эффективной стратегии экономического развития. В то же время принятие решений о том, какие отрасли промышленности заслуживают покровительства государства как начинающие и перспективные, во многих случаях основывается скорее на политических, чем на экономических мотивах. Компании, их работники и акционеры беззастенчиво используют необходимость поддержки новых отраслей промышленности для получения дополнительных льгот в плане защиты от иностранной конкуренции или экспортных субсидий в рамках своих отраслей промышленности. Более того, компания или отрасль, однажды попавшая под защиту государства, весьма неохотно отказывается от такого покровительства. Многие начинающие компании проходят все этапы своего жизненного цикла, оставаясь под защитой государства даже в период зрелости.

Сохранение существующего уровня занятости

Как и в случае со сталелитейной промышленностью США, авторитетные компании и их работники, особенно в странах с высоким уровнем оплаты труда, часто подвергаются угрозе со стороны стран с избытком дешевой рабочей силы. Для того, чтобы не допустить потери имеющихся рабочих мест и роста безработицы по сравнению с существующим уровнем, компании и их работники во многих случаях обращаются к правительствам своих стран с требованиями об оказании помощи в борьбе с иностранной конкуренцией. Правительственные органы, стремящиеся предотвратить человеческие страдания и экономические потери, обусловленные закрытием отечественных предприятий, откликаются на такие требования. В подобных случаях помощь правительства отечественным компаниям может заключаться во введении тарифов, квот и других торговых ограничений на импорт продукции из-за рубежа (различные типы торговых барьеров рассматриваются более детально в следующем разделе). Такая помощь может быть временной, как в случае с компанией *Harley-Davidson*. В середине 80-х эта компания на пятилетний период попала под покровительство государства, получив тарифную защиту от конкуренции со стороны японского импорта. Временная защита в форме тарифного протекционизма была обеспечена компании для того, чтобы она могла реализовать программу реорганизации производства и восстановления имиджа своей продукции на рынке. Напротив, помощь правительства может носить долгосрочный характер, как в случае с государственным протекционизмом по отношению к гражданскому судостроению США, который продолжался на протяжении более чем 30-летнего периода существования этой отрасли промышленности.

Теория стратегической торговли. Усилия компаний и профсоюзов, направленные на получение помощи от государства для защиты от иностранной конкуренции, подвергаются резкой критике со стороны экономистов, которые заявляют, что такое вмешательство государства в международную торговлю в конечном итоге нанесет вред экономике страны. Заявления этих экономистов основываются на теоретических выводах классических теорий торговли, анализ которых представлен в главе 6: теории абсолютных и теории сравнительных преимуществ. Однако исходным предположением этих теорий торговли является то, что компании функционируют на рынках с идеальными условиями конкуренции – условиями, которые существуют только в учебниках по экономике. Кроме того, в этих теориях принято допущение о том, что потребители каждой страны имеют возможность покупать товары и услуги лучших в мире производителей по самым низким ценам. Согласно классическим теориям торговли, любое вмешательство правительства, которое ограничивает способность потребителей делать необходимые им покупки, наносит ущерб процветанию страны в целом, хотя может принести выгоду отдельным социальным группам.

Однако в начале 80-х был разработан ряд новых моделей международной торговли, известных под общим названием «**стратегическая теория торговли**» (*strategic trade theory*). Эти модели предусматривают новое теоретическое обоснование государственного регулирования процесса торговли, тем самым поддерживая просьбы компаний о защите от иностранной конкуренции. В тео-

рии стратегической торговли приняты совсем другие предположения (по сравнению с предположениями классических теорий торговли) о среде, в которой функционирует та или иная отрасль промышленности. Теория стратегической торговли применима по отношению к тем отраслям промышленности, в рамках которых функционирует всего несколько рассредоточенных по всему миру компаний, что, возможно, обусловлено высоким уровнем затрат на разработку продукции или серьезным эффектом кривой опыта. Компания может получать монопольные прибыли, если ей удастся войти в число нескольких компаний, принадлежащих к отрасли промышленности с такой высококонцентрированной структурой. Согласно теории стратегической торговли, правительство страны может содействовать процветанию своей страны с помощью торговой политики, направленной на повышение конкурентоспособности отечественных компаний, принадлежащих к таким олигополистическим отраслям.

В качестве примера рассмотрим потенциальный рынок для проекта строительства новой атомной электростанции – электростанции, которая могла бы вырабатывать дешевую электроэнергию при высоком уровне обеспечения безопасности. Предположим, что вследствие экономии от масштаба этот рынок будет крайне прибыльным, если одна (и только одна) компания примет решение о выходе на него. Предположим также, что только две компании – французская *Framatome* и японская *Mitsubishi* – имеют в своем распоряжении достаточно талантливых инженеров и финансовых ресурсов, чтобы принять участие в разработке проекта строительства новой атомной электростанции, и что обе компании способны успешно завершить этот проект. На рис. 2.5.1. изображена матрица выигрышей обеих компаний. Если *Mitsubishi* примет решение заняться разработкой проекта, а *Framatome* примет решение не делать этого (см. левый нижний сектор матрицы), *Mitsubishi* получит прибыль в размере \$10 млрд, тогда как *Framatome* не заработает ничего. Если *Framatome* – заняться разработкой проекта, а *Mitsubishi* – не делать этого (см. правый верхний сектор матрицы), *Framatome* получит прибыль в размере \$10 млрд, тогда как *Mitsubishi* не заработает ничего. Если ни одна из компаний не возьмется за разработку проекта, они обе не получают никакой прибыли (см. правый нижний сектор). Если обе компании примут решение принимать участие в разработке проекта, каждая из них потеряет по \$ 1 млрд, так как данный рынок слишком мал для того, чтобы быть прибыльным для обеих компаний. При таком подходе ни у одной из компаний не существует стратегии, которой следовало бы руководствоваться независимо от того, какие действия будут предприняты конкурирующей фирмой.

Теперь предположим, что правительству Франции стало известно о крупной прибыли, которую могла бы получить одна из отечественных компаний, если бы она была единственным разработчиком проекта строительства новой атомной электростанции. Если бы французское правительство предложило компании *Framatome* субсидию в размере \$2 млрд на разработку новой технологии производства атомной энергии, матрица выигрышей выглядела бы так, как показано на рис. 2.5.2.

		Mitsubishi	
		Разрабатывать проект	Не разрабатывать проект
Framatome	Разрабатывать проект	-1 / -1	0 / 10
	Не разрабатывать проект	0 / 10	0 / 0

Рис. 2.5.1 Матрица выигрышей: прибыль от разработки проекта атомной электростанции, \$ млрд

Благодаря правительственной субсидии прибыль *Framatome* увеличилась бы на \$2 млрд в случае, если бы только эта компания занималась разработкой новой технологии (см. первую строку матрицы). При наличии субсидии компания *Framatome* возьмется за разработку технологии независимо от действий *Mitsubishi*, так как *Framatome* в любом случае заработает больше денег, разрабатывая ее, чем отказавшись от этого. Если *Mitsubishi* также примет решение об участии в разработке проекта, *Framatome* не заработает ничего в случае отказа от разработки и \$1 млрд – в случае согласия. Если *Mitsubishi* откажется принимать участие в разработке проекта, *Framatome* не заработает ничего в случае отказа и \$12 млрд – в случае согласия. Следовательно, компании *Framatome* в любом случае выгодно взяться за разработку проекта. Однако если компании *Mitsubishi* известно, что *Framatome* в любом случае возьмется за разработку проекта новой атомной электростанции, – лучшей стратегией для *Mitsubishi* будет отказ от разработки проекта.

		Mitsubishi	
		Разрабатывать проект	Не разрабатывать проект
Framatome	Разрабатывать проект	-1 / -1 + 2 = +1	0 / 10 + 2 = 12
	Не разрабатывать проект	0 / 10	0 / 0

Рис. 2.5.2 Матрица выигрышей: прибыль, получаемая в результате выделения компании *Framatome* субсидии в размере \$2 млрд, \$ млрд

Каких результатов удалось добиться французскому правительству посредством выделения субсидии в размере \$2 млрд?

1. Ему удалось убедить компанию *Framatome* заняться разработкой нового проекта атомной электростанции.

2. Ему удалось убедить компанию *Mitsubishi* отказаться от выхода на данный рынок.

3. Ему удалось обеспечить компании *Framatome* возможность получения прибыли в размере \$12 млрд, что обошлось французским налогоплательщикам всего в \$2 млрд.

Следование стратегической торговой политике на рынке, где возможно получение прибыли на основании монопольного положения одной компании, позволило французскому правительству увеличить совокупное богатство французских граждан на \$10 млрд (\$12 млрд прибылей минус \$2 млрд, выделенные на субсидию).

Однако стратегическая теория торговли применима только к тем мировым рынкам, которые способны обеспечить прибыль лишь небольшому числу компаний. Крупномасштабное следование стратегической политике торговли в стране, предполагающее охват большой группы различных отраслей промышленности, может привести к снижению общего уровня конкурентоспособности страны на мировом рынке, так как создание благоприятных условий для одной из отраслей неизбежно нанесет ущерб другим отраслям. Например, если французское правительство примет решение о субсидировании атомной энергетики, это приведет к повышению спроса на труд инженеров-электриков, компьютерных программистов и системных аналитиков, необходимых для обеспечения работы атомных электростанций, а также к повышению оплаты труда этих специалистов. Это, в свою очередь, приведет к снижению международной конкурентоспособности других отраслей французской промышленности, которые также испытывают потребность в специалистах с такой квалификацией. Кроме того, преимущества от выделения правительственной субсидии могут быть сведены на нет, если другая страна будет придерживаться аналогичной стратегии. Если бы Япония отреагировала на \$2-миллиардную субсидию французского правительства компанией *Framatome* выделением субсидии в размере \$3 млрд компании *Mitsubishi*, матрица выигрышей изменила бы свой вид: у компании *Mitsubishi* появился бы стимул принять участие в разработке проекта новой атомной электростанции. Любая ожидаемая монопольная прибыль может быть потеряна, если две страны начнут «тотальную войну субсидий».

9.1. Основные принципы национальной торговой политики

Принципы внешнеторговой деятельности, рассмотренные выше, ориентированы на удовлетворение нужд отдельных отраслей экономики. Помимо таких принципов правительство страны формирует также принципы торговой политики, учитывающие экономические интересы страны в целом. На основании оценки нужд национальной экономики правительство формирует торговую политику для отдельных отраслей, призванную обеспечить реализацию комплексной программы экономического развития страны.

Программы экономического развития

Обеспечение экономического развития – это важнейшая политическая задача правительств многих стран, в особенности правительств развивающихся стран. Международная торговля может стать основным элементом программ экономического развития. Страны, которые находятся в зависимости от экспорта продукции одного типа, стремятся диверсифицировать свою экономику, чтобы обезопасить себя, например, от плохого урожая или падения цен на товары, составляющие основную статью экспорта. Например, в западноафриканской стране Гана, которая в свое время очень сильно зависела от экспорта какао, была начата программа индустриализации, призванная защитить экономику страны от колебаний цен на какао. В Кувейте было принято решение диверсифицировать экономику посредством инвестиционной деятельности, а не посредством торговли, чтобы снизить степень зависимости от продажи нефти. Правительство страны использовало средства, полученные от реализации нефти, для формирования портфеля инвестиций. Эта стратегия оказалась настолько успешной, что сопротивление Кувейта вторжению Ирака в 1990 г. было профинансировано преимущественно за счет доходов от зарубежных инвестиций страны.

После Второй мировой войны экономическое развитие некоторых стран (таких как Япония, Корея и Тайвань) в значительной степени основывалось на экспорте отечественной продукции. В соответствии с такой **стратегией** содействия экспорту (export promotion strategy) правительство страны поощряет конкуренцию отечественных компаний на зарубежных рынках, используя какое-либо преимущество, имеющееся в распоряжении страны (например, низкий уровень затрат на рабочую силу). В других странах (таких как Австралия, Аргентина, Индия и Бразилия) после Второй мировой войны использовалась **стратегия замещения импорта** (import substitution strategy). Эта стратегия поощряет развитие отечественных отраслей обрабатывающей промышленности посредством введения высоких ограничений на импорт товаров зарубежного производства. Многие многонациональные корпорации (МНК) отреагировали на такую стратегию размещением собственных предприятий на территории этих стран, чтобы избежать издержек, связанных с торговыми ограничениями. В целом стратегия содействия экспорту оказалась более эффективной по сравнению со стратегией замещения импорта.

Промышленная политика

Во многих странах правительства принимают активное участие в управлении национальной экономикой. Важным элементом выполнения этой задачи является принятие решения о том, каким отраслям экономики правительству целесообразно предоставить режим наибольшего благоприятствования. Например, чиновники из Министерства международной торговли и промышленности Японии (MITI) определяют наличие на рынке новых технологий и продуктов и посредством субсидий, публичных заявлений и закулисных маневров стимулируют выход японских компаний на этот рынок.

На протяжении 50-х и 60-х гг. MITI осуществляло активное перераспределение скудных кредитов и запасов иностранной валюты из трудоемких от-

раслей промышленности, которые выпускали продукцию с низким уровнем добавленной стоимости (таких как текстильная промышленность), в пользу капиталоемких отраслей тяжелой промышленности, выпускающих продукцию с высоким уровнем добавленной стоимости (таких как сталелитейная и автомобильная промышленность). В 70-е и 80-е гг. усилия МПТ были направлены на поддержку отраслей с высоким потенциалом экономического развития (таких как полупроводниковая и аэрокосмическая промышленность, биотехнологии и керамическая промышленность). Правительство Южной Кореи формировало свои стратегии экономического развития по образцу японской модели, которая оказалась столь успешной.

Экономические успехи Японии и Южной Кореи, достигнутые этими странами после Второй мировой войны, поставили правительства других стран «четверки» перед проблемой принятия решения о том, целесообразно ли и в этих странах использовать **промышленную политику** (industrial policy). В соответствии с этой политикой, каждое правительство должно определить, какие отрасли имеют жизненное значение для дальнейшего экономического развития страны, и сформировать программы поддержки конкурентоспособности этих отраслей. В идеале государственная поддержка отдельных отраслей экономики позволяет отечественным компаниям увеличить свою долю на важных, растущих международных рынках – именно такого результата удалось добиться японским многонациональным корпорациям благодаря поддержке со стороны МПТ.

В начале 80-х чиновники из МПТ убедили отечественные компании по выпуску бытовой электроники заняться разработкой телевизоров с высокой разрешающей способностью (high-definition television, HDTV), мотивируя свое решение лидирующими позициями страны в сфере производства телевизоров на базе аналоговых интегральных схем. Несмотря на то, что создание телевидения повышенной четкости – это дело будущего, для обеспечения HDTV регулирующими органами США и Евросоюза были приняты стандарты передачи телевизионного сигнала, предусматривающие использование более современной цифровой техники, разработанной западными компаниями, в отличие от устаревших технологий на базе аналоговых ИС, навязанных МПТ японским компаниям. В результате многомиллиардные инвестиции ведущих японских производителей бытовой электроники в создание HDTV на базе аналоговых ИС обернулись громадными убытками.

Противники политики поддержки отдельных отраслей экономики выражают также опасения, что выбор отраслей, заслуживающих предоставления режима благоприятствования со стороны государства, может зависеть от внутривнутриполитического значения этих отраслей, а не от их потенциальной конкурентоспособности на международном рынке. По мнению критиков такой политики, вместо поддержки будущих лидеров международного рынка эта политика может стать для правительства страны изощренным инструментом завоевания популярности.

В центре полемики, развернувшейся вокруг политики поддержки отдельных отраслей экономики, находится вопрос о том, какую роль должно играть правительство в условиях рыночной экономики.

Теория общественного выбора

Несмотря на то, что многие аргументы в пользу государственного регулирования внешней торговли формулируются в категориях обеспечения национальных интересов, такое вмешательство государства, как правило, создает благоприятные условия для особых групп, объединенных общими деловыми интересами, и неизбежно вредит как другим субъектам отечественной экономики, так и обществу в целом. Например, решение президента Буша о введении тарифов на импорт стали принесло пользу предприятиям сталелитейной промышленности США, но подвергло большому риску отечественные предприятия, потребляющие сталь. Это решение привело также к увеличению безработицы среди докеров, занимающихся разгрузкой импортной стали в таких портах, как Балтимор, Нью-Йорк, Хьюстон, Лонг-Бич, и в других портовых городах. Кроме того, в результате введения тарифов на импорт стали повысились цены, которые гражданам США приходится платить за автомобили, холодильники и другие потребительские товары, в производстве которых используется сталь.

Почему происходит так, что государственная политика, проводимая национальными правительствами, препятствует международному бизнесу и наносит вред гражданам страны в целом, хотя и приносит выгоду отдельным социальным группам? Согласно **теории общественного выбора** (public choice analysis) – разделу экономической науки, изучающему закономерности принятия решений правительствами в области экономики, – особые интересы отдельных социальных групп всегда доминируют над общими интересами в той или иной сфере по следующей простой причине: группы, объединенные особыми интересами, прилагают больше усилий к принятию правительством страны законов, способствующих удовлетворению их потребностей, по сравнению с усилиями более широких кругов общественности, направленными на отмену законов, которые ущемляют интересы широких масс населения. Например, в соответствии с Законом Джонса 1920 г., иностранным судам запрещено предоставлять транспортные услуги по перевозке грузов между портами США. Это ограничение нашло поддержку владельцев американских морских судов, которые благодаря Закону Джонса ежегодно получают дополнительные прибыли на сумму около \$630 млн. В то же время в результате принятия этого закона, по некоторым оценкам, имеет место ежегодное повышение транспортных издержек, которые несут потребители, в объеме \$10,5 млрд, или по \$40 в расчете на одного человека. Кроме того, как и в случае введения других ограничений на свободную торговлю, Закон Джонса привел к другим непредвиденным последствиям. Согласно теории общественного выбора, внутренняя торговая политика, оказывающая влияние на международный бизнес, является не результатом всеобъемлющего видения международных обязательств страны, а скорее результатом вполне земного взаимодействия между политиками, стремящимися к тому, чтобы быть избранными в законодательные органы власти разных уровней. Международные бизнесмены, руководствующиеся в своих действиях здра-

вым смыслом, осознают всю сложность такой политической реальности. Во многих случаях иностранной компании необходимо найти политического союзника в стране, в которой она ведет бизнес, чтобы прекратить вмешательство в свои дела.

Например, в адрес компаний *Nissan* и *Toyota* поступило много критических замечаний относительно объема их экспорта на рынок США, поэтому в 80-е гг. эти компании начали строить собственные предприятия на территории Соединенных Штатов. Теперь компании *Nissan* и *Toyota* могут ожидать законодательной поддержки со стороны делегаций конгресса от штатов, на территории которых расположены их предприятия (штаты Индиана, Западная Вирджиния, Теннесси и Кентукки), так как эта поддержка позволит сохранить рабочие места для избирателей, работающих на эти японские компании. Напрашивается очевидный вывод: руководство компаний *Toyota* и *Nissan* отчетливо осознает, что «вся политика делается на местах».

9.2. Барьеры на пути развития международной торговли

Таможенный тариф – это пошлина, которая вводится на международную торговлю товарами. Некоторые тарифы взимаются с товаров, которые покидают страну (**тариф на экспорт товаров**, export tariff) или пересекают границу между двумя странами (**транзитный тариф**, transit tariff). Однако большая часть таможенных тарифов взимается с товаров, ввозимых в страну (**тариф на импорт товаров**, или импортная пошлина, import tariff). Существует три типа импортных пошлин:

1) **адвалорная пошлина**, или тариф с объявленной стоимости (ad valorem tariff). Размер этого тарифа определяется как процент от рыночной стоимости импортируемого товара. Например, согласно табл. 2.5.1. (данные в которой приведены из действующего тарифного кодекса США), в Соединенных Штатах введен адвалорный тариф в размере 2,1% на ввоз консервированных ананасов в сахарном сиропе;

2) **специальный тариф** (specific tariff). Этот тариф выражается в определенном количестве долларов на единицу веса или на другую единицу измерения количества ввозимых товаров.

3) **смешанный тариф** (compound tariff) представляет собой комбинацию адвалорной пошлины и специального тарифа. На импорт консервированных вишен в сахарном сиропе введен адвалорный тариф в размере 6,4% и специальный тариф в размере 9,9 цента на один килограмм.

В действительности большинство тарифов, вводимых в развитых странах, относится к категории адвалорных или стоимостных тарифов на ввозимые товары. Адвалорный тариф взимается с объявленной стоимости продукта, которая в большинстве случаев эквивалентна отпускной цене на товар в момент его выхода на рынок страны. Предположим, компания *Target* покупает крупную партию консервированных ананасов в сахарном сиропе у филиппинского производителя пищевых продуктов по цене \$400 за тонну. Когда партия ананасов будет доставлена в порт Лос-Анджелеса, компания *Target* должна будет заплатить таможенной службе США пошлину в размере 2,1% от \$400, или \$8,40 за

каждую тонну товара, – эта сумма составляет ту часть стоимости товара, которая будет переложена компанией *Target* на плечи покупателей.

В большинстве стран принята подробная схема классификации импортируемых товаров, которая получила название **«гармонизированная система описания товаров»**. Структура такой системы достаточно сложна, поэтому ее достаточно трудно применять на практике. Первая проблема, с которой сталкивается импортер товара, состоит в том, чтобы заранее определить, к какой категории будет отнесен тот или иной товар таможенными чиновниками. Например, адвалорная пошлина на импорт кожаных лыжных перчаток в США равна 5,5%, однако если эти перчатки предназначены специально для катания на лыжах по пересеченной местности, этот тариф составит всего 3,5%.

Тарифная система имеет очень сложную структуру, поэтому предполагаемый размер прибыли импортера может существенно уменьшиться, если таможенный чиновник назначит на импортируемый товар более высокую тарифную ставку по сравнению с ожиданиями импортера. Для того, чтобы снизить степень риска такого рода, американские компании-импортеры могут обратиться в адрес таможенной службы США с просьбой о предварительной тарифной классификации товаров, которые предположительно будут ввезены в страну в будущем. Как показано в разделе «Бизнес за границей», импортеры, которые пренебрегают этим советом, во многих случаях оказываются втянутыми в дорогостоящее судебное разбирательство.

Существуют две исторические причины введения таможенных тарифов.

1. Введение таможенных тарифов позволяет увеличить государственные доходы. Как показано на рис. 2.5.3., доходы от взимания таможенных пошлин составляют значительную часть государственных доходов в развивающихся странах, таких как Лесото или Сьерра-Леоне. Экономика таких стран в значительной мере зависит от примитивного сельского хозяйства, поэтому в них достаточно трудно получить большие доходы через взимание внутренних налогов.

2. Таможенные тарифы служат в качестве барьеров на пути международной торговли. Введение таможенных тарифов приводит к повышению цен, которые отечественные потребители вынуждены платить за товары иностранного производства, что в свою очередь повышает спрос на аналогичные товары отечественного производства.

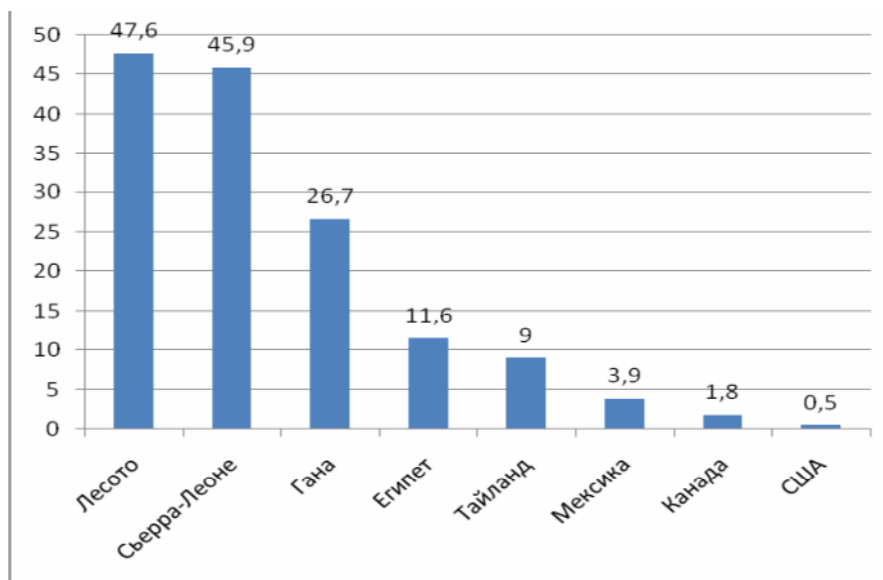


Рис. 2.5.3. Доходы от взимания таможенных пошлин в процентах от общего объема государственных доходов в некоторых странах, 2005 г.

Таможенные тарифы затрагивают интересы как отечественных, так и иностранных компаний.

Некоторые компании выиграют, а другие проиграют от введения специального тарифа. В число выигравших войдут дилеры *GM*, *Ford* и *Chrysler*, которые продают отечественные пассажирские минифургоны, а также поставщики отечественных компаний-производителей, работники отечественных сборочных предприятий компаний *GM*, *Ford* и *Chrysler* и население тех городов, в которых расположены эти предприятия. Отечественные потребители проиграют, так как им придется платить более высокие цены за пассажирские минифургоны как отечественного, так и зарубежного производства. Иностранные компании – производители автомобилей данного класса, а также люди и фирмы, зависящие от них, тоже проиграют.

В числе проигравших в данном случае окажутся дилеры компаний *Toyota* и *Mazda*, которые продают пассажирские минифургоны на рынке США, работники и поставщики этих компаний в Японии, а также население японских городов, в которых производятся такие автомобили.

Нетарифные ограничения – это вторая форма государственного регулирования процесса международной торговли. Постановления, политический курс или действия правительства, отличающиеся от введения тарифов и оказывающие влияние на условия международной торговли, могут быть отнесены к категории **нетарифных ограничений** (nontariff barriers, NTB)

Квоты. Введение квот представляет собой один из способов ограничения международной торговли. **Квота** – это максимально допустимое количество товаров, которые могут быть ввезены в страну на протяжении определенного промежутка времени (например, на протяжении одного года). Квоты традиционно используются для защиты тех отраслей промышленности, которые имеют для государства большое политическое значение (сельское хозяйство, автомобильная и текстильная промышленность), от угрозы со стороны иностранной

конкуренции. Подобная ситуация сложилась с введением квот на импорт риса в Японии и на Филиппинах. Однако в результате заключения некоторых торговых соглашений (таких как соглашения уругвайского раунда переговоров в рамках Генерального соглашения о торговле и тарифах, во многих странах обычные квоты были заменены тарифными квотами. **Тарифная квота** (tariff rate quota, TRQ) предполагает введение низкой тарифной ставки на ограниченное количество импортируемого товара; на любое количество товара, превышающее предельное значение квоты, вводится очень высокая тарифная ставка, которая фактически препятствует импорту данного товара в страну. Эта ситуация отображена на рис. 2.5.5., где на первые 100 000 изделий установлена низкая тарифная ставка, T_L ; на все последующие изделия установлена высокая тарифная ставка, T_H . Например, в Канаде тарифной квотой была заменена обычная квота на импорт яиц, молочных продуктов и мяса птицы. Тарифная ставка, установленная на импорт этих товаров свыше порогового значения, составляет 350%.

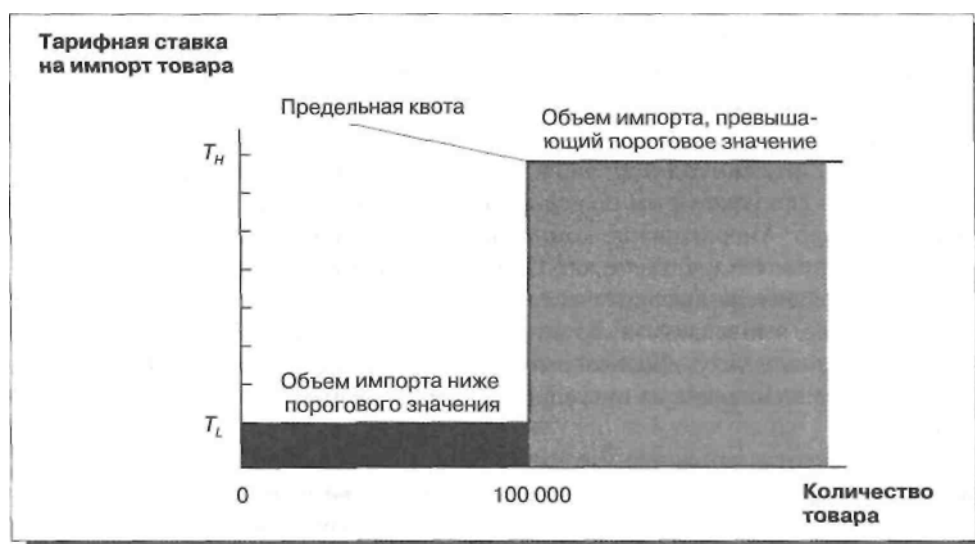


Рис. 2.5.5 Тарифная квота на импорт некоторого товара

На протяжении короткого промежутка времени такие высокие тарифные ставки действуют точно так же, как и квоты: в большинстве случаев введение таких тарифов приводит к ограничению объема импорта предельным значением квоты. В то же время (по крайней мере, теоретически) экспортеры могут увеличивать объем продаж продукции, которую они ввозят в страну, если они согласны платить такую большую пошлину. Тарифы – более видимые ограничения на торговлю, чем квоты, поэтому некоторые эксперты полагают, что замена обычных квот тарифными квотами позволит облегчить процесс устранения ограничений такого типа в процессе торговых переговоров.

Обычная квота или тарифная квота помогает отечественным производителям рассматриваемого товара, но неизбежно наносит ущерб отечественным потребителям.

Количественный контроль над экспортом

Количественные ограничения на торговлю могут вводиться в форме лимитов на количество товаров, которые страна будет экспортировать. **Добровольное ограничение экспорта** (voluntary export restraint, VER) – это взятая страной обязательство ограничить свой экспорт того или иного товара в другую страну предварительно установленным количеством или процентом от рынка сбыта этого товара. В большинстве случаев такая форма сдерживания экспорта используется для разрешения или предотвращения торговых конфликтов с торговыми партнерами, с которыми сформировались дружественные деловые отношения. Например, начиная с 1982 г. между Соединенными Штатами и Канадой не прекращались споры по вопросу о том, оказывает ли канадское правительство помощь предприятиям лесопромышленного комплекса, назначая им низкий налог на вырубку государственного леса (или предоставляя им права на заготовку древесины в государственных лесах на льготных условиях). Для того, чтобы добиться перемирия в этом затянувшемся конфликте, в 1996 г. Канада согласилась на пятилетний период принять на себя обязательство добровольного ограничения экспорта лесоматериалов. В соответствии с этим обязательством годовой объем экспорта древесины хвойных пород в Соединенные Штаты из провинций Альберта, Британская Колумбия, Онтарио и Квебек был ограничен значением 14,7 млрд досковых футов. Кроме того, Канада взяла на себя обязательство взимать большую пошлину с любого количества древесины, экспортируемой в США сверх этого количества. Однако по истечении пятилетнего срока правительство Соединенных Штатов объявило о своих планах ввести новые тарифы на канадскую древесину хвойных пород, если Канада не согласится принять дополнительные меры по сдерживанию экспорта. В настоящее время проходят переговоры между официальными представителями этих двух стран по данному вопросу.

Экспортное регулирование может также служить в качестве одного из способов воздействия на политических противников страны. Так, эмбарго – полный запрет на экспорт (и/или импорт) товаров в ту или иную страну – вводится правительством страны или межгосударственными органами власти в случае, когда возникает необходимость призвать другую страну к ответственности за те или иные действия. Например, в 1990 г., после оккупации Кувейта иракскими войсками, Организация Объединенных Наций ввела эмбарго на торговлю с Ираком.

Другие нетарифные ограничения

К числу наиболее распространенных форм неколичественных ограничений на международную торговлю относятся следующие:

- производственные стандарты и стандарты контроля качества продукции;
- ограниченный доступ к сетям распределения;
- государственная политика закупок;
- требования закупок из местных источников;
- нормы правового регулирования;
- валютное регулирование;
- регулирование инвестиций.

Все эти формы нетарифных ограничений ниже рассмотрены более детально.

Производственные стандарты и стандарты контроля качества продукции

Одна из самых распространенных форм нетарифных ограничений сводится к тому, что перед выходом на рынок страны любой товар должен быть проверен на предмет его соответствия производственным стандартам или стандартам контроля качества, принятым в этой стране. Иностранные компании во многих случаях заявляют, что такие стандарты ставят их продукцию в неблагоприятные условия. Например, в Тайване требуется проводить более доскональную и дорогостоящую проверку чистоты импортируемых фруктовых соков по сравнению с соками местного производства. В России введена обязательная проверка качества телекоммуникационного оборудования, ввозимого в страну, двумя отдельными правительственными организациями – этот процесс часто занимает от 12 до 18 месяцев. В Малайзии принято обязательное правило, в соответствии с которым все мясные продукты должны проверяться должностными лицами на местах на предмет соответствия способа приготовления этих продуктов исламским обычаям. А в Египте требуется, чтобы содержание жира в импортируемом мясе не превышало 7%, хотя это требование не распространяется на мясные продукты местного производства.

Ограниченный доступ к сетям распределения

Ограничение доступа иностранных поставщиков к обычным каналам распределения также может служить в качестве нетарифного ограничения. В Китае требуется, чтобы распределением ввозимых в страну товаров занимались только местные фирмы (следует отметить, что правительством Китая было дано обещание отменить это правило к концу текущего десятилетия). В Таиланде иностранные банки имеют право открывать не более трех отделений, и только одно из них может быть расположено в столице страны, Бангкоке. В Индии требуется, чтобы нефтепродукты, некоторые фармацевтические препараты, а также многие нетарифованные сельскохозяйственные товары ввозились в страну только предприятиями государственного сектора экономики. В Тайвань разрешается ввозить только 18 копий того или иного художественного фильма; количество кинотеатров, в которых разрешено одновременно показывать один и тот же фильм, также ограничено числом 18. Такая политика помогает защитить отечественную киноиндустрию от иностранной конкуренции. В Китае введены аналогичные ограничения на показ зарубежных фильмов.

Япония испытала на себе всю тяжесть критики, развернувшейся в мире в ее адрес по проблеме доступа к сетям распределения. Во многих случаях иностранные компании не могут получить доступ к сетям распределения товаров в Японии из-за тесных корпоративных и семейных связей между местными промышленными компаниями и предприятиями оптовой и розничной торговли. Например, компания *Guardian Industries* из штата Мичиган (крупнейший в мире производитель листового стекла) столкнулась с большими проблемами в процессе выхода на японский рынок, несмотря на то что цены на продукцию этой компании были на 25% ниже цен на аналогичную продукцию, выпускаемую японскими конкурентами. Руководству *Guardian* было трудно найти японских посредников, которые согласились бы заниматься транспортировкой и

распределением продукции компании. Как утверждается, японские предприятия по выпуску изделий из стекла, а также предприятия оптовой торговли опасались наказания со стороны трех крупнейших японских производителей листового стекла, занимающих лидирующее положение на внутреннем рынке в случае, если эти предприятия будут иметь дело с продукцией их конкурентов.

В нескольких случаях в адрес японских *«keiretsu»* (групп компаний, владеющих значительными пакетами акций друг друга, а также связанных между собой как поставщики и потребители) были выдвинуты открытые обвинения в том, что они препятствуют проникновению иностранных компаний на рынок Японии. Например, *AIG*, крупнейшая многонациональная страховая корпорация, занимается страхованием потребителей на японском рынке с 1946 г., однако до сих пор у компании есть трудности со страхованием от промышленных рисков на этом рынке. Проблема состоит в том, что большинство основных японских компаний покупают такую страховку в страховых фирмах, которые являются подразделениями их *«keiretsu»*. Безусловно, такие тесные корпоративные связи, хотя и действуют как нетарифные ограничения, не всегда имеют дискриминационный характер, так как они наносят ущерб как иностранным, так и отечественным компаниям, работающим на японском рынке.

Политика государственных закупок

Государственная политика регламентации закупок, в соответствии с которой для национальных компаний создаются льготные условия, представляет собой еще одну форму нетарифных ограничений во внешней торговле. В Соединенных Штатах Америки ограничения такого типа широко распространены под лозунгом «покупай американское» и на федеральном уровне, и на уровне отдельных штатов, и на местном уровне. Например, муниципальные власти Лос-Анджелеса отдают предпочтение закупке оборудования для системы общественного транспорта у американских производителей. Федеральное правительство США, как правило, требует, чтобы международные путешествия воздушным транспортом, оплаченные за счет государственных средств, осуществлялись на самолетах американских авиалиний.

Несмотря на собственную дискриминационную политику, правительство Соединенных Штатов резко критикует аналогичную политику, проводимую в других странах. На протяжении долгих лет тянется упорная борьба между правительствами США и Японии относительно права американских строительных компаний принимать участие в конкурсах на участие в проектах государственно-муниципального строительства в Японии. Как утверждают представители правительства Соединенных Штатов, Япония исключает иностранные компании из процесса конкурсного отбора претендентов на получение строительных контрактов, если у этих компаний нет опыта ведения строительных работ в Японии. Для американских компаний подобная постановка вопроса аналогична попытке решить дилемму: «что было раньше – яйцо или курица».

Политика государственных закупок играет особенно важную роль в тех странах, которым свойственна большая доля государственной собственности в промышленности и в других отраслях экономики. Если правительство страны ведет политику закупок, создающую льготные условия для местных компаний,

иностранным компаниям путь к проникновению на большую часть рынка этой страны закрыт. Большой размер сектора экономики Бразилии, контролируемого государством, в сочетании с ведением политики закупок под лозунгом «покупай бразильское» сдерживает импорт в страну такой важной продукции, как компьютеры, программное обеспечение и телекоммуникационное оборудование. Претенденты на получение правительственных контрактов, удовлетворяющие требованиям, необходимым для предоставления льготного режима (будь то бразильские компании, использующие бразильские технологии или продукты, или компании, в продукции которых содержится местных компонентов не меньше установленного предельного значения) получают льготы в размере 12% при участии в конкурсах на получение таких контрактов. (Другими словами, бразильская компания, претендующая на получение правительственного контракта, одержит победу, если цена, которую предлагает эта компания, превышает цену, предложенную иностранной компанией, не более чем на 12%). В Беларуси, Египте и Польше используются аналогичные процедуры.

Требования закупок у местных поставщиков

Правительства стран могут воспрепятствовать экспорту продукции иностранных компаний или деятельности этих компаний на их территории, требуя от них осуществления закупок товаров или услуг у местных поставщиков. Например, правительство Китая требует, чтобы на электростанциях мощностью не более 600 мегаватт использовалось оборудование только отечественного производства. В России обязательным условием деятельности совместных предприятий в нефтяной промышленности является закупка не менее 70% оборудования у местных производителей. Французское правительство требует, чтобы местные телевизионные каналы, такие как *TF1* и *Canal Plus*, показывали французские фильмы на протяжении не менее 40% эфирного времени, фильмы, снятые в странах Европы, – на протяжении 60% эфирного времени, тем самым существенно ограничивая рынок, доступный для фильмов, снятых за пределами Европы. Такие ограничения существуют также и на радиостанциях. В лучшее эфирное время не менее 40% песен, которые транслируют 1700 французских радиостанций, работающих в диапазоне АМ и FM, должны быть написаны французскими авторами или их должны исполнять французские или франкоязычные певцы. В странах Евросоюза, а также в Малайзии и Австралии существуют такие же требования к радиовещательным компаниям.

Нормы правового регулирования и контроля

Нетарифные ограничения могут принимать форму нормативного регулирования и контроля, осуществляемого правительственными органами. В числе соответствующих мер можно назвать такие действия местных органов власти, как проверка соблюдения санитарных норм и требований техники безопасности; ужесточение норм охраны окружающей среды; требование об обязательном получении компаниями соответствующих лицензий перед началом их деятельности в стране или перед строительством новых предприятий на ее территории; назначение налогов и платы за коммунальные услуги в размере, который отрицательно сказывается на конкурентоспособности международных компаний на местном рынке. Например, в соответствии со схемой выплаты страхо-

вых премий за фармацевтические товары, разработанной Государственным агентством Тайваня по страхованию здоровья (National Health Insurance Bureau), более благоприятные условия создаются для непатентованных лекарственных препаратов отечественного производства по сравнению с импортными препаратами. В Индии Центральная комиссия по установлению категории фильмов (Central Board of Film Certification) осуществляет контроль над импортом зарубежных фильмов, проверяя каждый фильм на предмет соответствия его содержания различным категориям местных зрителей. В Туркменистане все потребительские товары, ввозимые в страну, должны быть одобрены Государственным комитетом по стандартам (State Standards Committee). Медлительность такого процесса одобрения затрудняет импорт скоропортящихся продуктов. В Южной Корее три отдельных агентства контролируют соблюдение правил маркировки продуктов питания, импортируемых в страну. По мнению американских экспортеров, частое изменение этих правил без предварительного согласования и уведомления зарубежных производителей продуктов питания представляет собой не что иное, как сознательную попытку воспрепятствовать импорту сельскохозяйственной продукции зарубежного производства. В Малайзии и Таиланде запрещено передвижение автотранспортных средств с большим рабочим объемом цилиндра по платным автострадам; такая практика имеет своей целью сдерживание импорта продукции таких иностранных производителей, как *Harley-Davidson* и *BMW*.

Валютное регулирование

Правительства многих стран, в особенности развивающихся стран и стран с плановой экономикой, сдерживают международную торговлю с помощью валютного регулирования. В таких странах компании, занимающиеся экспортом товаров, получают право обменивать иностранную валюту по выгодному курсу, что должно повысить привлекательность иностранных рынков для отечественных производителей. Напротив, компании, занимающиеся импортом товаров, вынуждены покупать иностранную валюту в центральном банке страны по невыгодному курсу, что приводит в результате к повышению местных цен на иностранные товары. Туристам, путешествующим в таких странах, приходится обменивать иностранную валюту по особому обменному курсу. Этот курс, как правило, устанавливается таким образом, чтобы получить как можно больше валюты от иностранцев, свободно расходующих достаточно большие суммы денег.

В качестве иллюстрации валютного регулирования можно привести следующие примеры. После провозглашения Узбекистаном независимости от Советского Союза в 1991 г. в стране ощущалась большая нехватка иностранной валюты. Для того, чтобы решить эту проблему, правительство Узбекистана осуществляет контроль над всеми торговыми операциями, влекущими за собой оплату счетов в иностранной валюте. В процессе распределения скудных запасов иностранной валюты правительство создает более благоприятные условия для компаний, импортирующих капитал, по сравнению с компаниями, импортирующими потребительские товары.

Правительство Сирии следует еще более сложной стратегии привлечения иностранной валюты. В этой стране существует пять официальных и два не-

официальных обменных курса. Самый выгодный курс предназначен для осуществления операций по погашению официальных правительственных кредитов. Еще один выгодный курс используется для операций по экспорту нефтепродуктов компаниями государственного сектора, а также для всех правительственных операций по импорту товаров. Менее выгодные обменные курсы используются для совершения таких операций, как оплата обучения сирийских студентов за границей, выплата государственных пошлин, обмен иностранной валюты туристами, приток капитала, а также для осуществления других международных операций. Аналогичным образом в 2003 г. валютный контроль был введен в Венесуэле с целью защиты валютных резервов. Необходимость в этом возникла как результат всеобщей забастовки, длившейся на протяжении двух месяцев и подорвавшей национальную экономику. Валютное регулирование позволяет ограничить приобретение иностранной валюты компаниями, которые импортируют в страну второстепенные товары.

Регулирование инвестиций

Государственное регулирование иностранных инвестиций и иностранной собственности – явление широко распространенное, особенно в ключевых отраслях экономики, таких как телевидение и радиовещание, коммунальные услуги, авиаперевозки, заключение контрактов с предприятиями оборонного комплекса и предоставление финансовых услуг. Контроль со стороны государства в этих отраслях затрудняет выход иностранных компаний на соответствующие рынки страны. Например, в Польше иностранная собственность в сфере телевидения и радиовещания ограничена 33%; в Таиланде эта доля составляет 49%. На Филиппинах иностранная собственность в рекламной сфере ограничена 30%, в сфере телекоммуникаций – 40%. В Индонезии существуют ограничения на долю иностранной собственности в таких отраслях, как телевидение и радиовещание, заготовка древесины, а также прокат фильмов и распространение видеокассет. В Соединенных Штатах ограничивается размер иностранной собственности в авиакомпаниях, а также на телеканалах и радиостанциях.

В настоящее время нетарифные ограничения представляют собой более серьезные преграды на пути развития международной торговли, чем таможенные тарифы. Ограничения такого типа, с одной стороны, продиктованы очевидными причинами внутривнутриполитического характера; с другой стороны, они отрицательно сказываются на конкурентоспособности иностранных компаний. Именно поэтому нетарифные ограничения могут вызвать серьезные международные конфликты. Международным компаниям, деятельность которых зависит от нетарифных ограничений, во многих случаях необходима помощь правительств их стран в решении таких проблем.

9.3. Содействие и сдерживание международной торговли.

Правительственные субсидии

Многие страны стремятся поощрять экспортную деятельность национальных компаний путем предоставления им правительственных субсидий с целью сокращения затрат на ведение бизнеса. Например, в Бразилии и Кении импортируемые исходные ресурсы, используемые в процессе производства

экспортных товаров, освобождаются от налогов и таможенных тарифов; в то же время в Индии доходы от экспорта освобождаются от подоходного налога. В Австралии внедрены аналогичные схемы поощрения экспорта в таких отраслях, как автомобильная, текстильная, легкая и обувная промышленность. В Малайзии налоговые льготы предоставляются экспортным компаниям, которые открывают свои коммерческие представительства за рубежом и осуществляют маркетинговые исследования на многообещающих экспортных рынках.

В целях содействия экономическому развитию органы власти на федеральном уровне, региональном и местном уровнях во многих случаях предоставляют компаниям еще один тип субсидий, что имеет своей целью склонить компании к размещению или расширению своих производственных мощностей в соответствующих районах, что, в свою очередь, приводит к созданию дополнительного количества рабочих мест и расширению местной базы налогообложения. Такие льготы могут принимать следующие формы: снижение налога на собственность, предоставление права на бесплатное пользование землей, профессиональная подготовка рабочей силы, снижение тарифов на коммунальные услуги, строительство новых автодорог и т. д. Соперничество между органами власти различных административных районов за привлечение компаний на свою территорию может достигать достаточно высокого уровня. Например, в конце 2000 г. штат Техас предложил компании *Toyota* пакет разнообразных льгот на общую сумму \$133 млн, в результате чего ему удалось обойти ряд других штатов и добиться строительства нового завода компании на своей территории.

Правительственные субсидии позволяют сократить объем издержек на ведение бизнеса. Это приводит к искусственному повышению конкурентоспособности национальных компаний на экспортном рынке или к вытеснению ими иностранных компаний с внутреннего рынка, что оказывает определенное влияние на международную торговлю. С другой стороны, субсидии могут достичь такого размера, что это может разрушить нормальные условия для международной торговли. Судостроение, выращивание пшеницы и масложитная промышленность представляют собой печально известный пример отраслей, где произошла серьезная деформация процесса торговли из-за большого объема субсидий, предоставляемых государством. В войне субсидий больше всего проигрывают эффективно работающие производители продукции в странах, которые не имеют возможности выделять крупные субсидии, например, предприятия таких отраслей, как выращивание пшеницы в Австралии или молочная промышленность в Новой Зеландии.

Внешнеторговая зона (*foreign trade zone, FTZ*) – это географический район, в котором обеспечивается льготный таможенный режим для импорта или экспорта товаров. Размеры внешнеторговых зон могут варьировать от небольших площадей, равных территории товарного склада или производственного предприятия (такого как предприятие по выпуску дизельных двигателей компании *Caterpillar*, расположенное в г. Мосвиль, штат Иллинойс), до площадей, занимающих большие территории (например, китайский город Шеньчжень, граничащий с Гонконгом). Во всем мире внешнеторговые зоны используются как инструмент ускорения экономического развития. Например, форми-

рование таких зон сыграло главную роль в экономическом развитии небольшого африканского островного государства Маврикий. Использование внешнеторговых зон позволяет компаниям сократить, отсрочить, а в некоторых случаях – полностью избежать выплаты таможенных пошлин. Как правило, компания импортирует компоненты своей продукции во внешнеторговую зону, осуществляет их переработку, после чего экспортирует готовый продукт за границу, избегая уплаты таможенных пошлин со стоимости импортированных компонентов.

Система **maquiladora** (система беспошлинного импорта компонентов на мексиканский рынок для последующей сборки и реэкспорта готовых изделий) представляет собой еще один пример использования зон свободной торговли.

Maquiladora – это предприятие, расположенное во внешнеторговой зоне в Мексике; большинство предприятий типа *Maquiladora* находится в непосредственной близости от границы между Мексикой и США. Эти предприятия импортируют незавершенные изделия или их компоненты, выполняют переработку сырья или сборку готовых изделий из компонентов и реэкспортируют готовую продукцию. Товары, выпускаемые предприятиями *Maquiladora*, пользуются льготным таможенным и налоговым режимом. В Мексике не взимаются таможенные пошлины с незавершенной продукции, импортируемой такими предприятиями, при условии, что после окончательной сборки или обработки готовая продукция реэкспортируется за пределы Мексики. Оборудование, которое ввозится в Мексику и используется на предприятиях *Maquiladora*, также освобождается от таможенных пошлин. В США таможенные пошлины на продукцию, экспортируемую предприятиями *Maquiladora*, взимаются только со стоимости этой продукции, добавленной в результате ее обработки на территории Мексики. В настоящее время отрасль промышленности Мексики, состоящая из предприятий *Maquiladora*, является вторым по величине сектором экономики страны (после добычи нефти), а также занимает второе место в стране по объему поступлений иностранной валюты. Однако в результате принятия Североамериканского соглашения о свободной торговле (NAFTA) многие таможенные льготы, которыми раньше пользовались только предприятия *Maquiladora*, стали доступными для предприятий, расположенных на всей территории Мексики. Таким образом, мексиканские города, расположенные в глубине страны (такие как Монтеррей и Сальтильо), были поставлены в равные условия с приграничными городами (например, Нуэво-Ларедо и Матаморос) в плане привлечения на свою территорию новых предприятий иностранных компаний, продукция которых предназначена для рынка Северной Америки.

Программы финансирования экспорта

Успех или неудача экспортной деятельности компаний, занимающихся крупномасштабными проектами (такими как сборка самолетов, выпуск суперкомпьютеров или сооружение строительных объектов), зависит от того, насколько качественным является конечный продукт компании, обеспечивается ли послепродажное ремонтное обслуживание, а также предусмотрена ли достаточно выгодная схема финансирования проекта (последний фактор во многих случаях оказывается решающим). В качестве иллюстрации рассмотрим следующий пример. Предположим, компания *Boeing* конкурирует с компанией

Airbus за возможность продажи авиакомпании *Air Canada* самолета на 200 мест для использования на местных авиалиниях. В процессе принятия решения, самолету какой компании следует отдать предпочтение, специалисты *Air Canada* внимательно взвешивают такие аргументы, как цена, послепродажная техническая поддержка, эксплуатационные издержки, а также финансовые издержки. При прочих равных обстоятельствах именно условия финансирования могут сыграть критическую роль в принятии решения о том, какая самолетостроительная компания получит контракт.

Принимая во внимание важность условий финансирования, в большинстве основных торгующих стран были созданы правительственные организации, призванные оказывать содействие отечественным компаниям в организации финансирования экспортных продаж, осуществляемых как в крупных, так и в небольших масштабах. **Экспортно-импортный банк США, Эксимбанк** (Export-Import Bank, Eximbank), обеспечивает финансирование экспорта продукции американских компаний посредством предоставления прямых кредитов и гарантий по кредитам; в 2006 г. этот банк обеспечил финансирование более чем 2300 экспортных сделок на сумму \$12,5 млрд. Крупные компании, такие как *Boeing*, являются важными клиентами Экспортно-импортного банка США, однако этот банк обслуживает также и мелких американских экспортеров. Например, Эксимбанк предоставил гарантии по банковским кредитам компании *De Francisci Machine Corporation* на сумму \$7,9 млн, что позволило этому небольшому нью-йоркскому производителю оборудования по обработке пищевых продуктов экспортировать свою продукцию в адрес двух польских предприятий по производству макаронных изделий. Кроме того, Эксимбанк и его субконтракторы предоставляют стандартные услуги по коммерческому страхованию тем экспортным компаниям, которые сотрудничают с этим банком. Еще одна организация, финансируемая правительством США, **Корпорация зарубежных частных инвестиций** (Overseas Private Investment Corporation, OPIC), обеспечивает очень важный тип страхования – страхование от политических рисков. В случае конфискации иностранным государством товаров или имущества застрахованной компании OPIC компенсирует ей убытки. В большинстве основных стран, участвующих в международной торговле, есть аналогичные организации, обеспечивающие финансирование экспорта, коммерческое страхование, а также страхование от политических рисков.

Сдерживание недобросовестной торговой практики

Правительства многих стран мира принимают и внедряют программы, направленные на защиту отечественных отраслей экономики от отрицательного влияния импорта, а также программы, имеющие своей целью содействие экспорту. Неудивительно, что время от времени некоторые конкурирующие компании заявляют о нарушении правил конкурентной борьбы. В ответ на такие претензии во многих странах были приняты законы, защищающие отечественные компании от недобросовестной торговой практики.

В США жалобы, поступающие от компаний, пострадавших от недобросовестной торговой практики, в первую очередь рассматриваются в Международной торговой администрации (International Trade Administration, ИТА). Междуна-

родная торговая администрация, входящая в состав Министерства торговли США, определяет, действительно ли несправедливая торговая практика имеет место. Министерство торговли передает подтвержденные случаи недобросовестной торговой практики на рассмотрение Комиссии по вопросам международной торговли (International Trade Commission, ИТС), имеющей статус независимой правительственной организации. Если все шесть членов Комиссии по вопросам международной торговли приходят к выводу о том, что американские производители понесли «материальный ущерб», эта организация в качестве противодействия несправедливой торговой практике вводит таможенные пошлины на импорт товаров, ставших причиной подобной ситуации. Комиссия по вопросам международной торговли, так же как и Канадский трибунал по вопросам международной торговли (Canadian International Trade Tribunal), и правительственные организации такого типа в других странах, рассматривает случаи недобросовестной торговой практики двух типов: правительственные субсидии, нарушающие нормальный процесс торговли, и несправедливую практику ценообразования.

В большинстве стран предпринимаются меры по защите отечественных компаний от иностранных конкурентов, успешная деятельность которых обусловлена предоставляемыми им правительственными субсидиями. **Компенсационная пошлина** (countervailing duty, CVD) – это адвалорный тариф на импортируемый товар, введенный страной-импортером в качестве меры, противостоящей влиянию субсидий, предоставляемых иностранным компаниям. Компенсационная пошлина определяется таким образом, чтобы ее размер только покрывал преимущества, которые компания-экспортер получает от получения правительственной субсидии. Такой способ обеспечивает осуществление торговли на условиях конкурентных преимуществ отдельных компаний и в соответствии с законом относительных преимуществ, а не объемом субсидий, предоставляемых правительствами своим компаниям.

Протесты против введения компенсационных таможенных пошлин в большинстве случаев являются результатом определенных действий правительства одной страны, направленных на преодоление мер, предпринятых правительством другой страны. Например, общепринятым принципом аграрной политики Евросоюза было повышение цен на продукцию европейских фермеров, которые выращивают зерно. К сожалению, высокая стоимость фуражного зерна привела к увеличению объема затрат европейских производителей продукции из свиного мяса, что, в свою очередь, сделало их мясные продукты неконкурентоспособными на мировом рынке. Для того, чтобы сократить убытки предприятий по выпуску мясопродуктов из-за высоких цен на зерно, Евросоюз согласился на предоставление субсидии для обеспечения экспорта консервов из ветчины и других мясных продуктов. При помощи этой субсидии датские и голландские предприятия по переработке свинины смогли захватить 25% канадского рынка мясных консервов. В результате канадские компании, занимающиеся выпуском продуктов из свинины, обратились в Канадский трибунал по вопросам международной торговли с просьбой о введении компенсационной таможенной пошлины на импорт мясных консервов датского и голландского

производства (эта просьба была удовлетворена). Аналогичным образом органы власти Евросоюза сделали вывод о том, что южнокорейская компания *Hynix Semiconductor*, третий по величине в мире производитель микросхем памяти, получила конкурентные преимущества на базе субсидий, предоставленных правительством Южной Кореи. На основании этого вывода были введены компенсационные таможенные пошлины в размере от 30 до 35% на продукцию компании *Hynix*, продаваемую в странах Евросоюза.

Антидемпинговое законодательство

Во многих странах предпринимаются меры, направленные на то, чтобы отечественные компании не стали жертвой дискриминационной или хищнической стратегии иностранных компаний в сфере ценообразования – практики, типичным примером которой является демпинг. Существуют два типа демпинга. Во-первых, демпинг имеет место в случае, когда компания продает свои товары на внешнем рынке по ценам, которые ниже цен на эти же товары на внутреннем рынке этой страны. Этот тип демпинга представляет собой одну из форм дискриминационного ценообразования в процессе международной торговли. Второй тип демпинга предполагает продажу на внешнем рынке товаров по ценам ниже их себестоимости; в этом случае демпинг представляет собой одну из форм хищнической практики ценообразования. Проблема, связанная с хищническим ценообразованием, заключается в том, что компания может снизить цены на свою продукцию в стране, в которой она ведет торговую деятельность, вытеснить отечественные компании этой страны с рынка, после чего назначить монопольные цены на свою продукцию на этом рынке, пользуясь тем, что конкурирующие фирмы разорены. Антидемпинговое законодательство защищает местные отрасли экономики от демпинга, осуществляемого иностранными компаниями.

Следует отметить, что не всегда бывает просто определить, на самом ли деле имеет место первый тип демпинга – **ценовая дискриминация**. Например, многие западные политические деятели обвиняют японские компании в демпинге, обращая внимание на то, что в Токио розничные цены на товары японских компаний во многих случаях выше по сравнению с ценами на эти же товары в Нью-Йорке. Тем не менее неуместно использовать розничные цены в качестве критерия определения факта демпинга. Сопоставление необходимо проводить между ценами на товары, назначаемыми для иностранных и для отечественных потребителей непосредственно на предприятии, выпускающем эти товары, хотя данные об этих ценах получить достаточно трудно. Высокий уровень розничных цен в Токио может отображать неэффективность японской системы распределения или высокий уровень затрат на розничную торговлю товарами, а не демпинг со стороны производителя продукции.

При втором типе демпинга – **хищническом ценообразовании** – процесс определения себестоимости продукции также очень сложен, в особенности если речь идет о крупных многонациональных корпорациях (таких как *Toyota* или *Nissan*), в состав которых входит много подразделений.

Контрольные вопросы

1. Перечислите преимущества и недостатки политики поддержки базовых отраслей промышленности.

2. Во многих странах мира высказываются многочисленные протесты против ограничения доступа иностранных компаний на внутренний рынок Японии (эти протесты в определенной степени обусловлены успехом японских компаний в конкурентной борьбе на международном рынке). Кто выиграет и кто проиграет от снижения ограничений на импорт товаров на японский рынок?

3. Стратегическая теория торговли применима к тем отраслям, в состав которых входит всего несколько компаний, функционирующих во всем мире. Перечислите как можно больше отраслей, которые попадают в эту категорию.

4. Начиная с 1992 г. в Индонезии действуют высокие экспортные пошлины на экспорт древесного сырья и пиломатериалов. Почему были введены эти пошлины? (Подсказка: Какое влияние оказали эти экспортные тарифы на внутренний рынок древесины и лесоматериалов? Какие отечественные отрасли промышленности должны получить выгоду от этого?) Кому будет нанесен ущерб в результате введения этих экспортных пошлин?

5. Должен ли вызывать беспокойство у потребителя тот факт, что иностранные компании продают свои товары по низким ценам?

10. МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В СФЕРЕ ТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Соглашения о международном сотрудничестве представляют собой важный элемент экономической среды, в которой функционируют международные компании.

Кризис мировой экономики, который разразился во время Великой депрессии в период между Первой и Второй мировыми войнами, в определенной степени был обусловлен введением во многих странах мира запретительных тарифов и квот, а также осуществлением других протекционистских мер, направленных против импорта товаров. По мере того как страны одна за другой начинали вести политику разорения соседей, международным компаниям становилось все труднее заниматься международной торговлей и инвестициями. Поднимая таможенные тарифы и квоты, правительства отдельных стран рассчитывали на то, что это улучшит положение отечественных отраслей промышленности и облегчит жизнь граждан, несмотря на возможное нанесение ущерба гражданам и экономике других стран. Например, в 1930 г. правительством США была предпринята попытка защитить отечественные отрасли промышленности от иностранной конкуренции посредством повышения таможенных тарифов в среднем до 53% (это повышение было предусмотрено Законом Смута-Хаули). Однако когда в других странах, таких как Великобритания, Италия и Франция, были установлены такие же высокие тарифные барьеры, ни одна из стран не получила ожидаемых конкурентных преимуществ. В результате ухудшения условий для международной торговли сократились размеры экспортных рынков и в конечном итоге пострадали все страны, которые пошли по пути введения торговых барьеров.

С целью создания гарантий того, что мир, наступивший после Второй мировой войны, не будет нарушен такими торговыми войнами, в 1947 г. представители самых влиятельных торгующих стран собрались в Гаване (столице Кубы), чтобы учредить Международную торговую организацию (International Trade Organization, ИТО). Миссия Международной торговой организации состояла в поддержке международной торговли. К сожалению, эта организация так и не начала свою практическую деятельность из-за противоречий относительно ее полномочий. В результате миссия ИТО была возложена на **Генеральное соглашение о тарифах и торговле** (General Agreement on Tariffs and Trade, ГАТТ), которое разрабатывалось в процессе подготовки к конференции в Гаване. С 1947 по 1994 г. государства, подписавшие ГАТТ (формально ГАТТ относится к категории соглашений, а не организаций), предпринимали активные действия по ликвидации барьеров на пути международной торговли. В рамках ГАТТ проходили конференции, на которых министры торговли обсуждали общие проблемы и разрабатывали общие принципы экономической политики в сфере международной торговли. В январе 1995 г. место Генерального соглашения о тарифах и торговле заняла Всемирная торговая организация, на которую были возложены функции ГАТТ.

Цель ГАТТ заключалась в создании международной торговой среды, основанной на принципах свободной торговли и конкурентной борьбы и поэтому приносящей выгоду эффективным производителям. Эту цель поддерживали многие многонациональные корпорации (МНК). Достижение этой цели обеспечивалось проведением многосторонних переговоров о сокращении тарифов, квот и других нетарифных ограничений. Поскольку высокие тарифы с самого начала стали наиболее серьезным препятствием на пути международной торговли, основное внимание государств, подписавших ГАТТ, было сосредоточено на снижении общего уровня тарифного протекционизма. За весь период существования ГАТТ было проведено восемь «раундов» переговоров, которые получали свои названия по названиям тех мест, в которых начинался каждый раунд (см. табл. 2.6.1.). Совокупный результат восьми раундов переговоров, проведенных в рамках ГАТТ, состоял в существенном сокращении тарифов. Тарифы, введенные развитыми странами, снизились в среднем с уровня, превышающего 40% в 1948 г., приблизительно до 3% в 2003 г. Как показано на рис. 10.1., в результате переговоров, проведенных в рамках ГАТТ, в послевоенный период объем мировой торговли существенно возрос.

Чтобы помочь международным компаниям вести конкурентную борьбу на мировом рынке независимо от их государственной принадлежности, участники ГАТТ стремились обеспечить недискриминационные условия для международной торговли. Этому удалось добиться посредством применения принципа **наибольшего благоприятствования** (most favored nation, MFN), который требует, чтобы любые таможенные льготы, предоставленные одной стране, распространялись и на другие страны. Согласно правилам ГАТТ, все участники соглашения должны были руководствоваться принципом наибольшего благоприятствования в отношениях с другими участниками. Например, если Соединенные Штаты планируют сократить свой тариф на импорт британских грузовых автомобилей до 20%, им необходимо сократить тарифы на импорт автомобилей этого же класса из остальных стран – участников ГАТТ до 20%. Благодаря принципу наибольшего благоприятствования, в рамках ГАТТ проводились преимущественно многосторонние, а не двусторонние торговые переговоры, что еще больше увеличивало роль **ГАТТ**.

Таблица 2.6.1.

Раунды переговоров в рамках ГАТТ

Раунд	Даты	Количество участников	Средний показатель снижения тарифов, %
Женева	1947	23	35
Аннеси	1949	13	33
Торки	1950-1951	38	25
Женева	1956	26	28
Диллон	1960-1962	45	30
Кеннеди	1964-1967	62	35
Токио	1973-1979	99	33
Уругвай	1986-1994	117	36

Существуют два важных исключения из принципа наибольшего благоприятствования.

1. Для того, чтобы поддержать развивающиеся страны в их стремлении к экономическому росту, участникам GATT было разрешено снижать тарифы на импорт продукции из этих стран, не распространяя такое же снижение тарифов на развитые страны. В тарифном кодексе США такие льготы отображены в так называемой «**общей системе таможенных льгот**» (generalized system of preferences). В других развитых странах предусмотрены такие же меры по предоставлению таможенных льгот. Очевидно, что сокращение таможенных тарифов в соответствии с общей системой таможенных льгот увеличивает конкурентное давление на отечественные компании, которые уязвимы к конкуренции со стороны импорта товаров из развивающихся стран.

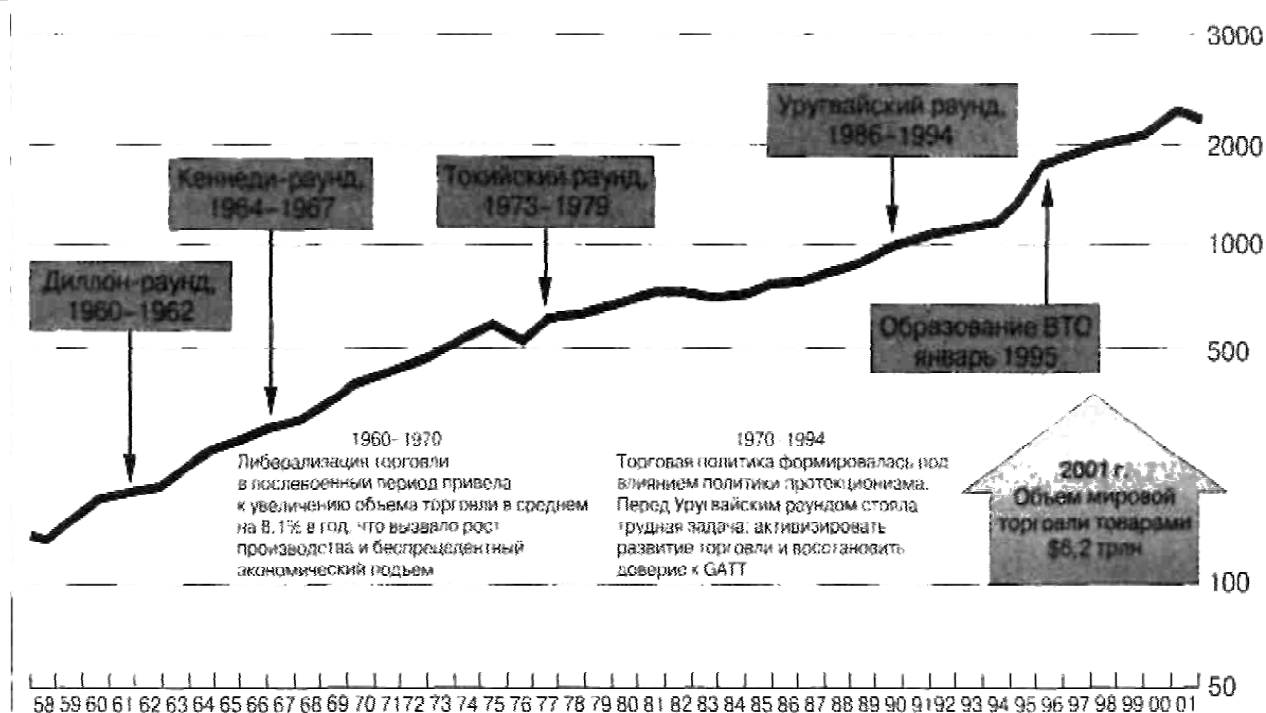


Рис. 10.1. Объем мировой торговли в послевоенный период

МНК могут противопоставить такому развитию событий сокращение импорта исходных ресурсов и производственных издержек посредством размещения своих производственных мощностей и сборочных предприятий в странах, которые пользуются преимуществами общей системы таможенных льгот.

2. Второе исключение из принципа наибольшего благоприятствования распространяется на региональные соглашения, которые поддерживают экономическую интеграцию, такие как ЕС и NAFTA.

В основу GATT был заложен благородный принцип содействия свободной торговле. Тем не менее, сторонники этого принципа отдавали себе отчет в том, что под давлением внутривнутриполитических обстоятельств многие страны вынуждены отклоняться от политики свободной торговли. В рамках GATT таким странам было предоставлено право осуществлять недискриминационную защиту отечественных отраслей экономики. С другой стороны, правила GATT предполагали, что при этом должны использоваться только тарифные ограничения

на внешнюю торговлю. Запрет на квоты и другие нетарифные ограничения был обусловлен тем, что во многих случаях достаточно трудно определить влияние таких торговых барьеров на конкурентоспособность компаний, так как они менее «прозрачны» и могут носить скрытый дискриминационный характер. Тем не менее, в правилах ГАТТ существовали «лазейки», позволявшие многим странам вводить дискриминационные квоты и другие нетарифные ограничения без формального нарушения требований, предусмотренных в соглашении. Например, квоты на импорт арахиса, сахара и другой сельскохозяйственной продукции, введенные в 1955 г. в США в качестве временного исключения из общих правил ГАТТ, продолжали действовать на протяжении нескольких десятилетий. Исключения для отдельных стран могли иметь место при необходимости защитить их национальную безопасность или решить проблемы с платежным балансом. Кроме того, в рамках ГАТТ странам предоставлялось право при определенных обстоятельствах защищать отечественные отрасли промышленности от «слишком сильной» конкуренции.

Одним из важнейших результатов Уругвайского раунда стало принятие решения о создании Всемирной торговой организации. Участники переговоров составили предварительную программу действий этой организации, а также пришли к соглашению о предоставлении ВТО более широких полномочий в борьбе с торговыми ограничениями по сравнению с полномочиями ГАТТ.

Всемирная торговая организация

ВТО (World Trade Organization, WTO), была создана в январе 1995 г. Страны – члены ВТО обязаны открывать свои рынки для международной торговли и придерживаться правил торговли, установленных ВТО. Всемирная торговая организация имеет своей целью выполнение следующих задач:

- 1) поддержка торговых потоков посредством стимулирования недискриминационной, прогнозируемой торговой политики в странах, входящих в состав ВТО;
- 2) устранение существующих торговых барьеров путем проведения многосторонних переговоров;
- 3) учреждение беспристрастных процедур разрешения торговых конфликтов между странами – членами ВТО.

Всемирная торговая организация была создана на базе ГАТТ и должна была развить успехи, достигнутые соглашением; фактически соглашение ГАТТ стало частью Соглашения об учреждении ВТО. Однако между ВТО и ГАТТ существует два важных различия. Во-первых, основное внимание ГАТТ было сосредоточено на поддержке торговли товарами, тогда как полномочия ВТО намного шире: эта организация несет ответственность за поддержку торговли товарами, услугами, за защиту прав на интеллектуальную собственность, а также за регулирование инвестиций, имеющих отношение к торговле. Во-вторых, ВТО обладает намного более широкими полномочиями в плане проведения принимаемых решений в жизнь по сравнению с полномочиями ГАТТ.

Принципы мировой системы торговли, принятые Всемирной торговой организацией:

– *Отсутствие дискриминации.* Страны – члены ВТО не должны предпринимать дискриминационные меры против своих торговых партнеров (всем партнерам предоставляется режим «наибольшего благоприятствования»). Страны – члены ВТО не должны создавать различные условия для отечественных и иностранных товаров, услуг и граждан (которым предоставляется «национальный режим»);

– *Свобода торговли.* Сокращение торговых ограничений осуществляется путем переговоров между странами – членами ВТО;

– *Прогнозируемость.* Страны – члены ВТО дают согласие не поднимать уровень торговых ограничений (в том числе таможенных тарифов и нетарифных ограничений) в произвольном порядке;

– *Конкуренция.* ВТО не одобряет «недобросовестную» торговую практику, такую как предоставление экспортных субсидий и искусственное снижение цен на продукцию с целью получения доли на рынке;

– *Создание благоприятных условий для развивающихся стран.* ВТО предоставляет в распоряжение развивающихся стран больше времени на адаптацию к происходящим изменениям, создает для них более гибкие условия торговли, а также предоставляет им особые льготы.

Генеральное соглашение о торговле услугами (General Agreement on Trade in Services, GATS). Ликвидация барьеров на пути торговли услугами – это еще одна серьезная проблема, стоящая перед ВТО. Во время Уругвайского раунда переговоров был разработан ряд принципов, в соответствии с которыми должна осуществляться торговля услугами. Например, одним из таких принципов является недискриминационная политика государства в сфере торговли услугами. Один из таких недискриминационных подходов состоит в использовании **национального режима** (national treatment), в соответствии с которым для деятельности иностранных компаний в стране должны создаваться такие же условия, как и для отечественных компаний. В 2000 г. страны – члены ВТО начали переговоры о заключении нового соглашения о торговле услугами, но эти переговоры продвигаются очень медленно.

Соглашение по торговым аспектам прав на интеллектуальную собственность (Agreement on Trade Aspects of Intellectual Property Rights, TRIPS). Неадекватное применение законов и нормативных актов, запрещающих незаконное использование, копирование или подделку интеллектуальной собственности, ущемляет права предпринимателей, художников и изобретателей и наносит им большой материальный ущерб. Проблемы подобного рода особенно распространены в музыкальной индустрии, киноиндустрии и индустрии программного обеспечения. Соглашение по данному вопросу, подписанное в рамках Уругвайского раунда, существенно усилило защиту прав на интеллектуальную собственность. Кроме того, были разработаны процедуры введения принятых решений в действие, а также разрешения споров и привлечения к ответственности нарушителей законов об охране интеллектуальной собственности. Однако поскольку многие владельцы прав на интеллектуальную собственность

живут в развитых странах, а нарушители соответствующих законов – в развивающихся странах, участники Уругвайского раунда договорились о поэтапной реализации мер по защите интеллектуальной собственности по истечении десятилетнего периода. Высокий уровень заболеваемости ВИЧ/СПИД и другими инфекционными заболеваниями во многих слаборазвитых странах вынудил руководство этих стран обратиться в ВТО с доводами в пользу ослабления предусмотренных Уругвайским раундом мер по защите прав на интеллектуальную собственность, по крайней мере, в случае с медикаментами, которые применяются в развивающихся странах и могут спасти жизнь больных. Производители фармацевтических препаратов заявляют в ответ, что без защиты их интеллектуальной собственности поступление новых чудодейственных препаратов в эти страны постепенно сократится, что подвергнет опасности здоровье будущих поколений.

Соглашение об инвестиционных мерах, связанных с торговлей (Trade-Related Investment Measures Agreement, TRIMS). Членам ВТО хорошо известна связь между торговлей и инвестициями: около одной трети от годового объема торговли товарами и услугами, равного \$7,7 трлн, приходится на внешнеторговые операции между дочерними предприятиями, а также между дочерними предприятиями и материнскими компаниями МНК. С другой стороны, развивающиеся страны убеждены в том, что прямые иностранные инвестиции могут стать важным механизмом поддержки экономического роста, передачи технологий и индустриализации. Следовательно, такие страны не желают терять контроль над прямыми иностранными инвестициями. Соглашение TRIMS, подписанное во время Уругвайского раунда, представляет собой только небольшой шаг в сторону ликвидации государственного регулирования иностранных инвестиций, которое может нарушать или сдерживать процесс торговли. Соглашение TRIMS затрагивает следующие аспекты международных инвестиций, имеющие отношение к торговле:

– *правила, регулирующие равновесие торговли*: страны не имеют права требовать от иностранных инвесторов ограничения импорта сырья и комплектующих объемом экспорта продукции их производственных подразделений в стране;

– *доступ к системе обмена валюты*: страны не имеют права ограничивать доступ иностранных инвесторов к системе обмена валюты;

– *требования о продаже продукции на внутреннем рынке страны*: страны не имеют права требовать от инвестора продавать часть готовой продукции на внутреннем рынке страны.

Однако при определенных обстоятельствах развивающиеся страны имеют право отказаться от выполнения этих требований.

11. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ

Региональные торговые блоки существенно отличаются друг от друга по типам и функциям. Наиболее важной характеристикой торгового блока, с точки зрения международных компаний, является степень экономической интеграции между членами блока. Это обусловлено тем, что степень интеграции затрагивает экспортные и инвестиционные возможности компаний в процессе ведения бизнеса, как со странами – членами регионального торгового блока, так и со странами, которые не входят в его состав. Существуют пять форм региональной экономической интеграции: зона свободной торговли, таможенный союз, общий рынок, экономический союз и политический союз. Все эти формы рассматриваются ниже в порядке возрастания степени экономической интеграции.

Зона свободной торговли

Торговля между экономическими объектами, входящими в состав **зоны свободной торговли**, стимулируется посредством устранения торговых барьеров (таможенных тарифов, квот и других нетарифных ограничений). В качестве примера такого соглашения можно назвать НАФТА; в соответствии с этим соглашением сокращены тарифные и нетарифные ограничения на торговлю между Канадой, Мексикой и Соединенными Штатами Америки.

Ведение политики свободной торговли позволяет устранить торговые барьеры между участниками зоны свободной торговли. В то же время каждый участник зоны свободной торговли может вести свою собственную торговую политику по отношению к странам, не входящим в эту зону. В результате многие участники зон свободной торговли подвергаются отрицательному влиянию процесса, получившего название **«отклонение торговых потоков»** (trade deflection). Отклонение торговых потоков происходит в случае, когда страны, не входящие в состав зоны свободной торговли, изменяют направление экспортного потока товаров (или отклоняют этот поток) таким образом, чтобы он прошел через страну, входящую в состав зоны свободной торговли и имеющую самые низкие ограничения на внешнюю торговлю. Предположим, например, что Канада использует высокие тарифы или квоты на импорт того или иного продукта из стран, не входящих в зону свободной торговли. Предположим также, что в Соединенных Штатах введены низкие ограничения на импорт этого же продукта из стран, не входящих в состав данной зоны. Воспользовавшись преимуществами низких ограничений на импорт товара в США, страны, не являющиеся участниками зоны, могут сначала направить свои экспортные товары, предназначенные для Канады, в Соединенные Штаты, а затем реэкспортировать их из США в Канаду. Страны – участницы зоны свободной торговли заинтересованы в том, чтобы не допустить нарушения торговых отношений со странами, не входящими в состав этой зоны, из-за отклонения торговых потоков. Именно поэтому в большинстве соглашений о свободной торговле предусмотрены **правила определения происхождения товаров** (rules of origin). В этих правилах подробно описаны условия, при которых товар можно отнести к категории продуктов, выпущенных либо на предприятиях стран – участниц зоны свободной торговли, либо в странах, не входящих в ее состав. Например, со-

гласно правилам определения происхождения товаров, принятым НАФТА, продукт может получить льготный таможенный режим только в случае, если он был собран или обработан в Мексике, Канаде или Соединенных Штатах.

Таможенный союз

Международная торговля, осуществляемая в рамках **таможенного союза** (customs union), основывается на сочетании таких мер, как устранение ограничений на внутреннюю торговлю между странами – участницами таможенного союза и ведение общей политики в сфере внешней торговли этих стран по отношению к странам, не входящим в состав союза. Предоставление одинакового таможенного режима продукции из всех стран, не входящих в таможенный союз, позволяет избежать проблемы отклонения торговых потоков. Компания из страны, не являющейся членом таможенного союза, платит одинаковые таможенные пошлины на экспорт своей продукции во все страны, входящие в его состав.

В прошлом самой влиятельной организацией такого типа был Германский таможенный союз (*Zollverein*), созданный в 1834 г. несколькими независимыми немецкими княжествами. Объединение Германии, состоявшееся в 1870 г., было ускорено благодаря существованию этого таможенного союза, который укрепил экономические связи между немецкими княжествами и стал основой их политического союза. Более современный пример таможенного союза – Меркосур (соглашение, подписанное Аргентиной, Бразилией, Парагваем и Уругваем с целью содействия взаимной торговле).

Общий рынок

Общий рынок – это третий этап на пути всеобщей экономической интеграции. Как и участники таможенного союза, участники общего рынка устраняют ограничения на внутреннюю торговлю между странами общего рынка и ведут общую политику в сфере внешней торговли этих стран со странами, не входящими в его состав. Однако страны общего рынка продвинулись в направлении экономической интеграции на шаг дальше, устранив запреты на движение факторов производства (такие как рабочая сила, капитал и технологии) в рамках общего рынка. Работники могут переезжать из родной страны в любую другую страну общего рынка и применять там свои знания и навыки. Компании могут размещать производственные мощности, вкладывать средства в другие компании, а также использовать их технологии в любой стране общего рынка. Предполагается, что при этом уровень производительности должен обязательно повыситься во всех странах общего рынка, поскольку факторы производства могут без ограничений быть размещены именно там, где они могут обеспечить максимальную прибыль. В качестве примера общего рынка можно назвать Европейскую экономическую зону, образованную в результате подписания соглашения между странами – членами ЕС и некоторыми другими европейскими странами. Задача Европейской экономической зоны заключается в поддержке свободного перемещения рабочей силы, капитала и технологий между странами – участницами этой зоны.

Экономический союз

Экономический союз обеспечивает полную интеграцию экономики двух или более стран. Помимо устранения ограничений на внутреннюю торговлю,

ведения общей политики в сфере внешней торговли и снятия ограничений на передвижение факторов производства между странами, входящими в состав союза, экономический союз требует от своих членов координации экономической политики (монетарной и финансово-бюджетной политики, политики в сфере налогообложения, а также программ социального обеспечения) с целью объединения экономики стран – членов союза в единое целое. В настоящее время происходит процесс создания экономического союза двенадцатью странами – членами ЕС, основанного на введении единой валюты (евро) в этих странах.

Политический союз

Политический союз – это полная политическая и экономическая интеграция двух или более стран, позволяющая этим странам действовать как единое целое. Примером политического союза может служить образование нового государства, Соединенных Штатов Америки, в результате интеграции 13 разрозненных колоний, действующих в соответствии со Статьями Конфедерации (договором об образовании конфедерации тринадцати штатов США). На рис. 2.7.1. приведено краткое описание каждой из пяти форм экономической интеграции.

Влияние экономической интеграции на деятельность компаний

С точки зрения отдельной компании региональная интеграция представляет собой «обоюдоострый меч». Рассмотрим такой аспект экономической интеграции, как устранение ограничений на внутреннюю торговлю между странами – членами экономического или политического союза, общего рынка, свободной экономической зоны или таможенного союза, – аспект, свойственный всем пяти формам экономической интеграции. Снижение тарифов в рамках региональных торговых блоков открывает рынки всех стран, входящих в состав этих блоков, для продукции всех компаний этих стран. В результате экономии от масштаба, полученной на базе расширения сегмента потребителей в рамках данного торгового блока, компании могут сократить средний объем затрат на производство и распределение продукции. Такая структура издержек повышает конкурентоспособность компаний на международном рынке за пределами данного торгового блока. Например, деятельность многих канадских промышленных компаний опирается на соглашения о свободной торговле, подписанные между Канадой и Соединенными Штатами. Руководство этих компаний было убеждено в том, что более легкий доступ на крупный рынок США позволит увеличить партии изделий, выпускаемых канадскими предприятиями, и тем самым сократить средний уровень издержек и повысить конкурентоспособность канадских товаров на международном рынке как в рамках зоны свободной торговли, так и за ее пределами. Однако снятие торговых барьеров также открывает отечественный рынок компании для конкуренции со стороны иностранных компаний, расположенных в других странах данного торгового блока, угрожая тем самым менее эффективным компаниям.



Рис. 2.7.1. Формы экономической интеграции

Региональный торговый блок может также привлечь прямые иностранные инвестиции из стран, не входящих в состав этого блока, поскольку компании из стран, не входящих в блок, стремятся воспользоваться преимуществами резидента страны-участницы блока посредством размещения своих производственных мощностей на территории стран, входящих в его состав. Многие многонациональные корпорации из неевропейских стран, в том числе *General Mills*, *Toyota* и *Samsung*, активно инвестируют капитал в страны Евросоюза, чтобы воспользоваться преимуществами возросшей европейской экономической интеграции. Эти инвестиции позволяют повысить производительность труда европейских рабочих и расширяют возможности, доступные европейским потребителям. С другой стороны, эти же инвестиции угрожают процветанию таких крупнейших европейских компаний, как *Unilever*, *Renault* и *Siemens*.

Как правило, все формы экономической интеграции приносят выгоду экономике страны в целом, но наносят ущерб отдельным отраслям или группам граждан этой страны. Следовательно, ведение переговоров по вопросам экономической интеграции любого типа представляет собой достаточно сложный процесс. Группы, объединенные особыми интересами и осознающие, что подписание того или иного соглашения принесет вред этим интересам, пытаются выступить против этого соглашения. Например, рабочие канадских автомобилестроительных предприятий выступали против подписания соглашения NAFTA, опасаясь, что такие компании, как *Ford*, *GM* и *Chrysler*, перенесут свои производственные мощности из Канады в Мексику, чтобы воспользоваться преимуществами низких затрат на рабочую силу. В результате такого международного политического давления только очень немногие соглашения об экономической интеграции можно отнести к разряду «чистых» соглашений. В большинстве соглашений есть пункты, предусматривающие те или иные исключе-

ния, призванные успокоить группы влиятельных отечественных компаний, имеющих противоположные интересы.

Самым важным в мире региональным торговым блоком современности является Европейский Союз (ЕС).

Органы управления Европейским Союзом

Евросоюз – это уникальная организация. Члены ЕС – это суверенные государства, которые согласились, в некоторых случаях весьма неохотно, передать часть своих полномочий ЕС. Евросоюз можно охарактеризовать и как «межгосударственное правительство» (поскольку он осуществляет управление действиями национальных правительств), и как «надгосударственное правительство» (поскольку его власть выше власти национальных правительств). Управление Евросоюзом осуществляется четырьмя организациями, которые выполняют функции исполнительной, административной, законодательной и судебной власти:

- Совет Европейского Союза (штаб-квартира которого находится в Брюсселе, Бельгия);
- Комиссия Европейского Союза (также базирующаяся в Брюсселе);
- Европейский парламент (как правило, собирается в Страсбурге, Франция);
- Европейский суд (заседающий в Люксембурге).

Большинство работников административных органов ЕС работают в Брюсселе, многие жители Европы называют правительство ЕС «Брюссель», точно так же, как канадцы обозначают правительство своей страны названием «Оттава», а многие американцы называют свое правительство «Вашингтон».

Борьба за создание общего рынка

Задача создания общего рынка, поставленная перед ЕЭС Римским договором, оказалась на самом деле неосуществимой. К сожалению, на протяжении первых 35 лет существования Евросоюза эта цель была не чем иным, как иллюзией. Формирование общего рынка, который сделал бы возможным свободное перемещение товаров, услуг, рабочей силы и технологий, требовало от каждого члена ЕС изменения тысяч национальных законов, производственных стандартов и нормативных актов для обеспечения их совместимости с законами, стандартами и нормативными актами других членов ЕС. На практике страны – члены ЕС очень осторожно продвигались в этом направлении, испытывая сильное политическое давление со стороны заинтересованных отечественных групп.

Например, Испания потребовала, чтобы клавиатуры компьютеров, продаваемые на ее территории, содержали клавишу знака «тильды» (~) (который широко используется в испанском языке для обозначения мягкости).

Продвижение стран – членов ЕС в деле устранения противоречий между их производственными стандартами было настолько медленным, что, по мнению некоторых пессимистов, в ЕС могла начаться дезинтеграция. Однако в 1979 г. на рассмотрение Европейского суда было представлено дело, ставшее широко известным под названием «*Cassis de Dijon*». Суть этого дела состояла в следующем. Компания *Rewe Zentral AG* (германская компания, занимающаяся оптовой торговлей товарами) намеревалась импортировать в Германию «*Cassis*

de Dijon», – французский ликер, который готовят из черной смородины. Однако ликер «Cassis de Dijon» не соответствовал регулятивным нормам Германии: содержание алкоголя в нем было слишком низким. Компания *Rewe Zentral* подала в суд, обвиняя Германию в нарушении обязательств поддерживать свободное перемещение товаров, возложенных на все страны ЕС согласно условиям Римского договора. Европейский суд принял решение в пользу немецкой оптовой компании. Приняв такое решение, Европейский суд тем самым создал концепцию **взаимного признания** (mutual recognition): если одна страна, входящая в состав ЕС, считает тот или иной продукт приемлемым для продажи, тогда все остальные страны – члены ЕС, в соответствии с положениями Римского договора, обязаны действовать аналогично. Поскольку во Франции ликер «Cassis de Dijon» был отнесен к категории легальных спиртных напитков, Германия была обязана разрешить его продажу на внутреннем рынке.

Преимущества, обусловленные созданием общего рынка, имеют большое значение для экономики стран – членов ЕС, а также для европейских компаний и их работников. Общий рынок предоставляет компаниям возможность продавать свои товары на большом, богатом рынке, свободном от каких бы то ни было торговых ограничений. В результате компании из стран – членов ЕС получили возможность беспрепятственного проникновения на более крупный рынок. С другой стороны, они столкнулись с возросшей конкуренцией на отечественных рынках, которую составили им компании из других стран – членов ЕС. Такое усиление конкуренции приносит выгоду потребителям во всех странах ЕС. Многим международным компаниям удалось осуществить реструктуризацию работы своих европейских подразделений; эта реструктуризация имела своей целью получение экономии от масштаба и сокращение издержек производства. Например, компания *Samsung* перенесла производство цветных телевизоров в Европе, которое раньше размещалось на предприятиях в Португалии и Испании, на заводы, расположенные в г. Биллингэм, Англия. На своих испанских предприятиях компания *Samsung* организовала производство видеомагнитофонов для всего европейского рынка, а португальские предприятия были переориентированы на поставку компонентов для всех производственных подразделений, расположенных в Европе. Руководство компании *Samsung* пришло к выводу, что экономия от масштаба, полученная в результате такой перегруппировки производственных мощностей, позволит компании сократить объем издержек производства, улучшить качество продукции и создать новые рабочие места для европейских рабочих. Евросоюз обрел силу, которая привлекала новые инвестиции со стороны других иностранных компаний, стремящихся выйти на богатый европейский рынок и извлечь выгоду из его единства. Объем прямых иностранных инвестиций США в ЕС возрос от \$84 млрд в 1985 г. до \$700 млрд в 2002 г. Начиная с 1985 г. более 500 японских компаний также ведут свои операции в странах ЕС.

От общего рынка к экономическому союзу

Завершение формирования внутреннего рынка Евросоюза не без оснований стало предметом гордости стран, входящих в состав ЕС. В декабре 1991 г. в голландском городе Маастрихт было созвано совещание Совета министров ЕС,

на повестке дня которого было обсуждение экономических и политических перспектив Евросоюза. Результатом этого совещания стало заключение нового договора, который заменил Римский договор. Этот договор получил официальное название «**Договор о Европейском Союзе**» («Treaty on European Union») и неофициальное название – «**Маастрихтский договор**» («Maasticht Treaty»). После ратификации 12 странами – членами ЕС, 1 ноября 1993 г. Маастрихтский договор вступил в силу.

В основу Маастрихтского договора заложены «три кита», обеспечивающие дальнейшее развитие экономической и политической интеграции Европы:

1) новое соглашение о формировании общей внешней и оборонной политики стран – участниц договора;

2) новое соглашение о сотрудничестве в таких областях, как охрана правопорядка, обеспечение государственной безопасности и правовое сотрудничество между странами – участницами договора;

3) старое, хорошо знакомое Европейское Сообщество, действующее на новых принципах создания экономического и валютного союза стран – участниц договора.

Вне всякого сомнения, самый важный аспект Маастрихтского договора – это учреждение **экономического и валютного союза** (economic and monetary union). Главная задача этого союза состоит в том, чтобы ввести единую валюту, получившую название «евро», вместо существующих национальных валют, Дания, Швеция и Великобритания предпочли отказаться от роли учредителей единого валютного блока. Греция первоначально не удовлетворяла экономическим критериям, необходимым для вступления в единый валютный блок, но позже ситуация изменилась, и в начале 2006 г. Греция присоединилась к блоку.

Денежная единица «евро» начала свое существование 1 января 1999 г. В этот день 11 учредителей валютного блока окончательно привязали курс национальной валюты к евро. Однако монеты и банкноты евро были пущены в обращение только через некоторое время. Введение евро снижает степень валютного риска и сокращает издержки на обмен валюты для тех компаний, которые ведут бизнес в еврозоне. До введения евро компаниям приходилось выплачивать банкам вознаграждение в размере от 0,4 до 2% от суммы сделки каждый раз, когда им необходимо было обменять французские франки на бельгийские франки, голландские гульденны на австрийские шиллинги и т. д. Несмотря на то, что на валютном рынке было разработано много способов снижения (или хеджирования) валютного риска, практическая реализация этих методов влекла за собой выплату денежных взносов банкам или брокерам. По оценкам должностных лиц ЕС, введение евро позволит европейцам экономить от \$25 до \$30 млрд в год на транзакционных издержках по обмену валют и хеджированию рисков.

Введение единой валюты, тем не менее, не обходится без противоречий. Страны – члены еврозоны потеряли контроль над своими денежными ресурсами и над судьбами экономики. Отныне недавно созданный **Европейский центральный банк** (European Central Bank) несет ответственность за управление денежными ресурсами стран еврозоны, а также контролирует величину

процентных ставок и регулирует инфляционные процессы. Кроме того, члены еврозоны согласились ограничить годовой дефицит государственного бюджета цифрой не более 3% от их ВВП, тем самым резко сократив свои возможности в плане использования финансово-бюджетной политики для поддержки экономического роста. Например, в 2003 г. с целью соблюдения «правила 3%» правительство Германии предложило поднять налоги, несмотря на слабый рост экономики (всего 0,25%). Подобная ситуация может привести к тому, что правительства стран еврозоны будут проигрывать выборы из-за неудовлетворительного решения вопросов, связанных с налогообложением и имеющих жизненно важное значение для избирателей. Другие критики утверждают, что такая уравнивающая валютная политика, распространяющаяся на все страны еврозоны, неизбежно приведет к возникновению конфликтов между ними. В 2003 г. экономика Ирландии развивалась чрезмерно высокими темпами, тогда как в экономике ГЕРМАНИИ происходил застой. Правительство Ирландии предпочло бы, чтобы Центральный европейский банк существенно повысил процентные ставки, рассчитывая на то, что такое повышение позволит в какой-то степени снизить темпы развития экономики. С другой стороны, для правительства Германии более выгодным было бы снижение процентных ставок.

Амстердамский договор (Treaty of Amsterdam), подписанный в 1997 г., продолжил процесс интеграции Европы. В числе самых важных аспектов Амстердамского договора можно упомянуть следующие аспекты:

- обеспечение мер, направленных на ликвидацию свойственного странам ЕС высокого уровня безработицы, в частности, среди молодежи;
- усиление роли Европарламента посредством более широкого использования процедуры совместного принятия решений в различных областях;
- учреждение системы двусторонних взаимоотношений, позволяющей отдельным группам стран – членов ЕС осуществлять процесс экономической и политической интеграции быстрее, чем в Евросоюзе в целом.

Ниццкий договор (Treaty of Nice), вступивший в силу в феврале 2003 г., – это самый последний договор, направленный на углубление интеграции в Европе. Руководство Евросоюза признало необходимость изменения полномочий и процедур органов управления ЕС в случае расширения Евросоюза. В Ницском договоре были предприняты попытки решения этих вопросов. Для того, чтобы снизить риск возникновения политически неразрешимых ситуаций при увеличении количества стран – членов ЕС, в договоре было предусмотрено сокращение количества областей, в которых требуется единогласное одобрение Совета ЕС.

Кроме того, должно быть изменено количество голосов, присвоенных каждому члену Совета и необходимых для определения квалифицированного большинства. После того как количество стран – членов ЕС увеличится до 27, правила назначения членов Комиссии ЕС также будут изменены.

Другие региональные торговые блоки

Например, на территории Европы существует ряд менее крупных торговых блоков; один из таких блоков – **Европейская ассоциация свободной торговли** (European Free Trade Association). В состав этой ассоциации входят Ис-

ландия, Лихтенштейн, Норвегия и Швейцария. Первые три страны из этого списка присоединились к ЕС с целью создания общего рынка, известного под названием «Европейская экономическая зона» (European Economic Area), в рамках которой обеспечивается свободное перемещение товаров, услуг, рабочей силы и капитала между 18 участниками зоны. Страны, входящие в состав Содружества Независимых Государств (СНГ), также образовали зону свободной торговли. Россия, Беларусь, Казахстан и Киргизия пошли еще дальше, создав в 1995 г. Таможенный союз.

Североамериканское соглашение о свободной торговле

Североамериканское соглашение о свободной торговле (North American Free Trade Agreement, NAFTA) – это еще один важный пример региональной экономической интеграции. Это соглашение, вступившее в силу в 1994 г. и имеющее своей целью устранение барьеров на пути торговли и инвестиций между Канадой, Мексикой и США, основано на Соглашении о свободной торговле между США и Канадой 1988 г. Между Соединенными Штатами и Канадой сформировались прочные двусторонние торговые взаимоотношения: в 2002 г. общий объем двусторонней торговли между этими странами составил \$417 млрд. С другой стороны, Соединенные Штаты являются крупнейшим торговым партнером Мексики, в то время как Мексика является вторым (после Канады) торговым партнером США. Однако объем торговли между Канадой и Мексикой хотя и увеличивается, но все еще остается достаточно небольшим.

Одним из договорных обязательств NAFTA является дальнейшая экономическая интеграция стран Северной Америки. В течение 15 лет были снижены тарифные барьеры, сократились нетарифные ограничения, а также расширились инвестиционные возможности для компаний трех стран – участниц NAFTA. В то же время соглашение предусматривает специальный режим для некоторых отраслей экономики. Во время переговоров о подписании NAFTA представители трех стран признали факт политической значимости некоторых отраслей и избрали компромиссные решения по вопросам регулирования работы этих отраслей в рамках NAFTA, чтобы обеспечить ратификацию соглашения. Например, правительство Канады выражает опасения относительно господства американских средств массовой информации в стране, поэтому NAFTA предоставляет Канаде право ограничивать объем иностранных инвестиций в отрасли экономики, имеющие отношение к культуре (такие как издательское дело, музыкальная промышленность, телевидение и радиовещание, кабельное телевидение и киноиндустрия). Аналогично Мексика имеет право ограничивать объем иностранных инвестиций в энергетический сектор, тогда как США могут вводить ограничения на иностранную собственность в индустрии авиаперевозок, а также в телевидении и радиовещании. Основные торговые блоки представлены в таблице 2.7.3.

Основные региональные торговые объединения

Акроним	Полное название [Список членов]
AFTA	ASEAN Free Trade Area (Зона свободной торговли ASEAN) [Бруней, Камбоджа, Индонезия, Лаос, Малайзия, Мьянма, Филиппины, Сингапур, Таиланд, Вьетнам]
ANCOM	Andean Pact (Андский пакт) [Боливия, Колумбия, Эквадор, Перу, Венесуэла]
АПЕС	Asia Pacific Economic Cooperation (Азиатско-Тихоокеанское экономическое сообщество) [Австралия, Бруней, Канада, Чили, Китай, Гонконг, Индонезия, Япония, Малайзия, Мексика, Новая Зеландия, Папуа – Новая Гвинея, Перу, Филиппины, Россия, Сингапур, Южная Корея, Тайвань, Таиланд, США, Вьетнам]
CACM	Central American Common Market (Центральноамериканский общий рынок) [Коста-Рика, Сальвадор, Гватемала, Гондурас, Никарагуа]
CARICOM	Caribbean Community and Common Market (Сообщество стран и общий рынок Карибского бассейна) [Антигуа и Барбуда, Багамские острова, Барбадос, Белиз, Доминиканская Республика, Гренада, Гайана, Гаити, Ямайка, Монсеррат, Сент-Китс и Невис, Сент-Люсия, Сент-Винсент и Гренадины, Суринам, Тринидад и Тобаго]
СЕМАС	Monetary and Economic Community of Central Africa (Центральноафриканское валютно-экономическое сообщество) [Камерун, Центральноафриканская Республика, Чад, Республика Конго, Экваториальная Гвинея, Габон, Сан-Томе и Принсипи]
CER	Australia – New Zealand Closer Economic Trade Relations Agreement (Австралийско-Новозеландское соглашение об экономическом сотрудничестве) [Австралия, Новая Зеландия]
ECOWAS	Economic Community of West African States (Экономическое сообщество западноафриканских государств) [Бенин, Буркина-Фасо, Кабо-Верде, Гамбия, Гана, Гвинея, Гвинея-Бисау, Кот-д'Ивуар, Либерия, Мали, Нигер, Нигерия, Сенегал, Сьерра-Леоне, Того]
EU	European Union (Европейский Союз) [Австрия, Бельгия, Великобритания, Германия, Греция, Дания, Ирландия, Испания, Италия, Люксембург, Нидерланды, Португалия, Финляндия, Франция, Швеция]
EFTA	European Free Trade Association (Европейская ассоциация свободной торговли) [Исландия, Лихтенштейн, Норвегия, Швейцария]
GCC	Gulf Cooperation Council (Совет по сотрудничеству стран Персидского залива) [Бахрейн, Кувейт, Оман, Катар, Саудовская Аравия, Объединенные Арабские Эмираты]
MERCOSUR	Southern Cone Customs Union (Таможенный союз стран Южного Конуса) [Аргентина, Бразилия, Парагвай, Уругвай; ассоциированные члены: Боливия, Чили, Перу]
NAFTA	North American Free Trade Agreement (Североамериканское соглашение о свободной торговле) [Канада, Мексика, Соединенные Штаты Америки]
SADC	South African Development Community (Сообщество по вопросам развития Южной Африки) [Ангола, Ботсвана, Демократическая Республика Конго, Замбия, Зимбабве, Лесото, Малави, Маврикий, Мозамбик, Намибия, Сейшельские острова, ЮАР, Свазиленд, Танзания]

Контрольные вопросы

1. Какое влияние ВТО оказывает на деятельность крупных многонациональных корпораций? Выиграли ли МНК в результате успешного завершения Уругвайского раунда переговоров?
2. Следует ли международным компаниям поддерживать развитие региональных торговых блоков или противостоять ему?
3. Каких стратегий могут придерживаться американские и азиатские компании, чтобы обеспечить себе доступ на громадный рынок ЕС?
4. Какое значение для деятельности международных компаний имеют правила установления происхождения товаров?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мировая экономика последних десятилетий развивалась под влиянием многих глобальных проблем.

Произошли изменения в мировом хозяйстве и системе международного бизнеса, что способствовало усилению совместимости хозяйственных механизмов отдельных групп стран. В тоже время развитие ведущих экономик показывает, что не существует единого механизма для укрепления позиций той или иной страны в мировой экономике.

Положительную роль в решении основных вопросов современного мирового хозяйства могли бы перестройка институциональной основы мирового хозяйственного механизма, придание международным институтам универсального характера.

ПРЕДМЕТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ

А

Абсолютное преимущество 14, 22
Адвалорная пошлина 109
Азиатский кризис 67
Антидемпинговое законодательство 122

Арбитраж 87

В

Валютная система 50
Валютный курс 51
Валютный рынок 79
Внутриотраслевая торговля 29
Всемирный банк 54

ВТО 126

Г

ГАТТ 16
Глобализация 12
Глобальные облигации 98

Д

Добровольное ограничение экспорта 113

Ж

Жизненный цикл 30

З

Золотой стандарт 51

Е

Евровалюта 97
Евродоллары 97
Европейский союз 132

И

Импорт 8
Инвестиции портфельные 71
Инвестиции прямые 9
Интернализация 43

К

Квота 112

Компания 10

Корпорация 10

Л

Лицензирование 10

М

Международный валютный фонд 57

Меркантилизм 20

Р

Роялти 10, 147

П

Паритет покупательной способности 87

Платежный баланс 67

Протекционизм 21

С

Своп-операции 83
Специальные права заимствования 61
Спот-рынок 82
Стратегические императивы 14

Т

Таможенный тариф 109

Торговля 8, 18

Транзакционные издержки 43

У

Управленческий контракт 10

Ф

Форвардный рынок 82

Франчайзинг 10

Фьючерс 83

Э

Экономический союз 130

Экономия от масштаба 34

Экспорт 8

Я

Ямайское соглашение 150

ГЛОССАРИЙ

Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество (Asia Pacific Economic Cooperation, АПЕС) – группа стран по обе стороны Тихого океана, которые сотрудничают в сфере обеспечения свободной торговли товарами и услугами посредством устранения торговых ограничений.

Амстердамский договор (Treaty of Amsterdam) – договор, подписанный в 1997 г. с целью дальнейшего развития процесса интеграции стран – членов ЕС.

Андский пакт (Andean Pact) – таможенный союз между пятью странами Южной Америки – Боливией, Чили, Колумбией, Эквадором и Перу.

Антидемпинговая пошлина (antidumping duty) – налог на импортируемые товары, имеющий своей целью защитить отечественные компании от продажи импортных товаров по ценам ниже себестоимости или по ценам, которые ниже цен на эти же товары на внутреннем рынке страны-импортера.

Арбитраж (arbitrage) – безрисковая операция, связанная с одновременной покупкой ценной бумаги и ее продажей на другом рынке с целью получения прибыли от разницы цен на этих рынках.

Беглый капитал (flight capital) – денежные средства, вывозимые из страны, нестабильной в политическом или экономическом отношении, в страну, обстановка в которой внушает доверие.

Валюта сделки (transaction currency) – валюта, в которой указываются цены при осуществлении международной торговой сделки.

Валютный курс (exchange rate) – цена валюты одной страны в пересчете на валюту другой страны.

Валютный опцион (currency option) – контракт, который дает его владельцу право (но не обязывает) покупать или продавать определенное количество иностранной валюты по указанной цене в течение определенного срока.

Валютный фьючерс (currency future) – контракт, предполагающий продажу или покупку заданного количества иностранной валюты по определенной цене с поставкой в заранее установленные сроки.

Вертикальная интеграция (vertical integration) – степень, в которой фирма использует свои собственные ресурсы или же приобретает их из других источников.

Внутриотраслевая торговля (intraindustry trade) – торговля между двумя странами, предполагающая обмен товарами, выпущенными одной и той же отраслью промышленности.

Всемирная торговая организация, ВТО (World Trade Organization, WTO) – организация, основанная в 1995 г. и ставшая правопреемником ГАТТ; создана в ходе Уругвайского раунда переговоров.

Всемирный банк (World Bank) – см. *Международный банк реконструкции и развития, МБРР*.

Генеральное соглашение о тарифах и торговле (General Agreement on Tariffs and Trade, ГАТТ) – международное соглашение, в рамках которого проводятся переговоры по содействию международной торговле.

Группа Всемирного банка (World Bank Group) – организация, в состав которой входит Всемирный банк и три его структурных подразделения: Международная ассоциация развития, Международная финансовая корпорация и Многостороннее агентство по гарантированию инвестиций.

Двусторонний арбитраж (two-point arbitrage) – безрисковая покупка товара на одном географическом рынке для немедленной перепродажи на другом географическом рынке с целью извлечения прибыли за счет разницы в курсах одной и той же валюты на этих рынках; называется также географическим арбитражем.

Демпинг (dumping) – продажа импортных товаров как: 1) по ценам ниже, закупочных, так и 2) по ценам ниже себестоимости товара.

Добровольное ограничение экспорта (voluntary export restraint, VER) – взятое страной обязательство ограничить экспорт того или иного товара в другую страну.

Договор о Европейском Союзе («Treaty on European Union») – договор, который был подписан в 1992 г. и вступил в силу 1 ноября 1993 г., имевший своей целью содействие экономической и политической интеграции стран – членов Европейского сообщества; среди самых важных условий договора – создание экономического и валютного союза, формирование фонда единства, взятие обязательства сотрудничать в сфере внешней и оборонной политики, а также переименование Европейского сообщества в Европейский Союз. Известен также под названием «Маастрихтский договор».

Долгосрочные портфельные инвестиции (long-term portfolio investments) – финансовые инструменты со сроком погашения продолжительностью более одного года.

Евровалюта (eurocurrency) – валюта, депонированная на банковских счетах за пределами страны, в которой она обращается.

Евродоллары (eurodollars) – доллары США, депонированные на банковских счетах за пределами Соединенных Штатов Америки.

Еврооблигации (eurobonds) – облигации, которые деноминируются в валюте одной страны, но продаются резидентам других стран.

Европейская ассоциация свободной торговли (European Free Trade Association) – торговый блок некоторых стран Европы, который работает в тесном взаимодействии с ЕС в сфере поддержки внутриевропейской торговли; в текущий период в состав блока входят Исландия, Лихтенштейн, Норвегия и Швейцария.

Европейская валютная система (European Monetary System, EMS) – валютная система, созданная в 1979 г. странами – членами Европейского Союза с целью регулирования валютных отношений между ними.

Европейская экономическая зона (European Economic Area) – общий рынок, созданный Европейским Союзом и Исландией, Лихтенштейном и Норвегией.

Европейский парламент (European Parliament) состоит из 626 представителей, избираемых сроком на пять лет на всеобщих выборах, которые проводятся о каждой из стран – членов ЕС; выполняет консультативные функции в процессе принятия решений.

Европейский суд (European Court of Justice) – суд, состоящий из 15 судей, в обязанности которого входит толкование законов ЕС и обеспечение гарантий того, что национальные законы всех стран – членов ЕС соответствуют законодательным нормам и политическим принципам ЕС.

Европейский центральный банк (European Central Bank) – центральный банк, который осуществляет контроль над монетарной политикой стран ЕС, принявших евро в качестве единицы денежного обращения.

Золотой стандарт (Gold Standard) – международная валютная система, в соответствии с которой страны дают свое согласие на продажу своих бумажных денег в обмен на золото по фиксированной цене.

Зона свободной торговли (Foreign Trade Zone, FTZ) – географический район, в котором обеспечивается льготный таможенный режим для импорта или экспорта товаров.

Зона свободной торговли (free trade area) – региональный торговый блок, который поощряет развитие торговли посредством устранения торговых барьеров между странами – членами блока.

Импорт (importing) – закупка продукции, произведенной в других странах, с целью дальнейшего использования или перепродажи на территории своей страны.

Импорт капитала (import of the services of capital) – доход, получаемый зарубежными резидентами от инвестиций в экономику страны.

Импорт товаров (merchandise import) – покупка товаров у резидента иностранного государства.

Импорт услуг (service import) – покупка резидентом страны услуг, предоставляемых резидентами другой страны.

Иностранная валюта (foreign exchange) – валюта, выпускаемая не в той стране, в которой она находится в обращении.

Квота (quota) – 1) взнос, выплачиваемый страной при вступлении в Международный валютный фонд; 2) максимально допустимое количество товаров, которое может быть ввезено в страну на протяжении определенного промежутка времени.

Комиссия Европейского Союза (European Commission) – административный орган ЕС, в состав которого входит 20 членов комиссии; обладает исключительным правом законодательной инициативы в рамках ЕС.

Конвертируемая валюта (convertible currency) – валюта, которая без ограничений обменивается и принимается в процессе осуществления международных торговых операций; называется также твердой валютой.

Корреспондентские отношения (correspondent relationship) – агентские отношения, при которых банк в стране А выступает в роли агента банка из страны В, предоставляя банковские услуги в стране А банку страны В и его клиентам; как правило, эти отношения носят двусторонний характер.

Косвенный (обратный) обменный курс валюты (indirect exchange rate) – цена национальной валюты в пересчете на иностранную валюту; известен также под названием «косвенная котировка».

Косвенный экспорт товаров (indirect exporting) – продажа товаров отечественному заказчику, который, в свою очередь, экспортирует эти товары на зарубежные рынки либо в первоначальном, либо в измененном виде.

Краткосрочные портфельные инвестиции (short-term portfolio investments) – финансовые инструменты со сроком погашения продолжительностью не более одного года.

Лицензиар (licensor) – компания, которая продает права на использование интеллектуальной собственности другой компании.

Лицензиат (licensee) – компания, которая покупает права на использование интеллектуальной собственности у другой компании.

Лицензирование (licensing) – соглашение, в соответствии с условиями которого фирма (называемая лицензиаром) продает другой компании (лицензиату) право на использование своей интеллектуальной собственности в обмен на выплату роялти.

Лондонская межбанковская ставка LIBOR (LIBOR, London Interbank Offer Rate) – процентная ставка, которую лондонские банки назначают друг другу по краткосрочным кредитам, предоставляемым в евровалюте.

Льготные кредиты (soft loans) – кредиты, предоставляемые Группой Всемирного банка и по которым существует определенный риск того, что они не будут погашены.

Маастрихтский договор (Maasrticht Treaty) – неофициальное название Договора о Европейском Союзе.

Международная ассоциация развития, МАР (International Development Association, IDA) – структурное подразделение Всемирного банка, которое специализируется на предоставлении кредитов слабо развитым странам.

Международная валютная система (International Monetary System) – система правил, в соответствии с которыми страны оценивают отечественную валюту и обменивают ее на валюту других стран.

Международная торговая компания (international trading company) – компания, которая непосредственно занимается импортом и экспортом широкого ассортимента товаров за счет собственных средств.

Международная торговля (international trade) – добровольный обмен товарами, услугами, имуществом или денежными средствами между физическим или юридическим лицом, расположенным в одной стране, и физическим или юридическим лицом, расположенным в другой стране.

Международная финансовая корпорация, МФК (International Finance Corporation, IFC) – структурное подразделение Всемирного банка, которое несет ответственность за поддержку развития частного сектора экономики в развивающихся странах.

Международные инвестиции (international investments) – передача капитала резидентами одной страны для дальнейшего использования вложенных средств резидентами другой страны.

Международный банк реконструкции и развития, МБРР (International Bank for Reconstruction and Development, IBRD) – официальное название Всемирного банка, который был учрежден участниками Бреттон-Вудского согла-

шения с целью финансирования восстановления послевоенной экономики европейских государств; Всемирный банк выполнил эту задачу к середине 50-х гг., после чего перед ним была поставлена другая миссия: подъем экономики развивающихся стран.

Международный бизнес (international business) – любая организация, которая осуществляет свою деятельность на основании заключения коммерческих сделок отдельными лицами, частными фирмами и/или государственными организациями зарубежных стран; этим же термином обозначаются все международные деловые операции.

Международный валютный фонд, МВФ (International Monetary Fund, IMF) – организация, созданная участниками Бреттон-Вудского соглашения с целью содействия международному сотрудничеству в сфере денежных отношений.

Межотраслевая торговля (interindustry trade) – международная торговля, предполагающая обмен товаров, выпущенных одной отраслью промышленности в одной стране, на товары, выпущенные другой отраслью промышленности в другой стране.

Меркантилизм (mercantilism) – философское учение XVI века, в соответствии с которым считалось, что благосостояние государства определяется запасами золота и серебра, которыми оно обладает.

Механизм валютных курсов Европейского Союза (exchange rate mechanism, ERM) – соглашение между странами – членами Европейского Союза, по условиям которого они взяли на себя обязательство поддерживать фиксированный обменный курс своих национальных валют по отношению друг к другу в узком диапазоне.

Многонациональная корпорация, МНК (multinational corporation, MNC) – акционерная компания, которая активно участвует в международной предпринимательской деятельности, применяет такую форму ведения бизнеса, как прямые иностранные инвестиции, а также владеет предприятиями, расположенными в зарубежных странах, и контролирует процесс создания ценностей для потребителей, имеющих место на этих предприятиях.

Многонациональная организация (multinational organization, MNO) – любая организация, коммерческая или некоммерческая, принимающая активное участие в международной деятельности.

Многонациональное предприятие (multinational enterprises, MNE) – компания, которая может иметь или не иметь статус акционерного общества и которая активно занимается международной предпринимательской деятельностью.

Многостороннее агентство по гарантированию инвестиций, МАГИ (Multilateral Investment Guarantee Agency, MIGA) – структурное подразделение Всемирного банка, которое предлагает частным инвесторам страхование иностранных инвестиций от некоммерческих рисков.

Многостороннее соглашение по торговле текстильными изделиями (Multifibre Agreement) – товарное соглашение между странами-экспортерами и странами-импортерами текстильных изделий и предметов одежды, имеющее своей целью осуществление контроля над торговлей этими товарами.

Неконвертируемая валюта (inconvertible currency) – валюта, которую трудно купить или продать на валютном рынке из-за ограничений, наложенных внутренним законодательством страны, или из-за нежелания иностранцев хранить свои сбережения в этой валюте; называется также неустойчивой валютой.

Неомеркантилисты (neomercantilists) – сторонники политики меркантилизма, которые считают, что страна должна вводить налоговые тарифы или квоты, чтобы защитить свои отрасли промышленности от конкуренции со стороны иностранных компаний; их называют также протекционистами.

Нетарифные ограничения (nontariff barriers, NTB) – любые нормативные акты, политический курс или другие действия правительства, отличающиеся от введения тарифов и оказывающие влияние на ведение международной торговли.

Обратный обменный курс валюты (indirect exchange rate), или **обратная котировка** (indirect quote), – это цена национальной валюты, выраженная в единицах иностранной валюты.

Общая система таможенных льгот (generalized system of preferences) – система введения сниженных тарифных ставок на товары, импортируемые из развивающихся стран.

Общий рынок (common market) – форма региональной экономической интеграции, которая обладает характеристиками таможенного союза в сочетании с устранением контроля над свободным перемещением рабочей силы, капитала и технологий между странами – членами общего рынка.

Опцион на покупку (call option) – продающийся на бирже контракт, который дает его владельцу право (но не обязывает) купить определенное количество иностранной валюты по указанной цене в течение определенного срока.

Опцион на продажу (put option) – продающийся на бирже контракт, который дает его владельцу право (но не обязывает) продать определенное количество иностранной валюты по указанной цене в течение определенного срока.

Организации экономического сотрудничества и развития, ОЭСР (Organisation for Economic Cooperation and Development, OECD) – группа самых богатых стран мира, в состав которой входят 30 демократических стран, в том числе Канада, Мексика, Соединенные Штаты Америки, Япония, Австралия, Новая Зеландия, Южная Корея, а также 23 страны Западной Европы.

Парадокс Леонтьева (Leontief paradox) – эмпирический вывод о том, что импорт США является более капиталоемким по сравнению с экспортом, что противоречит прогнозам, сделанным по теории соотношения факторов производства.

Паритет покупательской способности (Theory of purchasing power parity, PPP) – теория, согласно которой цены на торгуемые товары в разных странах имеют тенденцию к выравниванию в результате колебаний валютного курса.

Плавающий (float) – о курсе валюты той или иной страны, который определяется такими факторами, как спрос и предложение.

Портфельные инвестиции (portfolio investments) – пассивное владение финансовыми активами (акциями, облигациями, депозитными сертификатами или другими активами) зарубежных стран с целью осуществления активного управления или контроля над деятельностью эмитента ценных бумаг.

Посредник (intermediary) – третья сторона, которая специализируется на содействии осуществлению экспортно-импортных операций.

Принцип наибольшего благоприятствования (most favored nation, MFN) – принцип, который требует, чтобы любые таможенные льготы, предоставленные одной стране, распространялись и на другие страны.

Протекционисты (protectionists) – см. *Неомеркантилисты*.

Прямой обменный курс валюты (direct exchange rate), или **прямая котировка** (direct quote), – это цена иностранной валюты, выраженная в единицах национальной валюты.

Прямой обменный курс валюты (direct exchange rate) – цена иностранной валюты в пересчете на национальную валюту; известен также под названием «прямая котировка».

Прямой экспорт (direct exporting) – продажа товаров непосредственно заказчикам (либо дистрибьюторам, либо конечным потребителям), расположенным за пределами родной страны компании.

Прямые иностранные инвестиции (foreign direct investments, FDI) – вложение капитала в иностранные компании с целью осуществления жесткого контроля над собственностью и активами этих компаний; согласно законодательству США, прямые иностранные инвестиции имеют место в случае, когда инвестор владеет не менее чем 10% акций иностранной компании, дающих право голоса.

Региональные банки развития (regional development banks) – банки, миссия которых состоит в поддержке экономического развития стран с низким уровнем доходов в своих регионах.

Реэкспорт (reexporting) – процесс ввоза товаров в страну с последующим вывозом этих товаров в другие страны в неизменном или почти неизменном виде.

Римский договор (Treaty of Rome) – договор, подписанный в 1957 г., который предусматривал создание Европейского Экономического Сообщества, ЕЭС; сначала договор подписали шесть стран, но впоследствии их количество увеличилось до 15.

Роялти (royalty) – компенсация, выплачиваемая лицензиатом лицензиару в соответствии с условиями лицензионного соглашения.

Свободная торговля (free trade) – торговля между странами, которая осуществляется при минимальном вмешательстве правительства страны.

Своп-операция (swap transaction) – операция, в процессе которой происходит одновременная покупка и продажа одной и той же валюты, однако ее поставка осуществляется в разное время.

Система гибкого (плавающего) валютного курса (flexible (floating) exchange rate system) – система, в соответствии с которой обменные курсы валют определяются спросом и предложением.

Система учета международных операций в форме платежного баланса (balance of payments accounting system, BOP) – система учета всех торговых операций между резидентами одной страны и резидентами других стран.

Система фиксированного валютного курса (fixed exchange rate) – международная валютная система, в соответствии с которой правительство каждой страны берет на себя обязательство поддерживать цену своей валюты неизменной по отношению к валютам других стран.

Смитсоновская конференция (Smithsonian Conference) – встреча, проведенная в Вашингтоне (округ Колумбия) в декабре 1971 г., во время которой представители центральных банков стран – членов группы десяти договорились о восстановлении системы фиксированного обменного курса, но на базе измененного соотношения между валютами ведущих стран, занимающихся торговлей.

Совет Европейского Союза (Council of the European Union) – главный директивный орган ЕС; состоит из 15 представителей, каждый из которых избирается непосредственно правительством страны и подотчетен этому правительству.

Совместное предприятие (joint venture) – особый тип стратегического союза, который предполагает создание двумя или более компаниями нового обособленного торгово-промышленного предприятия, которое было бы юридически независимым от родительских компаний и действовало бы в их общих интересах.

Соглашение Mercosur (Mercosur Accord) – таможенный союз, в состав которого входят Аргентина, Бразилия, Парагвай и Уругвай; Боливия, Чили и Перу присоединились к договору в качестве ассоциированных членов.

Содействие экспорту (export promotion) – стратегия экономического развития, в соответствии с которой страна создает сильный производственный сектор посредством содействия экспорту.

Содружество независимых государств, СНГ (Commonwealth of Independent States, CIS) – организация, сформированная 12 бывшими советскими республиками с целью содействия свободной торговле и обсуждения проблем, затрагивающих общие интересы.

Специальные права заимствования (special drawing rights, SDR) – международное расчетное и резервное средство, выполняющее роль денежной единицы для расчетов по официальным рыночным операциям, осуществляемым между центральными банками стран – членов МВФ; известны также под названием «бумажное золото».

Специальный тариф (specific tariff) – тариф, который выражается в определенном количестве долларов на единицу веса или на другую единицу измерения количества ввозимых товаров.

Спот-рынок (spot market) – рынок, на котором совершаются валютные сделки, подразумевающие немедленную поставку валюты.

Справедливая торговля (fair trade) – торговля между странами, которая предполагает активное вмешательство правительства страны в процесс внешне-торговой деятельности с целью создания гарантий того, что компании всех стран получают на территории этой страны свою справедливую долю экономических преимуществ при осуществлении торговых операций; иногда называют управляемой торговлей.

Стерлинговый золотой стандарт (sterling-based gold standard) – золотой стандарт, согласно которому британский фунт используется в качестве альтернативного средства расчетов по сделкам.

Счет государственных резервов (official reserves account) – раздел платежного баланса, в котором фиксируется уровень государственных резервов, поддерживаемый центральным банком страны.

Счет движения капиталов (capital account) – раздел платежного баланса, в котором фиксируются данные об операциях с капиталом, осуществляемых между резидентами разных стран.

Счет ошибок и пропусков (errors and omissions account) – раздел платежного баланса, используется для того, чтобы сбалансировать платежный баланс в соответствии со следующим уравнением: счет текущих операций + счет операций с капиталом + счет государственных резервов + счет ошибок и пропусков = 0.

Счет текущих операций (current account) – раздел платежного баланса, в котором отображаются данные об экспорте и импорте товаров, экспорте и импорте услуг, а также о доходах от инвестиций и о пожертвованиях.

Таможенный союз (customs union) – форма региональной экономической интеграции, основанная на сочетании таких мер, как устранение ограничений на внутреннюю торговлю между странами – участницами таможенного союза и ведения общей политики в сфере внешней торговли этих стран со странами, которые не входят в состав союза.

Тариф (tariff) – пошлина, вводимая на товары, которые являются предметом международной торговли.

Тарифная квота (tariff rate quota, TRQ) – вид квоты, который предполагает введение низкой тарифной ставки на ограниченное количество импортируемого товара; на любое количества товара, превышающее предельное значение квоты, вводится очень высокая тарифная ставка, которая фактически препятствует импорту данного товара в страну.

Теория абсолютного преимущества (theory of absolute advantage) – теория, согласно которой торговля между странами осуществляется в случае, когда одна из этих стран имеет существенно более продуктивные возможности для выпуска того или иного товара по сравнению с другими странами. По утверждению Адама Смита, страна должна экспортировать те товары и услуги, для производства и предоставления которых у нее есть абсолютное преимущество, и импортировать товары и услуги из тех стран, которые также обладают таким абсолютным преимуществом.

Теория интернализации (internalization theory) – теория, согласно которой прямым иностранным инвестициям следует отдать предпочтение в случае, если издержки на ведение переговоров по заключению контракта, отслеживание указанных в нем условий, а также приведение в действие контракта с другой компанией выше по сравнению с затратами, которых требует прямое инвестирование капитала в открытие собственных предприятий за рубежом.

Теория конкурентных преимуществ, обусловленных обладанием ценными активами (ownership advantage theory) – теория, согласно которой

компания осуществляет прямые иностранные инвестиции благодаря тому, что она обладает ценными активами, обеспечивающими ей монополистическое преимущество на зарубежных рынках.

Теория общественного выбора (public choice analysis) – раздел экономической науки, изучающий закономерности выбора путей деятельности правительства в области экономики.

Теория подобия стран (country similarity theory) – теория, согласно которой международная торговля промышленными товарами должна осуществляться между странами с приблизительно одинаковым доходом на душу населения и находящимися на одном и том же этапе экономического развития.

Теория соотношения факторов производства (theory of relative factor endowments) – теория, согласно которой страна имеет сравнительное преимущество в производстве продуктов, для выпуска которых интенсивно используются те ресурсы (факторы производства), в которых эта страна не испытывает недостатка; известна также под названием «**теория Хекшера–Олина**».

Теория сравнительного преимущества (theory of comparative advantage) – теория, согласно которой торговля между странами осуществляется в случае, когда одна страна имеет относительно более продуктивные возможности для производства того или иного товара по сравнению с другими странами.

Теория стратегической торговли (strategic trade theory) – теория, согласно которой правительство страны может содействовать процветанию торговли посредством ведения торговой политики, направленной на повышение конкурентоспособности отечественных компаний, принадлежащих к монополистическим или олигополистическим отраслям промышленности.

Теория Хекшера–Олина (Hecksher-Ohlin theory) – см. *Теория соотношения факторов производства*.

Уругвайский раунд (Uruguay Round) – переговоры в рамках ГАТТ (1986-1994 гг.), в результате которых была создана Всемирная торговая организация, предпринято дальнейшее сокращение таможенных тарифов, а также усилен контроль за соблюдением прав на интеллектуальную собственность.

Форвардный рынок (forward market) – рынок, на котором совершаются валютные сделки, которые должны быть завершены к определенному моменту в будущем.

Франчайзинг (franchising) – специальная форма лицензирования, которая предоставляет франчайзеру больше прав в плане контроля над деятельностью получателя лицензии, а также предусматривает более мощную поддержку лицензиата со стороны лицензиара.

Центрально-африканское валютно-экономическое сообщество (Monetary and Economic Community of Central Africa, СЕМАС) – организация, созданная странами Центральной Африки с целью содействия региональному экономическому сотрудничеству.

Эклектическая теория (eclectic theory) – теория прямых иностранных инвестиций, сочетающая в себе анализ следующих трех аспектов ведения бизнеса на рынках зарубежных стран: преимущества от обладания ценными акти-

вами, преимущества от размещения производства за рубежом и преимущества от интернализации процесса выпуска продукции или предоставления услуг.

Экономический и валютный союз (economic and monetary union) – союз, учрежденный Маастрихтским договором с целью введения единой валюты в странах ЕС, которое позволило бы снизить степень риска и сократить объем издержек на обмен валюты в процессе осуществления торговых операций между странами – членами ЕС.

Экспорт (exporting) – продажа продукции, произведенной в своей стране, с целью дальнейшего использования или перепродажи на территории других стран.

Экспорт и импорт товаров (merchandise exports and imports) – торговля фактическими товарами.

Экспорт и импорт услуг (service exports and imports) – торговля неосязаемыми товарами.

Экспорт капитала (export of the services of capital) – доход, получаемый резидентами страны от своих иностранных инвестиций.

Экспорт товаров (merchandise export) – продажа товаров резиденту иностранного государства.

Экспорт услуг (service export) – продажа услуги резиденту иностранного государства.

Эмбарго (embargo) – полный запрет на импорт товаров в ту или иную страну и/или экспорт товаров из нее.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Основная литература

1. Дэниэлс, Д. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции; Пер. с англ., 6 изд. / Д. Дэниэлс, Л. Радеба. – М. : Дело, 2006.
2. Внешнеэкономическая деятельность / Под ред. М. Смитиенко. – М. : Юнити – ДАНА, 2008.
3. Международный бизнес / Под ред. А. Г. Черенкова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2006.
4. Мировая экономика и международный бизнес / Под ред. В.Н. Полякова. – М. : Юнити – ДАНА, 2008.

Дополнительная литература

1. Бобина, М. А. Стратегические альянсы / М. А. Бобина, М. В. Грачев. – М. : Дело, 2008.
2. Внешняя торговля России на рубеже веков / Под ред. С. И. Долгова – М. : Экономика, 2000.
3. Глобализация мирового хозяйства и национальные интересы России / Под ред. В. П. Колесова, Т. Н. Осьмовой. – М. : ТЕИС, 2002.
4. Грибанич, В. М. Роль иностранного капитала в экономике России / В. М. Грибанич. – М.: ЮНИТИ, 2000.
5. Дегтярева, О. И. Внешнеэкономическая деятельность / О. И. Дегтярева, Т. Н. Полянова. – М. : Дело, 2006.
6. Колесов, В. П. Международная экономика / В. П. Колесов, М. В. Кулаков – М. : ИНФРА-М, 2004.
7. Ломакин, В. К. Мировая экономика / В. К. Ломакин. – М. : Юнити – ДАНА, 2008.
8. Машихин, Е. А. Социально-экономический и промышленный потенциал России: историческое развитие и международное статистическое макросопоставление / Е. А. Машихин, А. М. Костин. – М. : МосгорЦНТИ, 2006.
9. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения / Под ред. Л. Н. Красавиной. – М. : Финансы и статистика, 2005.
10. Наговицин, А. Г. Валютная политика / А. Г. Наговицин. – М. : Экзамен, 2000.
11. Пугель, Т. Международная экономика ; Пер. с англ. / Т. Пугель, П. Линдерт. – М. : Дело и сервис, 2003.
12. «Foreign Exchange Gains Lift Astra», *Financial Times*, March 31, 2003, p. 19; «Toyota Set for Investment in Indonesia», *Financial Times*, February 21, 2003, p. 20; «Astra Gets Ready to Move to Higher Gear», *Financial Times*, November 25, 2002, p. 17; «Indonesia Sells Stake in Astra Car Maker», *Wall Street Journal* March 27, 2000, p. A24; «Indonesia Removes Top Astra Officials», *Wall Street*
13. Caterpillar Inc., *2002 Annual Report*; «Caterpillar, UAW Face Renewed Hurdles», *Wall Street Journal*, February 24, 1998, p. A2; Ronald Henkoff, «This Cat Is Acting Like a Tiger» *Fortune*, December 19, 1988, p. 69ff; «Cat vs. Labor: Hardhats, Anyone?» *BusinessWeek*, August 26, 1991, p. 48; «Union and Company Waging

"Holy War"», *Bryan-College Station Eagle*, August 7, 1994, p. C1; *Hoover's Handbook of American Business 2000* (Austin, Tex.: Hoover's Business Press, 2000), pp. 332-333.

14. David Ricardo, *The Principles of Political Economy and Taxation* (Home-wood, Ill.: Irwin, 1963). (Ricardo's book was first published in 1817.)

15. Dominick Salvatore, *International Economics*, 7th ed. (New York: John Wiley & Sons, 2001), p. 494.

16. John H. Dunning, *Multinational Enterprises and the Global Economy* (Work-ingham, England: Addison-Wesley Publishing Company, 1993), p. 106ff.

17. *Journal*, February 9, 2000, p. A22; «Astra Abandons Opposition to Sell-off», *Financial Times*, February 8, 2000, p. 23; «The Woman Steering Indonesia's Astra Sets a Modernizing Course», *Wall Street Journal*, October 28, 1999, p. A1.

18. Office of the U.S. Trade Representative, *National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers 2002*, pp. 96 and 355.

19. Office of the U.S. Trade Representative, *National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers 2002*, p. 349.

20. Office of the U.S. Trade Representative, *National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers 2002*, p. 285.

21. P. Krugman, «Intraindustry Specialization and the Gains from Trade», *Journal of Political Economy*, vol. 89 (October 1981), pp. 959-973.

22. *Survey of Current Business*, April 2003, p. 40.

23. Thomas L. Friedman, *The Lexus and the Olive Tree* (New York: Anchor Books, 2000), p. 9.

Учебное издание

ФИЛИППОВА Ирина Александровна

Мировая экономика и международный бизнес

Учебное пособие

Редактор Штаева М.

ЛР №020640 от 22.10.97.

Подписано в печать 29.12.2008. Формат 60×84/16.

Усл. печ. л. 9,8. Тираж 100 экз. Заказ №632.

Ульяновский государственный технический университет
432027, г. Ульяновск, ул. Сев. Венец, 32.

Типография УлГТУ, 432027, г. Ульяновск, ул. Сев. Венец, 32.