

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
ИНСТИТУТ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

А.В. КУЗНЕЦОВ

МИРОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ СВЯЗИ
ГЕРМАНСКИХ КОМПАНИЙ

Москва
ИМЭМО РАН
2004

УДК 339

ББК 65.6 (4 Гем)

Кузн 891

Работа выполнена в Центре европейских исследований ИМЭМО РАН

Ответственный редактор: *д.э.н. В.П. Гутник*

Кузн 891

А.В. Кузнецов. Мировозьяйственные связи германских компаний. М.: ИМЭМО РАН, 2004. – 124 с.

ISBN 5-9535-0040-8

Монография посвящена внешнеэкономическим связям ФРГ в условиях глобализации, анализируемым преимущественно на уровне отдельных компаний. Рассматриваются теоретические аспекты зарубежной деятельности фирм, в частности, закономерности территориального развития компании, выходящей на мировые рынки, и особенности выбора фирмой направлений мировозьяйственных связей. Изучаются современные особенности внешнеторгового режима в ФРГ, структура и география товарной торговли, специфика германской внешней торговли услугами. Анализируются актуальные вопросы прямого и портфельного инвестирования – как иностранного в ФРГ, так и германского за рубежом. Дается оценка перспективам интенсификации германских внешнеэкономических связей со странами ЦВЕ и СНГ. Особое внимание уделяется специфике инвестиций фирм ФРГ в России.

Для научных сотрудников, преподавателей и аспирантов, а также российских предпринимателей, стремящихся интенсифицировать внешнеэкономические связи.

ISBN 5-9535-0040-8

© ИМЭМО РАН, 2004

© А.В. Кузнецов, 2004

Оглавление

Введение	4
Глава 1. Теоретические аспекты зарубежной деятельности фирм	6
1.1. Современные теории внешней торговли	6
1.2. Концепции размещения прямых иностранных инвестиций	10
1.3. Закономерности территориального развития компании, выходящей на мировые рынки	15
1.4. Выбор фирмой направлений внешнеэкономической деятельности	26
Глава 2. Внешняя торговля германских фирм в условиях глобализации и европейской интеграции	37
2.1. Либерализм и протекционизм во внешней торговле ФРГ	37
2.2. Сбыт как основа зарубежной деятельности промышленных фирм	42
2.3. Взаимосвязи экспорта и импорта товаров с торговлей услугами	53
2.4. Туристический бизнес – лидер во внешней торговле услугами	54
2.5. Ярмарки как проявление германской специфики торговли услугами	57
Глава 3. Особенности зарубежных капиталовложений	65
3.1. Инвестиционная привлекательность земель ФРГ в "Европе регионов"	65
3.2. Причины ослабления эффекта соседства при размещении германских прямых инвестиций	73
3.3. Слияния и поглощения: есть ли тенденция к монополизации рынков?	81
3.4. Специфика портфельного инвестирования в условиях объединения фондовых рынков ЕС	85
Глава 4. Перспективы интенсификации внешнеэкономических связей со странами ЦВЕ и СНГ	91
4.1. Значение расширения ЕС для интенсификации торговых и инвестиционных связей ФРГ	91
4.2. Региональные различия в активности германских фирм в постсоциалистических странах	94
4.3. Особенности деятельности германских компаний в России и других странах СНГ	101
4.4. Перспективы российско-германских хозяйственных связей в рамках Общего европейского экономического пространства	113
Заключение	120

Введение

Две важнейшие особенности этой книги в ряду многочисленных работ, посвященных внешнеэкономическим отношениям, определены в ее названии. Во-первых, в центре нашего внимания оказываются внешнеэкономические связи ФРГ в условиях глобализации, когда реальностью стало существование целостного мирового хозяйства. Во-вторых, мирохозяйственные связи одной из ключевых экономических держав рассматриваются преимущественно на уровне отдельных компаний (главным образом ТНК), а не страны в целом, что позволяет совершенно по-новому построить весь анализ этих связей.

Выбор Германии обусловлен прежде всего лидерством этого государства в процессе углубления европейской интеграции и той ключевой ролью, которую фирмы данной страны играют в освоении открывшихся рынков бывших социалистических стран Европы, проявляя интерес к развитию целого спектра отраслей, включая самые передовые. Особую актуальность исследованию придает тот факт, что все последние годы ФРГ – ведущий торгово-инвестиционный партнер России.

При написании этой книги автор ставил перед собой три взаимосвязанных задачи:

- проанализировать теоретические положения, обосновывающие выбор различных направлений зарубежной деятельности компании и применяемых фирмой механизмов,

- показать, как представленная в работе концепция реализуется в практике торговых и инвестиционных связей германских фирм под воздействием глобализации и европейской интеграции,

- сделать на основе этого выводы о перспективах интенсификации внешнеэкономических связей германских фирм с бывшими социалистическими странами, прежде всего с Россией.

Выбранный подход к изучению мирохозяйственных связей, при котором их ключевыми участниками признаются отдельные компании (что полностью соответствует современным реалиям глобализации), требует применения положений различных экономических дисциплин. Так, помимо концепций специалистов в области мировой экономики в исследовании использованы результаты, полученные учеными в рамках развития теории роста фирмы, международного маркетинга. Поскольку в книге изучаются отдельные компании, то рассмотрение германских мирохозяйственных связей не ограничивается уровнем целых стран – напротив, выявляются причины разной интенсивности внешнеэкономических контактов у различных регионов и городов. Поэтому к анализу привлекались положения теорий размещения предприятий и направлений региональной экономики, связанных с изучением мирохозяйственных связей.

Среди работ, составивших теоретическую и методологическую основу этой книги, следует назвать прежде всего труды зарубежных ученых Р. Вернона, Дж. Даннинга, Х. Зиберта, Х. Клодта, Ф. Котлера, П. Кругмана, П. Линдберта, Й.-Ц. Марандона, П. Нунненкампа, Э. Пенроуз, М. Портера, Р. Шлунце, М. Стопера, Р. Уолкера, Л. Хокансона, Я. Юхансона и отечественных исследователей А.З. Астаповича, В.Б. Белова, Т.Я. Белоус, Л.Б. Вардомского, В.П. Гутника, В.Р. Евстигнеева, В.С. Загашвили, А.П. Киреева, И.С. Королева, Е.С. Хесина, Ю.В. Шишкова, Ю.И. Юданова.

Статистическую базу исследования по Германии составили ежегодники Федерального статистического ведомства и тематические публикации других федеральных и земельных министерств и ведомств, а также данные Германского федерального банка. Большую помощь оказали сведения, предоставляемые частными фирмами на своих сайтах в сети интернет, а также расчеты ученых экономических научно-исследовательских институтов, расположенных в Берлине, Виттене / Хердекке, Галле, Гамбурге, Кёльне,

Киле, Мангейме, Мюнхене и Франкфурте-на-Майне. Кроме того, использовались данные Государственного комитета Российской Федерации по статистике, статистических ведомств других стран, международных организаций.

Несмотря на то, что в представленной книге значительное внимание уделяется теоретическим аспектам развития мирохозяйственных связей и изучению внешнеэкономических контактов германских компаний во всех частях света, одной из основных целей, которые преследовал автор, было показать возможность практического применения результатов исследования в российской внешнеэкономической политике в условиях интеграции России в мировое хозяйство. Отдельные выводы и рекомендации целесообразно учесть при разработке стратегии привлечения иностранного капитала в Россию и при совершенствовании региональной инвестиционной политики. Знакомство с объективно существующими механизмами и закономерностями развития зарубежной деятельности компании будет полезно для представителей частного бизнеса.

Завершая это краткое введение, хочу выразить глубокую признательность руководителю Центра европейских исследований (ЦЕИ) ИМЭМО РАН – **Владимиру Петровичу Гутнику**. Общение с ним по проблемам современной Германии, его советы и предложения оказали на меня большое влияние при написании этой книги.

Кроме того, я благодарен главному научному сотруднику ЦЕИ **Ефиму Самуиловичу Хесину**, ведущему научному сотруднику ЦЕИ **Юрию Игнатьевичу Юданову** и ученому секретарю Центра **Алексею Михайловичу Волкову** за консультации при подготовке этой книги, а также моему университетскому руководителю **Олегу Владимировичу Витковскому** за ценные методические советы.

Глава 1. Теоретические аспекты зарубежной деятельности фирм

1.1. Современные теории внешней торговли

Хотя все большее число исследователей считает, что важнейшим видом внешнеэкономических связей эпохи глобализации становятся иностранные инвестиции, внешняя торговля продолжает играть заметную роль в формировании подлинного единства мирового хозяйства. На наш взгляд, она остается базой для развития зарубежной деятельности фирм – осуществляя заграничные капиталовложения, фирмы почти всегда остаются участниками мировой торговли.

Специфика внешнеэкономических связей в сравнении с условиями хозяйствования внутри страны породила разнообразные теоретические исследования в области международной торговли. Еще в конце XVIII в. британский экономист Адам Смит предложил теорию абсолютных преимуществ, объяснявшую необходимость ведения внешней торговли страной, которая может добиться выпуска какого-либо товара с наименьшими затратами одного из факторов производства (например, труда). В XIX в. Д. Рикардо в теории сравнительных преимуществ показал, что от усиления внешней торговли выигрывает любая страна – за счет специализации хозяйства и последующей торговли можно получить больше товаров, чем позволяют производственные возможности страны. В начале XX в. шведские ученые Э. Хекшер и Б. Улин попытались объяснить выбор страной определенного набора экспортных отраслей. Их модель основана на том положении, что страны, обладающие в избытке некоторыми факторами производства (сырьем, капиталом или трудовыми ресурсами), будут иметь сравнительные преимущества в экспорте именно тех товаров и услуг, производство которых опирается на интенсивное использование соответствующих факторов производства¹. Эта модель была доработана другими учеными и превратилась в классическую теорию внешней торговли.

Однако положения этой теории подтверждаются на практике лишь при соблюдении многочисленных ограничений и допущений. Например, американский экономист П. Кругман отмечает, что Д. Рикардо преувеличивал возможности мировой торговли, так как не учитывал издержки транспортировки и наличие "неторгуемых" товаров², которые вынуждены производить все страны³.

Верность некоторых утверждений вообще не удается подтвердить. Примером служит теорема Хекшера – Улина – Самуэльсона о выравнивании абсолютных и относительных цен на гомогенные факторы производства в торгующих странах. В реальной жизни полное равенство цен никогда не будет достигнуто из-за территориальных различий в обеспеченности ресурсами, наличия торговых барьеров и разных технологий.

Вызовы глобализации заставили пересмотреть многие принципы ведения внешней торговли, что не могло не стимулировать развитие современных теорий внешней торговли. Оно происходит в нескольких направлениях. *Во-первых*, принципы классической теории распространяются на большее количество товаров, стран и факторов производства, нежели предусматривали первые модели. Исследователи показывают, что несмотря на увеличение числа переменных, основные постулаты теории остаются справедливыми⁴. Характерный пример – парадокс Леонтьева: при двухфакторном анализе внеш-

¹ См.: *Ohlin B.* Interregional and International Trade. – Cambridge (Mass.), 1952. P. 91-93.

² В мирохозяйственных исследованиях все товары часто условно разделяются по степени их мобильности на "торгуемые" и "неторгуемые". Специфика "неторгуемых" товаров определяет экономическую неэффективность их перемещения между странами – они потребляются в тех же странах, где и произведены.

³ См.: *Krugman P.R., Obstfeld M.* International Economics. Theory and Policy. – 2nd. ed. – NY., 1991. P. 27-28.

⁴ Подробнее см.: *Киреев А.П.* Международная экономика. В 2-х частях. – Ч. I. – М.: Международные отношения, 1999. С. 156.

ней торговли многих стран не подтверждается вывод Хекшера и Улина о том, что экспортируются товары с интенсивным использованием относительно избыточных факторов, а импортируются товары с интенсивным использованием дефицитных факторов. Придание анализу многофакторного вида устраняет парадокс⁵.

Во-вторых, в рамках классической теории изучаются новые вопросы. Например, теорема Рыбчинского показывает, что развитие нескольких экспортно-ориентированных отраслей может привести к оттоку ресурсов из других отраслей, что приведет к ухудшению их состояния⁶. Для стран, где бурно развивалась добыча ресурсов на экспорт, это явление получило название "голландская болезнь". В ФРГ ситуация диаметрально противоположная, но действует, на наш взгляд, тот же механизм – бурное развитие в послевоенные годы "верхних этажей" промышленности и все большее участие ФРГ во внешнеторговых связях сопровождалось затяжной депрессией в базовых отраслях. Ресурсы перетекали из каменноугольной и металлургической отраслей, которые часто не выдерживали мировой конкуренции. Это потребовало проведения мероприятий государственной региональной политики, направленных на развитие современных отраслей в таких старопромышленных районах как Рурская и Саарская области. Однако это еще больше стимулировало отток ресурсов из базовых отраслей.

В рамках классической теории внешней торговли рассматривается также распределение доходов от внешнеторговой деятельности. Если в целом экономика страны выигрывает от усиления мировой торговли, то положение отдельных слоев населения может ухудшаться. Теорема Столпера – Самуэльсона свидетельствует, что вне зависимости от структуры потребления факторов производства их владельцами развитие свободной торговли ведет к росту вознаграждения фактора, интенсивно используемого в производстве товара, цена на который растет. В то же время вознаграждение фактора, интенсивно используемого в производстве товара, цена на который падает, снижается⁷. Это обуславливает необходимость поддержки некоторых категорий населения и отраслей промышленности.

Такая ситуация подталкивает ту или иную страну к проведению политики протекционизма. Однако мировой опыт показывает, что выгоднее перераспределять доход от внешнеторговых операций внутри страны без ограничения свободы торговли. Во-первых, в экспортном производстве используется и импортируемая продукция, а во-вторых, сокращение иностранцами продаж на национальном рынке ограничивает их возможности покупать продукцию экономики данной страны. Кроме того, остальные страны могут принять ответные протекционистские меры. К тому же сокращение импорта постепенно приведет к сокращению экспорта в результате действия механизма выравнивания валютного курса. Помимо прямого воздействия на внешнюю торговлю протекционизм оказывает отрицательное воздействие на развитие национальной экономики, темпы научно-технического прогресса, поддержание конкурентной среды⁸.

В отдельных случаях протекционизм может способствовать развитию национальной экономики, например, при защите от иностранных гигантов молодых отраслей на

⁵ См.: Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Институт новой экономики, 1997. С. 434; *Leontief W.W. Domestic Production and Foreign Trade: The American Capital Position Reexamined // Economica Internationale. 1954. February. P. 3-32.*

⁶ См.: *Rybczynski T.M. Factor Endowments and Relative Commodity Prices // Economica. 1955. №84. P. 336-341.*

⁷ См.: *Stolper W., Samuelson P. Protection and Real Wages // Review of Economic Studies. 1941. №11. P. 58-73.*

⁸ См.: *Линдерт П. Экономика мирохозяйственных связей.: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1992. С. 113-149; противоречивый характер последствий различных отдельных протекционистских мер подробно рассмотрен в: Дэниелс Дж.Д., Радеба Л.Х. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции.: Пер. с англ. – М.: Дело Лтд., 1994. С. 157-166.*

стадии их зарождения. Однако для столь развитой страны, какой является ФРГ, такие меры вряд ли оправданы.

В-третьих, создаются принципиально новые концепции, авторы которых утверждают, что положения классической теории не объясняют международную торговлю в условиях глобализации. Противоречия с практикой, по их мнению, имеют более глубокие причины, нежели наличие избыточных допущений для упрощения моделей. Дело в том, что в классической теории никак не объясняется существование значительного и постоянно растущего удельного веса торговли между странами со сходной степенью наделенности различными факторами производства и практически одинаковой структурой спроса⁹. При этом в мировой торговле все больше увеличивается доля встречных поставок сходных промышленных товаров (что особенно хорошо видно по структуре торговли ФРГ со странами ЕС).

В качестве преодоления этих противоречий разрабатываются новые теории. Так, П. Кругман сосредоточил внимание на изучении внешней торговли в условиях несовершенной конкуренции. Развитие глобализации привело к господству во многих отраслях мировой экономики олигополий, специфику функционирования которых не учитывает классическая теория внешней торговли. Кругман показывает, что страны торгуют не только из-за различного соотношения факторов производства, но и в силу стремления ТНК использовать экономию на масштабе производства.

Эффект масштаба объясняет наличие интенсивной торговли между странами, которые весьма близки по наделенности факторами производства (например, между ФРГ и Францией). Можно выделить внешний и внутренний аспекты эффекта масштаба. В первом случае издержки на единицу продукции у компании снижаются в результате роста масштабов производства в отрасли в целом, а во втором случае – благодаря увеличению масштабов производства внутри самой фирмы. Эти факторы объясняют и взаимную торговлю технологически близкой или однородной продукцией¹⁰.

Для встречных потоков однородной или сходной продукции предложена также модель внутриотраслевой торговли¹¹ (автор ее первого варианта – американский экономист Б. Балашша). Торговля дифференцированными, но похожими товарами связана с различиями во вкусах потребителей при наличии широкого видового разнообразия продукции. Основная причина торговли однородными товарами кроется в стремлении сократить транспортные издержки, а также в наличии сезонных различий. Можно привести и пример сочетания проявления во внешней торговле экономии на транспортировке и колебаниях в сезонном производстве и спросе – взаимные поставки электроэнергии европейскими странами.

Общей проблемой всех названных теорий является излишний схематизм – даже если не принимать во внимание многочисленные допущения (без которых нельзя построить модель), государство в них все равно понимается как точка (или однородное пространство), тогда как в действительности региональные различия внутри стран весьма велики.

К тому же в условиях рыночной экономики торгуют в основном не страны, а частные компании, многие из которых стали транснациональными. Французский исследователь Р. Сандретто в 80-х годах подверг критике основные выводы классической теории внешней торговли именно на том основании, что с усилением ТНК факторы производст-

⁹ См.: *Киреев А.П.* Указ. соч. С. 156.

¹⁰ См.: *Krugman P.R., Obstfeld M.* Op. cit. P. 120-153.

¹¹ См.: *Balassa B.* Intra-Industry Specialization: a Cross-Country Analysis // *European Economic Review.* 1986. №1. P. 27-42.

ва все значительно увеличивают свою мобильность между странами¹². Как и П. Кругман, он отмечает установление власти олигополий во все большем числе отраслей, что в корне меняет принципы внешней торговли.

Следует подчеркнуть, что практически во всех названных теориях и концепциях используются эмпирические данные лишь по США и некоторым государствам Западной Европы. Таким образом, почти не учитывается многообразная специфика других стран.

Попытку преодолеть некоторые названные недостатки предпринял американский ученый М. Портер в теории конкурентных преимуществ стран. Одним из основных постулатов его теории является утверждение, что национальное процветание не наследуется – оно создается¹³. Нельзя не согласиться, что роль постоянных инноваций для поддержания конкурентоспособности весьма важна. Однако стоит помнить и о значении традиционных факторов производства. Так, на наш взгляд, Портер недоучитывает значение природных ресурсов для индустриализации Японии и Германии, которые, по нынешним меркам, бедны полезными ископаемыми, но их запасы в тот период были достаточными. Нам ближе подход французского ученого Ж.-М. Сирозна, который отмечает, что важную роль в формировании специализации стран играют как специфика исторического развития, обусловленная деятельностью "активных единиц" (национальных государств и фирм), так и традиционные факторы производства, различающиеся в силу неоднородности географической среды¹⁴.

М. Портер справедливо считает фирмы главными участниками внешней торговли. Он отмечает, что среди стран нет победителей в конкуренции – в подавляющем большинстве государств только часть отраслей и компаний занимает ведущее положение в мировой экономике, а соответственно, во внешнеэкономических связях. Ключевую роль для выхода фирмы на ведущие мировые позиции играют условия их зарождения и развития на родине¹⁵. Однако финские исследователи Р. Пентиннен и Й. Яскеляйнен указывают на то, что лишь на обширном внутреннем рынке США многие компании могут пренебречь в начале своего развития значением экспорта. В европейских же странах фирмы изначально учитывают влияние глобализации¹⁶.

Конкурентные преимущества определяются М. Портером так называемым "ромбом": 1) состоянием факторов производства в национальной экономике; 2) спецификой спроса на внутреннем рынке; 3) уровнем развития родственных и поддерживающих отраслей; 4) наличием устойчивых стратегии и структуры, характером внутренней конкуренции. Кроме того, он отмечает важную роль случая и деятельности правительства¹⁷.

Что же касается территориальных особенностей, то Портер все сводит к рассмотрению так называемых кластеров. По Портеру, это группа географически соседствующих взаимосвязанных фирм и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга. Однако соседство понимается в широком смысле, поэтому в разработке концепции кластеров исследователи рассматривают вместе и города, и целые страны, и даже их группы¹⁸. Это интересный метод объяснения конкурентных преимуществ стран, но он не по-

¹² Изложение по: Современные теории внешнеэкономических отношений. Реф. сборник / Отв. ред. и сост. Л.А. Зубченко. – М.: ИНИОН, 1992. С. 16-21.

¹³ См.: Портер М. Конкуренция.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2000. С. 161-204.

¹⁴ Изложение по: Современные теории внешнеэкономических отношений. С. 21-23.

¹⁵ Портер М. Указ. соч. С. 203.

¹⁶ См.: Pajja L. (ed.), Rönkkö P., Steinbock D. Finnish ICT Cluster in the Digital Economy. – Helsinki, 2001. P. 13.

¹⁷ Подробнее см.: Портер М. Указ. соч. С. 174-194.

¹⁸ Там же. С. 205-207, 235-245; Enright M. The Geographical Scope of Competitive Advantage // Nederlandse Geografische Studies / Netherlands Geographical Studies. 1993. №155. P. 87-102.

зволяет понять механизмы территориального развития фирм. Для этого приходится учитывать множество других факторов, что будет показано в следующих параграфах.

1.2. Концепции размещения прямых иностранных инвестиций

Анализ внешней торговли неизбежно выдвигает вопрос о взаимосвязях внешней торговли и прямых иностранных инвестиций (ПИИ)¹⁹ в условиях глобализации. Связи внешней торговли и ПИИ, других форм участия фирмы в мирохозяйственных связях учитывались еще в 70-е годы. К первым работам относится исследование А. Кернкросса. Позднее смену стратегий международного маркетинга рассматривал Ф. Котлер²⁰. С середины 80-х годов эту проблему начали изучать и отечественные ученые. В своих работах они отмечали возможность дополнения на определенном этапе экспорта готовых изделий экспортом "фирменных преимуществ" (ноу-хау, торговых марок, лицензий), а затем "экспортом производства"²¹.

Многие фирмы ФРГ осуществляют ПИИ для расширения рынков сбыта, а при ПИИ в добывающую промышленность – для увеличения объемов импорта и бесперебойности поставок сырья. К тому же возникают *сопутствующая торговля* (внутрифирменные трансграничные поставки и торговля одних германских компаний с зарубежными филиалами других фирм из ФРГ) и *сопутствующие инвестиции* (ПИИ смежников, фирм по оказанию рекламных, банковских, страховых услуг). Существенное замещение экспорта производством на предприятиях с зарубежными капиталовложениями возможно лишь на уровне отдельных продуктов, а не в масштабах целой отрасли или всей экономики страны²².

При этом существует высокая степень корреляции географии внешней торговли и размещения ПИИ – коэффициент корреляции между размерами германского экспорта в 2000 г. и накопленными ПИИ фирм ФРГ к 2000 г. для 106 стран, по которым есть информация, равен 0,74²³.

Усиление глобализации показывает, что ПИИ не всегда связаны с торговлей, поэтому разрабатываются **специальные концепции размещения ПИИ**. С их помощью ученые пытаются объяснить причины осуществления прямых капиталовложений, особенности их размещения, последствия для экономики. Первые работы – исследования американцев Л. Метцлера и Ф. Махлупа – появились в 40-е годы, но до сих пор так и не создано целостной и разделяемой большинством экспертов теории ПИИ.

К числу наиболее известных первых концепций размещения иностранных капиталовложений относятся *теория коэффициентов рентабельности инвестиций* (Дж. Попкин и Дж.В.Дж. Стивенс) и *теория портфельных инвестиций* (Х. Марковиц, Дж. Тобин и др.). Эти теории описывают лишь ограниченный ряд случаев осуществления ПИИ – первая из них утверждала, что капиталы идут из стран с низкой оборачиваемостью инвестиций в

¹⁹ ПИИ – капиталовложения, позволяющие инвестору оказывать устойчивое влияние на деятельность компании за рубежом. В каждом конкретном случае разная доля участия дает право на место в совете директоров или наблюдательном совете фирмы. При современной распыленности акционерного капитала обычно необходимо 10-25% акций.

²⁰ См.: Котлер Ф. Основы маркетинга.: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1990. С. 618-623.

²¹ См.: Астапович А.З. Транснациональный капитал США в мировом хозяйстве. – М.: Наука, 1990. С. 110-113; Березной А.В., Панкин С.М., Славинский В.А., Татузов В.Ю., Шишков Ю.В. Производственный процесс выходит за национальные границы. – М.: Наука, 1991. С. 104-110; Юданов Ю.И. Западно-европейский капитал в США. – М.: Наука, 1985. С. 9-13.

²² См.: Чебанов С. Иностранные инвестиции: тенденции 90-х годов // МЭиМО. 1997. №3. С. 26-30.

²³ Расчеты автора по: Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Mai 2002 / Beilage zu "Statistische Beihefte zu den Monatsberichten der Deutschen Bundesbank", Zahlungsbilanzstatistik. – Frankfurt am Main, 2002. S. 16-26; Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland... 2001. – Stuttgart, 2001. S. 298-300.

страны с их высокой оборачиваемостью, а вторая говорила о минимизации риска путем распределения ПИИ по разным странам.

В 1965 г. появилась *теория жизненного цикла товара*, использованная в 1966 г. Р. Верноном для объяснения ПИИ и получившая развитие в трудах других ученых. На примерах американских ТНК утверждалось, что на разных стадиях жизненного цикла товар выгодно производить в разных условиях. Так, на стадии стандартизированного серийного или массового производства выпуск товара следует переносить в страны с дешевой рабочей силой²⁴. На разных стадиях различается интенсивность экспорта. Исследования ряда ученых подтвердили теорию лишь по отношению к части ПИИ фирм США, ФРГ и Великобритании с их инновационными производствами и укороченными продуктово-производственными циклами²⁵.

Очевидно, теория Р. Вернона также не объясняет всех причин осуществления ПИИ. Например, совершенно не укладываются в ее рамки капиталовложения стратегического плана. Во-первых, к ним относятся ПИИ германских фирм в добычу сырья, осуществляемые при активном участии государства. Во-вторых, это капиталовложения ради выхода на пока не очень емкие, но перспективные рынки, где закрепляются позиции не столько какого-то конкретного товара, сколько всей торговой марки. Примером могут служить ПИИ германского автомобилестроительного концерна "Фольксваген" в КНР. Также Вернон не учитывал инвестиции, направленные на преодоление торгового протекционизма. Кроме того, в теорию Вернона не вписываются капиталовложения в производство предметов роскоши и других товаров, при сбыте которых ценовая конкуренция отходит на второй план перед использованием стратегии дифференциации.

С.Г. Хаймер и его последователи (в частности, Ч.П. Киндлебергер) связывали *ПИИ и несовершенство конкуренции*. По их мнению, зарубежный инвестор – монополия или (что встречается чаще) олигополия на каком-то рынке. ПИИ осуществляются с целью удушения конкуренции и сохранения контроля над рынком – иначе фирме выгоднее было бы выдавать лицензии, так как организация зарубежного производства сопряжена с дополнительными издержками. Концепция Хаймера учитывает лишь один тип капиталовложений – так называемое "защитное инвестирование"²⁶. При этом даже среди крупных фирм не все являются олигополиями или монополиями. К тому же ПИИ осуществляют средние и мелкие компании.

В 70-е годы возникли теории, которые не делают различий между прямыми и другими инвестициями. Тем не менее иногда их пытаются использовать для объяснения особенностей осуществления ПИИ. Наиболее популярны концепции ключевой роли *обменных курсов* Р. Алибера²⁷ и определяющего значения *уровня тарифных ставок* Р. Манделла²⁸. Ясно, что такой подход не позволяет объяснить специфику именно ПИИ.

В 80-е годы особую известность приобрела теория *интернализации* А. Рагмана, согласно которой фирма осуществляет ПИИ, чтобы стать глобальной корпорацией и превратить свои внешнеэкономические связи из внешних процессов (экстерналий) во внутренние (интерналии)²⁹. Однако в последние годы автор этой теории стал воспринимать

²⁴ См.: *Vernon R.* International Investment and International Trade in the Product Cycle // *Quarterly Journal of Economics*. 1966. №2 (May). P. 190-207.

²⁵ См.: *Lutz J.M., Green R.T.* The Product Life Cycle and the Export Position of the United States // *Journal of International Business Studies*. 1983. Winter. P. 77-93; *Mullor-Sebastian A.* The Product Life Cycle Theory: Empirical Evidence // *Journal of International Business Studies*. 1983. Winter. P. 95-105.

²⁶ Подробнее см.: *Hymers S.H.* A Study of Direct Foreign Investment. – Cambridge (Mass.), 1976.

²⁷ См.: *Aliber R.Z.* A Theory of Foreign Direct Investment // *The International Corporation* / Ed. by C.P. Kindleberger – Cambridge (Mass.), 1970. P. 17-34.

²⁸ См.: *Mundell R.A.* *International Economics*. – NY., 1968. P. 85-99.

²⁹ См., например: *Rugman A.M.* New Theories of the Multinational Enterprise: An Assessment of Internalization Theory // *Bulletin of Economic Research*. 1986. №2. P. 101-118.

глобальную стратегию ТНК как очередной миф и сосредоточился на изучении региональной концентрации деятельности многонациональных фирм³⁰. Довольно близкие идеи содержатся в концепции П.Дж. Баркли и М.С. Кассона, которые важнейшей причиной осуществления ПИИ считают преимущества, связанные со снижением расходов по управлению и сокращением трансакционных издержек в ТНК³¹.

Некоторые теории и концепции ПИИ рассматривают конкретные проблемы. Так, в Японии оценка влияния ПИИ на экономику "догоняющих" стран проводится в рамках *парадигмы "летающих гусей"* (К. Кодзима, Т. Озава)³². Другим примером служит концепция европейских исследователей *"позиция силы"*, отражающая взаимодействие ТНК и правительств, взаимное влияние инвестиционной зависимости и политических конфликтов. В работах Т. Хорста и С. Хирша ПИИ изучаются как альтернатива экспорту³³. Д. Пенроуз, О. Уильямсон и К.Эрроу рассматривают ПИИ в качестве реакции на неспособность рынка как экономического института эффективно осуществлять обмен активами, товарами и информацией между независимыми продавцами и покупателями в мировом масштабе³⁴.

Наиболее полно осуществление ПИИ объясняет появившаяся в конце 70-х годов *эклетиическая парадигма (концепция ОЛИ)* британского ученого Дж. Даннинга³⁵. Эта теория постулирует три необходимых и достаточных условия осуществления прямых капиталовложений за рубежом:

- 1) преимущества **Обладания** (преимущества инвестора перед местными фирмами во владении передовыми технологиями, торговыми марками, ноу-хау, контролем за входом на рынок и др.),
- 2) преимущества **Локализации** (особенности страны-получателя ПИИ: природные ресурсы, членство в торговых организациях, тарифные барьеры, низкие трудовые и прочие издержки и др.),
- 3) преимущества **Интернализации** (снижение затрат на управление, экспорт, лицензирование и т.д.).

В 90-е годы Дж. Даннинг, используя выводы Портера, развил свою теорию, связав осуществление ПИИ и альтернативные возможности выхода на внешние рынки. Так, если страна имеет конкурентные преимущества, то фирма будет участвовать во внешнеэкономической деятельности, если нет – не будет. Если при этом фирма обладает олигополистическими преимуществами, то она по крайней мере станет экспортером и будет выдавать иностранным фирмам лицензии, если нет – ограничится экспортом. Фирма осуществит ПИИ лишь при наличии всех рассматриваемых преимуществ³⁶.

И все же теория Даннинга также не учитывает ПИИ, осуществляемые в стратегических целях, и капиталовложения, вызванные наличием препятствий для деятельности компании на родине. Так, в ФРГ до 90-х годов существовали серьезные ограничения в

³⁰ См.: *Rugman A., Hodgetts R. The End of Global Strategy // European Management Journal. 2001. №4. P. 333-343.*

³¹ См.: *Buckley P.J., Casson M. Multinational enterprises in less developed countries // Multinational enterprises in less developed countries. – L., 1991. P. 27-55.*

³² См.: *Kojima K. Direct Foreign Investment: A Japanese Model of Multinational Business Operations. – L., 1978; Ozawa T. Cross-Investments between Japan and the EC // Multinational Investment in Modern Europe, Strategic Interaction in the Integrated Community / Ed. by J. Cantwell – Aldershot, 1992. P. 13-45; Ozawa T. Japan's Resource Dependency and Overseas Investment // Journal of World Trade Law. 1977. January – February. P. 52-73.*

³³ См.: *Hirsch S. An International Trade and Investment Theory of the Firm // Oxford Economic Papers. 1976. №2. P. 258-270; Horst T. Firm and Industry Determinants of the Decision to Invest Abroad: An Empirical Study // Review of Economics and Statistics. 1972. №3. P. 258-266.*

³⁴ См.: *Современные теории внешнеэкономических отношений. С. 34-58.*

³⁵ См., например: *Dunning J.H., McQueen M. The Eclectic Theory of International Production // Managerial and Decision Economics. 1981. December. P. 197-210.*

³⁶ См.: *Dunning J.H. The Globalization of Business: The Challenge of the 1990s. – L., NY., 1993. P. 223-225.*

сфере генной инженерии, поэтому фирмы предпочитали открывать специализированные в этой области исследовательские центры за рубежом, в основном в США. Кроме того, данная теория подразумевает наличие у потенциальных инвесторов рационального поведения и доступа к полной и истинной информации, что не соответствует реальности. Не делает Даннинг различий и между компаниями, действующими в одной-двух странах и глобальными ТНК.

Выход из противоречивости многообразных теорий некоторые исследователи видят в рассмотрении мотивов осуществления ПИИ, которые называют при проведении опросов сами инвесторы. Такой подход помогает выявить исключения, которые не укладываются в обобщенные модели.

Ряд исследователей делает попытки теоретического анализа прямых капиталовложений с помощью эконометрических моделей. Удачными такие работы назвать сложно, так как почти ни в одном исследовании не учитываются типологические различия стран. В результате не удается выявить ни национальную специфику воздействия различных факторов на приток капитала, ни влияние привлечения ПИИ на развитие национальной экономики. В эконометрических исследованиях не определено ни значение временных лагов, ни роль политической стабильности³⁷.

Наличие многообразных теорий и концепций породило разные мнения о роли ПИИ в развитии национальной экономики. Конечно, исследователи сходятся в том, что к позитивным эффектам относится для страны, экспортирующей капитал, стимулирование сбыта, а для получателя ПИИ – передача ноу-хау, создание рабочих мест, обучение специалистов.

Британский исследователь К. Тьюгендхэт обосновывал важную роль ПИИ и экспорта крупных ТНК для смягчения цикличности экономики. У компаний, действующих во многих странах, есть возможность переключаться в сбыте продукции с территорий, испытывающих кризис, на регионы с благоприятной конъюнктурой³⁸.

Отечественный экономист А.Ю. Юданов показал, что смягчение циклических колебаний получают лишь крупные ТНК, а не национальная экономика в целом. К тому же данные за 1965-1981 гг. по крупнейшим концернам ФРГ свидетельствуют, что не всякая фирма и далеко не каждый год выигрывает в преодолении конъюнктурных колебаний благодаря своей зарубежной деятельности. На примере США А.Ю. Юданов показал, что основные импортеры американской продукции часто находятся в тех же стадиях экономического цикла, что и сами США³⁹. Ниже будет показано, что преобладание соседних стран среди получателей товаров и ПИИ – объективный процесс, поэтому говорить о возможности преодоления циклического воздействия благодаря ПИИ вряд ли возможно.

Напротив, к негативным последствиям чаще всего относят рост нестабильности из-за конъюнктурных колебаний – усиление интеграции привело к росту мобильности фирм, а значит, возможности резкого изменения ситуации в отдельном городе, например, с занятостью. Это случалось и раньше. Так, в ФРГ в 70-х годах фирма "Мобил ойл" (США), используя инвестиционную помощь из средств федерального и земельного бюджетов, построила в Вильгельмсхафене нефтеперерабатывающий завод, закрыв его через несколько лет без согласования с властями. Это породило на многие годы серьезную проблему. В 70-х годах в этом городе также из конъюнктурных соображений было заморожено строительство глиноземного завода швейцарской фирмой "Алюминимум", а построенный цех был продан фирме другой специализации – британскому химическому ги-

³⁷ См.: Балацкий Е. Прямые иностранные инвестиции и внутренняя инвестиционная активность // МЭиМО. 1999. №11. С. 83-89.

³⁸ См.: Тьюгендхэт К. Международные монополии.: Пер. с англ.– М.: Прогресс, 1974. С. 140-145.

³⁹ См.: Кискер К.-П., Хайнрих Р., Мюллер Х.-Э., Рихтер Р., Струве П. Многонациональные концерны и занятость.: Пер. с нем. / Общ. ред. и предисл. А.Ю. Юданова. – М.: Прогресс, 1985. С. 5-50.

ганту "ИКИ". В 90-х годах из-за разрастания производственных сетей фирм такие случаи участились. Достаточно привести несколько примеров: в 1997-1998 гг. фирма "Сименс" вложила в Великобритании почти 0,5 млрд марок – в основном в завод по производству микросхем в городе Ньюкасл-апон-Тайн (это был крупнейший в истории Англии иностранный проект), но уже в 1999 г. под воздействием последствий азиатского финансового кризиса завод был закрыт. В 2000 г. концерн "Дженерал моторс" купил крупный пакет акций автомобильного подразделения итальянской компании "ФИАТ", что вызвало сокращение персонала фирмы "Опель" в ФРГ (до недавнего времени одного из благополучных подразделений концерна) на 5 тыс. чел.⁴⁰

Все чаще общественность осуждает и вынос экологически "грязного" производства в развивающиеся страны. Если раньше протесты исходили в основном от представителей "зеленых" движений развитых стран, то теперь строительство заводов, отрицательно воздействующих на окружающую среду, все чаще встречает сопротивление населения стран Третьего мира. Так, в 1997 г. на Тайване в районе Тайчжуна сорвано сооружение фирмой "Байер" химического завода с предполагаемыми инвестициями в 3 млрд марок, что превышало все накопленные германские ПИИ на острове.

Споры возникают обычно не из-за природоохранных, а из-за других вопросов, а именно: как изменяются занятость и темпы роста экономики в стране – нетто-экспортере ПИИ и как оценивать продажу собственности иностранным инвесторам.

Сокращение занятости и темпов роста экономики в стране при экспорте капитала, вроде бы, очевидно. Однако в ряде работ предлагается пересмотреть масштабы этого снижения. В них утверждается, что можно говорить лишь об изменении структуры занятости на родине ТНК. В 90-е годы соответствующие исследования проводились в Кильском институте мировой экономики и Кёльнском институте германской экономики⁴¹. В первом из них рассматривался ряд упрощенных абстрактных моделей, второе опиралось на результаты опросов фирм ФРГ. Убедительного доказательства роста числа рабочих мест в ФРГ благодаря увеличению занятости в головных компаниях в сфере управления, научно-технических и маркетинговых исследований, которое компенсирует сокращение занятых на производстве, не предложено.

Еще в начале 80-х годов исследователи в ФРГ отмечали, что наличие выгод для роста занятости в стране, теряющей инвестиции, базируется лишь на гипотетических расчетах, тогда как потеря рабочих мест при экспорте капитала легко исчисляема. При этом расчеты выгод основаны на данных, представляемых руководителями фирм. А они заинтересованы в благосклонном отношении общества и профсоюзов к своим ПИИ⁴².

Казалось бы, передача контроля над основными производственными фондами иностранцам компенсируется стимулированием экономического развития страны. Но обычно ТНК передают в зарубежные филиалы не самые новые технологии, могут изымать часть денежных средств филиала на нужды других дочерних фирм. Реже анализируется и такой аспект, как борьба с конкурентами в менее развитых странах путем их покупки.

Для принимающих ПИИ стран (в том числе и для ФРГ, хотя в целом она нетто-экспортер прямых капиталовложений) есть и другие противоречивые последствия усиления глобализации инвестиционных потоков. Во-первых, иностранные фирмы восполняют дефицит национальных ресурсов для экономического развития. Однако ТНК пре-

⁴⁰ БИКИ. 2000. №48; Frankfurter Allgemeine Zeitung. 14.03.2000.

⁴¹ См. соответственно: Klodt H., Maurer R. Internationale Direktinvestitionen: Determinanten und Konsequenzen für den Standort Deutschland // Kieler Diskussionsbeiträge. 1996. №284. – 49 S. и Beyfuß J., Eggert J.A. Auslandsinvestitionen der deutschen Wirtschaft und ihre Arbeitsplatzeffekte // Beiträge zur Wirtschafts- und Sozialpolitik / Institut der deutschen Wirtschaft Köln. 2000. №258. – 52 S.

⁴² Кискер К.-П., Хайнрих Р. и др. Указ. соч. С. 120-121.

пятствуют развитию местных фирм, которые своей продукцией могли бы замещать импорт полуфабрикатов с зарубежных филиалов ТНК. Во-вторых, ПИИ способны компенсировать дефицит платежного баланса принимающей страны. На практике деятельность ТНК стимулирует его рост, так как эти компании импортируют в больших количествах оборудование и полуфабрикаты, а часть прибыли и платежей за различные услуги переводят за рубеж. В третьих, увеличение налогооблагаемой базы за счет предприятий, созданных при участии ПИИ, требует и расходов на стимулирование притока капиталов. В-четвертых, подготовка кадров на базе ТНК сопровождается переманиванием специалистов с местных предприятий⁴³. К тому же крупные иностранные концерны могут более высокими зарплатами привлекать высококлассных профессионалов из национальных фирм. В-пятых, хотя ТНК заинтересованы в углублении интеграции в Европе и способствуют ее развитию, в том числе воздействуя на национальные правительства, в обществе вызывает опасения усиление политического влияния отдельных ТНК, которое может использоваться для реализации их интересов.

В теоретических исследованиях ПИИ, как правило, недоучитывается роль неэкономических факторов (наличие у инвесторов языкового барьера и стереотипов, отсутствие достаточного объема информации и т.п.). Обычно основой для выводов становятся эмпирические данные по промышленным компаниям, тогда как в последнее время больше половины всех ПИИ направляется в предприятия сферы услуг. При этом мотивы осуществления капиталовложений в заводы и предприятия третичного сектора экономики часто отличаются, хотя бы потому что "производство" и "сбыт" продукции последних обычно не разделены территориально.

До сих пор отсутствует сколько-нибудь стройное теоретическое обоснование чрезмерной территориальной концентрации зарубежной деятельности. Существующие исследования в основном посвящены общим причинам и механизмам выхода фирм на глобальный уровень. В территориальном плане изучение обычно ограничивается уровнем страны, рассматриваемой как точка, а причины межрегиональных различий в привлекательности для зарубежных инвесторов внутри страны не выявляются.

Одна из причин этого – рассмотрение поведения всей совокупности фирм без выявления мотиваций конкретных инвесторов. Исследований, вскрывающих механизмы поведения отдельных фирм, причем в территориальном разрезе, очень мало. Но именно анализ этих механизмов позволяет понять причины доминирования определенных направлений германских мирохозяйственных связей и решать вопросы, связанные с практическим применением названных концепций в России, например, для интенсификации внешнеторговых связей отдельных российских регионов, снижения концентрации поступающих в нашу страну ПИИ в столице.

1.3. Закономерности территориального развития компании, выходящей на мировые рынки

Для понимания закономерностей территориального развития фирмы, вовлеченной в мирохозяйственные связи, требуется синтез концепций, разрабатываемых в рамках различных теорий мировой экономики, с положениями других экономических дисциплин – главным образом теории развития фирмы, международного маркетинга, региональной экономики.

Прежде всего следует отметить, что изучение развития компании требует весьма гибкого определения самого понятия "фирма". На наш взгляд, наиболее удачным является подход, предложенный почти полвека назад классиком теории роста фирмы Э. Пен-

⁴³ См.: *Мироненко Н.С., Фомичев П.Ю., Титов К.В.* Транснационализация мирового хозяйства // *Пространственные структуры мирового хозяйства* / Под ред. Н.С. Мироненко. – М.: Пресс-Соло, 1999. С. 215-216.

роуз. Она понимала под компанией (фирмой) сложный экономический и социальный институт, причем не просто базовую административную единицу экономики, а собрание производственных ресурсов (собственных и привлеченных), с помощью которых производятся и сбываются с прибылью товары и услуги⁴⁴. При этом следует различать юридический и экономический смысл, который имеет понятие "фирма" – с одной стороны, компания как реальный экономический организм может перестать существовать, сохранившись юридически ("мертвые фирмы" и обанкротившиеся нерентабельные стратегические компании, субсидируемые государством в рамках социальной политики), а с другой стороны, закономерно развиваясь, компания может поменять название и организационную форму (в том числе в результате поглощения другой фирмы) или сменить отрасль основной специализации в ходе диверсификации своей деятельности⁴⁵.

При организации деятельности фирмы владельцами и управляющими движут разные мотивы. Однако какие бы цели не ставились перед компанией отдельными группами заинтересованных лиц, результатом обычно оказывается стремление к росту фирмы.

Первоначально экономисты считали стремление максимизировать прибыль важнейшей целью фирмы – погоня за дополнительным доходом и связанная с ней экономическая экспансия объясняются психологическим стремлением людей улучшить свое положение в обществе. Несмотря на то, что цель максимизации прибыли не учитывает возможные риски, в ряде небольших компаниях она сохраняет ключевое значение.

Уже несколько десятилетий в крупных фирмах, где все большая власть переходит к наемным управляющим, в качестве компромиссной цели функционирования компании признается максимизация приведенной рыночной стоимости фирмы (для акционерных обществ – рыночной капитализации акций). Эта модель применяется и при концентрации основной власти в компании в руках управляющих, и при сохранении владельцами сильного влияния на деятельность фирмы. Первые с ростом капитализации фирмы повышают свой социальный статус, укрепляют власть, тогда как вторые получают возможность учитывать риски и максимизировать прибыль не в краткосрочной, а в долгосрочной перспективе (а даже в малых семейных фирмах существует мотив оставить своим детям крепкое дело). В соответствии с данным принципом при отсутствии ограничений на капитал фирма должна браться за все проекты, чистая приведенная стоимость которых на текущий момент времени больше или равна нулю⁴⁶. Реализация этого принципа даже при нехватке инвестиций ведет к росту компании.

На практике описанная модель встречается редко – далеко не все решения на фирме рассматриваются как инвестиции. Такой подход применим в основном к расширению производства и сбыта, причем с рядом оговорок. С одной стороны, он не учитывает венчурное финансирование – повышенный риск в случае удачи компенсируется сверхприбылью. Оценить в венчурных проектах вероятность удачи и размеры прибыли невозможно, но именно их часто используют настоящие предприниматели для обеспечения

⁴⁴ См.: Penrose E. The Theory of the Growth of the Firm. – 2nd. ed. – Oxford, 1980. P. 9, 15-25.

⁴⁵ Такой подход отличается от инструментальных абстракций неоклассической теории фирмы, применяемой для математических расчетов в области микроэкономики. Неоклассики не пытаются предсказывать поведение отдельных компаний и строить теорию фирмы на основе практики реальных компаний. О конфликте разных экономических теорий при построении теории фирмы см.: Автономов В.С. Человек в зеркале экономических теорий (Очерк истории западной экономической мысли). – М.: Наука, 1993. Гл. 3.

⁴⁶ Чистая приведенная стоимость проекта j :
$$NPV_j = \sum_{i=1}^n \frac{A_i}{(1+k_j)^i},$$

где A_i – чистое движение денежных средств после уплаты налогов в году i ; n – ожидаемый срок реализации проекта в годах; k_j – требуемая норма прибыли за вычетом налогов для j , которая должна представлять собой прибыль, требуемую рынком для компенсации риска реализации проекта.

технологических прорывов и завоевания рынков⁴⁷. С другой стороны, этот подход игнорирует регулирование бизнеса в условиях социального рыночного хозяйства. Наибольшая регламентация наблюдается в сфере тарифных переговоров – профсоюзы влияют на развитие фирм, так как регулирование оплаты и условий труда, кадровой политики не позволяют предпринимателю оценивать пути снижения трудовых издержек (например, путем переноса производства за рубеж) лишь с позиций финансового расчета. Кроме того, например, в ФРГ наемные работники крупных частных фирм имеют право участвовать в их управлении через почти равное с акционерами представительство в наблюдательном совете, которому подотчетно правление фирмы и который может влиять на решения о крупных инвестициях и мерах по рационализации⁴⁸. Данная практика критикуется экономистами-либералами, но пока остается реальностью.

Помимо этого наемные управляющие далеко не всегда полностью подконтрольны владельцам (акционерам). Поведенческие теории фирмы говорят о том, что у более-менее крупной компании не может быть единой цели, а направления ее деятельности представляют собой результат компромиссов различных групп интересов – как внутренних, так и внешних⁴⁹. Однако и в этом случае для преодоления большинства конфликтов наиболее подходящим оказывается стимулирование роста компании (путем диверсификации производства, слияний с другими компаниями и т.п.).

Конечно, далеко не все компании развиваются успешно. Даже при наличии желания увеличивать свой бизнес многие коммерсанты не способны убедить потенциальных инвесторов, переоценивают свои возможности, неверно определяют перспективы рынка, постоянно совершают различные мелкие ошибки. Более того, многие относительно благополучные фирмы не строят амбициозных планов роста, довольствуясь имеющимися у них позициями и увеличивая производство лишь при благоприятной конъюнктуре рынка товаров их специализации. Однако в этой книге рассматриваются фирмы, которые уже вышли на зарубежные рынки, что подразумевает удачный старт в бизнесе и завоевание некоторых прочных позиций внутри страны. Это означает наличие у них способностей к росту.

Как образно отметила Э. Пенроуз, ни одна теория развития компании, как бы точно она не отражала действительность, не может предсказать будущее конкретной фирмы, подобно тому как выявившие закономерности роста растений биологи не могут гарантировать, что в конкретное дерево не попадет молния⁵⁰.

В большинстве же случаев, если на фирме есть честолюбивые люди с предпринимательскими способностями и достаточной квалификацией, компания будет успешно развиваться. Внешними стимулами роста фирмы являются увеличение спроса на некоторые ее продукты, изменения технологии, приводящие к достижению максимальной эф-

⁴⁷ Еще Й. Шумпетер отмечал, что предприниматель не похож на "экономического человека" – им движет не стремление к максимизации, а совсем другие мотивы: "радость созидания", "стремление к завоеваниям", "мечта основать собственную империю" (*Schumpeter J.A. The Theory of Economic Development. – Cambridge (Mass.), 1934. P. 93*).

⁴⁸ На предприятиях с числом занятых свыше 2 тыс. чел. наблюдательный совет образуется из равного числа представителей пайщиков и наемных работников (сотрудников фирмы и профсоюзных функционеров), хотя председатель (представляющий владельцев) имеет в спорных случаях второй голос (в компаниях угольной и сталелитейной промышленности избирается также "нейтральный" член совета). При этом для избрания правления требуется большинство в 2/3 голосов членов наблюдательного совета. В компаниях с числом занятых от 0,5 до 2 тыс. чел. представители наемных работников имеют 1/3 голосов в наблюдательном совете, что обычно дает лишь право на получение информации (см.: Германия. Факты / Ведомство печати и информации федерального правительства – Франкфурт-на-Майне: изд-во "Societäts-Verlag", 1999. С. 367-374).

⁴⁹ Подробнее см. *Anderson P. Marketing, Strategic Planning and the Theory of the Firm // Journal of Marketing. 1982. Spring. P. 15-26.*

⁵⁰ *Penrose E. Op. cit. P. 7-8.*

фективности при больших масштабах производства, сулящие экономические выгоды новые открытия, возможности захватить определенные позиции на рынке и т.п. К внутренним стимулам роста относится наличие на фирме резервов неиспользуемых производственных и управленческих служб, специальных знаний персонала, различных ресурсов. Такой излишек есть всегда в силу дискретности любого ресурса (например, человек с его знаниями и опытом), причем в ходе роста фирмы, который всегда из-за несовершенства управления в определенной степени несбалансирован, появляются новые избыточные ресурсы, создающие очередной стимул для развития⁵¹.

К настоящему времени при сравнительно высоком уровне теоретической разработанности проблем роста в соответствующих исследованиях мало уделяется внимания территориальным аспектам развития компании, а только их изучение позволяет, в частности, понять как на практике формируются мирохозяйственные связи компаний.

К числу немногих работ, посвященных принципам территориального развития фирмы относятся созданные в конце 70-х – начале 90-х годов динамико-эволюционная концепция М. Сторпера и Р. Уолкера, теория развития фирмы Л. Хокансона, диссертация Р. Шлунце, изучающая иерархически-волновую диффузию японских предприятий в ФРГ.

Концепция М. Сторпера и Р. Уолкера, созданная в 80-х годах, относится к современным динамическим моделям оптимизации размещения промышленности⁵². Основное внимание в таких моделях уделяется не только локализации нового предприятия, но и учету возможности разного подхода к выбору места размещения производства на различных стадиях развития фирмы. В отличие от статических теорий размещения в динамических концепциях отмечается принципиальная невозможность выбора некоего оптимального места для предприятия⁵³. М. Сторпер важную роль отводит воздействию социально-экономических и политических факторов. Признается существенное значение деятельности самих фирм. Организация производственных систем анализируется совместно с реалиями технологического прогресса, усиления внешнеэкономических отношений и углубления специализации регионов. По мнению М. Сторпера, основную роль играют все-таки свойства не территории, а компании. Они устанавливают свои региональные связи, создавая тем самым собственное хозяйственное окружение, которое приспособляется к специфическим местным условиям и ведет к росту территориальной концентрации производства, получающего собственную динамику. При этом сильное влияние оказывают выгоды агломерации функционально связанных предприятий⁵⁴.

При оценке воздействия промышленности на территорию М. Сторпер и Р. Уолкер предлагают различать 4 этапа: 1) "**локализация**" (создание промышленных фирм и предприятий на новых территориях); 2) "**селективная субурбанизация**" (наращива-

⁵¹ Ibid. P. 33-37, 65-78.

⁵² В экономической науке существует группа теорий размещения, которая до последнего времени оставалась почти без внимания в мирохозяйственных исследованиях. В 90-е годы почти одновременно в США, ФРГ и России отмечается всплеск интереса к ним (см.: *Kopp A. The New Geographical Economics and the German Founders of Regional Economics // Kieler Arbeitspapiere. 1999. №941. – 60 p.*; *Krugman P. What's New about the New Economic Geography? // Oxford Review of Economic Policy. 1998. №2. P. 7-17*). Наиболее детальная классификация этих теорий на русском языке дана О.В. Кузнецовой (см.: *Кузнецова О.В. Экономическое развитие регионов: теоретические и практические аспекты государственного регулирования. – М.: Эдиториал УРСС, 2002. С. 14-19*). Теории размещения делятся на две большие группы – статические (штан-дортные) и динамические. Самый весомый вклад в развитие статических теорий внесли И.Г. фон Тюнен, В. Лаунхардт, А. Вебер, А. Предель, Т. Паландер и А. Лёш. Из современных исследователей наиболее известен Р. Гроц, рассматривающий многозаводские фирмы. Динамические теории пока представляют собой набор разрозненных концепций.

⁵³ См.: *Витковский О.В. География промышленности мира. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1997. С. 21-30.*

⁵⁴ См.: *Storper M. The Limits to Globalization: Technology, Districts and International Trade // Economic Geography. 1992. №1. P. 60-93.*

ние мощностей размещенных в данной местности предприятий при длительном сохранении ими конкурентоспособности); 3) "**дисперсия**" (продвижение промышленности в соседние районы); 4) "**перемещение центров тяжести в размещении**" (перенос производства под воздействием обновления промышленной структуры на основе технологических нововведений, из-за изменений структуры спроса или эволюции старых отраслей). Фирмы-носители процессов обновления нередко размещаются вне ранее возникших крупных промышленных центров, что возвращает процесс на стадию "локализации"⁵⁵.

Данная концепция хотя и закладывает теоретическую основу для дальнейших исследований, однако не дает сколько-нибудь полного объяснения концентрации зарубежной деятельности компаний. Во-первых, в ней все ограничено только рассмотрением производственных предприятий, а даже у промышленных концернов важную роль играют сбытовые филиалы, фирмы по ремонту и техническому обслуживанию. Во-вторых, представленная концепция рассматривает идеальную фирму вне привязки к конкретной территории с ее спецификой. В-третьих, совершенно не обращается внимание на то, что деятельность фирмы на родине и за рубежом имеет отличия, обусловленные огромными различиями между странами в уровне издержек, доступности ресурсов, законодательных условиях.

Следует отметить, что идея поэтапного развития компании восходит к теории роста фирмы Э. Пенроуз, а применительно к развитию зарубежной деятельности компании была исследована Я. Юхансоном и другими представителями шведской Уппсальской школы. Они определили 4 условных стадии интернационализации фирмы: 1) "**отсутствие регулярного экспорта**"; 2) "**экспорт через независимых агентов**"; 3) "**создание зарубежных сбытовых филиалов**"; 4) "**основание заграничных производственных филиалов**". При этом последователи Уппсальской школы признают идею о поэтапном характере территориального освоения зарубежных рынков – от географически и культурно близких стран к отдаленным (этот вопрос подробнее рассмотрен в следующем параграфе).

Переход от одной стадии к другой связан с необходимостью принятия нестандартных для данной фирмы решений, причем ее руководство должно решиться на относительно более рискованные проекты в условиях неопределенности. Его стремление повысить свою информированность о новом виде мирохозяйственных связей определяет значительный промежуток времени между освоением различных этапов роста фирмы⁵⁶.

Развитие успешных фирм благодаря возможности диверсификации в долгосрочном плане не имеет явных пределов (в отличие от развития отдельных заводов, для которого в большинстве отраслей существует оптимальный размер, или узких отраслевых направлений компаний, ограничиваемых емкостью соответствующих рынков сбыта). В то же время в краткосрочном плане темпы роста любой фирмы довольно жестко ограничиваются, прежде всего величиной ресурсов, которые можно привлечь для экономической экспансии, и способностями управленческого аппарата компании разработать и реализовать адекватную стратегию роста.

Развивая идеи шведских ученых о поступательном характере интернационализации компании, Л. Хокансон выделяет пять стадий развития ТНК: 1) "**создание однозаводской фирмы**" (управленческий аппарат и сбытовые службы находятся при заводе); 2) "**завоевание национального рынка**" (фирма становится многозаводской, но пред-

⁵⁵ См.: Walker R.A., Storper M. Capital and Industrial Location // Progressive Human Geography. 1981. P. 473-509.

⁵⁶ См.: Johanson J., Vahlne J.-E. The Mechanism of Internationalisation // International Marketing Review. 1990. №4. P. 11-24; Johanson J., Wiedersheim-Paul F. The Internationalization of the Firm – Four Swedish Cases // Journal of Management Studies. 1975. October. P. 305-322.

приятия находятся в одном районе, хотя сбыт осуществляется по всей стране); 3) "**экспорт через торговые представительства**" (внутри страны заводы размещаются повсеместно, сбытовая сеть растет; в странах, где нет торговых барьеров, начинается сбыт продукции через дилеров); 4) "**основание зарубежных дочерних фирм**" (продолжается развитие на родине; открываются зарубежные сбытовые филиалы и дочерние фирмы, но лишь в странах без торговых барьеров); 5) "**формирование промышленной ТНК**" (за рубежом строятся заводы, в странах с торговым протекционизмом, наконец, налаживается сбыт – либо через дилеров, либо через собственные сбытовые филиалы)⁵⁷. Таким образом, теория Л. Хокансона также ограничивается рассмотрением промышленных фирм, но в ней учитывается зарубежная деятельность. При этом важное место в теории отводится размещению сбытовых филиалов.

Хокансон рассматривает идеальную фирму, поэтому многие реальные примеры в описанную схему не укладываются. Так, однозаводская фирма может начать экспорт без организации каких-либо новых производств внутри страны. Первый производственный филиал может быть сразу создан за границей. Часто компании приобретают другие фирмы с уже существующими разветвленными сбытовыми сетями (ради этого иногда и совершается покупка). Торговый протекционизм препятствует созданию сбытовых филиалов, но, напротив, вынуждает фирму открывать в стране производство для налаживания сбыта⁵⁸. Слияния ТНК, приобретение фирм ради диверсификации производства вообще не укладываются в эту модель.

Кроме того, выделяемые стадии неравнозначны. Первая и вторая стадии для многих промышленных компаний почти сливаются. Так, большой автомобильный или металлургический завод поставяет свою продукцию с первого дня работы во многие районы страны. В последней стадии, напротив, не отражены современные тенденции глобализации (что объяснимо – теория создана в конце 70-х годов). Так, вряд ли оправдано рассмотрение вместе фирмы с одним заводом за рубежом и гигантской ТНК с многими, часто автономными заграничными региональными подразделениями. Совершенно оставлены без внимания в работе Хокансона компании сферы услуг, а их роль в мировой экономике постоянно растет.

Еще одним недостатком теории является рассмотрение "заграницы" как двух стран: с торговым протекционизмом и без такового. Однако межстрановые различия не ограничиваются уровнем либерализации внешней торговли, что признают даже другие представители Уппсальской школы. Региональную специфику внутри одного зарубежного государства, как и многие другие исследователи, Л. Хокансон вообще не изучает.

Германский ученый Р. Шлунце рассматривает реально существующие компании, причем как промышленные, так и принадлежащие сфере услуг. В его диссертации уделяется большое внимание взаимодействию компаний одной страны за рубежом. Шлунце доказывает на примере японских фирм в ФРГ, что их распространение идет по принципу иерархически-волновой диффузии⁵⁹. Первые зарубежные предприятия размещаются в

⁵⁷ См.: *Håkanson L. Towards a Theory of Location and Corporate Growth // Hamilton F.E.I., Linge G.J.R. (Eds.). Spatial Analysis, Industry and the Industrial Environment. Vol. I: Industrial Systems. – L., 1979. P. 115-138.*

⁵⁸ Некоторые исследователи даже считают существующие тарифные и нетарифные ограничения, а также потенциальные угрозы введения новых торговых барьеров наиболее сильным стимулом осуществления ПИИ в странах с емкими рынками сбыта (см., например: *Дэниелс Дж.Д., Радеба Л.Х.* Указ. соч. С. 202, 214).

⁵⁹ Для экономических исследований механизм иерархически-волновой диффузии предложен в 60-х годах шведским ученым Т. Хэгерстрандом при изучении инноваций (см.: *Hägerstrand T. Aspects of the Spatial Structure of Social Communication and the Diffusion of Information // Papers and Proceedings of the Regional Science Association. 1966. №1. P. 27-42*). В 80-х годах в работах советских ученых отмечалось наличие иерархического принципа размещения зарубежных предприятий (см.: *Сапожников А.Д., Смольников М.В., Васильев В.А.* Буржуазная региональная теория и государственно-монополистическое регулирование размещения производительных сил. – М.: Мысль, 1981. С. 106-123).

крупнейших центрах страны. Со временем филиалы могут создаваться на их периферии и в центрах меньшего значения в других районах государства⁶⁰.

К сожалению, все исследование ограничено японскими фирмами и лишь в ФРГ. Попытка выявить описанную диффузию у компаний других стран не предпринимается. При этом мало учитываются трансграничные производственно-сбытовые связи ТНК. Зависимость между уровнем развития фирмы на родине и ее зарубежной деятельностью также не изучена.

На основе анализа деятельности иностранных фирм в ФРГ и германских за рубежом нами сделана попытка представить общие принципы территориального развития компании, выходящей на глобальный уровень. При этом показывается связь между факторами размещения ПИИ на разных стадиях развития фирмы и территориальной концентрацией зарубежных предприятий в определенных районах страны.

У каждой давно существующей крупной фирмы с глобальной стратегией можно выделить, по нашему мнению, 5 равных по значению стадий в истории ее развития (менее крупные или более молодые компании проходят те же стадии, но, возможно, еще не дошли до последних из них):

- 1) возникновение фирмы и захват ею прочных позиций на внутреннем рынке;
- 2) превращение фирмы в экспортера товаров и/или услуг;
- 3) освоение фирмой производства товаров и/или услуг за рубежом;
- 4) усиленное развитие компанией зарубежной деятельности;
- 5) образование гигантской ТНК.

Каждая последующая стадия сохраняет многие черты предыдущих стадий. На любом этапе компания может быть поглощена более мощной фирмой, и тогда она будет действовать и развиваться как ее элемент. В виде дочерней компании она может пройти все оставшиеся стадии. При этом дочерние фирмы одного концерна в различных регионах могут достичь разного уровня развития. Так, в начале 90-х годов в США региональные подразделения германских концернов имели десятки филиалов по всей стране, в то время как в отдельных постсоциалистических странах у германских региональных дочерних компаний филиалы были лишь в столицах. Очевидно, что материнская фирма не может находиться на более низкой стадии территориального развития, нежели какая-либо из ее дочерних фирм.

Спецификой развития многих старых фирм стало то, что они дважды проходили первую-третью стадии. Дело в том, что в 1945 г. накопленные прямые зарубежные инвестиции Германии, Италии и Японии практически отсутствовали (почти все они были конфискованы). Сохранилась лишь треть довоенных капиталовложений Франции, половина нидерландских прямых инвестиций, 60% – британских⁶¹. Многие компании лишились своих зарубежных сетей, однако они не утратили информации и коммерческих связей. Поэтому в 50-60-е годы компании довольно быстро восстановили довоенные позиции. Фирмам ФРГ разрешили зарубежную деятельность не сразу, и только в 60-е годы местные власти им вернули безвозмездно или разрешили выкупить часть ранее конфискованной собственности. При этом фирмы укрепляли свои позиции чаще там, где они уже были сильны в 30-х годах. Поэтому третья стадия развития крупных европейских фирм фактически повторялась, а первая и вторая были заметно сжаты по срокам.

На **первой стадии** компания стремится занять устойчивые позиции на внутреннем рынке (необходимость опоры на отечественный рынок подчеркивают П. Кругман и

⁶⁰ См.: Schlunze R.D. Japanese Investment in Germany: a Spatial Perspective // Wirtschaftsgeographie. Band 11. 1997. – 160 p.

⁶¹ Синцеров Л. Длинные волны глобальной интеграции // МЭиМО. 2000. №5. С. 60.

другие исследователи⁶²). Обычно лишь захватив значительную нишу на национальном рынке путем создания надежной собственной сбытовой сети (для предприятий сферы услуг – клиентской сети) или использования услуг постоянных дилеров, фирма приступает к освоению зарубежных рынков. Иногда ею приобретаются компании внутри своей страны. Это часто увеличивает диверсификацию продукции фирмы и способствует усилению ее экономических позиций на родине.

Обычно выход фирмы на внешние рынки вызван узостью или насыщенностью внутреннего рынка, возможностью получения более высоких доходов за рубежом или стремлением диверсифицировать географию сбыта продукции. Мотивом участия в международной торговле может стать и стремление повысить свой имидж внутри страны. Далеко не все компании начинают развивать мирохозяйственные связи целенаправленно. В начальный период развития многие фирмы практикуют экспорт по случаю – так называемый пассивный экспорт, когда компания выходит на внешний рынок время от времени, причем как по своей инициативе, так и при получении зарубежного заказа (например, от иностранного посетителя местной выставки либо от иностранной компании, действующей в данной стране)⁶³.

Участие государства в капиталах фирмы иногда позволяет миновать первую стадию, что часто делается из стратегических соображений. Тогда экономическую базу развития фирмы обеспечивает само государство⁶⁴.

Так, ради снижения ресурсной зависимости ФРГ правительство содействовало инвестициям в действующие за рубежом компании. В 1969 г. при поддержке государства была создана фирма "ДЭМИНЭКС", субсидировавшаяся им до 1989 г. Практически вся ее деятельность была сразу сосредоточена за границей. С первого дня существования зарубежные проекты стали основными у государственного общества "ДЭГ", созданного в 1962 г. для содействия ПИИ малых и средних фирм ФРГ на всех стадиях их подготовки и осуществления. Часто эта помощь выражается в участии "ДЭГ" в ПИИ совместно с частной фирмой. За пределами ФРГ сосредоточена почти вся деятельность государственного страхового общества "Гермес", предоставляющего гарантии на экспортные сделки.

На **второй стадии** фирма выходит на зарубежные рынки. Экспорт по случаю заменяется внешней торговлей на регулярной основе, хотя изначально многие фирмы практикуют косвенный экспорт – через независимых отечественных посредников. Такой вид мирохозяйственных связей требует незначительных изменений в производственных цепочках компании и ее организационной структуре. Для косвенного экспорта не нужны значительные средства на организацию торговой сети за рубежом или установление долгосрочных контактов с иностранными фирмами, а кроме того, он менее рискован чем самостоятельный (прямой) экспорт, так как отечественные посредники действуют по своей инициативе, пользуясь собственными знаниями о конъюнктуре зарубежных рынков⁶⁵.

Стремление снизить издержки по сбыту и самостоятельно определять стратегию завоевания зарубежных рынков побуждает компании к прямому экспорту. Как правило, фирмы начинают с создания на родине экспортного отдела или подразделения и откры-

⁶² См.: Alecke B., Untiedt G. Information and Communication Technologies, Globalisation and Competitiveness: A Selective Survey // Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung. 2000. Heft 4. P. 552-553; Krugman P., Venables A.J. Globalization and the Inequality of Nations // Quarterly Journal of Economics. 1995. P. 857-880.

⁶³ См.: Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент: анализ, планирование, внедрение, контроль. – 2-е русское изд., исправленное. – СПб.: Питер Ком, 1999. С. 479, 482.

⁶⁴ Более чем у 500 германских компаний пакеты акций находятся в федеральной, а еще у 5 тыс. фирм – в земельной или муниципальной собственности (Зарицкий Б.Е. Экономика Германии: путь по лестнице, ведущей вниз. – М.: Юристъ, 2003. С. 25).

⁶⁵ См.: Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. С. 482-483.

тия за рубежом своих представительств. Банки помимо этого развивают корреспондентскую сеть, промышленные фирмы могут создавать сбытовые фирмы, предприятия по ремонту и техническому обслуживанию. Хотя это не значит, что собственные филиалы будут создаваться обязательно: даже гарантийное обслуживание по соглашению может осуществляться на других фирмах. Например, германская компания "Ровента-Верке ГмБХ", известная своей бытовой электротехнической продукцией, в январе 2001 г. имела за рубежом 10 мастерских по техническому обслуживанию в 10 странах, в то время как ее продукцию можно было починить по гарантии в сотнях мастерских других фирм (преимущественно местных) более чем в 120 странах⁶⁶.

Торговля, особенно розничная, также часто осуществляется через независимые иностранные фирмы. Однако возможен и роспуск сети торговых дистрибьютеров и агентов в связи с налаживанием собственной сбытовой сети. Параллельно усиливаются позиции компании на внутреннем рынке. При этом и на всех последующих стадиях возможно создание новых филиалов на родине.

У многих фирм сферы услуг вторая стадия редуцируется: у них почти никогда нет территориального разрыва между производством и сбытом, хотя в последние годы степень "транспортабельности" услуг растет.

На **третьей стадии** промышленные фирмы организуют за рубежом производство, компании сферы услуг создают дочерние фирмы. При этом продолжают расширяться рынки сбыта, причем как за счет стран, где зарубежные предприятия уже созданы фирмой, так и за счет стран, где их еще нет. Например, Ю.И. Юданов считает весьма вероятным создание полноценного производственного предприятия через какой-то период после начала внешнеторговой деятельности фирмы. Повышение надежности сбыта товаров за рубежом требует организации филиалов по предпродажной подготовке и послепродажному сервису⁶⁷. Затем возникает предприятие по доработке продукции в соответствии с местными требованиями (например, пошив одежды с учетом национальных особенностей фигуры), монтажу готовой продукции из комплектующих, поставляемых с головной фирмы. Со временем может быть организовано автономное производство.

Среди важнейших зарубежных инвесторов выступают предприятия тех отраслей, которые наиболее сильны внутри своей страны. Если взять отраслевую структуру ПИИ фирм разных государств в одной стране, то она будет заметно отличаться. Таким образом, она отражает структуру хозяйства даже не столько государства, принимающего капиталы (она-то одна), сколько стран-инвесторов (подробнее см. главу 3). Различные отраслевые предпочтения инвесторов каждой страны заведомо определяют специфику географии прямых инвестиций фирм разных стран.

На третьей стадии развития фирмы за рубежом возможны преимущественно так называемые капиталовложения "на зеленом лугу" (создание нового дополнительного предприятия или перенос производства). Например, многие европейские фирмы сокращают производство на родине, увеличивая мощности за рубежом, для снижения издержек или лучшего учета особенностей местного спроса. Причиной осуществления ПИИ может стать преодоление торгового протекционизма, как это было в Бразилии. В отдельных развивающихся странах при запрете создания иностранных филиалов распространены ПИИ в организацию совместных предприятий.

Помимо открытия собственного производства за рубежом фирма может продавать лицензии. Компании некоторых отраслей довольно широко практикуют франчайзинг. За рубежом создаются не только сборочные заводы, но и предприятия по выпуску комплек-

⁶⁶ См.: Rowenta. Service Centres: 1/2001. – Offenbach am Main, 2001. – 30 p.

⁶⁷ Юданов Ю.И. Западно-европейский капитал в США. С. 10-11.

тующих. В то же время поставки могут осуществлять и независимые иностранные или местные фирмы, причем с развитием компании их число обычно увеличивается.

На **четвертой стадии** компании расширяют свои зарубежные сети предприятий. Способы осуществления ПИИ становятся все разнообразнее, причем создание совместных предприятий как результат стратегического альянса используется целенаправленно, а не как вынужденная мера. Любой успешно развивающийся проект производственной или научно-технической кооперации двух фирм из разных стран, по мнению Ю.И. Юданова, может привести к углублению сотрудничества. Кооперация начинается с заключения патентных соглашений, передачи прав на производство отдельных видов продукции, выпуска части комплектующих для партнера. Впоследствии возможны налаживание совместного сбыта в третьих странах и реализация общих научных проектов. Создание совместного предприятия не конечный этап сотрудничества – не исключено и полное слияние компаний или поглощение одного партнера другим⁶⁸.

Многие американские и европейские специалисты в области международного маркетинга часто ошибочно не относят создание совместных предприятий к процессу прямого инвестирования, причем отмечают, что при использовании таких предприятий ТНК облегчает свою интеграцию в незнакомую экономическую и культурную среду другой страны. Действительно, некоторые совместные предприятия создаются компаниями с целью адаптации к специфике ведения бизнеса в стране, используя опыт местного партнера⁶⁹. В то же время практика показывает, что ради получения знаний фирмы инвестируют средства в небольшие совместные предприятия с тем, чтобы через некоторое время организовать в данной стране крупный собственный проект. Фирмы редко стремятся вкладывать в совместные предприятия значительные ПИИ, особенно на начальных стадиях своего проникновения на зарубежные рынки – имеющаяся у местных фирм информация не отменяет необходимость адаптироваться к местной предпринимательской культуре, однако при реализации совместного проекта компания вынуждена приспосабливаться также к особенностям корпоративной культуры своего местного партнера⁷⁰.

Установление долгосрочного партнерства в различных его проявлениях – характерная черта функционирования большинства компаний, выходящих на мировые рынки. Классические рыночные трансакции, каждая из которых представляет собой разовый обмен между двумя почти ничего не знающими друг о друге участниками, практически не зависит от всех прочих операций и определяется механизмом цен свободного конкурентного рынка, в современных условиях встречаются крайне редко. Основную часть сделок можно квалифицировать как различные типы взаимоотношений и альянсов, которые можно представить неким континуумом от чистых трансакций до вертикально интегрированных ТНК. В промежутке находятся повторяющиеся трансакции (например, в силу лояльности определенным торговым маркам, устоявшимся каналов сбыта), долгосрочные отношения (причем заключение контрактов на длительный срок не отменяет конкуренции, так как широкое распространение получила практика составления покупателями списка квалифицированных поставщиков, между которыми следует проводить "торги" с целью совершения закупок), партнерские отношения "покупатель-продавец" (например, для реализации концепции "точно в срок"), стратегические альянсы (в том

⁶⁸ См.: Юданов Ю.И. Западно-европейский капитал в США. С. 10-13.

⁶⁹ См., например: Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. С. 485-486; Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива.: Пер. с франц. – СПб.: Наука, 1996. С. 448-449.

⁷⁰ Доказательства данного тезиса приводятся в работе, базирующейся на исследовании деятельности 13 крупнейших нидерландских компаний (без учета нидерландско-британских фирм) за 1966-1988 гг. – *Barke-ma H.G., Bell J.H.J., Pennings J.M. Foreign Entry, Cultural Barriers, and Learning // Strategic Management Journal. 1996. №2. P. 151-166.*

числе с созданием совместных предприятий) и деловые сети (в последнем случае границы конкретной фирмы фактически размываются)⁷¹.

В качестве отдельных элементов расширения зарубежных сетей предприятий можно рассматривать создание региональных отделений, модернизацию и реконструкцию имеющихся базовых предприятий за рубежом, строительство их филиалов, появление дочерних фирм в других отраслях. Параллельно развивается сеть независимых поставщиков и стратегических партнеров, с которыми может сохраняться конкуренция в ряде сфер. Хотя диверсификация деятельности обычно усиливается в рамках одной комплексной отрасли, однако промышленные фирмы создают иногда даже собственные финансовые структуры.

Многие компании для повышения отдачи от своих финансовых средств все чаще осуществляют не только прямые капиталовложения, но и покупают на фондовом рынке ценные бумаги, в том числе акции, становясь портфельными инвесторами⁷². Такая стратегия фирм связана прежде всего с формированием наиболее эффективного инвестиционного портфеля и осуществления хеджирования (страхования) различных рисков на макроэкономическом уровне (например, валютных). Во многих случаях фирмы не действуют на фондовом рынке сами, пользуясь услугами специализированных институциональных структур (прежде всего инвестиционных фондов). Кроме того, компании все чаще выходят на фондовый рынок с эмиссией облигаций (реже акций) для привлечения дополнительных средств финансирования своих капиталовложений.

На **пятой стадии** успешно развивающаяся фирма продолжает создавать и расширять собственные предприятия, увеличивает объем зарубежных продаж, выдает лицензии независимым фирмам. Вместе с тем на любой стадии отдельные филиалы могут быть закрыты или проданы из-за конъюнктурных или стратегических соображений. На этой стадии возрастает роль таких видов ПИИ как покупка конкурентов (в том числе путем наращивания пакета своих акций, изначально приобретенных в рамках портфельного инвестирования), создание совместных предприятий для стратегического сотрудничества. Продолжают осуществляться и значительные портфельные капиталовложения, которые все чаще сопровождают усиливающуюся научно-техническую и производственную кооперацию. Фирма превращается в мощную ТНК, т.е. осуществляет основную часть своих операций за пределами своей страны во многих странах. Приобретенные компании постепенно интегрируются в систему производственно-сбытовых связей материнской фирмы, а часть старых связей перестраивается.

Важнейшей спецификой этой стадии является все большее преобладание в процессе прямого инвестирования слияний гигантских фирм, причем при объединении равных ТНК инвестор определяется лишь формально по месту размещения главной штаб-квартиры либо биржи, где котируется большая часть акций объединенной компании. Ти-

⁷¹ См.: *Вебстер Ф.* Изменение роли маркетинга в корпорации // *Классика маркетинга* / Сост. Б.М. Энис, К.Т. Кокс, М.П. Моква: Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001. С. 135-145.

⁷² Последние исследования показали разную природу портфельных инвестиций в акции и капиталовложений в облигации и другие ценные бумаги (см.: *Евстигнеев В.Р.* Портфельные инвестиции в мире и России: выбор стратегии. – М.: Эдиториал УРСС, 2002. С. 40-41). Портфельные инвестиции в акции по характеру ближе к прямым инвестициям, а не "горячим деньгам" (краткосрочным спекулятивным капиталовложениям). Хотя портфельные инвестиции в отличие от прямых не дают контроля над фирмой, нередко они нацелены на его установление. Схожа и степень их мобильность – в ряде стран в отдельные периоды поток ПИИ был даже менее устойчив чем поток зарубежных портфельных инвестиций в акции (см.: *Buch C.M., Heinrich R.M., Pierdzloch Ch.* Globalisierung der Finanzmärkte: Freie Kapitalverkehr oder Tobin-Steuer? // *Kieler Diskussionsbeiträge*. 2001. №381. S. 1-32; *Claessens S., Dooley M.P., Warner A.* Portfolio Capital Flows: Hot or Cold // *The World Bank Economic Review*. 1995. №1. P. 153-174). В статистике, где для разграничения прямых и портфельных инвестиций выбирается единый порог (в большинстве стран – 10% акций), немало проектов классифицируется неверно.

пичными примерами служат объединение в 1998 г. автомобильных фирм "Даймлер-Бенц" (ФРГ) и "Крайслер" (США) в "Даймлер-Крайслер", а в 1999 г. химических фирм "Хёхст" (ФРГ) и "Рон-Пуленк" (Франция) в "Авенти". Их следует отличать от слияния фирм одной национальной принадлежности.

Для компаний, действующих в новых сферах (например, связанных с сетью интернет), выход на международный уровень многократно ускоряется в силу глобального характера самой деятельности. Однако ошибочно считать, что при размещении таких фирм не учитывается территориальный фактор, а названные стадии отсутствуют. Несмотря на то, что стоимость этих компаний определяется в основном нематериальными активами, территориальная привязка их материальных ценностей, а вместе с ними и части нематериальных ценностей (например, интеллектуального потенциала сотрудников) происходит по классическим схемам с учетом различных факторов размещения фирмы. Так, наличие языковых различий вынуждает интернет-компании создавать отдельные дочерние фирмы для стран, где английский язык не господствует в компьютерной среде – обычно в Италии или Испании. Это подчас проще, чем набирать специалистов со знанием романских языков в фирмы, расположенные в США или ФРГ.

К тому же для таких компаний важными становятся характеристики не только самого места размещения, но и его окружения: качество жизни в регионе, наличие привлекательных рекреационных зон, общее развитие инфраструктуры, налоговый климат и научный потенциал территории. Локализация фирм, связанных с развитием сети интернет, более жесткая, нежели у традиционных промышленных предприятий⁷³. Примером служит германский лидер "новой экономики" "САП". Он вложил в 2000 г. 0,5 млрд долларов в создание на территории США фирмы "САП-Маркетс" для операций в сфере торговли через интернет. Местом размещения выбран Пало-Алто, крупный центр электронной промышленности рядом со Станфордским университетом: только в Силиконовой долине можно, по мнению руководства "САП", найти самый квалифицированный в мире персонал в данной области⁷⁴.

1.4. Выбор фирмой направлений внешнеэкономической деятельности

Начиная со второй стадии, руководство фирм выбирает приоритетные направления внешнеэкономической деятельности. Для этого приходится учитывать множество факторов, которые в итоге влияют на формирование основных направлений внешнеэкономических связей.

Часто решающее значение на выбор конкретной страны или региона оказывают механизмы принятия решений внутри компании. Наша позиция совпадает со взглядами критиков неоклассической школы экономики, в рамках которой процессы принятия решений на фирме рассматриваются с точки зрения поведения индивидуального предпринимателя, представления о котором к тому же базируются на постулатах концепции "*экономического человека*" – 1) его действия рациональны, 2) он стремится максимизировать свою экономическую выгоду, 3) он владеет полной информацией о последствиях любого возможного варианта развития, 4) сам поиск оптимального решения не подвержен внешним влияниям⁷⁵.

⁷³ См.: Old and New Economy auf dem Weg in eine innovative Symbiose? / IX. Kongress "Junge Wissenschaft und Wirtschaft", Innsbruck, 6.-8. Juni 2001. – Köln, 2001. S. 40-41. Ряд примеров жесткой локализации фирм мультимедийного комплекса рассмотрен в: *Fuchs G.* The Role of Geography in the Information Economy: The Case of Multimedia // Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung. 2000. Heft 4. S. 559-573.

⁷⁴ Frankfurter Allgemeine Zeitung. 16.03.2000.

⁷⁵ См., например: *Simon H.* Theories of Decision-Making in Economics and Behavioral Science // American Economic Review. 1959. P. 223-283.

В реальности в современной экономике доля фирм, участвующих во внешнеэкономических связях и при этом развивающихся благодаря усилиям индивидуальных предпринимателей, невелика. Имеющиеся исключения, как это ни парадоксально, обычно свидетельствуют о деформации рыночных отношений (примером служат российские "челноки", многие из которых как раз и являются предпринимателями-одиночками). Большинство фирм, развивающих мирохозяйственные связи, представляют собой сложные многофункциональные организации, в которых взаимодействует множество непохожих друг на друга людей, преследующих разные цели.

Поведение людей, ответственных за принятие решений в компании об установлении внешнеторговых контактов или прямом инвестировании, более адекватно описывается не математическими вычислениями поклонников эконометрики (которые с успехом применяются в других сферах, например, при изучении фондовых рынков), а закономерностями, открытыми в психологической науке. Ни одна из четырех основных характеристик "экономического человека" не соответствует действительности.

Во-первых, действия человека нельзя назвать абсолютно рациональными. Поиск оптимального решения в большинстве случаев в принципе невозможен, а нахождение какого-либо локального оптимума сопряжено с чрезмерными финансовыми и временными издержками по сбору и переработке информации. В результате лица, ответственные за принятие решений на фирме, формируют свои субъективные ожидания согласно некоторому заранее определенному минимальному уровню достижения удовлетворения (характеризуемому качественными или количественными параметрами) и прекращают поиск решения при нахождении приемлемого для них варианта. Таким образом, речь может идти лишь об ограниченно рациональном поведении людей (так называемой "связанной" рациональности)⁷⁶.

Во-вторых, максимизация экономической выгоды (полезности) ни в краткосрочном, ни в долгосрочном плане не является основным стимулом существования компании. Часто используемое понятие полезности, лишённое привязки к утилитарным ценностям, становится бессмысленной абстракцией, так как не позволяет адекватно сравнивать психологические, социологические и иные нематериальные ценности с экономической выгодой. Особо ярко это проявляется при оценке альтернативных проектов, несущих полезность разного рода (например, создание рекреационных зон в природных парках увеличивает экологическую нагрузку, но снижает отрицательное воздействие внешней среды на людей)⁷⁷. При этом нельзя отрицать возрастание роли в современном хозяйстве "символьного обмена", когда люди, совершая экономические действия, приобретают некие дополнительные идеи и чувства – примером служит понятие престижности⁷⁸.

В-третьих, лица, ответственные за принятие решений, никогда не обладают полной информацией, причем сам процесс сбора и обработки информации носит субъективный характер. Человек воспринимает беспорядочные, обрывочные, неполные сведения о реальной картине мира, поступающие из различных источников разной степени надежности, через призму созданной им персональной познавательной системы. Под непрерывающимся воздействием своей культурной среды, социального класса и других "референтных" (определяющих стандарты поведения) групп, причем на основе полученного воспитания и образования, а также приобретенного жизненного опыта люди не просто формируют субъективное понимание мира, но и имеют возможность манипулировать

⁷⁶ Подробнее см. нобелевскую лекцию Г. Саймона: *Simon H.A. Rational Decision-Making in Business Organizations // Advanced in Behavioral Economics / Ed. by L. Green and J.H. Kagel – Norwood (NY), 1987. P. 18-47.*

⁷⁷ *Ibid.* P. 28.

⁷⁸ См.: *Levy S.J. Symbols for Sale // Harvard Business Review. 1959. July-August. P. 117-119.*

собственными представлениями, выбирая источник такой информации, которая в наибольшей степени будет подтверждать их "желательные" представления⁷⁹.

В-четвертых, на крупной фирме выбор решений производится несколькими людьми и его нельзя рассматривать как лишенный внешних влияний процесс. Согласно поведенческой теории фирмы Р. Сайерта и Дж. Марча, осуществлению выбора предшествует определение целей организации и оценка ее ожиданий. Цели компании зависят от личных устремлений ее влиятельных сотрудников и владельцев, причем конфликт интересов разных групп внутри фирмы никогда полностью не устраняется. Ожидания компании связаны с ее прошлым опытом функционирования, в том числе сложившейся методикой сбора и обработки нужной информации. Само согласование выбора решения включает в себя ряд стандартных процедур, которые также определяются прошлым опытом фирмы⁸⁰.

При определении направлений внешнеэкономической деятельности фирмы выбор происходит первоначально между странами или даже их группами. Фирма может экспортировать товар без осуществления ПИИ. Тогда выбор потребителей продукции зависит от ее характера. Если у фирмы единичное или мелкосерийное производство, то обычно круг потенциальных потребителей ограничен и направления экспорта будут определяться размещением соответствующих отраслей (примером может служить производство оборудования для атомных электростанций). Очередность установления контактов с конкретными фирмами в определенных странах определяется как анализом объективных факторов (сравнивается эффективность и надежность разных вариантов путем оценки параметров рынков сбыта, макроэкономических характеристик страны-импортера и показателей самой фирмы-партнера), так и влиянием субъективных причин – наличием личных контактов у руководства фирм, его мнением о перспективах развития деятельности в данной стране-импортере и т.д.

Если же у фирмы массовое производство (или это предприятие, оказывающие услуги, на которые спрос существует почти повсеместно), то ключевым фактором становится потенциальный объем рынков сбыта. Большое влияние на выбор оказывает наличие торгового протекционизма в отдельных странах. Препятствием для начала или роста экспорта в какую-нибудь страну может стать наличие в ней серьезного конкурента.

Часто естественным ограничением служит удаленность некоторых рынков сбыта: издержки транспортировки слишком высоки, чтобы продукция фирмы была конкурентоспособной на таких рынках. Данные по странам или их частям есть результат суммирования показателей по отдельным фирмам. Поэтому не случайно то, что во внешнеторговых связях даже крупных государств эффект соседства проявляется очень ярко. Так, на долю непосредственных соседей у ФРГ приходится более 38% внешнеторгового оборота⁸¹. Схожий эффект наблюдается в территориальном распределении торговых потоков фирм других стран, что является, на наш взгляд, важным условием развития процесса регионализации как одного из проявлений глобализации. Усиление регионализации в Европе стимулирует углубление экономической интеграции в рамках ЕС.

На уровне отдельных частей страны эффект соседства проявляется ярче, особенно если рядом находятся экономически развитые территории. Стимулирует усиление

⁷⁹ Впервые эта проблема была поднята в *теории когнитивного (познавательного) диссонанса* Л. Фестингером (см.: Festinger L. A Theory of Cognitive Dissonance. – Stanford (Cal.), 1962. – xi, 291 p.). Ее суть заключается в том, что обычный человек не хочет придерживаться двух противоположных взглядов одновременно. В результате, получая сведения, которые противоречат его исходным представлениям о действительности, он такую информацию часто игнорирует, отрицает или воспринимает в неполной мере.

⁸⁰ См.: Cyert R.M., March J.G. A Behavioral Theory of the Firm. – 2nd. ed. – Englewood Cliffs (NJ), 1964. P. 4-127.

⁸¹ Расчеты автора на основе: Rangfolge der Handelspartner im Aussenhandel der Bundesrepublik Deutschland, 2002. – <http://www.destatis.de/download/d/aussh/rang2.pdf>.

внешнеторговых связей и приморское положение. Так, в США во внешнюю торговлю вовлечены в основном прибрежные и приграничные штаты – Калифорния, Техас, Вашингтон и Нью-Йорк дают 1/3 всего экспорта США. Велика интенсивность торговли приграничных штатов с Канадой и Мексикой, причем развитие связей с Мексикой объясняется существованием зон экспортной переработки⁸². В России проявление эффекта соседства показано Л.Б. Вардомским⁸³.

Меньший объем внутреннего рынка европейских стран и их сравнительная компактность не приводят к таким значительным различиям в интенсивности внешней торговли приграничных и внутренних регионов. Однако районы с крупными портами, конечно, выделяются, являясь транзитными пунктами для грузов всей страны и даже ее соседей (нидерландский Роттердам, бельгийский Антверпен, французский Марсель, германский Гамбург). Намного важнее отраслевая структура экономики региона, количество фирм с зарубежными филиалами (доля внутрифирменной торговли составляет уже более 40% всей внешней торговли стран ЕС).

Еще меньше роль приграничного фактора при рассмотрении различий внутри одного региона. Так, около 1/3 всех границ германской земли Северный Рейн – Вестфалия – межгосударственные (хотя и внутри ЕС). Однако приграничные административные районы по экспортной активности хозяйства намного уступают большинству городов внерайонного подчинения, расположенных в центральной части земли⁸⁴.

Следует учитывать, что часто эффект соседства сочетается с влиянием этнокультурной или исторической близости. Так, после войны "Фольксваген" восстановил продажу автомобилей прежде всего в соседних Нидерландах. В 1947-1949 гг. его продукция уже сбывалась в Дании, Швейцарии, Бельгии, Люксембурге и Швеции. К 1951 г. сбыт охватил почти всю Западную Европу и машины начали поставляться в крупные страны других регионов: США, Канаду, Бразилию, Австралию⁸⁵. Видно, что первыми странами сбыта в основном были соседи ФРГ. Почему в их число не попала Франция? Возможно из-за конкуренции местных производителей, но и в Швеции были сильные автомобильные фирмы. В соседней с ФРГ Австрии их, наоборот, не было, но она, как и Франция, не стала важным рынком сбыта фирмы.

Это объясняется послевоенной оккупацией Германии войсками антигитлеровской коалиции. В частности, Вольфсбург, где располагался тогда единственный завод "Фольксвагена" (сильно пострадавший во время войны), находился в британской зоне. Союзники не были заинтересованы в воссоздании конкурента фирмам Великобритании, США и Франции в виде мощного германского автомобильного концерна. Оккупационные власти использовали завод в основном для выпуска специальных машин и ремонта своей техники. Германские фирмы не имели права до середины 50-х годов сами создавать заграничные сбытовые филиалы, а могли действовать лишь через национальных дилеров. В Дании, Нидерландах, Люксембурге и Бельгии, оккупированных Германией почти всю

⁸² См.: Социально-экономическая география зарубежного мира / Под ред. В.В. Вольского. – М.: КРОН-ПРЕСС, 1998. С. 329, 362-363.

⁸³ См., например: *Вардомский Л.Б., Скатерщикова Е.Е.* Внешнеэкономическая деятельность регионов России. – М.: АРКТИ, 2002. С. 155-159.

⁸⁴ В этой земле в 1996 г. в 21 районе и городе внерайонного подчинения доля зарубежного оборота промышленных фирм во всем их торговом обороте превышала 30%. Среди них приграничными были лишь район Ойскирхен и город Ахен. В то же время в их число входили сравнительно удаленные от границы ФРГ города с крупными заводами, ориентированными на экспорт (Кёльн, Леверкузен, Бохум). Некоторые приграничные районы (Боркен, Клеве, Фирзен) характеризовались низким уровнем экспортности промышленности (расчеты автора по: *Statistisches Jahrbuch Nordrhein-Westfalen*. 1997. – Düsseldorf, 1997. S. 438-441).

⁸⁵ Информация официального сайта АО "Фольксваген" – <http://www.vw.de>.

войну, а также в нейтральных Швейцарии и Швеции их найти было проще всего (Австрия была после 1945 г. под контролем оккупационных властей, как и Германия).

На региональном уровне также заметно совместное с эффектом соседства влияние исторических связей. Оно проявляется особо ярко, если регион входил раньше в состав другого государства, есть поддерживающее связи с "исторической родиной" национальное меньшинство или сохранились связи региона в рамках распавшихся интеграционных группировок. Наиболее нагляден пример европейских внешнеторговых партнеров разных федеральных земель Германии – страны, границы которой претерпели за последние два века наибольшие изменения.

Например, доля Франции в европейских импорте и экспорте ФРГ составляет 15-16%. При этом в Сааре, входившем до 1960 г. в валютный и таможенный союз с Францией, ее доля в европейской торговле земли – 57% импорта и 31% экспорта. Это нельзя объяснить лишь низкими транспортными издержками – просто многие связи фирм сохранились с 40-х годов. По соседней земле Рейнланд-Пфальц, также в культурном отношении тяготеющей к Франции, показатели составляют по 21%⁸⁶. Велика роль торговли с Францией и у другого ее соседа – земли Баден-Вюртемберг.

У Баден-Вюртемберга, кроме того, как и у Баварии выше среднего роль их южных соседей, Швейцарии и Австрии, с которыми земли связывает тесное культурное родство. У северных земель ФРГ, наоборот, выше роль скандинавских стран. Например, доля Дании в европейских импорте и экспорте ФРГ составляет 2,6%. У Шлезвиг-Гольштейна, где община датчан имеет даже особые политические права, эти показатели достигают 20% и 10% соответственно⁸⁷. Интенсивность трансграничной торговли проявляется даже в "шопинге" датчан в супермаркетах вокруг приграничного Фленсбурга – центра датского меньшинства в ФРГ. Земли Северо-Запада ФРГ ориентируются на соседние страны Бенилюкса и Великобританию.

После объединения Германии и распада системы СЭВ внешнеторговые связи восточных земель с бывшим СССР ослабли, а западные земли с началом рыночных реформ в нашей стране, наоборот, увеличили объемы торговли со странами СНГ. Однако если у западных земель доля России в европейском внешнеторговом обороте составляет около 2,5%, то у восточных земель этот показатель на порядок больше⁸⁸. Связи, которые налаживались заводами в течение 40 лет, не могут исчезнуть в одночасье.

При размещении предприятий за рубежом руководство фирмы учитывает даже больше факторов, нежели при осуществлении экспорта. Вначале выбор также проводится между странами и их группами, т.е. на макроуровне. Конкретный механизм отбора места размещения зависит от стратегических задач фирмы, принятых процедур принятия решений, имеющегося опыта у руководителей, а значит, заметно различается у разных компаний. При этом, однако, можно выделить несколько общих для всех представителей бизнеса шагов. Во-первых, выбор изначально проводится из ограниченного числа более-менее известных предпринимателям стран, что является следствием описанной выше "связанной" рациональности. Во-вторых, часть отобранных государств исключается из дальнейшего анализа вследствие наличия в них неприемлемых для данного инвестиционного проекта условий (например, запрет на иностранную долю в 100%, когда фирме нужен именно такой филиал). В-третьих, анализируются различные факторы,

⁸⁶ Расчеты автора по: Statistisches Handbuch für Saarland. 1996. – Saarbrücken, 1996. S. 227-228; Statistisches Taschenbuch Rheinland-Pfalz. 1997. – Mainz, 1997. S. 199-202.

⁸⁷ Statistisches Jahrbuch Schleswig-Holstein. 1998. – Kiel, 1998. S. 215-216.

⁸⁸ Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland... 1993. S. 326-331.

причем их количественным параметрам в каждой конкретной ситуации может придаваться разный вес⁸⁹.

Основные факторы можно разбить на 3 группы⁹⁰. Во-первых, фирмы ориентируются на рынки сбыта, их величину, доступность для иностранных участников, национальную специфику спроса. Во-вторых, компания может стремиться снизить трудовые, транспортные и другие издержки. В-третьих, предприятия могут создаваться ради получения доступа к ресурсам (и к природным, и к интеллектуальным).

Значительное воздействие на оценку этих факторов на макроуровне оказывают валютные аспекты. Динамика обменных курсов и существующие ограничения по операциям с иностранной валютой обуславливают и рыночные, и производственные, и финансовые решения компании. Например, укрепление евро делает германскую продукцию менее конкурентоспособной на многих рынках, прежде всего в США. В то же время влияние долгосрочных колебаний валютных курсов может снижаться благодаря организации производства в разных странах – при сохранении низкой себестоимости в местных валютах за счет компенсации снижения рентабельности одних предприятий ее ростом на других дочерних фирмах. Отсутствие конвертируемости денежных единиц многих развивающихся стран делает их рынки менее привлекательными для инвесторов из-за высоких валютных рисков. Колебания обменных курсов определяют изменения соотношений факторов производства в разных странах, которые постоянно отслеживаются руководством компаний при выборе мест размещения новых предприятий. Расхождение курсов валют с их покупательной способностью используется инвесторами для приобретения производственных мощностей за рубежом за меньшие средства, чем у себя на родине. Все более значимыми валютные аспекты становятся для глобально действующих фирм при выборе источников финансовых ресурсов и ведении финансовой отчетности дочерних фирм, что, в конечном счете, определяет инвестиционную стратегию ТНК.

Как и в случае с торговлей, уже на уровне стран иногда хорошо видны эффекты соседства и культурно-исторической близости⁹¹, хотя обычно они проявляются ярко на мезоуровне, т.е. на уровне отдельных регионов⁹², когда формируются территориальные предпочтения инвесторов внутри одной страны.

На региональном уровне сохраняется ориентация на рынки сбыта. Но важна их величина и транспортная доступность, определяемая соседским или приморским положением. Различия в структуре спроса между регионами часто малы на фоне национальной специфики, существующей в других странах, поэтому лишь немногие фирмы ориентируются на это.

Кроме КНР и еще ряда стран, где законодательство в специально созданных зонах (районах) и на остальной территории заметно отличается, больших различий в инвестиционном режиме между частями одной страны нет. Конечно, либеральное региональное законодательство способствует привлечению дополнительных ПИИ, но практика показывает, что не это главное: важен сам факт его существования, а нюансы отходят на второй план перед воздействием других факторов. Наличие специальных законов по ПИИ

⁸⁹ Наиболее часто используемые на практике приемы сравнения стран (построение матриц "возможности – риск" или "привлекательность страны – конкурентоспособность фирмы", упрощенные процедуры принятия решений и т.д.) приводятся в: *Дэниелс Дж.Д., Радеба Л.Х.* Указ. соч. С. 502-537.

⁹⁰ См.: World Investment Report 1998 / UNCTAD – NY., Geneva, 1998. P. 91.

⁹¹ Это показано на примерах ПИИ разных стран в: *Кузнецов А.В.* Территориальное развитие фирм как причина межрегиональных различий в интенсивности внешнеэкономических связей // Инвестиционная привлекательность регионов: причины различий и экономическая политика государства / Сб. статей под ред. В.А. Мау и О.В. Кузнецовой. – М.: ИЭПП (Научные труды №38Р.), 2002. С. 24-34.

⁹² Есть и микроуровень. Например, часто заводы строятся на периферии агломераций – земля дешевле, чем в центре города, а инфраструктура также развита, много свободных площадей, лучше экологическая ситуация.

стало второстепенным средством конкуренции за капиталы даже между странами: если к началу 70-х годов лишь 9 стран приняли такие законы, то в 1990 г. таких стран было 57, в 1998 г. – 160 стран⁹³. При этом государства постоянно вносят поправки в нормативные акты, регулирующие ПИИ, большая часть которых направлена на либерализацию инвестиционной деятельности зарубежных фирм. Например, в 2000-2002 гг. изменения в законодательство по ПИИ вносили около 70 стран ежегодно, причем в 2000 г. из 150 поправок лишь 3 увеличивали контроль за ПИИ или уменьшали льготы для инвесторов, в 2001 г. 14 из 208, в 2002 г. 12 из 248⁹⁴.

Куда важнее для принятия решения о ПИИ не содержание отдельных законов, а близость правовой системы рассматриваемой предпринимателем страны, к тому типу, который действует у него на родине. Мы разделяем критику тех интерпретаций теоремы Р. Коуза, в которых утверждается, что законодательство не оказывает сильного воздействия на хозяйственную деятельность⁹⁵.

Как известно, в мире существует 2 основных типа правовых систем – романо-германская (континентальная) и англо-американская. Однако в каждой из стран существует своя специфика (так, британское прецедентное право видоизменилось в США). Кроме того, возникли смешанные типы (скандинавский и латиноамериканский), сохраняются и традиционные системы (например, мусульманская). Различие правовых систем создает препятствия не только для прямых, но и для портфельных инвесторов – в частности, оно стало одной из причин срыва объединения Франкфуртской и Лондонской фондовых бирж. Очевидно, что все это проявляется только на уровне целых стран, тогда как в разных регионах одного государства существующий тип правовой системы единый.

Размеры многих видов издержек также становятся на мезоуровне второстепенным фактором размещения иностранных предприятий. Если стоимость рабочей силы по странам часто различается в несколько раз, то внутристрановые различия ограничиваются обычно 10-30% (например, США, страны Бенилюкса, ФРГ до 1990 г.). Даже после объединения Германии уже в 1996 г. трудовые издержки в промышленности новых земель составляли 58% от уровня старых земель, а в 2001 г. вообще 64,5%⁹⁶. Межрегиональные различия в транспортных издержках внутри одной страны тоже невелики, однако уровень развития инфраструктуры в регионе заметно сказывается на привлекательности для ПИИ.

Сырьевая привязка сохраняет свое значение на мезоуровне. Однако все меньше компаний ориентируется на источники сырья с ростом доли сферы услуг, развитием ресурсосберегающих технологий и транспорта.

В любой стране для размещения иностранных предприятий более привлекательны районы с высоким потребительским потенциалом, развитой инфраструктурой, имеющие хорошие транспортные связи или расположенные рядом со страной, фирмы которой осуществляют крупные ПИИ.

⁹³ World Investment Report 1998. P. 101-102.

⁹⁴ World Investment Report 2003 / UNCTAD – NY., Geneva, 2003. P. 21.

⁹⁵ См.: *Джонсон С.* Теорема Коуза и корпоративное управление // Экономическая теория преступления и наказания. 2002. №6. – <http://www.corruption.rsu.ru>.

⁹⁶ В 2000-2001 гг. в промышленности трудовые издержки в Ирландии и Италии составляли 61% от западно-германских, в Испании – 56%, Израиле и Греции – 34%, Сингапуре и Португалии – 25%, Словении, Республике Корея, Сянгане и на Тайване – около 20%, Польше, Чехии и Венгрии – 9-12%, России, Болгарии, Румынии, Мексике – 4-7%, в странах Тропической Африки и Центральной Азии – 1-2% (расчеты автора по: Bulletin of Labour Statistics. 2001. №4. – Geneva, 2001. P. 101-106, 121-133; Frankfurter Allgemeine Zeitung. 31.07.2002).

Влияние на выбор региона названных объективных факторов искажается вследствие указанных в начале параграфа особенностей получения и обработки информации внутри фирмы. И если на макроуровне необходимая информация обычно доступна, то внутристрановые различия в инвестиционном климате знают даже не все национальные предприниматели. Информированность инвесторов различна. Более крупные фирмы или компании из соседних стран обычно могут легче собрать сведения о региональной специфике. Чем дольше фирма работает в стране, тем больше повышается информированность ее руководства. По нашему мнению, есть два основных вида распространения предприятий, обусловленных воздействием фактора информированности. Первый вид свойственен фирмам из **отдаленных** стран, второй – из **соседних** (к нему также относятся и дочерние фирмы в соседних странах у концернов из отдаленных государств)⁹⁷.

У инвесторов **первого вида** сведений о благоприятных местах для инвестирования в стране (группе смежных стран) мало, в основном они – о крупных городах. Поэтому первыми центрами размещения предприятий становятся важные экономические центры. Большую роль играет и то, что именно они обычно имеют хорошие международные транспортные связи.

При создании сбытовых филиалов, естественно, более важным оказывается значительная емкость рынка сбыта в крупной агломерации, нежели уровень информированности инвесторов⁹⁸. Так, автомобильные концерны ФРГ размещают свои сбытовые фирмы обычно в крупнейших городах стран – основных импортеров их продукции (или их пригородах).

Фирмам (особенно небольшим) с высокой скоростью и частотой технологических инноваций, выпускающим дифференцированную продукцию с использованием межотраслевой кооперации, размещение в крупных центрах помогает найти высококвалифицированный персонал и установить контакты с клиентами и руководством фирм-партнеров.

В дальнейшем ПИИ идут в районы, о которых инвесторы хорошо осведомлены. **Во-первых**, это территории, соседние с первыми центрами размещения их предприятий. Например, в ФРГ значительное число иностранных представительств и филиалов размещается в последнее время во франкфуртском пригороде Нидеррад. Его единственное отличие от десятков таких же поселков состоит в том, что если поезд на пути из аэропорта Франкфурта-на-Майне к главному городскому вокзалу делает промежуточную остановку, то он ее делает в Нидерраде. В итоге приезжающие в Центральную Германию бизнесмены постоянно слышат это название. Объяснить размещение филиалов в Нидерраде хорошим транспортным сообщением нельзя: метро в поселке нет, до павильонов международных ярмарок или центра Франкфурта надо добираться с неудобной пересадкой.

Дополнительной причиной размещения новых предприятий (особенно промышленных) вблизи уже существующих может быть стремление наладить тесные связи между своими филиалами, что сделать проще, когда они рядом.

Во-вторых, это районы, соседние с предприятиями фирм соотечественников. Часто за рубежом конкуренция между фирмами (особенно небольшими) из одной страны ослабевает. Языковой и культурный барьеры препятствуют получению даже имеющейся информации. Как показали опросы азиатских инвесторов, их сдерживало преобладание до 90-х годов в ФРГ консультаций на немецком языке, и они предпочитали в ЕС вклады-

⁹⁷ Выделение этих двух видов обосновано нами в: *Кузнецов А.В.* Германия: современные особенности географии прямых зарубежных инвестиций // Вопросы экономической и политической географии зарубежных стран. 1999. Выпуск 14. С. 78.

⁹⁸ См.: *Karan P.P., Jaspard Ch.* Geographical Pattern of Japanese Foreign Investment in Southeast Asia // *Reitaku International Journal of Economic Studies*. 2000. №1 (March). P. 13-30.

вать средства в Великобритании и малых странах, где широко распространен английский язык⁹⁹. Для решения этих проблем фирмы одной страны координируют свои усилия через торгово-промышленные палаты и подобные им структуры для завоевания преимущества перед местными фирмами.

Известно немало случаев производственной кооперации фирм-соотечественниц за рубежом. Так, в ФРГ "Фольксваген" и "Мерседес-Бенц" (автомобильная дочерняя фирма концерна "Даймлер-Крайслер") покупают каталитические конвертеры выхлопных газов у фирмы "Дегусса". Они предпочитают также сохранять партнерство в Бразилии и Аргентине¹⁰⁰.

В-третьих, это менее крупные экономические центры в других районах страны. Таким образом, распространение предприятий фирм одной страны идет по принципу **иерархически-волновой диффузии**. Для японских фирм в ФРГ это доказано Р. Шлунце. Он также показал, что главный центр диффузии может дрейфовать вслед за сдвигами в хозяйстве страны. После войны и раскола Германии центр экономических связей с Японией переместился из Берлина в Гамбург. В 50-х годах с созданием "Общего рынка" эта роль перешла к расположенному на Западе страны Дюссельдорфу. Сдвиг хозяйства ФРГ на Юг обусловил повышение с 70-х годов значения в связях с Японией Франкфурта-на-Майне, Штутгарта и Мюнхена¹⁰¹.

Со временем, когда информированность инвесторов растет, интервал между созданием предприятий в центре и соседних с ним районах сокращается. Так, японские предприятия в соседних с Гамбургом административных районах стали появляться почти через 15 лет после открытия первого японского филиала в городе. Около Дюссельдорфа этот процесс не занял и 10 лет. Вокруг Франкфурта-на-Майне, Штутгарта и Мюнхена японские предприятия создавались почти сразу.

Диффузия и эффект агломерации могут проявляться и на страновом уровне¹⁰². Так, в Латинской Америке (без Мексики, тяготеющей к США) германские предприятия и их ПИИ изначально концентрировались в Бразилии. Это было связано с тем, что довоенные сети предприятий, как сказано выше, были конфискованы, а в 50-60-е годы в регионе самой привлекательной (в силу успехов индустриализации и высокого потребительского потенциала, а также из-за необходимости преодолеть протекционизм) была именно Бразилия. Но с 70-х годов ее доля в германских ПИИ в регионе неуклонно сокращается (табл. 1). Уменьшается доля Чехии и Венгрии в ПИИ ФРГ среди стран ЦВЕ (рассматривается 15 стран, в том числе Литва, Латвия и Эстония). Венгрия и Чехия были первыми в регионе, где иностранцы смогли свободно участвовать в приватизации и создавать новые предприятия.

Таблица 1

Децентрализация размещения германских ПИИ на уровне стран

Страны в макрорегионах	Доля страны в накопленных германских ПИИ в макрорегионе к концу года, %						
	1976	1980	1985	1990	1993	1995	2000
Бразилия и Латинская Америка (без Мексики)	73,3	64,0	62,1	62,0	59,2	57,1	42,9
Чехия, Венгрия и ЦВЕ	Размеры ПИИ ничтожны				74,9	68,5	54,8

⁹⁹ См.: Islam S. Slow Off the Mark // Far Eastern Economic Review. 1991. №50. P. 53-54.

¹⁰⁰ См.: DEGUSSA // Usines & Industries. 1998. №126. P. 1-36.

¹⁰¹ См.: Schlunze R.D. Spatial Diffusion of Japanese Firms in West Germany and West Berlin from 1955 to 1989 // Geographical Review of Japan. Series B. 1992. №1. P. 32-56.

¹⁰² Впервые это показано в: Braunerhjelm P., Svensson R. Host Country Characteristics and Agglomeration in Foreign Direct Investment // Applied Economics. 1996. №28. P. 833-840.

7 "западных" соседей ФРГ и Западная Европа	75,5	73,0	67,6	59,7	61,4	58,8	57,6
--	------	------	------	------	------	------	------

Составлено по расчетам автора на основе отчетов Германского федерального банка за ряд лет (последний – Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Juni 2003).

У инвесторов **второго вида** (из соседних стран) часто нет языкового барьера, они хорошо информированы. Все это накладывается на эффект соседства и связанные с ним низкие транспортные издержки, а также на отсутствие технических препятствий по управлению филиалами.

В работах психологов показано, что удаленные страны в сознании людей при прочих равных условиях могут сильно терять в привлекательности для ПИИ¹⁰³. Поэтому выигрывают соседние страны – ради всех выгод экономико-географического положения предприятия сразу создаются и в небольших городах. Это связано также с желанием наладить производственные связи с конкретными местными фирмами. Влияет и рассмотренный выше фактор культурно-исторической близости. Например, на 6 приграничных с ФРГ кантонов Швейцарии (а всего их в стране 23) приходится 70% германских предприятий в стране, на немецкоязычную часть страны – 95%, тогда как доля Женевы ничтожна¹⁰⁴. В Италии среди стран – ведущих инвесторов только у ФРГ в распределении ПИИ заметную роль играет расположенная на севере страны область Трентино-Альто-Адижде, имеющая хорошие транспортные связи с ФРГ и в которой до сих пор многие знают немецкий язык (до 1918 г. область была австрийской)¹⁰⁵.

Психологическое расстояние зависит не только от культурной близости, но и от политического режима в странах, уровня их промышленного развития, других факторов. В связи с этим психологическое расстояние может со временем заметно изменяться, как это произошло при крушении системы социализма. К сожалению, количественное измерение этого показателя невозможно, так как из-за асимметричной информированности величина психологического расстояния между двумя странами зависит от точки наблюдения – так, японские бизнесмены лучше своих коллег из ЕС знают специфику деловой среды своих партнеров в силу большей доступности европейских, а не японских источников информации. Кроме того, этот показатель заметно различается в сознании разных людей в зависимости от их личностных характеристик, знаний и фактов биографии (предприниматель мог учиться или имеет родственников в какой-то зарубежной стране).

Все же в сознании большинства представителей одного народа есть некие культурные "блоки" – макрорегионы, состоящие из ряда стран. Так, для многих немцев довольно однородными "блоками" выступают Латинская Америка, арабский мир, центрально-азиатские страны и т.д. Приобретение опыта работы в одной из стран таких макрорегионов позволяет понять специфику ее соседей. В результате в сознании руководства компании сокращается расстояние до всех стран данного культурного макрорегиона.

¹⁰³ Подробнее см.: *Sjöberg Ö., Josefson M. The Geography of Foreign Direct Investment in Central and Eastern Europe // Beiträge zur Regionalen Geographie / Institut für Länderkunde Leipzig. 1998. №47. P. 121-133.* Как пример можно привести и исследования Балтийского региона, в которых часто изучается вся ФРГ, а Центральная Россия не считается даже периферией региона (*Ostseebericht 1999/2000. Mecklenburg-Vorpommern / Unterrichtung durch die Landesregierung. – Schwerin, 2000*). Но расстояние до основных балтийских портов ФРГ Любека и Росток от Франкфурта-на-Майне сопоставимо с расстоянием от Москвы до Санкт-Петербурга, а от Штутгарта и Мюнхена даже больше него.

¹⁰⁴ Расчеты автора по: *Steiger Ch. Internationale Direktinvestitionen und Standortkonkurrenz // ORL – Bericht. 1999. №107. S. 120-131.*

¹⁰⁵ См.: *Buzzetti L. The Transnationalization of Italia Industry // Nederlandse Geografische Studies / Netherlands Geographical Studies. 1994. №181. P. 81-108.*

Подытоживая сказанное, отметим, что для успешного развития фирмы стремятся завоевать новые заграничные рынки, установить производственные связи с иностранными лидерами своих отраслей и снизить издержки путем переноса предприятий за рубеж. Уже на стадии превращения фирмы в экспортера ее руководство выбирает приоритетные направления мирохозяйственных связей, определяя на каждой стадии развития все новые задачи. Если сначала компания выходит с продукцией на устойчивые рынки, то на стадии усиленного развития зарубежной деятельности она осваивает рынки с высокими предпринимательскими рисками.

При налаживании экспорта фирмы оценивают величину, доступность и национальную специфику рынков сбыта. Для размещения ПИИ важное значение имеют возможности снижения издержек и доступа к ресурсам. Большую роль играет эффект соседства, часто сочетающийся с влиянием культурно-исторической близости. Вместе с тем руководство фирмы выбирает регион на основе неточных сведений и их анализ искажается сложившимися у руководства представлениями.

Информированность инвесторов зависит от размера фирмы и опыта ее работы в стране. У инвесторов из отдаленных стран сведений о благоприятных местах для инвестирования мало, в основном они – о крупных городах. Поэтому первыми центрами размещения предприятий становятся важные экономические центры. Большую роль играет и то, что именно они обычно имеют международные транспортные связи, емкие рынки сбыта. В дальнейшем ПИИ идут в регионы, о которых инвесторы хорошо осведомлены – в районы, смежные с первыми центрами размещения их предприятий либо филиалов соотечественников и в крупные города других районов страны. У инвесторов из соседних стран часто нет языкового барьера, они хорошо информированы. Все это накладывается на эффект соседства и связанные с ним низкие издержки по транспортировке товаров и управлению филиалами. Важным фактором размещения предприятий в небольших городах становится стремление наладить производственные связи с конкретными местными фирмами.

Названные принципы определяют характер мирохозяйственных связей германских фирм. При суммировании данных по отдельным компаниям описанные закономерности видны и во внешнеэкономических связях ФРГ в целом. Под воздействием глобализации и региональной интеграции формируется "вторая" (зарубежная) экономика, каркас которой состоит из центров размещения (разного иерархического уровня) иностранных предприятий и их производственно-сбытовых связей. "Вторая" экономика через связи с местными поставщиками интегрируется в национальное хозяйство, а через связи с материнскими фирмами – в мировое хозяйство.

Глава 2. Внешняя торговля германских фирм в условиях глобализации и европейской интеграции

2.1. Либерализм и протекционизм во внешней торговле ФРГ

Возрастание роли торговых связей германских фирм с их зарубежными партнерами во многом связано с либерализацией внешнеэкономических связей под воздействием усиления глобализации¹⁰⁶. В то же время замыкание значительной части германской внешней торговли на европейские страны свидетельствует о проявлении регионализации, не в последнюю очередь обусловленной новыми формами протекционизма.

В сравнении с большинством других государств, в Германии внешнеэкономические связи частных компаний ограничиваются в незначительной степени и почти не подвергаются регулированию со стороны государства. Федеральным законом "О внешнеэкономических связях" от 1961 г. (последняя редакция – 2003 г.)¹⁰⁷ определено, что товарооборот, предоставление услуг и другие хозяйственные связи с иностранными государствами являются свободными от ограничений, за исключением названных в самом законе. На его основе ограничения устанавливаются в постановлениях правительства и подлежат применению в соответствии с международными соглашениями или правовыми предписаниями органов межгосударственных организаций, в которых участвует ФРГ. Последнее обусловлено интеграцией норм ЕС в национальное законодательство, что связано с проведением в Евросоюзе Общей торговой политики. Важнейшим нормативным актом в сфере внешней торговли является Постановление ЕС №2658/87 от 23.07.1987.

Некоторые внешнеторговые сделки могут быть запрещены или осуществляться с предварительного разрешения государственных органов. Характер и объем ограничений должны находиться в пределах, необходимых для достижения определенных целей, в частности, чтобы обеспечить безопасность страны и ее граждан, создать нужные условия для выполнения обязательств по межгосударственным соглашениям или сохранить свободную конкуренцию. При этом ограничения должны наименьшим образом затрагивать свободу хозяйственной деятельности.

Наиболее либеральные условия существуют для германской внешней торговли внутри ЕС, где с 1968 г. действует таможенный союз¹⁰⁸, характеризующийся общими внешними тарифами и единым регулированием таможенных вопросов. Пошлины взимаются в ФРГ лишь при импорте из третьих стран, хотя на ввоз в Германию некоторых товаров из стран ЕС требуется разрешение, а иногда и специальная лицензия (без установления количественных ограничений), которая выдается в соответствии с нормами права ЕС. В то же время рано говорить о полной трансформации торговых связей между фирмами разных стран ЕС в отношении, характерные для единого внутреннего рынка.

¹⁰⁶ Нами не разделяется мнение о либерализации как первопричине глобализации (см., например: *Мертарчян А.Ю.* Процесс глобализации мировой экономики: институциональный аспект: Автореф. дис. ... канд. экон. наук / МГУ им. М.В. Ломоносова. – М., 2001. С. 14-15). Либерализация внешнеэкономических связей стала лишь следствием глобализации – этого качественно нового периода интернационализации, связанного с углублением международного разделения труда и ростом производительных сил, вызванным в середине XX века очередным этапом научно-технической революции.

¹⁰⁷ Außenwirtschaftsgesetz (28.04.1961), zuletzt geändert durch Art. 118 (25.11.2003) I 2304.

¹⁰⁸ Границы этого таможенного союза не совпадают с границами ЕС. В частности, к таможенной территории ФРГ, а значит, и ЕС не относятся остров Гельголанд в Северном море (согласно договору с Великобританией от 1890 г.) и анклав Бюзинген на юге страны (согласно договору со Швейцарией от 1964 г.). За пределами таможенного союза ЕС остались также некоторые анклавы Италии, ряд владений Дании, Испании, Нидерландов и Франции, зато к нему относится, например, Монако. Внутри ЕС в таможенное пространство ФРГ в соответствии с договорами XIX в. включены австрийские территории Юнгхольц и Миттельберг. Кроме того, следует отметить, что в ФРГ существует 8 свободных портов – в Бремене, Гамбурге, их аванпортах Бремерхафене и Куксхафене, Эмдене, Киле, а также в Дуйсбурге (на Рейне) и Деггендорфе (на Дунае).

До сих пор в ЕС национальные фирмы в отдельных отраслях – прежде всего сельском хозяйстве, рыболовстве, энергетике и воздушном транспорте – частично ограждены от внешней конкуренции.

Разрешения и ограничения по отдельным товарным группам для третьих стран также различаются. Перечень соответствующих товаров регулярно пересматривается, что находит отражение в "импортном списке" германского закона "О внешнеэкономических связях". Для отдельных товаров требуется указание страны происхождения, что обычно обусловлено наложением запрета на реэкспорт в третьи страны. В некоторых случаях требуется подтверждение благонадежности фирмы-импортера¹⁰⁹.

Ограничения на экспорт товаров из ФРГ относятся главным образом к продукции военного или двойного назначения (в отличие от США, Великобритании и Франции в ФРГ отсутствует серьезная господдержка экспорта вооружений). Соответствующий "экспортный список" включает в себя не только номенклатуру товаров, но и перечень стран, экспорт германских фирм в которые подлежит специальному контролю или вовсе запрещен¹¹⁰.

Информация об ограничениях экспортно-импортных операций открыта в ФРГ для общества и бизнеса. Например, Федеральное ведомство по экспортному контролю постоянно сообщает поставщикам и производителям сведения о различных барьерах, создаваемых на пути торговли товарами, которые могут использоваться для создания оружия массового поражения. Доступны и сведения о таможенных пошлинах на товары из третьих стран, в том числе о применении преференциальных и особых пошлин, для которых характерны пониженные ставки.

В Германии действует Общая система преференций ЕС, согласно которой таможенными пошлинами не облагаются все произведенные в развивающихся странах промышленные изделия и полуфабрикаты, за исключением некоторых "чувствительных" товаров. При ввозе из развивающихся стран значительной части сельскохозяйственных продуктов применяются пониженные на 20-60% пошлины¹¹¹. Еще более льготный режим применяется в отношении продукции, ввозимой из стран АКТ¹¹². Особые условия существуют для внешней торговли со странами ЕАСТ, ассоциированными членами Евросоюза в ЦВЕ и Средиземноморье (часть из них в 2004 г. вступает в ЕС). В отношении все большего числа стран вводится режим наибольшего благоприятствования, который также предполагает применение сниженных ставок пошлин. Для "особо чувствительных" товаров (ферросплавы, текстиль) они составляют 85% от обычной ставки, для "чувствительных" (некоторые химические товары, кожа, бумага, древесина, медь, часы) – 70%, для "получувствительных" (например, стекло) – 35%. Так называемые "нечувствительные" товары от пошлин освобождаются.

В результате средняя величина фактических таможенных тарифов для третьих стран за послевоенные десятилетия сократилась на порядок, а "запретительные" ставки почти исчезли. После некоторого незначительного увеличения тарифов в начале 90-х годов с 1992 г. наметилось неуклонное их снижение. Если в 1992 г. средний внешний та-

¹⁰⁹ См.: Außenwirtschaftsgesetz (Neufassung der Einfuhrliste durch Art. 1 V v. 18.12.2002 BAnz. Nr. 242, 26681, zuletzt geändert durch Art. 1 V v. 20.8.2003 BAnz. Nr. 163, 19917).

¹¹⁰ Так, в 2000 г. действовало эмбарго в отношении 20 стран, причем запрет на экспорт вооружений в КНР, Демократическую Республику Конго, Мьянму и Судан был принят в ЕС без резолюций ООН. См.: Bericht der Bundesregierung über ihre Exportpolitik für konventionelle Rüstungsgüter im Jahr 2000 (Rüstungsexportbericht). – В., 2001. – 113 S.

¹¹¹ См.: Дюмулен И., Пресняков В., Соколов В. Внешнеторговый режим ведущих зарубежных стран // Внешняя торговля. 1996. №4. С. 45-48.

¹¹² АКТ – Африка, Карибский и Тихоокеанский бассейны. Согласно соглашению, заключенному в бенинском Котону по истечению действия 4-й Ломейской конвенции, в эту группу вошли 77 развивающихся стран, причем не только из регионов, вынесенных в ее название.

риф ЕС (а значит, и ФРГ) составлял 6,8% (без учета сельскохозяйственной продукции и топливного сырья), то к 2001 г. он сократился до 4,3%, а в 2002 г. составил 4,1%. Соответствующий средневзвешенный показатель (т.е. с учетом товарной структуры импорта) уменьшился еще больше – с 6,8% в 1992 г. до 3,4% в 2001 г.¹¹³ На первый взгляд, это ярко иллюстрирует либерализацию внешней торговли ФРГ.

В то же время препятствием на пути к свободной торговле в рамках мирового хозяйства все чаще становятся нетарифные ограничения. Процедуры установления и использования этих мер протекционизма мало прозрачны. В итоге барьеры сохраняются как для проникновения иностранных товаров в ФРГ, так и для германского экспорта.

Важную барьерную роль играют "антидемпинговые" пошлины. В ЕС существует специальная система определения демпинговых мероприятий, в основе которой лежит не столько определение реального соотношения цены и себестоимости, сколько сопоставление предлагаемых третьими странами цен с уровнем рыночных цен внутри ЕС без учета различий в издержках. В основном от такой политики страдают фирмы высоко- и среднеразвитых стран (таких как Норвегия или Россия), так как именно они являются реальными конкурентами европейских компаний в ряде отраслей. Однако от "антидемпинговых" мероприятий других стран, прежде всего США, страдают и сами европейские компании, в том числе германские. Среди последних наиболее известных событий можно отметить введение в США для защиты местных неэффективных компаний в 2002 г. "антидемпинговых" пошлин в отношении производителей стального прута из Германии, Молдавии, Украины, Канады, Бразилии, Мексики и Тринидада и Тобаго.

Наряду с "антидемпинговыми" пошлинами для защиты внутреннего рынка от импортной продукции многие страны используют количественные ограничения – квотирование (контингентирование) и лицензирование. Наибольшее значение для ФРГ имеет квотирование торговли металлопродукцией – рулонной и толстолистовой сталью, балками, швеллерами и т.д. Для ряда стран (в частности, России) перечень товаров, для которых существуют количественные ограничения на ввоз в ФРГ, значительно шире.

Рост протекционизма сдерживается угрозой ведения масштабных "торговых войн", так как они наносят экономический ущерб всем участникам. Особенно наглядно это проявляется во взаимоотношениях ЕС и США. Введение в 2002 г. в США импортных пошлин на европейскую сталь вызвало угрозы со стороны ЕС о взимании в ответ пошлин на цитрусовые, текстиль, бумагу, рис, мотоциклы и некоторые другие товары из США, хотя из официальной позиции Германии и некоторых других стран ЕС было ясно, что Евросоюз стремился лишь вынудить США пойти на компромисс и не желал реально использовать штрафные пошлины, санкционированные ВТО. "Торговые войны" идут и внутри ЕС. Достаточно вспомнить встречные запреты ФРГ и Великобритании на импорт мяса в 1999 г., изначально вызванные угрозой распространения "коровьего бешенства".

Иногда для того, чтобы избежать обострения "торговых войн", страны идут на добровольные самоограничения внешней торговли по ряду товаров. Они выражаются в прямом количественном ограничении (например, в текстильной, швейной и судостроительной отраслях) либо в принятии фирмами обязательств не снижать предлагаемые цены ниже определенного уровня (в частности, путем ориентации на завышенные справочные цены в сырьевых отраслях: сельском хозяйстве, горнодобывающей и рыбной промышленности).

Применяются и неявные формы регулирования внешней торговли – технические нормы и стандарты, сертификация продукции, ветеринарные и санитарные предписания, требования к экологической и технической безопасности товаров, бюрократические правила оформления технической и товаросопроводительной документации. Исходно дан-

¹¹³ UNCTAD Handbook of Statistics 2003. – NY., Geneva, 2003. P. 409.

ные требования направлены на поддержание высокого качества продукции, однако в ряде отраслей (например, в пищевой и электротехнической промышленности) требования оказываются в конечном счете нацеленными на создание непреодолимых барьеров для защиты местных товаропроизводителей. Особенно это касается требований к упаковке и маркировке товаров.

Использованием наиболее строгих технических стандартов характеризуется как раз ФРГ, многие нормы промышленного стандарта которой жестче чем в других странах ЕС (хотя унификация норм и стандартов в Евросоюзе в основном связана с приближением к германской практике)¹¹⁴. При этом само существование различных национальных требований вынуждает экспортеров терпеть дополнительные издержки по отдельной подготовке своей продукции к поставкам в каждую из стран.

Важным аспектом регулирования внешней торговли является также государственная поддержка экспортеров. Ее современными формами являются страхование экспортных кредитов, содействие в осуществлении зарубежной ярмарочно-выставочной деятельности, консультационно-информационное обеспечение фирм-экспортеров.

За счет системы страхования экспортных кредитов государственным обществом "Гермес" в ФРГ страхуется до 85% стоимости контрактов. Ежегодно правительством устанавливаются рамки общей суммы контрактов, в пределах которой допустимо страхование экспорта. Его условия и размер по каждой сделке устанавливаются при участии Межминистерского комитета по экспортным гарантиям, возглавляемого профильным департаментом Федерального министерства экономики и труда ФРГ.

Это же министерство для поддержки участия германских компаний в зарубежных ярмарках и выставках выделяет бюджетные средства на дотации фирмам, связанные с рекламой их продукции, транспортировкой экспонатов и оформлением экспозиций в рамках национальных стендов Германии. Ежегодно эти субсидии составляют почти 1% всех расходов фирм ФРГ за рубежом на рекламу и участие в ярмарках-выставках.

Информационное содействие германским экспортерам оказывают посольства и консульства ФРГ, а также корпункты Федерального ведомства по внешнеторговой информации и негосударственные зарубежные представительства, прежде всего торгово-промышленные палаты.

Федеральное ведомство по внешнеторговой информации создано в 1951 г. для сбора, обработки и распространения сведений, относящихся к внешнеторговой деятельности. Потребителями информации ведомства могут выступать любые германские частные и государственные фирмы и организации (включая торгово-промышленные палаты), а также зарубежные компании. Значительная часть сведений распространяется бесплатно, например, через электронные базы данных. Кроме того, Федеральное ведомство по внешнеторговой информации издает газету "Новости внешней торговли" ("Nachrichten für Aussenhandel"). Широко распространена и система заказа исследований у данного ведомства, однако доходы от продажи данных не компенсируют и 10% его суммарных расходов – остальные средства поступают из федерального бюджета. Информация собирается ведомством через собственную корреспондентскую сеть почти в 50 странах мира, а также поступает от представительств немецкой экономики за рубежом.

Важными источниками информации об институциональных условиях внешней торговли являются периодические издания Федерального министерства юстиции "Листок федеральных законов" ("Bundesgesetzblatt") и "Федеральный вестник" ("Bundesanzeiger").

¹¹⁴ Подробнее систему протекционистских мер, с которой приходится сталкиваться как компаниям, сбывающим продукцию в ФРГ, так и самим германским экспортерам см.: Опыт стран-членов ВТО по защите национальных интересов на внутреннем и внешнем рынках / Рук. авт. коллектива – И.С. Королёв // МЭМО. 2002. №8. С. 11-121.

Большую пользу для компаний оказывают публикации Федерального статистического ведомства ФРГ.

Следует отметить, что наряду со сведениями федеральных ведомств частные фирмы используют информацию, предоставляемую своим членам отраслевыми союзами и объединениями предпринимателей, земельными торгово-промышленными палатами. Такие союзы и палаты тесно взаимодействуют с федеральными министерствами и ведомствами, а их представители часто являются постоянными членами разных консультативных органов в правительственных учреждениях. При этом сами союзы нередко располагают большими материальными ресурсами и квалифицированными сотрудниками и благодаря этому способны оказать своим членам на льготных условиях квалифицированную консультационную, посредническую и даже финансовую помощь при реализации внешнеторговой деятельности. Наиболее авторитетными среди них являются "Федеральный союз немецкой оптовой и внешней торговли", "Восточный комитет немецкой экономики при Федеральном союзе немецкой промышленности", "Конгресс немецких торгово-промышленных палат" и "Федеральный союз мелких и средних предпринимателей".

Политика содействию развития экспорта продолжает включать в себя и меры его прямого или косвенного субсидирования. Несмотря на принятый ВТО запрет с 1 января 2003 г. экспортных субсидий (исключение сделано лишь на оговоренные переходные периоды и для группы наименее развитых стран), по-нашему мнению, их скрытое использование сохранится из-за слабости и бюрократической инерционности карательной системы ВТО. Отмена сельскохозяйственных субсидий в странах ЕС и льгот на уплату прямых налогов для экспортеров в США – двух самых значительных примеров дотирования экспорта – может состояться лишь при добровольном отказе от них соответствующих стран, что мало вероятно в силу их мощных экономических и политических позиций. Например, конфликт между ЕС и США из-за льгот для экспортеров существует с 1971 г., когда в США был принят закон об освобождении от налога части прибыли, полученной американскими фирмами за рубежом. После продолжительных разбирательств ГАТТ признала в 1976 г. его незаконным. Только через несколько лет закон в США был отменен, но в 1984 г. в стране был принят новый закон с другим названием, но сходным содержанием. Его применение наносило прямой ущерб европейским конкурентам компаний из США и после длительного рассмотрения вопроса в 1998 г. ВТО признала, что данный закон противоречит принципам свободной международной торговли¹¹⁵. В 2000 г. под угрозой штрафных санкций он был отменен в США, но вместо него был принят третий аналогичный закон¹¹⁶. Евросоюз подал новый протест, который вновь поддержала ВТО, пригрозив США выплатой компенсации в 4 млрд долларов. Не исключено, что США опять ограничатся редактированием закона и сменой его названия.

И все же видоизмененная политика государственного содействия экспорту допускается правилами ВТО, в частности, в виде поддержки предприятий отраслей, ориентированных на зарубежные рынки, через мероприятия промышленной и научно-технической политики. Уже сейчас в Германии через Федеральное министерство образования и исследований финансируется существенная часть расходов фирм ФРГ на НИОКР, что повышает конкурентоспособность их продукции на мировых рынках.

Другим способом государственной поддержки германских фирм-экспортеров является оказание "помощи развитию" экономически отсталым странам. Ее ежегодные размеры составляют несколько миллиардов евро. Несомненно, к увеличению экспорта германских товаров и услуг приводят создание за счет этой помощи в развивающихся

¹¹⁵ Ограничения ВТО на предоставление налоговых льгот не распространяются на косвенные налоги, поэтому в самой ФРГ экспортеры освобождаются от уплаты НДС.

¹¹⁶ Имеются в виду законы "Domestic International Sale Corporation Act" от 1971 г., "Foreign Sale Corporation Act" от 1984 г. и "Extraterritorial Income Exclusion Act" от 2000 г.

странах объектов производственной и транспортной инфраструктуры, закупка у фирм из ФРГ оборудования, содействие в подготовке технического проектирования и национальных кадров для эксплуатации и сервиса германских машин. В 90-е годы доля технической помощи неуклонно росла за счет сокращения удельного веса гуманитарной, продовольственной и финансовой помощи развивающимся странам. Если в 1950-1992 гг. у ФРГ в рамках двусторонней кооперации на уровне государств на нее приходилось в среднем 39%, то в 1993 г. – 43%, в 1994 г. – 51%. Показатель неуклонно рос и далее, превысив в 1999 г. 58%, а в 2000 г. – 61%¹¹⁷. В последние годы основной целью германской государственной помощи развитию становится не преодоление последствий конкретных бедствий, а создание долговременных условий для успешного развития отсталых стран. Их хозяйственное оздоровление и прогресс безусловно содействуют увеличению экспорта фирм ФРГ, особенно в условиях вовлечения в мировое хозяйство всех стран.

Таким образом, влияние государственного и наднационального регулирования внешней торговли, связанные с ним стимулы и ограничители в значительной степени деформируют отраслевую структуру и географию внешней торговли фирм.

Тем не менее не стоит переоценивать возможности государственного контроля. Например, лишь за 90-е годы из ФРГ было нелегально вывезено за рубеж (прежде всего в Швейцарию) от 300 до 400 млрд евро, причем в основном благодаря махинациям с внешнеторговыми сделками (через фиктивное страхование товаров, занижение цен, манипуляции с НДС для псевдоэкспортеров и т.д.)¹¹⁸. Внедрение новых информационных технологий способствует дальнейшей либерализации внешней торговли. Так, электронная торговля намного меньше подвержена контролю и регулированию со стороны государства по сравнению с традиционными сделками купли-продажи. До сих пор не разработано и эффективных государственных инструментов воздействия на внутрифирменную торговлю, доля которой постоянно возрастает благодаря усилению позиций ТНК.

2.2. Сбыт как основа зарубежной деятельности промышленных фирм

ФРГ занимает 2-е место в мире и по экспорту товаров (около 10% мирового экспорта), и по импорту (8,5-9%). Она уступает лишь США (11-12% и около 15% соответственно), опережая даже Японию и Китай¹¹⁹.

При современном уровне и масштабах производства рынок ФРГ узок для национальных производителей, хотя население страны составляет 82 млн чел. и отличается высокой покупательной способностью. Это связано со специализацией многих фирм ФРГ на выпуске сложных продуктов, а не массовых товаров. Такая ситуация сложилась вследствие традиционного стремления германских компаний совершенствовать качество продукции в условиях, когда в стране имеются подготовленные для этого кадры, а также требовательные немецкие потребители. Поэтому для достижения эффекта масштабного производства фирмам необходимо сбывать продукцию за рубежом, что привело к значительной доле экспорта у многих из них. Ориентация на зарубежные рынки позволяет многим германским фирмам успешно развиваться даже в условиях вялой хозяйственной конъюнктуры внутри страны. Данная тенденция ярко проявилась в производстве оборудования: машиностроительные фирмы ФРГ экспортируют 2/3 своей продукции, став мировыми лидерами (табл. 2). Кроме того, сбыт в отсталых странах продлевает жизненные циклы товаров за счет поддержания продаж моделей, потерявших привлекательность для потребителей в ЕС.

¹¹⁷ Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland ... 2002. S. 662.

¹¹⁸ Зарицкий Б.Е. Указ. соч. С. 185.

¹¹⁹ Statistisches Jahrbuch für das Ausland... 2000. – Wiesbaden, 2000. S. 265.

Таблица 2

Доля ФРГ в мировом экспорте некоторых видов оборудования в 2001 г.

Вид оборудования	Доля, %
Все виды оборудования	18,1
Гидравлическое и пневматическое нефтяное оборудование	36,1
Печатные машины	35,9
Очистные системы	31,3
Упаковочное оборудование	31,2
Текстильные машины	30,1
Сталелитейное и сталепрокатное оборудование	29,6
Деревообрабатывающие станки	29,2
Передаточные устройства	28,7
Сушильные установки	28,5
Весы для тяжелых грузов	27,7
Оборудование для обработки бумаги	27,5
Зажимные и крепежные устройства	26,5
Оборудование по выпуску синтетического каучука и пластмасс	23,2
Оборудование по производству и отбеливанию бумаги	23,0
Точные приборы	21,4
Гидравлические насосы	21,1
Промышленные печи	20,8
Конвейерные технологии	20,1

Составлено на основе: Partner of the World. Germany. – 2002, Köln. P. 31-32.

С другой стороны, Германия испытывает дефицит нефти, газа, цветных металлов, урана, другого сырья, который компенсируется импортом. Фирмы ФРГ ввозят из-за рубежа и продукцию обрабатывающей промышленности, что связано с их участием в международном разделении труда. Кроме того, ФРГ сама – емкий рынок сбыта иностранных ТНК. В Германии они не могут снизить трудовые издержки или получить доступ к дефицитному сырью, поэтому у многих ТНК их разнообразная деятельность в ФРГ, включая инвестиционную, обусловлена стремлением повысить продажи своих товаров даже в большей степени, чем для фирм ФРГ за рубежом.

В 2002 г. товарный экспорт ФРГ достиг 651,3 млрд евро, заметно превысив ее импорт, составивший 518,5 млрд евро¹²⁰. Основу внешнеторгового оборота формирует различная продукция машиностроения и химической промышленности, причем в этих отраслях специализации у ФРГ экспорт часто значительно превышает импорт (табл. 3).

Наличие в Германии мощных металлургических компаний объясняет то, что страна является крупным нетто-экспортером чугуна и стали, стальной продукции. Положительный баланс у ФРГ и по торговле метизами, резинотехническими изделиями, фотоаппаратами, оптическими приборами, часовыми механизмами, исследовательским оборудованием, бумажно-беловыми изделиями, строительными материалами, пряжей.

Таблица 3

¹²⁰ По предварительным данным, в 2003 г. экспорт ФРГ вырос до 661,6 млрд евро, а импорт – до 532,0 млрд (Zahlungsbilanzstatistik: 2003 / Deutsche Bundesbank. – Frankfurt am Main, 2004. S. 16-17).

Товарная структура¹²¹ внешней торговли ФРГ в 2001 г., %

Разделы и отделы товаров	экспорт	импорт
0: пищевые продукты и живые животные	3,3	5,4
02 - молоко и молочные продукты, яйцо птицы	0,8	0,6
05 - овощи и фрукты	0,4	1,9
1: напитки и табак	0,6	0,9
2: сырье непродовольственное кроме топлива	1,4	3,1
3: минеральное топливо, смазочные масла и аналогичные материалы	1,4	8,5
33 - нефть, нефтепродукты	0,8	5,8
34 - газ	0,5	2,3
4: животные и растительные масла, жиры и воски	0,2	0,2
5: химические вещества и аналогичная им продукция, не включенная в другие категории	12,7	10,0
51 - продукция основного оргсинтеза	2,3	3,2
54 - химико-фармацевтическая продукция	2,9	2,1
57 - синтетические смолы и пластмассы	2,0	1,4
6: промтовары, классифицированные по виду материала	13,5	12,6
64 - бумага и картон, изделия из бумаги	2,0	1,8
65 - пряжа, ткани и аналогичные им товары	1,9	1,8
67 - чугун и сталь	2,3	2,1
68 - цветные металлы	1,8	2,1
7: машины и транспортное оборудование	52,0	37,5
71 - энергетическое оборудование	3,5	3,4
72 - специализированные станки	4,9	1,6
75 - конторское оборудование и ЭВМ	2,6	5,4
77 - электротехническое оборудование и приборы	7,9	7,5
78 - автомобили, включая автобусы	18,0	8,7
8: различные готовые изделия	9,3	12,2
82 - мебель и комплектующие к ней	0,8	1,3
84 - одежда и фурнитура к ней	1,2	3,8
9: товары и операции, не включенные в другие категории	5,6	9,6

Составлено на основе: Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland... 2002. S. 279 (данные по "специальной торговле").

Германия – крупный нетто-импортер непродовольственного сырья. Однако по нескольким сырьевым товарам у ФРГ положительное сальдо – это торговля шкурами, кожами и мехами, текстильными волокнами. ФРГ импортирует и значительные объемы продукции лесной и деревообрабатывающей промышленности (включая мебель), цветных и редких металлов, их сплавов, а также одежды, обуви, туристического снаряжения.

По торговле продовольствием у ФРГ также отрицательный баланс (импорт больше экспорта в 1,5 раза). Это связано со специализацией сельского хозяйства, а следовательно, и пищевой промышленности страны. Агропромышленный комплекс в целом обеспечивает потребности населения ФРГ сверх нормы (например, по калорийности), но

¹²¹ Товары подразделены согласно Международной стандартной торговой классификации (МСТК). Различают "специальную" и "генеральную" торговлю. Последняя включает в себя "специальную" торговлю и транзитные товары. По МСТК к отделу "текстильные волокна, включая вторичное сырье" (26) относятся и химволокна, а к отделу "каучук" (23) – синтетический каучук. Оба отдела входят в раздел товаров "сырье непродовольственное кроме топлива" (2), а не в "химические вещества..." (5).

для повышения разнообразия пищи необходим импорт отдельных видов продовольствия. Проведенный нами анализ данных ФАО¹²² показал, что ФРГ импортирует то, что нельзя произвести в климатических условиях этой страны (в том числе в определенные сезоны), и покрывает часть крайне высоких потребностей на продукцию пищевой промышленности (мясопродукты, пиво и т.п.).

Общей тенденцией изменения товарной структуры внешней торговли ФРГ под воздействием глобализации остается рост доли продукции передовых отраслей и заметное сокращение доли необработанного сырья¹²³. При этом германский экспорт очень диверсифицирован. В 2001 г. из 239 товарных групп в экспорте ФРГ было представлено 236. Это максимальный показатель в мире, достигнутый также лишь Францией и Испанией. Стоит подчеркнуть, что в ФРГ диверсификация достигается за счет значительного экспорта различных товарных групп. Так, в 2001 г. коэффициент концентрации экспорта составил 0,102 – меньшие значения были только в 13 странах¹²⁴. Это свидетельствует о том, что в мирохозяйственные связи сильно вовлечены компании всех отраслей германской промышленности.

Наибольший вклад во внешнеторговый оборот ФРГ вносит экспорт готовых легковых автомобилей (группа 781 по МСТК). В 2000-2001 гг. эта группа формировала 11,4% товарного экспорта ФРГ – германские фирмы обеспечивали свыше 1/5 мировой торговли легковыми машинами. На запчасти к легковым и грузовым автомобилям, локомотивам и тракторам (гр. 784) приходилось 3,0% экспорта ФРГ. Доля самолетов и другой авиационной продукции (гр. 792) составляла в нем 2,9%, лекарственных средств (гр. 541) – 2,8%, телекоммуникационного оборудования (гр. 764) – 2,6%, полимеров (гр. 583) – 2,3%, домашней бытовой техники (гр. 776) – 2,1%, неэлектрических частей промышленного оборудования (гр. 749) и электротехнических устройств (выключателей, реле, предохранителей и т.п.) – по 2,0%¹²⁵.

Германия, как уже отмечалось, является важным рынком сбыта для иностранных фирм, причем высокая покупательная способность населения и требования высокоразвитой диверсифицированной промышленности поддерживают широкий спектр импортируемых товаров. Как и в германском экспорте, в импорте ФРГ представлены 236 товарных групп (аналогичный показатель во Франции и Испании и на одну группу больше в импорте США). При этом коэффициент концентрации импорта ФРГ в 2001 г. составил 0,067 – по этому показателю страна уступала лишь 11 государствам¹²⁶.

Как правило, чем крупнее фирма, тем с большим числом стран у нее установлены внешнеторговые связи. Это хорошо видно на примере средней доли ЕС в экспорте и импорте германских фирм в 1999 г. Для фирм с оборотом свыше 1 млрд марок показатели

¹²² См.: Food Balance Sheet. Year 2000. – <http://apps.fao.org>.

¹²³ Расчеты автора по: International Trade by Commodity Statistics. 1996/2001. Vol. 4 / OECD – Paris, 2002. P. 165-240; Foreign Trade by Commodities. 1992. Vol. 1. – Paris, 1993. P. 392-465.

¹²⁴ Все данные: UNCTAD Handbook of Statistics 2003. – NY., Geneva, 2003. P. 389-391.

Концентрация товарного экспорта страны измеряется коэффициентом Херфиндаля – Хиршмана, применяемым и для оценки импорта. Он изменяется от 0 (все группы товаров представлены в равной мере) до 1 (весь экспорт приходится на одну группу). Коэффициент вычисляется по формуле:

$$H = \left[\sqrt{\sum_{i=1}^{239} \left(x_i / \sum_{i=1}^{239} x_i \right)^2} - \sqrt{1/239} \right] / \left[1 - \sqrt{1/239} \right], \text{ где } x_i - \text{стоимость экспорта товарной группы } i.$$

Необходимость учета этого показателя легко показать на примере России – хотя она и была в 2001 г. лидером среди постсоциалистических стран Европы по товарной диверсификации экспорта, за счет огромной доли в нем углеводородного сырья Россия одновременно выделялась в данной группе стран максимальной концентрацией экспорта.

¹²⁵ UNCTAD Handbook of Statistics 2003. P. 175.

¹²⁶ Ibid. P. 392-394.

равнялись лишь 10,3% и 6,3%, с оборотом 200-1000 млн марок – 11,9% и 8,4%, с оборотом 50-200 млн марок – 12,8% и 9,1% и т.д. При этом для фирм с оборотом 2-5 млн марок соответствующие показатели возрастали до 15,1% и 15,7%, а с оборотом менее 2 млн марок – вообще до 20,6% и 18,4%¹²⁷.

Таблица 4

Внешнеэкономическая деятельность нижнесаксонских промышленных фирм

Долевой показатель, %	Все фирмы	1-19 занятых	20-49 занятых	50-249 занятых	250 занятых и более
фирмы-экспортеры	35,9	23,9	51,0	72,1	90,1
продукция на экспорт	18,9	15,7	17,2	23,7	29,6
фирмы с ПИИ	3,8	0,6	4,8	11,7	40,6
<i>в том числе соответственно от количества экспортеров и инвесторов:</i>					
экспорт в ЕС	89,4	83,1	93,9	93,6	100,0
ПИИ в ЕС	47,1	39,9	73,5
экспорт в страны ЦВЕ	23,2	7,6	28,0	39,9	51,7
ПИИ в страны ЦВЕ	34,2	43,2	39,6
экспорт в СНГ	12,7	6,1	8,5	23,8	31,7
ПИИ в СНГ	10,8	13,8	7,5
экспорт в другие страны Европы	32,1	30,5	20,5	39,1	57,4
ПИИ в другие страны Европы	9,2	12,9	14,1
экспорт в США и Канаду	25,5	19,6	20,5	34,1	50,5
ПИИ в США и Канаду	27,0	13,1	39,8
экспорт в КНР	6,8	1,1	3,5	14,4	28,3
ПИИ в КНР	1,3	0,0	3,8
экспорт в Японию и Юго-Восточную Азию	15,4	8,1	10,2	27,0	40,8
ПИИ в Японию и Юго-Восточную Азию	9,1	7,0	20,0
экспорт в другие страны	27,6	20,7	28,7	34,1	45,5
ПИИ в другие страны	18,3	10,1	14,1

Составлено автором по: *Wagner J.* Aktivitäten niedersächsischer Industriebetriebe auf Auslandsmärkten // Neues Archiv für Niedersachsen. 1997. №1. S. 1-15.

Данные проведенного осенью 1995 г. опроса 849 фирм из германской земли Нижняя Саксония иллюстрируют роль сбыта как основы зарубежной деятельности промышленных компаний (табл. 4). Обычно более крупные фирмы характеризуются не только широтой географии своего экспорта, но и интенсивностью участия в инвестиционной деятельности (она рассматривается нами в главе 3).

Можно выделить 4 основных типа участия фирм во внешнеэкономических связях¹²⁸. Первый тип – национально-ориентированные фирмы – и экспортная, и импортная квоты не превышают 10%. Обычно это небольшие предприятия, многие из них созданы недавно и часто владеют всего одним заводом, специализирующимся на глубокой переработке сырья. Если экспорт и осуществляется, то в соседние с ФРГ страны. Эти фирмы

¹²⁷ См.: *Abdin M.* Möglichkeiten und Grenzen der Darstellung des Intrahandels nach Branchen // Wirtschaft und Statistik. 2001. №7. S. 524-532.

¹²⁸ Основу для представленной автором типологии составила работа германских исследователей: *Braun B., Weigl Ch.* Kleine und mittlere Industrieunternehmen im Globalisierungsprozeß // Geographische Zeitschrift. 1997. Heft 2+3. S. 129-142.

находятся на 1-й стадии развития компании или переходят ко 2-й (см. §3 главы 1 – пять стадий развития фирмы, выходящей на мировые рынки).

Второй тип – фирмы, ориентированные на экспорт, – экспортная квота превышает 25%, импортная не достигает и 10%. Это более крупные фирмы, у них уже есть много зарубежных сбытовых филиалов, но все производство обычно сосредоточено в ФРГ. Часто они специализируются на единичном и мелкосерийном производстве. В основном такие фирмы находятся в состоянии перехода от 2-й к 3-й выделенных нами стадий.

Третий тип – фирмы, ориентированные на импорт, – импортная квота больше 25%, экспортная – менее 10%. Среди компаний преобладают производители стандартизированных товаров. Они продают продукцию в основном в ЕС, но ради снижения издержек включились в процесс развития кооперации и инвестирования, в том числе в странах ЦВЕ. Эти фирмы обычно находятся на 3-й стадии развития.

Четвертый тип – интернационализированные фирмы – и экспортная, и импортная квоты превышают 25%. Чаще всего это крупные предприятия германских отраслей специализации, находящиеся на последних стадиях развития. Экспорт осуществляется почти во все страны мира. Например, в 2001 г. у автомобильных концернов "Фольксваген" и "БМВ" вне ФРГ сбывалось 72-73% всей продукции, а у химических гигантов "БАСФ" и "Байер" – 58-59%¹²⁹. Ими осуществляются и большие ПИИ, причем как ради снижения издержек, так и для доступа к рынкам.

Есть и переходные типы предприятий. У них экспортная или импортная квота, либо оба показателя колеблются в пределах 10-25%.

В целом растет доля импорта фирм ФРГ с собственных предприятий, расположенных в странах с дешевой рабочей силой либо с уникальными природными или научными ресурсами¹³⁰. Данные по ФРГ в целом отсутствуют, но показатели крупных фирм свидетельствуют о высокой доле зарубежной части активов. В 2001 г. она составляла у концерна "БМВ" – 66%, "БАСФ" – 64%, "Байер" – 62%, "Фольксваген" – 51%¹³¹. Доля продаж зарубежных германских филиалов составляет не меньше 50% экспорта ФРГ. В то же время значительную часть внешней торговли ФРГ составляют экспортно-импортные операции германских филиалов иностранных ТНК.

По данным о стране в целом можно судить о проявлении регионализации в географии внешней торговли германских и иностранных предприятий, находящихся в ФРГ (табл. 5).

Таблица 5

Основные внешнеторговые партнеры ФРГ

Регион, страна	Доля во всем обороте, %						Доля в экспорте, %					
	1980	1990	2000	2001	2002	2003	1980	1990	2000	2001	2002	2003
<i>Европа, в т.ч.:</i>	70,2	75,4	71,9	72,7	72,1	73,2	74,3	77,7	73,4	72,6	72,3	73,7
Франция	12,0	12,0	10,5	10,4	10,2	10,0	13,3	12,4	11,4	11,1	10,8	10,6
Великобритания	6,6	7,4	7,7	7,8	7,5	7,3	6,5	8,1	8,3	8,4	8,4	8,4
Нидерланды	10,5	8,9	7,6	7,3	7,1	7,2	9,5	8,1	6,4	6,2	6,1	6,2

¹²⁹ World Investment Report 2003. P. 187.

¹³⁰ Трансграничная внутрифирменная торговля не отражается в статистике даже в агрегированном виде. К германским причисляются не относящиеся к фирмам ФРГ поставки компаний под иностранным контролем. Так, комплектующие, поставляемые в ФРГ на заводы американского "Форд мотор" с его британского филиала рассматриваются как импорт ФРГ. В то же время поставки германских фирм могут учитываться в качестве импорта ФРГ, и ее экспорта, и вообще торговли третьих стран. Примерами служат поставки соответственно на германские заводы "Фольксвагена" комплектующих с его испанских заводов, на его предприятия в Мексике и Венгрии деталей и узлов с заводов концерна в ФРГ и аналогичные поставки между латиноамериканскими филиалами.

¹³¹ World Investment Report 2003. P. 187.

Италия	8,2	9,0	7,1	7,0	6,9	6,9	8,5	8,9	7,6	7,5	7,3	7,4
БЛЭС	7,5	7,0	5,1	5,6	5,4	5,4	7,8	7,1	5,5	5,4	5,3	5,5
Австрия	4,2	4,9	4,6	4,5	4,7	4,7	5,5	5,5	5,3	5,1	5,1	5,3
Швейцария	4,6	5,0	3,9	4,0	3,9	3,8	5,7	5,7	4,3	4,3	4,1	3,9
Испания	1,4	2,9	3,8	3,7	3,9	4,1	1,5	3,4	4,5	4,5	4,6	4,9
Чехия	2,2	2,5	2,8	2,9	2,1	2,3	2,5	2,5
Польша	0,7	1,2	2,3	2,4	2,6	2,7	0,8	1,1	2,4	2,4	2,5	2,5
Россия	1,9	2,1	2,1	2,1	1,1	1,6	1,8	1,8
Венгрия	0,6	0,8	1,8	1,9	2,0	2,0	0,6	0,9	1,7	1,6	1,7	1,8
Швеция	2,5	2,4	2,1	1,9	1,9	2,0	2,9	2,5	2,3	2,0	2,1	2,2
Дания	1,8	1,9	1,6	1,6	1,7	1,7	1,9	1,8	1,6	1,6	1,7	1,7
Ирландия	0,4	0,6	1,3	1,7	1,5	1,5	0,4	0,4	0,6	0,6	0,6	0,6
Норвегия	1,7	1,1	1,3	1,4	1,4	1,5	1,1	0,8	0,7	0,8	0,7	0,7
Турция	0,4	1,0	1,3	1,1	1,2	1,3	0,5	1,0	1,4	0,9	1,1	1,3
Финляндия	0,9	1,0	1,1	1,1	1,0	1,0	0,9	1,1	1,2	1,1	1,0	1,0
Португалия	0,5	0,9	1,1	1,0	1,0	1,0	0,6	0,9	1,1	1,0	1,0	1,0
<i>Америка, в т.ч.:</i>	<i>10,9</i>	<i>9,8</i>	<i>12,3</i>	<i>12,5</i>	<i>11,9</i>	<i>...</i>	<i>10,0</i>	<i>9,5</i>	<i>13,5</i>	<i>14,0</i>	<i>13,4</i>	<i>...</i>
США	6,8	6,7	9,4	9,6	9,1	8,4	6,1	6,9	10,3	10,6	10,3	9,3
Бразилия	0,8	0,7	0,8	0,8	0,7	...	0,8	0,4	0,8	0,9	0,8	...
Канада	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,7	0,7	0,8	0,9	0,7
Мексика	0,4	0,3	0,6	0,6	0,6	...	0,6	0,4	0,8	0,8	0,8	...
<i>Азия, в т.ч.:</i>	<i>11,3</i>	<i>11,4</i>	<i>13,1</i>	<i>12,1</i>	<i>12,4</i>	<i>...</i>	<i>9,0</i>	<i>9,5</i>	<i>10,4</i>	<i>9,9</i>	<i>10,5</i>	<i>...</i>
КНР	0,5	1,0	2,4	2,7	3,0	3,6	0,6	0,6	1,6	1,9	2,2	2,8
Япония	2,1	4,0	3,5	3,0	2,7	2,6	1,1	2,6	2,2	2,1	1,9	1,8
Респ. Корея	0,4	0,7	0,9	0,8	0,9	0,9	0,3	0,7	0,8	0,7	0,9	0,8
О-в Тайвань	0,5	0,8	1,1	0,9	0,8	0,8	0,3	0,6	0,8	0,7	0,6	0,6
Сингапур	0,4	0,5	0,7	0,7	0,7	...	0,4	0,5	0,7	0,7	0,6	...
Сянган	0,6	0,7	0,6	0,6	0,5	...	0,3	0,5	0,8	0,7	0,7	...
<i>Прочие, в т.ч.:</i>	<i>7,6</i>	<i>3,4</i>	<i>2,7</i>	<i>2,7</i>	<i>3,6</i>	<i>...</i>	<i>6,7</i>	<i>3,3</i>	<i>2,7</i>	<i>3,5</i>	<i>3,8</i>	<i>...</i>
ЮАР	1,1	0,6	0,6	0,7	0,6	0,7	1,3	0,7	0,6	0,7	0,7	0,8

Европа – включая Турцию и страны СНГ; КНР – без о. Тайвань, Сянгана и Аомыня; БЛЭС – Бельгийско-Люксембургский экономический союз¹³².

Составлено по расчетам автора на основе: Rangfolge der Handelspartner im Aussenhandel der Bundesrepublik Deutschland. 2002. – <http://www.destatis.de>; Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland... 2001. S. 298-300; Statistisches Jahrbuch... 1993. S. 323-325; Statistisches Jahrbuch... 1982. S. 266-268; Zahlungsbilanzstatistik: 2003 / Deutsche Bundesbank. – Frankfurt am Main, 2004. S. 18-19.

Из неевропейских стран в число важных внешнеторговых партнеров ФРГ входят лишь США, КНР и Япония. По величине оборота торговли товарами с ФРГ карликовые государства Европы сопоставимы со средними странами в Азии и Латинской Америке. Хотя роль ряда западноевропейских стран сокращается, растет доля стран ЦВЕ – фактически с началом рыночных реформ в бывших социалистических странах просто расширились границы европейского макрорегиона, как это уже происходило в 80-е годы после вступления в ЕС Испании и Португалии. Регионализация торговли сопровождается интенсификацией связей с другими ключевыми экономическими макрорегионами мира – Северной Америкой и Восточной Азией.

¹³² БЛЭС был создан в 1921 г. сначала лишь как валютный союз и прекратил свое существование в 2002 г. в связи с полной заменой национальных валют двух стран на евро.

Причин регионализации во внешней торговле несколько. Во-первых, как указано в главе 1, важную роль играет эффект соседства. Действительно, при вывозе продукции в соседние страны ниже транспортные издержки, а ряд скоропортящихся товаров вообще нельзя перевозить на большие расстояния. Существуют и технические ограничения. Так, вся торговля ФРГ электроэнергией замыкается на европейские страны, что обусловлено наличием высоких потерь в цепях. Более 60% импорта электроэнергии приходится на поставки из Швейцарии и Австрии.

Помимо этого с фирмами соседних стран компании из ФРГ установили наиболее тесные производственные связи, создают собственные сбытовые филиалы (в том числе благодаря достаточному уровню информированности и влиянию культурно-исторической близости), а доля внутрифирменной торговли через границу постоянно растет. Например, торговля с Чехией, Венгрией и Испанией характеризуется высокой долей транспортных средств и комплектующих к ним благодаря наличию в этих странах филиалов и дочерних фирм германского концерна "Фольксваген".

Во-вторых, большое значение приобретают институциональные факторы. Современный этап глобализации характеризуется усилением интеграции¹³³. ФРГ почти не имеет экономических барьеров со странами ЕС – в рамках Союза действует свобода движения товаров, услуг, капитала, трудовых ресурсов. В итоге заметно усиливается процесс регионализации – связи внутри ЕС становятся по величине сопоставимыми со связями со всем остальным миром. Введение единой валюты евро дополнительно стимулировало внешнюю торговлю ФРГ в рамках еврозоны – у фирм снизились издержки по конвертации валют и страхованию рисков, вызванных колебаниями их курсов¹³⁴. Очередной отказ Швейцарии от вступления в ЕС привел к тому, что эта страна была единственной в Западной Европе, куда в течение 90-х годов сократились объемы германских поставок.

Условия внешней торговли в последние годы были почти повсеместно либерализованы благодаря снижению таможенных пошлин. Но, как показано в предыдущем параграфе, для фирм ФРГ лишь торговля в рамках ЕС защищена от значительного ограничительного влияния нетарифного регулирования, которое все чаще замещает пошлины.

В-третьих, важную роль играет емкость рынков сбыта. Соседи ФРГ – самые развитые страны мира, с которыми сравнимы лишь США, Япония и еще несколько неевропейских государств. Именно эти страны и образуют список лидеров по торговле с ФРГ. Открытие рынков стран ЦВЕ и рост в них производства привели к интенсификации германской торговли с ними, несмотря на распад СЭВ. В тех странах, где быстро росла покупательная способность населения (в первую очередь, в Чехии, Польше и Венгрии), произошла "компенсация" восточногерманских экспорта и импорта западногерманскими.

В-четвертых, как раз в западноевропейских странах находится большинство покупателей специализированной высокотехнологичной германской продукции и поставщиков наукоемкой продукции в саму ФРГ. В то же время по отдельным товарным группам наряду с европейскими странами и США выделяются страны других регионов. Например, среди важнейших поставщиков мясной продукции в ФРГ находятся Аргентина и Новая

¹³³ Изучение интеграции не относится к предмету нашего исследования. Среди многочисленных публикаций, посвященных европейской интеграции, назовем прежде всего: Европейский Союз на пороге XXI века: Выбор стратегии развития / Под ред. Ю.А. Борко и О.В. Буториной. – М.: УРСС, 2001; Региональная интеграция и Европа / Под ред. Л.И. Глухарева. – М.: Изд-во Московского университета, 2001; *Щенин Р.К.* Западно-европейская интеграция. – М.: Гос. ун-т управления, 1998.

¹³⁴ Постепенно в ЕС сформировалась единая валютная политика, которая оказывает существенное влияние на внешнеторговую и инвестиционную деятельность германских фирм. Рассмотрение конкретных принципов и механизмов валютной политики в задачи нашего исследования не входит. Подробное изложение данной проблемы см., например: *Бегг Д., Джавацци Ф., Виплош Ч.* Вопросы формирования валютной политики ЕВС // Вопросы экономики. 1999. №1. С. 33-50; *Буторина О.В.* Экономический и валютный союз ЕС в мире. Теория и практика. – М.: ИЕ РАН, 2001.

Зеландия. По продажам экзотических морепродуктов (как и рыбы) в Германию лидирует Таиланд. Животные и растительные масла, жиры и воски завозятся в ФРГ в основном из Индонезии, Нидерландов, с Филиппин, из Италии и Малайзии¹³⁵.

Следует отметить, что и у европейских стран роль ФРГ в их собственном внешне-торговом обороте также максимальна. Более 20% торговли товарами приходится на ФРГ у всех ее соседей кроме Франции, а также у Италии, Португалии, Словакии, Словении, Хорватии, Союзной Республики Сербия и Черногория, Венгрии, Болгарии и Турции. 15-20% составляет доля ФРГ во внешнеторговом обороте всех остальных европейских стран кроме членов СНГ. Таков показатель лишь у нескольких развивающихся стран Азии и Африки. У таких стран как США, Япония и КНР доля ФРГ в торговле – 4-5%¹³⁶.

На фоне усиление хозяйственной интеграции в Европе и интенсификации связей германских компаний с их североамериканскими партнерами значение стран Третьего мира постоянно сокращается. Причем даже такие государства как Бразилия, характеризующиеся крупными и растущими рынками сбыта, не увеличивают своего значения во внешней торговле ФРГ. Прирост германского экспорта осуществляется за счет более стабильных и ближе расположенных рынков сбыта, тогда как вялая динамика импорта из этих стран во многом связана с их сырьевой специализацией – цены на сырье и полуфабрикаты росли в 80-90-е годы медленнее, чем на продукцию "верхних этажей" обрабатывающей промышленности. Заметно выросла лишь доля Мексики после ее вступления в НАФТА, КНР вследствие постепенной интеграции страны в мировую экономику и нескольких новых индустриальных стран первой волны.

Структура экспорта и импорта ФРГ, а значит, и соотношение по торговле отдельными товарными группами заметно различается по странам. Это логично, так как у каждого государства внешняя торговля базируется на сбыте продукции ведущих фирм, представляющих отрасли специализации. И если структура экспорта ФРГ по странам схожая, то, например, в импорте из Колумбии, Аргентины и Новой Зеландии преобладает агропромышленная продукция, в импорте из стран-членов ОПЕК, России и Норвегии – нефть, нефтепродукты и природный газ, в импорте из многих стран Юго-Восточной и Южной Азии – текстильная продукция и несложные электротехнические товары.

Спецификой последних десятилетий стало сокращение доли развивающихся стран даже в поставках отдельных видов сырья. Это связано с тем, что все чаще поставляется сырье, прошедшее некоторую обработку в европейских странах, США или наиболее развитых государствах Третьего мира. Например, продовольствие поставляется в Германию главным образом после переработки на предприятиях пищевой промышленности. Так, среди главных поставщиков кофе в ФРГ можно увидеть не только Колумбию и Бразилию, но также Нидерланды и Францию, в которых импортные кофейные зерна обжариваются, фасуются, иногда подвергаются более глубокой переработке и направляются далее в Германию. Лидер по поставкам ценных пород тропической древесины в ФРГ – Малайзия, но ее доля в германском импорте фанеры хотя бы с одним слоем из тропической древесины ничтожна, тогда как доля Индонезии составляет 70%, а стран ЕС – 20%¹³⁷. Среди крупных поставщиков металлического сырья в ФРГ можно увидеть не только Бразилию, Канаду и Австралию, где добываются разные руды, Чили, откуда ввозятся медные руды, и Швецию, в которой разрабатываются железорудные месторождения, но также Нидерланды – Германия импортирует из этой страны металлический лом. Сама ФРГ экспортирует металлолом в бедные минеральными ресурсами страны Европы. ФРГ стала нетто-

¹³⁵ См.: Foreign Trade by Commodities. 1996/2001. Vol. 4. P. 165-240.

¹³⁶ Расчеты автора по: International Financial Statistics. January 2003 / International Monetary Fund. – Washington, 2003. P. 78-965; Rangfolge der Handelspartner ... 2002. – www.destatis.de

¹³⁷ БИКИ. 1999. №142.

экспортером табака и табачной продукции за счет масштабного производства сигарет из импортного сырья, кстати, в основном на заводах, принадлежащих иностранным ТНК.

Второй важной причиной является то, что на смену некоторым видам натурального сырья приходят искусственные заменители. Например, среди текстильных волокон все выше доля синтетических. Поэтому в настоящее время основные поставщики текстильных волокон в ФРГ – Австралия, Франция, Италия, Великобритания и КНР. Натуральный каучук, который в Германию завозится в основном из Малайзии, Таиланда и Индонезии, все больше конкурирует с синтетическим, импортируемым ФРГ из США, Франции, Великобритании, Нидерландов и Бельгии.

Снижение значимости отдельных традиционных сырьевых поставщиков обусловлено специфическими факторами. Например, интенсификация торговли нефтью и нефтепродуктами сопровождалась внедрением гигантских супертанкеров. В ФРГ нет портов, способных их принимать. Порты Бремена и Гамбурга даже после углубления фарватера рассчитаны на прием средних танкеров. В результате значительная часть нефти перерабатывается на приморских заводах в Нидерландах, Бельгии и Франции, и лишь потом по трубопроводам нефтепродукты поставляются в ФРГ. При этом часть этих заводов принадлежит германским фирмам. Впрочем, и по нефтепроводам нефть все еще поступает в ФРГ (в основном из России).

Наряду с ростом значения европейских стран как поставщиков сырья в ФРГ для современного уровня развития мирового хозяйства характерно и такое новое явление во внешней торговле, как быстрый рост встречных поставок сходной и одинаковой продукции (теоретические аспекты явления рассмотрены в главе 1).

Прежде всего это обусловлено сезонностью в производстве и спросе, например, в торговле электроэнергией. В разных странах преобладают разные типы электростанций: тепловые и атомные призваны покрывать базовые нагрузки, а гидроэлектростанции (ГЭС) – пиковые. Причем на ГЭС колебания вырабатываемой электроэнергии велики из-за изменения уровня воды в течение года. В результате хотя ФРГ – нетто-импортер электроэнергии, она поставляет значительную часть этого товара в Австрию и Швейцарию – в страны, являющиеся, как сказано выше, важнейшими поставщиками электроэнергии в саму ФРГ. Это связано с тем, что и в Австрии, и в Швейцарии 2/3 всей электроэнергии вырабатывается именно на ГЭС, тогда как в ФРГ доминируют тепловые, а также атомные электростанции¹³⁸. В целом же у Германии список партнеров и величина торгового оборота электроэнергией очень нестабильны, что объясняется постоянными перебросками ее избытков в рамках объединенных энергосистем европейских стран.

Кроме того, выгоды от использования эффекта масштаба и наличие дифференцированного спроса в развитых странах способствуют усилению специализации. В результате фирмы соседних государств начинают производить сходную, но все-таки не одинаковую продукцию. Так, важнейшие поставщики мяса и мясной продукции в ФРГ – Нидерланды (более 25%), БЛЭС (около 15%), Франция и Дания (более чем по 10%). Основные потребители мяса и мясной продукции из ФРГ – Италия (свыше 20%), Франция и Нидерланды (приблизительно по 15%), Дания (почти 8%). Углубление специализации достигается за счет диверсификации мясной продукции (например, колбасных изделий), в том числе благодаря использованию разных видов мяса. Другой пример – продукция промышленности основного оргсинтеза. Половина германского импорта и почти 30% экспорта ФРГ приходится на БЛЭС, Нидерланды, Францию и Великобританию¹³⁹.

Помимо этого большое значение имеют связи в рамках формирующихся трансграничных экономических районов в ЕС. Часто более выгодно торговать с фирмами со

¹³⁸ Большой энциклопедический словарь. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Большая Российская энциклопедия, СПб.: Норинт, 1997. С. 12, 270, 1366.

¹³⁹ Расчеты автора по: Foreign Trade by Commodities. 1993-1998. Vol. I. P. 240-313.

смежных территорий соседних стран, чем с компаниями соотечественников, расположенными в других частях ФРГ. Это хорошо видно на примере внешней торговли германских земель. Преобладание разных отраслей промышленности в регионах ФРГ влияет и на структуру торговли – если в районе развита какая-то отрасль, то следует ожидать высокой роли ее продукции, причем как в экспорте, так и в импорте (за счет поставок сырья и полуфабрикатов, комплектующих).

Например, в Сааре доля стального проката в импорте готовой продукции, потребляемой в производстве, составляла в середине 90-х годов 13%, а в экспорте – 74%. Саар знаменит именно черной металлургией, и для фирм, расположенных на его территории, важнейшими торговыми партнерами являются компании, находящиеся во Франции, Бельгии и Люксембурге, где также развита эта отрасль. Северный Рейн – Вестфалия имеет еще более мощную черную металлургию. Но в результате мер по выходу из структурного кризиса, принимаемых с 50-х годов, в этой земле получили развитие и другие отрасли. Теснее связи и между предприятиями внутри земли. В результате в середине 90-х годов доля стального проката и в импорте, и в экспорте готовой продукции этой земли составляла 20%. В соседнем Рейнланд-Пфальце, который никогда не выделялся в сфере металлургии, эти показатели были еще ниже – 5% импорта и 6% экспорта готовой продукции, потребляемой в производстве¹⁴⁰.

Значительную роль также играет наличие крупных потребителей, чей спрос превышает возможности местного производства. Если опять сравнить Северный Рейн – Вестфалию, Рейнланд-Пфальц и Саар, то у всех трех импорт бумаги и картона больше экспорта. Но в Северном Рейне – Вестфалии доля этих товаров в импорте готовой продукции, потребляемой в производстве, максимальна – 9%. Это связано с наличием в регионе мощной полиграфической промышленности, значительного числа производителей бумажных изделий (для множества учебных заведений и административных учреждений), а также электротехнической промышленности и других отраслей, нуждающихся в больших объемах упаковки. В Рейнланд-Пфальце бумага и картон широко используются в основном лишь для упаковки и названный показатель торговли равен 6%. В Сааре потребность в бумаге и картоне мала и соответствующий показатель не достигает 1%.

Часто влияние на товарную структуру торговли земли вообще оказывает одно большое предприятие. Например, в Сааре расположен крупный автосборочный завод американского филиала корпорации "Форд мотор". В результате доля продукции автомобилестроения в импорте конечной продукции составляет 65%, а в экспорте – 54%¹⁴¹.

Земли заметно различаются по соотношению экспорта и импорта. Это связано прежде всего с отраслевой структурой экономики земель. Например, у Гамбурга, где расположен крупнейший порт страны, в 2002 г. импорт превышал экспорт в 1,7 раза, у Гессена, характеризующегося благодаря Франкфурту-на-Майне преобладанием сферы услуг – в 1,4 раза. Отрицательный баланс внешней торговли был также у Шлезвиг-Гольштейна, Бремена, Саара и Бранденбурга. В остальных 10 землях в 2002 г. был положительный баланс внешней торговли, причем у Баден-Вюртемберга, Берлина, Рейнланд-Пфальца и Саксонии товарный экспорт больше импорта в 1,3-1,6 раза. При этом свыше половины германского экспорта формируют компании трех наиболее мощных в экономическом отношении земель: Северного Рейна – Вестфалии, Баден-Вюртемберга и Баварии¹⁴². Именно в этих землях расположены основные предприятия таких ведущих фирм ФРГ как "Даймлер-Крайслер", "Сименс", "БМВ", "БАСФ", "Байер" и многих других.

¹⁴⁰ Statistisches Handbuch für Saarland. 1996. S. 223-226; Statistisches Taschenbuch Rheinland-Pfalz. 1997. S. 195-198. Statistisches Jahrbuch Nordrhein-Westfalen. 1997. S. 265-267.

¹⁴¹ Statistisches Handbuch für Saarland. 1996. S. 223-226.

¹⁴² Außenhandel Deutschlands nach Bundesländern 2002. – <http://www.destatis.de>.

2.3. Взаимосвязи экспорта и импорта товаров с торговлей услугами

В отличие от внешней торговли товарами в торговле услугами у ФРГ наблюдается стабильное отрицательное сальдо. В 2002 г. германский экспорт услуг составил 114,2 млрд евро, а импорт достиг 152,5 млрд евро¹⁴³. Хотя ведущей статьёй германской внешней торговли услугами является оказание туристско-гостиничных услуг, на современном этапе глобализации по-прежнему значительная часть торговли услугами ФРГ прямо или косвенно связана с товарообменом с другими странами (табл. 6).

Таблица 6

Структура внешней торговли услугами ФРГ в 2002-2003 гг.

Виды услуг	Оборот, %		Экспорт, %		Импорт, %	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Туристско-гостиничные услуги	28,4	28,7	17,7	18,4	36,4	36,5
Транспортные услуги	21,0	21,4	25,8	26,3	17,4	17,7
Торгово-посреднические услуги	4,8	5,2	4,2	4,3	5,2	5,8
Обработка электронных баз данных	4,4	4,5	4,8	4,9	4,2	4,3
Обслуживание транзитной торговли	4,1	2,8	6,2	3,4	2,5	2,4
Проведение НИОКР	3,7	3,3	3,7	3,7	3,7	2,9
Использование патентов и лицензий	3,5	3,1	3,5	3,2	3,5	3,0
Строительство, монтаж и ремонт	3,5	4,0	3,9	5,0	3,2	3,3
Страховые услуги	3,3	3,5	6,7	5,5	0,8	1,9
Финансовые услуги	3,2	2,7	4,0	3,6	2,6	2,0
Инжиниринг и технические услуги	3,1	3,6	2,7	3,6	3,5	3,5
Правительственные услуги	3,1	3,2	5,9	6,0	1,0	1,1
Услуги связи	1,9	2,0	1,3	1,6	2,4	2,3
Реклама и проведение ярмарок	1,9	1,8	1,2	1,2	2,4	2,2
Прочие услуги	10,1	10,2	8,4	9,3	11,2	11,1

Составлено по расчетам автора на основе: Zahlungsbilanzstatistik: 2003. S. 20-25.

Связь экспорта и импорта товарами с внешней торговлей услугами, однако, нельзя рассматривать как одностороннюю. Торговля некоторыми видами услуг сама стимулирует экспорт или импорт отдельных товаров. Так, ведение строительных и монтажных работ германскими компаниями за рубежом стимулирует экспорт германских товаров – фирмы завозят из ФРГ оборудование, а иногда и часть материалов. В еще большей степени воздействует на торговлю оборудованием оказание различных технических услуг.

Особо следует отметить взаимосвязь торговли наукоемкими услугами с товарной внешней торговлей ФРГ. Сумма германских платежей за использование иностранных патентов и лицензий значительно превышает выплаты иностранцев германским обладателям патентов и лицензий. Например, в 2002 г. дефицит составил 1,4 млрд евро. Отрицательное сальдо у Германии и во внешней торговле инжиниринговыми и другими техническими услугами, а также услугами по проведению НИОКР (в 2002 г. соответственно 2,2 млрд евро и 1,4 млрд евро).

В некоторой степени такой дисбаланс в торговле можно было бы объяснить тем, что ФРГ уступает другим ведущим странам в некоторых областях НИОКР. В первые по-

¹⁴³ По предварительным данным, в 2003 г. экспорт услуг сократился до 108,2 млрд евро, а импорт – до 143,1 млрд (Zahlungsbilanzstatistik: 2003. S. 16-17).

слевоенные десятилетия ФРГ, как и Япония, действительно сэкономила средства на научные разработки и закупала технологии преимущественно за рубежом. Однако позднее ситуация изменилась – сейчас собственно немецкие фирмы имеют положительный баланс по платежам за патенты и лицензии, в то время как иностранные дочерние компании в Германии продолжают импортировать технологии в значительных объемах. Приобретение новейших знаний за рубежом призвано скомпенсировать отставание Германии в ограниченном числе наукоемких отраслей, в частности, относящихся к сфере так называемой "новой экономики". В то же время в целом по показателям развития научно-технической сферы ФРГ входит в число лидеров в Европе. Например, в 2002 г. расходы частного бизнеса на НИОКР в Германии достигли 1,8% ВВП страны, тогда как в среднем по ЕС показатель равнялся лишь 1,3%. При этом в расчете на 1 млн жителей в 2002 г. в ФРГ было подано заявок на получение патентов на высокотехнологичные изобретения 43,7 в Европейское бюро патентов и 16,4 в Бюро патентов США, тогда как в среднем по ЕС соответствующие показатели составили лишь 27,8 и 12,4¹⁴⁴.

Таким образом, германский дефицит в патентно-лицензионном обмене во многом связан всего лишь с более активным (в сравнении с другими странами) использованием в промышленности новейших зарубежных технических достижений и повышенным вниманием к маркетингу. Это позволяет германским промышленным концернам занимать ключевые позиции на мировых рынках и обеспечивать положительный баланс в торговле товарами, перекрывающий отрицательное сальдо в торговле услугами.

В наименьшей степени торговля товаров связана, пожалуй, с международным обменом услугами по обработке электронных баз данных. Даже развитие туристско-гостиничных услуг в некоторой степени способствует развитию товарной внешней торговли. Например, в странах, где регулярно отдыхает значительное число немцев, германским производителям целого ряда потребительских товаров легче продвигать свою продукцию. Тем не менее услуги в сфере туризма в целом представляют обособленный вид международной торговли.

2.4. Туристический бизнес – лидер во внешней торговле услугами

Именно любовь немцев к путешествиям является главной причиной стабильно отрицательного сальдо внешней торговли ФРГ услугами. Немцы много путешествуют благодаря наличию соответствующих финансовых возможностей и тому, что в ФРГ в среднем рабочая неделя одна из самых коротких в мире, а отпуск – один из самых длинных.

Расходы граждан ФРГ на заграничные поездки составили в 2002 г. 55,5 млрд евро, что почти втрое превысило доходы страны от приема иностранных граждан, которые составили 20,3 млрд евро (по предварительным данным в 2003 г. оба показателя сократились – соответственно до 52,2 и 19,9 млрд евро)¹⁴⁵. Траты путешественников, находившихся за рубежом по личным делам (т.е. расходы на туризм), значительно превосходили расходы лиц, осуществлявших деловые поездки.

Если по расходам на заграничный туризм ФРГ занимает 2-е место в мире, а в 90-х годах вообще лидировала (доля страны – около 12%), то по доходам от приема иностранцев у Германии лишь 6-е место (доля – порядка 3,5%). При этом средние доходы в ФРГ от приема одного иностранного туриста выше, чем в других странах, лидирующих по числу частных посещений иностранцами (например, в 1999 г. они составили в Германии около 1 тыс. долларов, тогда как в Италии и Великобритании – по 0,8 тыс., Греции – 0,7 тыс., Испании – 0,6 тыс., Китае и Канаде – по 0,5 тыс., Франции, Мексике и России –

¹⁴⁴ Innovation Scoreboard 2002. Germany. – <http://www.trendchart.cordis.lu>.

¹⁴⁵ Zahlungsbilanzstatistik: 2003. S. 20.

по 0,4 тыс. долларов. Только в США в среднем иностранные туристы приносили доход по 1,5 тыс. долларов¹⁴⁶.

В связи с этим вполне объяснимо лидерство германских туроператоров в Европе. Фирма "ТУИ" (дочерняя компания многоотраслевого концерна "Пройссаг") вообще является крупнейшей туристической фирмой в мире и предоставляет самый диверсифицированный набор туристических услуг в Европе¹⁴⁷. Всего же в Германии действует несколько сотен компаний, занятых в туристско-гостиничном бизнесе. Среди них есть как специализированные фирмы, например, гостиничные цепи или туристические агентства, так и концерны, у которых оказание туристских услуг является побочным видом деятельности. В каждой подотрасли туристско-гостиничного бизнеса представлены компании совершенно разного размера, опыта и репутации. Хорошим примером этого служит гостиничная отрасль – в ней представлены не только крупные цепи отелей (такие как "Кемпински"), но и многочисленные постоянные дворы и небольшие пансионаты и гостиницы в маленьких городках по всей стране.

Роль заграничного туризма в туристско-гостиничном бизнесе ФРГ довольно значительная – многие последние годы иностранцы составляют 16-17% клиентов (в середине 90-х годов – 14-15 млн чел., в 2000 г. - рекордные 19 млн чел, а в 2002 г. – 18 млн чел.). При этом на долю иностранцев приходится порядка 12% всех ночевков в гостиницах и кемпингах на территории Германии (в середине 90-х годов – 34-36 млн, в 2000 г. – 42,6 млн, а в 2002 г. – 40,7 млн, причем из них 37,7 млн в разного рода гостиницах с числом мест 9 и более)¹⁴⁸.

Более 65% ночевков иностранных туристов приходится на граждан 10 стран. Среди них соседи ФРГ – Нидерланды (в 2002 г. 5,7 млн ночевков в гостиницах с числом мест 9 и более), Швейцария (2,3 млн), Австрия (1,7 млн), Франция и Бельгия (по 1,6 млн), Дания (1,2 млн), а также США (4,0 млн), Великобритания (3,4 млн), Италия (2,1 млн) и Япония (1,3 млн)¹⁴⁹. Следует, однако, отметить, что многие голландские туристы следуют через территорию ФРГ транзитом. Немалая их часть останавливается в гостиницах и пансионатах Северного Рейна – Вестфалии или Баден-Вюртемберга по пути на альпийские или средиземноморские курорты.

Наибольшее число как германских, так и иностранных туристов привлекают крупные земли (табл. 7). С большим отрывом лидирует Бавария, далее следуют Северный Рейн – Вестфалия, Гессен и Баден-Вюртемберг. Бавария популярна прежде всего у американских туристов – по-видимому, именно особый колорит этой земли отвечает в наибольшей степени представлениям граждан США о старой Европе.

Таблица 7

**Численность иностранных туристов и их ночевков
в гостиницах с числом мест 9 и более в землях ФРГ в 2002 г.**

Земля	Число иностранных туристов, млн	Доля иностранцев в общем числе туристов, %	Число ночевков иностранцев, млн	Доля ночевков иностранцев в общем числе ночевков туристов, %	Население земли, млн чел.
-------	---------------------------------	--	---------------------------------	--	---------------------------

¹⁴⁶ Расчеты автора на основе: Human Resources Development, Employment and Globalization in the Hotel, Catering and Tourism Sector / International Labour Office. – Geneva, 2001. Tables 1.4A, 1.4B.

¹⁴⁷ См.: Щербинина Е. Великое перемещение народов // Эксперт. 2000. №18. С. 48-52.

¹⁴⁸ Wirtschaft Aktuell: Tourismus, Gastgewerbe / Statistisches Bundesamt Deutschland 2003. – <http://www.destatis.de>.

¹⁴⁹ Ibid.

Вся Германия	16,98	16,1	37,74	11,9	<i>82,54</i>
Бавария	4,23	19,2	8,74	12,3	<i>12,39</i>
Северный Рейн – Вестфалия	2,53	17,6	5,87	16,2	<i>18,08</i>
Гессен	2,39	24,9	4,55	18,5	<i>6,09</i>
Баден-Вюртемберг	2,32	17,5	5,05	13,2	<i>10,66</i>
Рейнланд-Пфальц	1,23	20,1	3,59	20,0	<i>4,06</i>
Берлин	1,20	25,3	3,22	29,2	<i>3,39</i>
Нижняя Саксония	0,84	8,8	1,84	5,6	<i>7,98</i>
Гамбург	0,54	19,7	1,08	21,3	<i>1,73</i>
Шлезвиг-Гольштейн	0,43	10,0	0,86	4,2	<i>2,82</i>
Саксония	0,37	7,7	0,82	6,1	<i>4,35</i>
Бранденбург	0,21	7,2	0,49	5,7	<i>2,58</i>
Мекленбург – Передняя Померания	0,20	4,2	0,47	2,2	<i>1,75</i>
Тюрингия	0,16	5,8	0,40	4,8	<i>2,39</i>
Саксония-Анхальт	0,13	6,4	0,30	5,5	<i>2,55</i>
Бремен	0,13	18,5	0,26	20,5	<i>0,66</i>
Саар	0,07	11,1	0,20	9,8	<i>1,07</i>

Составлено по расчетам автора на основе: Wirtschaft Aktuell. Beherbergungskapazität, Ankünfte und Übernachtungen nach Bundesländern: 2003. – <http://www.destatis.de>; Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland ... 2003. S. 45.

Земля Нижняя Саксония пользуется популярностью в основном только у самих немцев. В еще большей степени это относится к самой привлекательной для туристов земле Восточной Германии – Мекленбургу – Передней Померании, как впрочем, и к Шлезвиг-Гольштейну. В каждой из трех земель значительное число туристов составляют посетители балтийских и североморских курортов – они популярны у немцев, но мало привлекательны для иностранцев, нередко выбирающих северные курорты других стран, а чаще вообще уезжающих к южным морям.

Иностранцев, как правило, меньше интересуют восточные земли по сравнению с большинством западных земель. Однако столица объединенной Германии Берлин, напротив, привлекает иностранцев чаще чем обычно. Другие крупные города страны – Мюнхен, Гамбург, Франкфурт-на-Майне и Кёльн – также посещает значительное число путешественников. Из средних городов, по числу иностранных туристов выделяются известные своими архитектурными памятниками старинные университетские центры Хайдельберг и Фрайбург-им-Брайсгау (земля Баден-Вюртемберг), а также знаменитый ганзейский город Любек (Шлезвиг-Гольштейн).

Что касается путешествующих за рубежом немцев, то они чаще всего выбирают несколько стран. Как и в случае с товарной торговлей, проявляется регионализация. Так, в 2000 г. 60% средств, израсходованных туристами из ФРГ за рубежом, пришлось на 6 европейских стран – Испанию (16%), Италию (15%), Австрию, Францию, Швейцарию и Великобританию. За ними следовали США – единственная страна вне Европы в десятке наиболее популярных у немецких туристов стран¹⁵⁰.

В результате терактов 11 сентября 2001 г. в США на некоторое время сократился спрос со стороны немцев на зарубежные туристические поездки, особенно в страны Северной Америки и Северной Африки.

Другой тенденцией последних лет стало перемещение основного интереса германских туристов с морских курортов Испании, а также Доминиканской Республики на

¹⁵⁰ БИКИ. 2001. №42.

более дешевые курорты Румынии, Болгарии, Хорватии и Турции. Во многом этот процесс связан с неблагоприятной экономической конъюнктурой, отразившейся на покупательной способности германских туристов. При этом следует отметить, что Турция рассматривается немцами как вполне "европейская" страна – возможно, сказывается то, что в самой ФРГ живет несколько миллионов турок.

Реакцией германских туристических агентств на падение спроса в среднем ценовом сегменте в 2002 г. стала попытка снизить цены путем масштабного предложения "горящих" путевок. Однако уже в 2003 г. лидер отрасли "ТУИ" попытался переломить эту схему. Накануне зимнего сезона 2003/04 гг. менеджеры концерна пригрозили, что будут искусственно сокращать предложение в разгар сезона, чтобы любители скидок по "горящим" путевкам остались ни с чем, тогда как заблаговременное бронирование путевок, напротив, позволило бы клиентам сэкономить свои деньги. Насколько эта стратегия окажется оправданной, сказать пока сложно.

В отличие от массового рынка путевок по низким и средним ценам, узкий рынок дорогостоящего туризма остается в ФРГ многие годы стабильным. Вне зависимости от колебаний экономической конъюнктуры весьма обеспеченные германские граждане продолжают ездить на сардинский курорт Коста-Смеральда, селятся в небольших шикарных гостиницах в государствах в Карибском море и Индийском океане либо ведут активный отдых по специальным индивидуальным программам.

Германская внешняя торговля туристско-гостиничными услугами имеет хорошие перспективы роста. Благодаря усилению глобализации туристический бизнес развивается в мире опережающими темпами. Оживление экономической конъюнктуры в ФРГ будет способствовать активизации поездок немцев за рубеж, стимулирует "открытие" новых для них регионов (например, Китая, где концерн "ТУИ" уже организовал совместное предприятие). ФРГ с ее богатым культурно-историческим наследием сама будет привлекать все больше туристов из-за рубежа.

2.5. Ярмарки как проявление германской специфики торговли услугами

Если рассматривать проведение международных ярмарок и выставок только с точки зрения получаемых их германскими организаторами доходов от участия иностранных компаний или затрачиваемых фирмами ФРГ средств за рубежом на аналогичные цели, то значение этого вида торговли услугами в платежном балансе Германии ничтожно. В то же время по сути влияние международных ярмарок выходит далеко за рамки торговли услугами. Их проведение способствует научно-техническому прогрессу и усилению внешнеэкономических связей путем обмена знаниями и развития контактов между предпринимателями¹⁵¹.

Отдельное рассмотрение ярмарок, на наш взгляд, необходимо также и потому, что в этой сфере ярко выражена именно германская специфика. В настоящее время из почти 150 международных специализированных ярмарок-выставок мирового масштаба более 2/3 проводится в ФРГ. Наряду с ними в Германии ежегодно проводится более 200 региональных и много мелких выставок. Хотя по-прежнему даже на самых крупных региональных ярмарках (таких как "Манхаймер Маймаркт") преобладают компании ФРГ,

¹⁵¹ В ходе проведенного по заказу Комитета германской экономики по делам выставок и ярмарок в октябре 2003 г. опроса 500 фирм 76% респондентов отметили важную и очень важную роль ярмарок и выставок в деле информирования о компании потенциальных партнеров и клиентов. Более высокую оценку получили лишь сайты фирм в сети интернет (79%), тогда как роль зарубежных филиалов высоко оценили 75% опрошенных, представительств – 67%. Затраты на прямую рекламу высоко и очень высоко ценят лишь 61% представителей опрошенных компаний, публикации в отраслевых журналах – 41% (AUMA-Herbst-Pressesgespräch // AUMA Presse-Info № 26 – 19.11.2003).

ежегодно в них участвуют и многие иностранные фирмы. Прогнозируется дальнейшая интернационализация этих ярмарок¹⁵².

На наш взгляд, было бы ошибочным связывать сегодняшнее ключевое положение Германии в ярмарочном бизнесе лишь с богатыми историческими традициями страны. Действительно, в средние века центральное положение в Европе позволяло Франкфурту-на-Майне, Лейпцигу, Брауншвайгу и Франкфурту-на-Одере быть ведущими центрами проведения общеевропейских ярмарок¹⁵³. Этому способствовала и поддержка императора. Однако средневековые ярмарки заметно трансформировались в эпоху индустриализации и интернационализации, а на современном этапе развития мирового хозяйства вызовы глобализации в очередной раз заставили кардинально пересмотреть принципы функционирования этого бизнеса.

Главная задача средневековой ярмарки состояла в обеспечении товарообмена. Мировое хозяйство еще не сформировалось и основные товаропотоки западной цивилизации замыкались внутри Европы. Необходимость перевозки больших объемов продукции на продажу делала ключевым транспортный фактор, что повышало привлекательность именно Германии, расположенной на пересечении европейских торговых путей.

Эпоха индустриализации резко увеличила масштабы производства. В результате основной функцией ярмарок стала демонстрация лишь образцов продукции. С развитием транспорта относительно выгодное географическое положение германских городов потеряло свое значение. Экономический расцвет Британской империи и усиление США также способствовали упадку многих старых ярмарочных центров континентальной Европы. Однако Лейпцигская, а затем и многие другие германские ярмарки смогли быстро трансформироваться, совместив многовековые традиции с активным участием Германии в интернационализации и техническом прогрессе XIX в.

Около 200 лет назад появились первые выставки. Если ярмарки проводились регулярно, то выставки отличались от них своей одноразовостью и продолжительностью. Долгое время была сильна политическая составляющая выставок. Это стимулировало проведение в Германской империи крупных выставок в Берлине, Дюссельдорфе, Мюнхене и Штутгарте. К середине XX в. выставки стали проводиться, как и ярмарки, с периодичностью обычно в 1-2 года, и их различия с ярмарками стерлись.

В 20-30-е годы XX в. Германия уступила позиции в ярмарочном бизнесе другим странам. Этому во многом способствовало сворачивание рыночных отношений при национал-социалистическом режиме – все ограничивалось проведением выставок в Лейпциге, Кёльне, Кёнигсберге (ныне российский Калининград) и Бреслау (ныне польский Вроцлав). Основной задачей стал показ успехов "Третьего рейха"¹⁵⁴.

Возрождение ярмарок и выставок в послевоенный период велось в ФРГ целенаправленно при государственном участии. Деятельность ярмарок координировалась через специально созданные их союзы. В Западной Германии уже к 1950 г. заметно расширились по сравнению с 1930 г. выставочные площади, были восстановлены или созданы новые ярмарки в более чем десятке городов. В 1960 г. число ярмарочных центров достигло 49, а в 1970 г. – 80. В 80-е годы их число в ФРГ превысило 100, при этом около 20 центров получили мировое признание¹⁵⁵. В ГДР сохранялся лишь один центр проведения универсальных ярмарок-выставок – Лейпциг.

¹⁵² См.: *Критсотакис Я.Г.* Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации. – М.: Ось-89, 1997. С. 22.

¹⁵³ *Müller U.* Messen und Ausstellungen als expansive Dienstleistungen // Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung. 1985. Sonderheft 114. S. 7.

¹⁵⁴ *Ibid.* S. 8-9.

¹⁵⁵ *Ibid.* S. 20-23.

В 50-70-е годы в ФРГ возродилось проведение универсальных ярмарок-выставок. Основой для их деятельности стали быстро растущая западногерманская экономика и создание "Общего рынка". В этот период ярмарки-выставки в ФРГ отличались невысоким уровнем издержек для участников и широкими возможностями по получению информации, налаживанию контактов с европейскими партнерами.

Постепенно рос международный авторитет германских ярмарок: в 1960 г. лишь 26% всех участников крупных ярмарок-выставок, проводившихся в ФРГ, были иностранцами, в 1970 г. – уже 31%, в 1980 г. – 35%. Расширялись выставочные площади – за 30 лет начиная с 1950 г. они выросли в большинстве городов в несколько раз, например, в Эссене – в 6,9 раза, Гамбурге – в 6,5 раза, Франкфурте-на-Майне – в 5,3 раза¹⁵⁶.

Развитие мирохозяйственных связей обострило конкуренцию со стороны как развитых, так и крупных развивающихся стран, стремившихся стимулировать экономический рост с помощью универсальных ярмарок-выставок. Первой группе стран ФРГ проигрывала в авторитетности многих мероприятий, второй группе – в уровне издержек по участию. Выход был найден в трансформации универсальных ярмарок в специализированные на одной или нескольких отраслях.

С середины 90-х годов универсальные ярмарки в Германии не проводятся. Лейпцигская также приобрела специализацию (на автомобилях, моде, книгах, ортопедических товарах, часах и украшениях, памятниках). После объединения страны были созданы специализированные ярмарки во всех восточных землях. На некоторых из них участие иностранцев уже стало заметным (так, на "Ярмарке путешествий" в Дрездене в 2002 г. 31% площадей снимали 149 иностранных фирм из 27 стран)¹⁵⁷.

Проблема авторитетности первых специализированных ярмарок-выставок решалась путем их организации в городах с торговыми традициями и промышленным производством мировой известности (а Германия всегда славилась высоким качеством и технологической сложностью промышленных товаров). В основном они проводились в крупных городах с хорошими транспортными связями с другими странами. При этом возможность налаживания научно-технических, производственных и торговых контактов с ведущими производителями в конкретной отрасли отодвигала сравнительно высокие издержки на второй план. Специализации ярмарок способствовала и либерализация внешней торговли в 60-70-е годы.

Ярмарки обуви в Пирмазенсе, игрушек в Нюрнберге и кожаных изделий в Оффенбахе стали первыми специализированными ярмарками. Традиционные центры проведения универсальных ярмарок пришли к специализации постепенно. Так, на организованной в 1947 г. Ганноверской ярмарке стали преобладать основные средства производства. С 1986 г. наряду с ней стала действовать ярмарка "ЦеБИТ", где показывается организационная, информационная и телекоммуникационная техника. В 1996 г. от нее отпочковалась узкоспециализированная ярмарка "ЦеБИТ хоум", на которой представлена бытовая электроника для конечных потребителей.

В то же время более распространенным стало разнесение в городах экспозиций по времени, что привело к формированию нескольких специализированных ярмарок в одном центре. Например, в Ганновере действуют помимо названных ярмарки "ДОМО-ТЕКС" (напольные покрытия), "Евро-Блех" (жесть разных металлов), "Международная автомобильная выставка" (грузовики), ярмарка "ЛИГНА" (продукция деревообрабатывающей и лесной промышленности) и ряд других¹⁵⁸. В целом по размеру выставочных площадей Ганновер занимает первое место в мире.

¹⁵⁶ Ibid. S. 18, 48.

¹⁵⁷ European Trade Fair and Exhibition Statistics 2002. – B., 2003. P. 19.

¹⁵⁸ Подробнее см.: Tatsachen über Deutschland. – Frankfurt am Main, 2000. S. 358-359.

Следующие два города по размеру выставочных площадей – Франкфурт-на-Майне и Кёльн – входят в пятерку мировых лидеров¹⁵⁹. Во Франкфурте проводятся ярмарки-выставки, посвященные товарам широкого потребления (в первую очередь кухонным принадлежностям, изделиям и украшениям для оформления стола), легковым автомобилям, домашнему текстилю, книгам, бумажно-беловым и канцелярским товарам, музыкальным инструментам, рождественским товарам, сантехнике и отоплению, банковскому сектору и т.д. Кёльн знаменит своей "Международной мебельной ярмаркой", выставкой "Фотокина" и некоторыми другими ярмарками-выставками, играющими важную роль в установлении мирохозяйственных контактов между фирмами разных отраслей (табл. 8). Следует отметить, что часть ярмарок проводится лишь раз в 2 или 3 года.

По разнообразию проводимых ярмарок-выставок лидирует в ФРГ Дюссельдорф. Наиболее известны в мире "ДРУПА" (бумага и полиграфическая продукция), "Интерпак" (технологии упаковки) и "МЕДИКА". Целый спектр различных отраслевых ярмарок-выставок представлен в Мюнхене, Берлине и ряде других городов. Из самых авторитетных можно назвать мюнхенскую ярмарку "Испо" (спортивные товары), берлинскую "Международную туристическую биржу" и нюрнбергскую "Международную ярмарку игрушек". Специализация ярмарок в ФРГ привела к росту их оборота и усилению интернационализации. Так, в 2001 г. на 133 межрегиональных ярмарках-выставках было 171 тыс. участников (в том числе 49% – иностранные). Их посетили около 10,7 млн чел., в том числе 1,9 млн приехали из стран, расположенных вне Европы¹⁶⁰. В следующие два года абсолютные показатели несколько снизились – в 2003 г. было 161 тыс. участников и 9,6 млн посетителей. При этом рост доли иностранных участников продолжился – в 2002 г. их было 50%, в 2003 г. – 52,5%.¹⁶¹

¹⁵⁹ Partner of the World. Germany. – Köln, 2002. P. 85.

¹⁶⁰ Ibid. P. 82.

¹⁶¹ AUMA Presse-Info № 26 – 19.11.2003

Таблица 8

Крупнейшие регулярные международные ярмарки и выставки в ФРГ в 2002 г.

Название	Место проведения	Специализация	Арендovaná площадь		Компании с индивидуальными стендами			Посетители	
			Всего, тыс. м ²	в т.ч. иностранных, %	Всего, тыс.	в т.ч. зарубежные, %	число представленных стран	Всего, тыс.	в т.ч. иностранцы, %
ЦеБИТ	Ганновер	Организационная, информационная и телекоммуникационная техника	397,0	25,3	7,26	40,2	61	674,0	20,4
Ганноверская	Ганновер	Основные средства производства	251,1	27,3	6,47	39,2	65	244,5	25,5
Амбьенте	Франкфурт	Предметы быта и домашнего обихода	190,7	49,2	4,84	60,9	89	144,7	29,8
Межд. мебельная	Кёльн	Мебель	171,3	47,2	1,41	67,5	46	125,8	29,6
Тенденс	Франкфурт	Инновационные товары широкого потребления	169,3	46,9	4,40	55,4	84	99,7	23,4
Автомеханика **	Франкфурт	Продукция автомобилестроения	160,0	54,1	4,32	76,6	70	160,8	38,0
Домашний текстиль	Франкфурт	Изделия из текстиля для дома	158,6	66,3	3,12	79,4	50	120,3	22,3
Интерпак ***	Дюссельдорф	Технологии упаковки	148,4	51,7	2,55	63,2	49	174,1	52,5
Мир бумаги, Рождественская, Мир красоты	Франкфурт	3 выставки проходят в одном месте: бумажные изделия и канцтовары, рождественские подарки и украшения, предметы интерьера	146,4	53,0	3,70	71,5	63	99,5	38,9
Межд. скобяная – ДИЭ-ТЕК	Кёльн	Металлические изделия и технологии "сделай сам"	144,9	48,1	3,54	72,2	59	86,6	48,3
СПОГА – ГАФА	Кёльн	Спортивное и туристическое снаряжение, садовая мебель, садоводство	133,4	57,8	2,22	69,7	60	45,3	48,2
Освещение + здание	Франкфурт	Технологии освещения	123,6	40,1	2,18	52,5	49	98,5	24,6
МЕДИКА	Дюссельдорф	Результаты медицинских исследований	109,6	39,5	3,65	59,1	62	132,3	32,6
Межд. игрушек	Нюрнберг	Игрушки	106,5	43,8	2,77	58,8	57	80,3	44,3
ИФАТ ***	Мюнхен	Технологии очистки воды, утилизации отходов и использования вторсырья	102,3	19,3	2,04	25,2	39	97,2	29,5

Ботт	Дюссельдорф	Лодки и другое снаряжение для водных видов спорта	101,0	42,8	1,69	37,7	52	333,6	12,5
Евро-Шоп ***	Дюссельдорф	Достижения розничной торговли	98,9	48,3	1,60	46,6	38	92,5	48,5
Электроника	Мюнхен	Электронная техника	91,1	33,7	3,00	55,1	49	77,2	32,0
Испо – зима	Мюнхен	Спортивные товары и мода	89,0	63,6	1,58	75,4	46	47,6	63,2
Испо – лето			58,0	57,2	1,41	76,4	49	35,0	54,0
Межд. обувная – весна	Дюссельдорф	Обувь	88,2	75,3	1,71	88,6	48	45,8	65,2
Межд. обувная - осень			83,2	75,0	1,63	88,9	45	40,9	63,0
ДОМОТЕКС	Ганновер	Ковры, паркет, другие напольные покрытия	88,1	59,8	1,12	68,6	59	42,9	51,5
ОРГАТЕК **	Кёльн	Офисная мебель и оргтехника	81,6	59,4	0,81	66,0	46	56,9	44,8
Ремесленная обработка дерева – окна	Нюрнберг	Технологии обработки дерева и производства окон	78,8	12,7	1,35	17,4	24	86,9	10,0
Межд. туристическая	Берлин	"Биржа" предложений туроператоров	78,4	64,9	9,68	75,6	181	132,9	18,7
Фотокина	Кёльн	Фото- и кинотовары	78,2	48,9	1,19	61,7	46	133,6	37,1
Караван Салон	Дюссельдорф	Короткие туристические поездки	75,1	19,9	0,48	26,1	20	151,3	12,0
Евро-Блех **	Ганновер	Жесть разных металлов	73,2	40,7	1,32	39,2	30	57,4	29,9
Манхаймер Маймаркт	Мангейм	Товары широкого потребления	72,7	3,6	1,45	5,0	16	421,1	...
МЕТАВ **	Дюссельдорф	Технологии промышленной металлообработки	72,1	15,2	1,18	18,5	24	63,5	11,2

1) арендованные площади указаны с учетом площадей под "открытым небом";

2) число фирм, товары которых представлены только на стендах других компаний, на большинстве ярмарок-выставок незначительно – наибольшая доля таких фирм (в основном иностранных) среди участников была на ярмарке "Интерпак" (3,8%);

3) число посетителей указано неточное, так как обычно учет ведется по числу купленных билетов, часть которых многоразовые;

4) Франкфурт – Франкфурт-на-Майне;

5) ** - проводится раз в 2 года; *** - проводится раз в 3 года;

6) в 2002 г. не проводились такие крупные ярмарки-выставки как "Ахема" (Франкфурт, химическая продукция) и "ДРУПА" (Дюссельдорф, печать и бумага) – арендуемые площади составляют обычно около 150 тыс. м²;

7) данные по "Книжной ярмарке" (Франкфурт) не приводятся (при сравнительно небольших размерах арендуемых площадей в ней участвует несколько тысяч фирм и продается около 300 тыс. билетов).

Составлено по расчетам автора на основе: European Trade Fair and Exhibition Statistics 2002. – В., 2003. – 62 p.

Интенсификация мирохозяйственных связей и углубление международного разделения труда делают объективно необходимым проведение значительного числа ярмарок-выставок и на других континентах. Это приводит к тому, что даже преобладание специализированных ярмарок не снижает конкуренции в их проведении между странами. Но организаторы и владельцы ярмарок и выставок, проводимых в ФРГ, часто решают эту проблему путем осуществления ПИИ. В частности, развитие "новой экономики" требует регулярного проведения международных выставок в сфере информационной техники и телекоммуникаций не только в Западной Европе ("ЦеБИТ" в Ганновере), но и в США, Восточной Азии, в Средиземноморье. "Дойче Мессе", владелец ярмарки "ЦеБИТ", не стал дожидаться, пока эту нишу займут конкуренты, – в конце 90-х годов были открыты филиалы ганноверской выставки в Австралии (в Сиднее), Турции (в Стамбуле) и Китае¹⁶², а в 2003 г. прошла первая ярмарка "ЦеБИТ" в Нью-Йорке.

В наибольшей степени развита зарубежная инвестиционная деятельность у другого отраслевого лидера – фирмы "Мессе Франкфурт". Из более чем 160 ярмарок, в организации которых она ежегодно принимает участие, несколько десятков проводятся за пределами ФРГ – в Японии, Китае, Республике Корея, России, США, Канаде, Индии, Малайзии, ОАЭ, Турции, Египте, Бразилии, Аргентине и Мексике. Только у одной ярмарки "Автомеханика" в 2003 г. было около 10 заграничных "дочерних" ярмарок¹⁶³.

Считается, что существующие крупнейшие ярмарки будут все больше укреплять свои позиции на других континентах, не допуская создания новых крупных конкурентов. При этом явно начинают выделяться два типа ярмарок-выставок: глобальные и европейские (ориентированные либо на стандарты европейского спроса, либо на европейскую продукцию, либо на товары, предназначенные для сбыта в Европе)¹⁶⁴.

При германском участии (в том числе государственном) создаются и совместные проекты в ярмарочном бизнесе. Германия регулярно организует зарубежные технологические выставки, главным образом в развивающихся странах с потенциально емким рынком сбыта германских промышленных товаров. Примером может служить "ТЕХНО-ГЕРМА", которая в 1994 г. проходила в Мексике, а в 1999 г. – в Индонезии. В 1998 г. впервые проведена выставка потребительских товаров в Шанхае (КНР).

Многие фирмы ФРГ регулярно участвуют во всемирных выставках, в частности, в "ЭКСПО" (в 2000 г. она проходила в ФРГ – в Ганновере) и многочисленных зарубежных ярмарках. Например, на 2004 г. запланировано участие германских компаний в 119 ярмарках в Южной, Юго-Восточной и Восточной Азии (причем около 50 из них китайские) и в 46 ярмарках в странах ЦВЕ и СНГ (почти 30 из них российские). В 2004 г. с германским участием должны пройти также 33 североамериканских, 32 ближневосточных, 17 латиноамериканских (в 2002 г. их было 24), 11 западноевропейских, 7 африканских и 6 австралийских ярмарок-выставок¹⁶⁵. Демонстрация образцов германской продукции и установление предпринимателями ФРГ контактов с зарубежными партнерами в ходе проведения этих ярмарок содействует укреплению позиций ФРГ на мировых рынках.

* * *

В завершении главы отметим, что характерная для глобализации либерализация внешней торговли сопровождается сохранением определенного протекционизма в ЕС по отношению к третьим странам. Это, а также описанные в главе 1 факторы (эффекты соседства, информированности, емкости рынков и др.) способствуют заметной регионали-

¹⁶² Frankfurter Allgemeine Zeitung. 14.03.2002.

¹⁶³ Официальный сайт компании "Мессе Франкфурт ГмБХ" – <http://messefrankfurt.com>.

¹⁶⁴ Критсотакис Я.Г. Указ. соч. С. 22.

¹⁶⁵ Auslandsmesseprogramm 2004 jetzt neu // AUMA Presse-Info №27 – 24.11.2003; Partner of the World. Germany. P. 89.

зации внешней торговли ФРГ, т.е. замыканию связей германских фирм на европейские страны, а также столь мощные державы как США, Япония и КНР.

В последние десятилетия сокращается доля развивающихся стран даже в поставках сырьевых товаров, так как все чаще в ФРГ завозится переработанное в развитых странах натуральное сырье или произведенные в этих же государствах его искусственные заменители.

Развитие глобализации не изменило промышленной специализации ФРГ – основная часть внешнеторгового оборота ФРГ приходится на машины и оборудование, химические товары, другую готовую продукцию. При этом внутри ЕС стремительно растут встречные поставки сходной и одинаковой продукции. Внешняя торговля услугами по-прежнему играет подчиненную роль, причем международный обмен многими видами услуг в той или иной мере связан с обслуживанием или стимулированием товаропотоков. Одним из немногих исключений является торговля туристско-гостиничными услугами. Как и для товарной внешней торговли ФРГ, для обмена услугами характерно заметное проявление регионализации.

В ярмарочной деятельности в наибольшей степени проявляется взаимодействие внешней торговли товарами и услугами, а также зарубежной инвестиционной деятельности. Как было показано в главе 1, развивая свои мирохозяйственные связи, фирмы дополняют торговую деятельность все новыми формам международного экономического сотрудничества. Наиболее сложными из них являются проекты прямого инвестирования.

Глава 3. Особенности зарубежных капиталовложений

3.1. Инвестиционная привлекательность земель ФРГ в "Европе регионов"

Германия входит в первую десятку стран по накопленным объемам привлеченных ПИИ. Финансовые рынки страны тесно завязаны на мировые потоки других форм капиталовложений. К середине 90-х годов иностранные фирмы инвестировали почти в 20% крупных компаний ФРГ, было и много небольших фирм с иностранным капиталом. К концу 2001 г.¹⁶⁶ в ФРГ было зарегистрировано около 13,8 тыс. предприятий под иностранным контролем (с ПИИ более 0,5 млн евро). На них было занято 2,13 млн чел.¹⁶⁷ По доле работающих на иностранных предприятиях (около 6%) ФРГ опережает многие крупные страны, включая США, Японию, Великобританию, Францию, Италию, Бразилию, Россию и Индию¹⁶⁸. Всего на предприятиях с ПИИ производится около 1/4 промышленной продукции, значительная часть услуг. Накопленные ПИИ в ФРГ (без учета капиталовложений зарубежных филиалов германских фирм) составили 301 млрд евро¹⁶⁹.

Около 1/3 всех накопленных в Германии ПИИ и половина занятых на иностранных предприятиях приходится на обрабатывающую промышленность. Крупные капиталовложения сосредоточены в химической промышленности (в конце 2001 г. ее доля в накопленных ПИИ составила 7,4%), электротехнической и электронной промышленности (6,3%), транспортном машиностроении (4,1%), общем машиностроении (3,3%), черной и цветной металлургии, а также металлообработке (2,3%). Зарубежные фирмы преобладают в нефтепереработке и пищевой промышленности, хотя доля каждой из этих отраслей в привлеченных ПИИ составляет порядка 1%. В сфере торговли, ремонтного и технического обслуживания автомобилей и потребительских товаров сосредоточено 12,7% прямых иностранных капиталовложений в ФРГ. Доля транспорта и связи составила 6,9%, кредитно-финансового сектора (включая страховой бизнес) – 12,1%¹⁷⁰.

ФРГ отличается рядом факторов, создающих благоприятный инвестиционный климат: политической и экономической стабильностью, либеральным инвестиционным законодательством, высококвалифицированной и дисциплинированной рабочей силой, развитой инфраструктурой, высокими технологическими и организационными стандартами в промышленности и сфере услуг, емким рынком сбыта, ключевой ролью в ЕС и др. Однако с 80-х годов обострились многие проблемы привлечения иностранного капитала в страну¹⁷¹. Это высокие трудовые издержки (даже для ЕС), налоги и затраты на охрану окружающей среды, чрезмерная бюрократия, бóльшая в сравнении с рядом соседних стран (Швейцарией, Австрией, Бельгией, Нидерландами) коррумпированность¹⁷².

В то же время следует подчеркнуть, что земли ФРГ и даже их отдельные части заметно различаются по инвестиционной привлекательности. В условиях углубления ев-

¹⁶⁶ Наиболее подробные статистические данные о ПИИ в ФРГ (как и о германских прямых капиталовложениях за рубежом) приводит Германский федеральный банк. Необходимость тщательной обработки сведений, поступающих от многих тысяч фирм, приводит к большой задержке с публикацией данных – например, детальная информация о ПИИ по состоянию на конец 2003 г. будет опубликована лишь летом 2005 г.

¹⁶⁷ Frankfurter Allgemeine Zeitung. 10.07.1997; Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Juni 2003. S. 54.

¹⁶⁸ World Investment Report 2002 / UNCTAD – NY., Geneva, 2002. P. 275.

¹⁶⁹ Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Juni 2003. S. 54.

¹⁷⁰ Ibid. S. 61-65.

¹⁷¹ Вопросы привлекательности ФРГ для иностранного капитала (так называемая проблема штандорта) подробно рассмотрены в научной литературе, в частности, в: *Bieberstein K.J.* Der Wirtschaftsstandort Deutschland nach der Wiedervereinigung – Nötiges und Mögliches // BDVI Forum. 1993. №4. S. 186-196; *Fels G.* Wirtschaftsstandort Deutschland, Bewegungsparameter und politische Handlungsempfehlungen // Energiepolitische Tagesfragen. 1993. Heft 7. S. 437-443; Hat Westdeutschland ein Standortproblem? // Wochenbericht / Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung. 1995. №38. S. 653-661.

¹⁷² Frankfurter Allgemeine Zeitung. 15.05.2002.

ропейской интеграции, когда экономические границы между государствами выполняют все меньше барьерных функций, рассматривая конкуренцию территорий за иностранный капитал, нельзя ограничиваться уровнем страны. Фактически именно в борьбе за ПИИ в наиболее яркой степени проявляется ставшая популярной в 90-е годы концепция "Европы регионов". За привлечение значительной части ПИИ в банковский сектор на практике соперничают не Германия и Великобритания, а Франкфурт-на-Майне и Лондон; соотношение уровня квалификации рабочих в промышленности и их почасовой зарплаты иностранные инвесторы оценивают, например, не в ФРГ и Италии в целом, а с одной стороны, в западногерманском Северном Рейне – Вестфалии и североитальянской Ломбардии и, с другой стороны, в восточногерманской Саксонии и южноитальянской Сицилии.

Действительно, районы ФРГ заметно различаются по инвестиционной привлекательности. В 2002 г. опрос более 20 тыс. предприятий, проведенный Германской торгово-промышленной палатой, показал, что самые благоприятные условия для инвестиций создались во Франкфурте-на-Майне и его пригородах, а также в Гамбурге, Кёльне, Штутгарте, Мюнхене и их пригородах. Это связано с емкими рынками сбыта, хорошей инфраструктурой, высокой квалификацией рабочей силы и возможностью проведения сложных НИОКР. Лучшим в Восточной Германии был инвестиционный климат в Ростоке (31-е место среди 69 торгово-промышленных округов ФРГ, тогда как Берлин занимал 59-е место)¹⁷³. Привлекательность регионов для размещения ПИИ повышают хорошие международные транспортные связи и крупные капиталовложения других фирм (см. главу 1).

Данные различия в инвестиционной привлекательности не являются чем-то постоянным. Особенностью Германии в сравнении со многими государствами является то, что на протяжении последних 100 лет география ПИИ в этой стране неоднократно кардинально менялась. Главная причина кроется в политической истории.

Размещать свои предприятия в Германии иностранные фирмы начали в конце XIX в., хотя значительные ПИИ были вложены лишь в 20-30-е годы¹⁷⁴. Это связано с тем, что до первой мировой войны в германской обрабатывающей промышленности собственные мощные компании контролировали внутренний рынок, а добыча сырья не представляла для заграничных инвесторов особого интереса. Основную часть капиталов вкладывали небольшие специализированные фирмы из европейских стран и США, причем ни один центр особо не выделялся размерами ПИИ.

Ослабление германских фирм вследствие поражения страны в первой мировой войне и развития мирового экономического кризиса 1929-1933 гг. привело к буму ПИИ. Значительные капиталовложения осуществили фирмы США – "Дженерал электрик" приобрел 30% акций "АЭГ", "Дженерал моторс" купил автомобильную фирму "Адам Опель", а "Форд мотор" основал автозавод в Кёльне. Крупные ПИИ в нефтепереработку осуществил концерн "Стандард ойл компани оф Нью-Джерси" (с 1973 г. – "Эксон"), в медеплавильную промышленность – "Анаконда", в связь – "Интернэшнл телеграф энд телефон компани". Не отставали и европейские фирмы, создавшие в Германии к концу 30-х годов сети филиалов: электротехническая нидерландская "Филипс", химическая бельгийская "Сольвей" (хотя первый ее филиал создан в 1878 г.), пищевая швейцарская "Не-

¹⁷³ Frankfurter Allgemeine Zeitung. 13.04.2002.

¹⁷⁴ Лишь парфюмерно-пищевая фирма "Левер Бразерс энд Юнилевер" (с 1952 г. – "Юнилевер") создала в Германии к началу первой мировой войны разветвленную сеть производственных предприятий – первый завод был открыт в 1888 г., а к 1914 г. их насчитывалось 14. Эти инвестиции были вызваны введением в 1887 г. в Германии запретительных пошлин для поддержки национальной маргариновой промышленности.

стле", нефтяная нидерландско-британская "Ройял Датч-Шелл", металлургическая люксембургская "Арбед"¹⁷⁵ и др.

Зарубежные компании стремились захватить ключевые позиции в хозяйстве Германии, поэтому основная часть их капиталов размещалась в крупнейших экономических центрах того времени – Берлине, Рурской области, Кёльне, Гамбурге, области Рейн-Майн¹⁷⁶. Многие иностранные предприятия, созданные в тот период, сохранились до сих пор, расширились за счет новых ПИИ. Ряд фирм стран-членов антигитлеровской коалиции не прекращал своей деятельности в Германии даже в годы второй мировой войны, сотрудничая с нацистским режимом. Характерным примером является нидерландско-британская фирма "Юнилевер". В годы войны на приблизительно 100 ее германских заводах работало около 40 тыс. чел., однако формально в Германии действовало лишь ее роттердамское отделение "Маргарин юни". Однако потеря Германией части территории в результате второй мировой войны и раскол страны на 40 с лишним лет привели к новым сдвигам в размещении ПИИ.

В ГДР было много препятствий для иностранных капиталовложений. К 1990 г. в стране было лишь несколько совместных компаний, главным образом с участием капитала СССР (кроме уранодобывающей компании "Висмут" все предприятия, переданные по репарациям в 40-е годы, были возвращены в полную собственность ГДР уже в 50-е годы). В первый послевоенный период большое значение имели границы зон оккупации и в ФРГ. Так, центр американской зоны оккупации Франкфурт-на-Майне сохранял первенство по ПИИ фирм США до 80-х годов, а по британским ПИИ лидировал Гамбург – крупнейший город британской зоны. Французскими были свыше 50% иностранных предприятий в Сааре, оставшемся в первые послевоенные годы под суверенитетом Франции¹⁷⁷.

В Западной Германии явно выражена описанная выше иерархически-волновая диффузия ПИИ, когда постепенно сокращается роль крупнейших городов за счет близлежащих районов и второстепенных центров размещения предприятий. При этом развитие европейской интеграции обусловило сдвиг ПИИ на Запад ФРГ, а развитие передовых отраслей экономики на Юге страны привело к возрастанию роли Штутгарта и Мюнхена. С усилением глобализации связано преобладание этих процессов над влиянием эффекта соседства – например, уже в 80-е годы по числу предприятий фирм из стран Северной Европы Гессен и Северный Рейн – Вестфалия догнали Гамбург, а южные земли – Шлезвиг-Гольштейн.

Объединение Германии в 1990 г. привело к новому сдвигу в размещении ПИИ. Дешевая рабочая сила в Восточной Германии при тех же возможностях выхода на рынки ЕС, что и в западных землях, обусловила значительный приток ПИИ в новые земли. Это-

¹⁷⁵ В акционерном капитале фирмы "Арбед" в разное время большую долю имели французские, бельгийские и даже западногерманские компании. После поглощения фирм "Юзинор" и "Асералия" переименована в "Арселор".

¹⁷⁶ В Германии никогда не существовало одной-двух ярко выраженных экономических столиц, замыкающих на себя большинство внешнеэкономических связей, как например, Парижский район во Франции, земля Вена в Австрии, Большой Копенгаген в Дании, агломерации Мадрида и Барселоны в Испании, Будапешта в Венгрии, Буэнос-Айреса в Аргентине, Мельбурна и Сиднея в Австралии и т.д. Это объясняется многовековым развитием в условиях государственной раздробленности.

¹⁷⁷ Территориальные предпочтения инвесторов разных стран в ФРГ в 60-80-е годы подробно освещены в: *Marandon J.-C.* Auslandsinvestitionen. Räumliche Verteilung und räumliche Auswirkung von ausländischen Industrieansiedlungen in Belgien, Frankreich, Süditalien und in der Bundesrepublik Deutschland // Bochumer geographische Arbeiten. 1983. Sonderreihe. Band 12; *Sieweck J.* Die Wirtschaftsbeziehungen zwischen Bundesrepublik Deutschland und Nordeuropa unter besonderer Berücksichtigung der wirtschaftsgeographischen Verflechtung // Kölner Forschungen zur Wirtschafts- und Sozialgeographie. 1989. Band 37; *Stirl A.* Entwicklung und Bestimmungsgründe der Direktinvestitionen der Vereinigten Staaten von Amerika in Nordrhein-Westfalen // Kölner Forschungen zur Wirtschafts- und Sozialgeographie. 1996. Band 47.

му также способствовали почти мгновенный перенос на территорию бывшей ГДР западногерманского политического, государственного и экономического порядка, масштабная приватизация государственной собственности и корректировка системы поощрения инвестиций в ФРГ в пользу восточных земель.

В результате названных изменений в ФРГ возникло несколько равнозначных центров привлечения ПИИ, но все же к концу 1996 г. 29,1% их накопленной суммы приходилось на Северный Рейн – Вестфалию, а 21,1% – на Гессен. В этих землях и самая высокая доля занятых на иностранных предприятиях. По накопленным ПИИ выделялись также Баден-Вюртемберг (13,2%), Бавария (11,2%), Гамбург (8,6%) и Нижняя Саксония (5,2%)¹⁷⁸. При этом доля привлекательных для ПИИ регионов в формировании ВВП часто намного ниже, что иллюстрирует довольно высокую концентрацию иностранного капитала в ФРГ. Например, на Гессен приходится только 10% германского ВВП, а на Гамбург – 4%¹⁷⁹. Роль восточных земель в привлечении ПИИ остается малой. Лишь доля Берлина достигала 3,7%, тогда как на остальные 5 земель вместе взятые приходилось 2,2% накопленных ПИИ. Значительные капиталы притягивает даже меньшее число регионов, нежели товаропотоки – это свидетельствует о проявлении показанных в главе 1 различий в факторах, определяющих инвестиционную и внешнеторговую деятельность. В то же время в восточных землях Бранденбург, Саксония-Анхальт и Тюрингия доля ПИИ в общей сумме капиталовложений более 10%. В других землях, особенно западных, доля ПИИ ниже, но в Северном Рейне – Вестфалии, Гессене, Бремене и Гамбурге она приближается к 5% всех инвестиций. Кроме того, в Западной Германии значительные средства иностранные инвесторы разместили в форме портфельных капиталовложений¹⁸⁰.

Основная часть ПИИ сосредоточена в крупных городских агломерациях. В целом в ФРГ около 80% иностранных дочерних фирм расположено в городах с населением более 200 тыс. чел.¹⁸¹ В Северном Рейне – Вестфалии более 50% ПИИ приходится на Рейн-Рурскую агломерацию (Дюссельдорф, Кёльн, Бонн, города Рура), в Гессене – до 90% на Рейн-Майнскую (в основном Франкфурт-на-Майне), в Баден-Вюртемберге и Баварии – соответственно свыше трети на Штутгартскую и Мюнхенскую. Названные центры, а также Гамбург, Берлин, Ганновер и еще 9 агломераций привлекли не менее 0,5 млрд марок ПИИ, причем в разные отрасли¹⁸².

Эти города выделяются как масштабные скопления населения, а значит, потенциально емкие рынки сбыта. Благодаря наличию крупных международных аэропортов, железнодорожных терминалов, а иногда и морских портов, они имеют хорошие транспортные связи, становясь узлами в глобальной сети хозяйственных отношений. В этих городах концентрируются штаб-квартиры промышленных и торговых, банковских и страховых компаний многих стран. Помимо всего прочего это важнейшие центры культуры и образования, места функционирования влиятельных средств массовой информации. Они отличаются и самой высокой занятостью в третичном секторе экономики, а именно этот сектор развивается наиболее динамично в ходе усиления глобализации.

¹⁷⁸ Данные о ПИИ по землям были рассчитаны лишь однажды. См.: *Haas H.-D., Werneck T.* Internationalisierung der bayerischen Wirtschaft // *Geographische Rundschau.* 1998. №9. S. 520.

¹⁷⁹ *Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland...* 2001. S. 653.

¹⁸⁰ *Кузнецов А.В.* География прямых зарубежных инвестиций в Германии и германских за рубежом // *Вестник Московского ун-та. Серия 5.* 1998. №6. С. 42.

¹⁸¹ *Rosenblat C, Pumain D.* The Location of Multinational Firms in the European Urban Studies // *Urban Studies.* 1993. №10. P. 1697.

¹⁸² Карта основных центров размещения предприятий иностранных фирм в ФРГ с отраслевой структурой ПИИ опубликована в: *Кузнецов А.В.* Германия: современные особенности географии прямых зарубежных инвестиций // *Вопросы экономической и политической географии зарубежных стран.* 1999. Выпуск 14. С. 79.

В то же время сопоставимые показатели ряд городов имеет благодаря ПИИ в одно или группу смежных предприятий. Наиболее значимые примеры – ПИИ в автозаводы в Айзенахе (Тюрингия), Кайзерслаутерне (Рейнланд-Пфальц), Рюссельсхайме (Гессен), Сарлуи (Саар), в нефтеперерабатывающие и нефтехимические заводы в Шведте (Бранденбург), Лёйне (Саксония-Анхальт), Ингольштадте (Бавария), в металлургические комбинаты в Бранденбурге и Хеннигсдорфе (Бранденбург), Ризе (Саксония). Иногда единичные предприятия в восточных землях представляют значительную часть всех привлеченных в регион ПИИ. Это показывает, что в большинстве районов бывшей ГДР инвестиционная привлекательность пока не достигла западногерманского уровня.

Основная часть ПИИ в Германии приходится на фирмы из США и стран ЕС, а также Швейцарии и Японии (табл. 9). В конце 1981 г. доли США и Швейцарии (41,1% и 13,8%) были значительно выше чем в конце 2001 г. (соответственно на 22,4 и 7,1 процентных пункта). Роль ПИИ ряда стран-членов ЕС за 20 лет, напротив, возросла, что иллюстрирует усиление регионализации: доля Люксембурга возросла на 14,7 процентных пункта, Нидерландов – на 6,9, Франции – на 3,7, Австрии – на 1,7, Бельгии – на 1,5 пункта. В течение 90-х годов заметно возросли ПИИ экономически слабых членов ЕС – Испании, Ирландии, Португалии и Греции, что говорит о все более равном участии их фирм во внутриевропейских хозяйственных связях. Рекордным стал 2001 г., когда за счет капиталовложений в развитие мобильной телефонной связи накопленные испанские ПИИ выросли в ФРГ в 6 раз! Среди других стран со значительными ПИИ выше показатели были лишь у ЮАР (рост накопленной суммы за 2001 г. почти в 15 раз) и Кувейта (рост в 9 раз). За 1982-2001 гг. заметно возросла доля капиталовложений Японии, что говорит об укреплении японских фирм в Европе. В то же время существенно сократилась роль иранских ПИИ, что связано с падением относительных цен на нефть в сравнении с серединой 70-х годов. Доля России в 2001 г. лишь немного превышала долю СССР в 1981 г.¹⁸³

Следует отметить, что самая высокая роль опосредованных ПИИ (т.е. осуществленных через третьи страны) в Германии у России, что объясняется вывозом капитала из нашей страны через оффшорные зоны. У большинства же стран размер непосредственных ПИИ в Германии больше всей их суммы, так как значительную часть капиталовложений в ФРГ реинвестируют зарубежные дочерние предприятия германских компаний. Кроме того, в ФРГ около 40% ПИИ с территории Нидерландов, 2/3 ПИИ из Люксембурга и значительная доля прямых капиталовложений из еще нескольких государств осуществлены филиалами третьих стран.

Средние показатели фирм-инвесторов из разных стран с ПИИ в Германии, превышающими 0,5 млн евро, иллюстрируют ряд особенностей (табл. 9). Наименьшее число занятых – на фирмах из России, Ирана и Кувейта: многие их ПИИ служат в ФРГ не для организации производства, а для содействия торговле. Максимальный средний размер ПИИ у компаний Люксембурга (194 млн евро) – из-за преобладания финансовых фирм. Показатель для США составляет 41 млн евро, тогда как для Швейцарии – 15 млн евро, Австрии – 12 млн евро, Дании – 9 млн евро¹⁸⁴. Доминирование более крупных инвесторов из удаленных от Европы США и сравнительно небольших инвесторов из малых стран – соседей ФРГ еще ярче видно на примере результатов первых месяцев приватизации в бывшей ГДР. Так, к концу мая 1992 г. средний проект ПИИ фирм Канады и США составлял соответственно 54,4 млн и 6,6 млн марок, тогда как у фирм Нидерландов – 3,9

¹⁸³ Расчеты автора на основе: Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Juni 2003. S. 54-60; Die Kapitalverflechtung... 1976 bis 1982. S. 24.

¹⁸⁴ Расчеты автора по: Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Juni 2003. S. 54-60.

млн марок, Швейцарии и Австрии – 2,5 млн, Дании – 1,6 млн марок и т.д.¹⁸⁵ Это частично подтверждает описанные в главе 1 особенности выхода фирм на глобальный уровень.

Таблица 9

Размеры накопленных ПИИ фирм разных стран в ФРГ к концу 2001 г.

Страна, территория	Непосредственные и опосредованные ПИИ, млн евро	Доля, %	Показатели предприятий с непосредственными ПИИ более 0,5 млн евро			
			ПИИ, млн евро	число	занятые, тыс. чел.	оборот, млрд евро
США	56204	18,7	83463	2026	495	151,1
Нидерланды	54161	18,0	100675	2907	526	237,8
Люксембург	49081	16,3	100062	516	75	24,6
Франция	28768	9,6	35998	1464	274	86,6
Великобритания	23306	7,7	37336	1122	194	83,1
Швейцария	20311	6,7	27870	1908	245	75,9
Испания	10919	3,6	8033	162	23	8,4
Япония	9937	3,3	9951	513	50	39,0
Бельгия	8805	2,9	16540	436	63	40,1
Австрия	8758	2,9	9177	763	88	30,0
Швеция	7793	2,6	9229	495	77	18,6
Италия	4307	1,4	6062	449	40	18,4
Дания	4033	1,3	4285	461	55	11,9
Финляндия	2184	0,7	7018	143	23	11,3
Канада	1227	0,4	1323	88	19	4,9
Иран	1045	0,3	1045	27	< 0,5	0,6
Кувейт	1004	0,3	1008	8	< 0,5	< 0,1
Ирландия	1001	0,3	1485	58	6	2,9
Россия	931	0,3	679	41	1	5,3
Респ. Корея	809	0,3	781	40	4	7,7
ЮАР	707	0,2	858	20	2	0,6
Лихтенштейн	656	0,2	613	97	11	3,7
Каймановы О-ва	613	0,2	685	28	2	0,5
Турция	573	0,2	573	45	4	0,8

Составлено автором на основе: Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Juni 2003. S. 54-60.

Эти же закономерности проявляются и в отраслевой структуре накопленных ПИИ в обрабатывающей промышленности ФРГ. В среднем преобладают инвестиции в химическую промышленность и связанное с ней производство изделий из резины и пластмасс, а также в различные отрасли машиностроительного комплекса, в металлургию и металлообработку, пищевую промышленность (табл. 10). При этом крупнейшими зарубежными инвесторами являются предприятия тех отраслей, которые наиболее сильны у себя на родине. Действительно, отраслевая структура ПИИ фирм разных государств в ФРГ заметно отличается от средних показателей.

Таблица 10

¹⁸⁵ См.: Grabher G. Instant-capitalism: Fragile Investment in Eastern German Regions // Nederlandse Geografische Studies / Netherlands Geographical Studies. 1994. №181. P. 109-130.

**Структура накопленных ПИИ разных стран
в обрабатывающую промышленность ФРГ к концу 2001 г.**

Страна	ПИИ в обрабатывающую пром., млн евро	Доля ведущих отраслей, %								
		химическая пром.	общее машиностроение	автомобилестроение	металлургия и металлообработка	электротехническая пром.	целлюлозно-бумажная пром.	производство изделий из резины и пластмасс	пищевая пром.	производство ЭВМ
Все страны	99598	22,4	9,9	7,7	7,1	6,2	4,7	4,4	3,9	3,6
Нидерланды	23522	22,7	6,0	4,0	5,4	2,6	2,7	4,5	4,1	11,5
США	22763	18,2	17,2	17,9	4,1	15,2	3,0	5,0	2,6	3,1
Франция	13437	29,5	2,0	3,1	4,2	6,7	4,9	1,5	1,4	0,1
Швейцария	8922	20,2	15,0	1,4	8,7	1,4	2,1	9,7	13,0	0,0
Люксембург	6513	67,6	6,0	< 1,2	8,0	1,2	...	0,3	4,1	0,7
Великобритания	6397	9,4	6,8	16,1	7,9	4,9	1,4	5,4	1,0	0,0
Бельгия	3511	27,9	1,1	7,1	30,2	0,2	...	2,3	1,2	< 0,5
Австрия	2452	1,6	17,7	4,9	5,3	2,8	17,7	8,8	2,2	0,0
Швеция	2339	8,9	14,7	5,6	≈ 10,0	6,5	28,7	...	5,0	0,0
Япония	1799	9,8	15,6	≈ 9,5	0,1	1,8	5,2	1,8	2,6	7,7
Италия	1363	10,3	22,5	17,3	19,7	0,7	9,8	3,2	1,0	0,0
Финляндия	972	...	4,6	0,0	...	2,3	62,9	4,4	0,0	0,0
Дания	968	6,6	21,8	0,9	...	14,0	1,9	10,0	26,3	< 2,0
Канада	926	< 5,0	2,9	2,4	≈ 10,0	1,0	≈ 28,8	14,1	0,0	0,0

Сокращение: пром. – промышленность.

Составлено по расчетам автора на основе: Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Juni 2003. S. 66-69.

Важнейшая отрасль промышленности Финляндии – целлюлозно-бумажная. Поэтому почти 2/3 финских ПИИ в ФРГ размещены в этой отрасли, тогда как показатель для всех стран в среднем в 13,4 раза меньше. Не намного отстают такие "лесные" державы как Канада и Швеция, а также Австрия и Италия, где эта отрасль развита в горах.

Более чем в 4 раза превышен средний показатель доли металлургии в ПИИ Бельгии, известной своей черной металлургией. Высокие показатели у Италии, Швеции и Люксембурга, также специализирующихся на этой отрасли. В ПИИ Швейцарии и Канады (где развита алюминиевая промышленность) повышенная доля у цветной металлургии.

По значению германской химической промышленности в ПИИ выделяются Бельгия, Нидерланды и Франция с их крупнейшими приморскими нефтехимическими комплексами. Высока доля ПИИ в химическую отрасль у США и Швейцарии, где расположено несколько всемирно известных химических компаний. В 2001 г. масштабные капиталовложения осуществил инвестор из Люксембурга, где химическая отрасль – вторая по значению в промышленности (в результате доля металлургии в люксембургских накопленных ПИИ в ФРГ сократилась за один год с 39% до 8%).

По доле производства ЭВМ в ПИИ выделяются Нидерланды, Япония и США – мировые лидеры отрасли. В ПИИ в германское автомобилестроение самые высокие показатели у таких автомобильных держав как США, Италия и Великобритания. Роль ПИИ в пищевую промышленность особенно значительна у Дании и Швейцарии, где доля этой отрасли в ВВП одна из самых высоких среди европейских стран.

У фирм разных стран и различные основные центры размещения их предприятий. Это объясняется отраслевой специализацией регионов и городов ФРГ, а также описанными выше эффектами соседства, культурной близости, степенью информированности, условиями проникновения ПИИ в Германию. У компаний стран Северной Европы выделяются Гамбург, Бремен, Ганновер, города Северного Рейна – Вестфалии. У датских и норвежских фирм существенные ПИИ вложены также в малых и средних городах Шлезвиг-Гольштейна, Мекленбурга – Передней Померании, у финских – вокруг Франкфурта-на-Майне. Фирмы из Чехии и Австрии вкладывают значительные ПИИ в Баварию. Швейцарские компании часто инвестируют в городах Баден-Вюртемберга (более 30% предприятий, причем основа промышленности многих небольших приграничных городов сформирована главным образом при участии швейцарских капиталов¹⁸⁶). Выделяются также Франкфурт-на-Майне и Мюнхен. Французские фирмы предпочитают чаще других фирм Штутгарт и Саарбрюккен, бельгийские – Ганновер и Эссен, нидерландские – города Северного Рейна – Вестфалии (1/3 предприятий размещается вблизи границы). Британские промышленные ПИИ концентрируются в Гамбурге, Франкфурте-на-Майне, Кёльне, Бонне и их пригородах, ПИИ в сферу услуг велики также в Дюссельдорфе. У фирм США главные центры – Дюссельдорф и Франкфурт-на-Майне с пригородами, но не намного от них отстают Кёльн и Мюнхен, далее следуют Гамбург и города Рура, хотя их роль снижается. Японские фирмы предпочитают Дюссельдорф, а также Гамбург и Франкфурт-на-Майне.

У фирм из стран – традиционных инвесторов во многих городах размещено большое число предприятий, тогда как у сравнительно новых инвесторов доминирует 1-2 города (например, у южнокорейских компаний – Франкфурт-на-Майне). Исключение составляют турецкие ПИИ. К 2000 г. в ФРГ было 59,5 тыс. предприятий турецких иммигрантов. Их суммарный оборот достиг 28,5 млрд евро, на них было занято 327 тыс. чел., более 80% которых – турки. Турецкие фирмы ориентируются в сбыте продукции на соотечественников. Такой подход характерен и для довольно крупных текстильных и швейных фирм, и для небольших компаний пищевой промышленности, кафе, ресторанов¹⁸⁷. В итоге турецкие ПИИ размещены главным образом в крупных городах, где концентрируются турки-иммигранты. В последние годы растут ПИИ крупных фирм из самой Турции (табл. 9).

Создают в ФРГ фирмы и иммигранты из Италии, Греции, республик бывшей СФРЮ, но их капиталовложения значительно меньше инвестиций предпринимателей, проживающих в соответствующих странах.

В ФРГ уже многие годы в рамках государственной хозяйственной структурной и региональной политики действует система поощрения инвестиций, призванная выравнивать уровень развития районов страны. Среди основных ее средств можно выделить улучшение экономических и социальных характеристик территорий (создание инфраструктуры, решение проблем экологии) и оказание помощи отдельным предприятиям – как через бюджетные расходы (выдача субсидий, гарантий и кредитов предприятиям либо совместное участие государства и частного капитала в реализации проектов), так и путем предоставления налоговых льгот.

Основную часть средств инвесторы получают через систему программ "Совместной задачи совершенствования территориальной хозяйственной структуры" (она реализуется совместно федерацией и землями). В конце 90-х годов в районах, где потенциальные инвесторы могли получить помощь, проживало 38% населения ФРГ. Восточная

¹⁸⁶ Бусыгина И.М. Регионы Германии. – М.: РОССПЭН, 2000. С. 203.

¹⁸⁷ См.: БИКИ. 2001. №83; Nachrichten für Aussenhandel. 1996. №153; Sen F. Turkish Self-Employment in the Federal Republic of Germany with Special Regard to Northrhine-Westphalia // International Migration. 1991. March. №1. P. 124-129.

Германия в 1990 г. была полностью отнесена к стимулируемым территориям, превзойдя таким образом (по населению) поддерживаемые отсталые и депрессивные районы старых земель. Максимально возможный уровень помощи в ряде районов Восточной Германии – 23% планируемых инвестиций при основании предприятия (с рядом дополнительных ассигнований до конца 1996 г. доля доходила до 50%), 20% при расширении и 15% при модернизации.

Детальное рассмотрение параметров оказываемой в ФРГ помощи инвесторам не входит в задачи автора. Отметим лишь, что эта помощь заметно влияет на территориальное распределение ПИИ, хотя не всегда государственным органам удается достичь желаемых целей¹⁸⁸.

3.2. Причины ослабления эффекта соседства при размещении германских прямых инвестиций

Накопленные германские прямые инвестиции за рубежом (с учетом капиталовложений зарубежных филиалов фирм ФРГ) превышают ПИИ на территории ФРГ в 2,3 раза и составили к концу 2001 г. 699 млрд евро¹⁸⁹.

Основная часть германских ПИИ сосредоточена в США и Западной Европе (табл. 11), что отражает все большее замыкание в условиях глобализации экономических связей ФРГ на высокоразвитые страны. Растет даже доля Японии, которая так и не создала благоприятного климата для ПИИ. Особенно велика в привлечении германских ПИИ роль соседних государств, хотя их доля постепенно сокращается (табл. 1 в конце главы 1) – сказывается развитие по мере усиления глобализации описанной выше диффузии германских предприятий за рубежом.

Год от года размеры накопленных германских ПИИ в одной стране могут заметно меняться из-за реализации или прекращения крупного инвестиционного проекта. В отличие от иностранных капиталовложений многочисленных мелких и средних компаний, обычно тесно связанных с экономикой принимающей страны, крупные проекты могут оказаться "соборами в пустыни" – не связанными с местными предприятиями заводами, ориентированными на удовлетворение спроса в глобальном масштабе. При первом же неблагоприятном изменении мировой конъюнктуры вложенные в них ПИИ могут уйти из страны. Достаточно вспомнить примеры из главы 1 (§2). При этом в долгосрочном плане явно прослеживаются определенные тенденции в географическом распределении германских накопленных ПИИ.

В 80-е годы заметно возросла роль Великобритании и Ирландии благодаря проводимой там политике повышения конкурентоспособности. В 90-е годы экономическое чудо "кельтского тигра" прекратило влиять на масштабный приток германских ПИИ в Ирландию из-за открытия перспективных рынков постсоциалистических стран, что способствовало резкому росту роли Польши, Чехии и Венгрии в привлечении капиталов из ФРГ. Тем не менее в отдельных отраслях (например, в банковском деле) сохраняющийся

¹⁸⁸ Подробнее см.: *Витковский О.В.* Проблемы региональной политики, организации территории и развитие прикладной географии в ФРГ // Вопросы экономической и политической географии зарубежных стран. 1990. Выпуск 11. С. 151-163; *Кузнецова О.В.* Оценка эффективности государственной региональной политики (на примере Германии) // Вестник Московского ун-та. Серия 5. 1995. №2. С. 68-74; *Юилл Д.* Основные характеристики региональной политики: опыт европейских стран // Регион: экономика и социология. 1999. Спец. выпуск. С. 16-74; *Marandon J.-C.* Op. cit.; *Sinn H.-W.* Staggering Along: Wages Policy and Investment Support in East Germany // The Economics of Transition. 1995. №4. P. 403-426; *Zarth M.* Neuordnung der Regionalförderung im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe "Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur" // Informationen zur Raumentwicklung. 1991. Heft 11/12. S. 539-557).

¹⁸⁹ Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Juni 2003. S. 16.

сравнительно благоприятный налоговый режим в Ирландии и Великобритании по-прежнему способствует привлечению германских ПИИ¹⁹⁰.

Вхождение в ЕС в 1986 г. Испании и Португалии, а в 1995 г. Швеции способствовало краткосрочному всплеску в них ПИИ фирм ФРГ, но, как и в случае со странами Бенилюкса и Францией, а потом Ирландией, вскоре произошло "насыщение" потребностей компаний ФРГ в освоении их рынков. Вступление Австрии в ЕС мало повлияло на германских инвесторов, так как благодаря тесным культурно-историческим связям немецкий бизнес давно обосновался в Австрии. В то же время отказы Швейцарии от вступления в ЕС привели к падению за 25 лет доли страны в накопленных ПИИ ФРГ в 2,5 раза.

Накопленные германские ПИИ в США заметно выросли в последние годы – еще в конце 1995 г. доля страны составляла 21,7%. Прежде всего это объясняется емким рынком сбыта, на котором фирмы ФРГ стремятся укрепиться с помощью капиталовложений. В частности, в 2001 г. доля торгового оборота, приходящегося на США, у автомобильных лидеров Германии составила у концерна "Даймлер-Крайслер" – 31%, "Фольксваген" – 10%, "БМВ" – 17%, у крупнейшей электротехнической компании "Сименс" – 26%, у важнейших химических фирм "Байер" и "БАСФ" соответственно 39% и 23%¹⁹¹.

Среди факторов роста германских ПИИ в США выделяются низкие организационные издержки, меньшая бюрократия по сравнению с ЕС, относительно крепкий доллар, лидерство в развитии "новой экономики"¹⁹². В инвестиционном процессе большую роль играют крупные слияния и поглощения, причем не только германско-американские. Если в конце 1995 г. доля германских ПИИ в США, осуществленных через третьи страны, составляла 13,3%, то к концу 2000 г. она достигла 35,5%. По-видимому, около 1/4 германских ПИИ в США получены компаниями ФРГ в качестве "довеска" при покупке европейских фирм с разветвленными сетями зарубежных филиалов¹⁹³. Заметное сокращение числа гигантских слияний в 2001 г. сразу отразилось на существенном снижении доли германских ПИИ, осуществленных в США через третьи страны, – до 28,9%. В то же время все чаще фирмы ФРГ непосредственно инвестируют средства в США для закрепления на рынке этой страны, не пытаясь сначала создать свои предприятия в соседней Канаде (в результате доля последней в накопленных ПИИ фирм ФРГ неуклонно сокращается).

Одновременно с уменьшением значения соседних европейских стран в распределении германских ПИИ заметно сократилась доля большинства стран Латинской Америки, в первую очередь Бразилии. Благодаря созданию особо либеральных условий в регионе заметно выросло лишь значение оффшорных центров. Сокращение же роли крупных стран происходит на фоне масштабной приватизации в них. По нашему мнению, это связано с тем, что в 80-е годы многие германские инвесторы переключились на динамично развивавшиеся рынки Юго-Восточной Азии, а в 90-е годы фирмы ФРГ получили возможность инвестировать в страны ЦВЕ, которые ближе расположены, имеют связи с немецкой культурой, обладают даже более перспективными по емкости рынками сбыта, причем конкуренция на них для фирм ФРГ часто менее острая, нежели в Латинской Америке. По-видимому, эти же причины объясняют сокращение доли ЮАР.

Таблица 11

¹⁹⁰ См.: *Schmitt B., Groseta P.* Banken & Steuern: Die Standorte Frankfurt, London, Paris und Dublin im Vergleich // Die Bank. 2003. №12. S. 804-808.

¹⁹¹ Расчеты автора по: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. 8.07.2002, 4.12.2002.

¹⁹² Кроме того, в 1997-2001 гг. немецкая марка обесценилась относительно доллара на 43%, а фунта стерлингов на 22%, поэтому часть прироста германских ПИИ в США и Великобритании объясняется переоценкой активов ФРГ в этих странах относительно марки (евро). Во многом поэтому в конце 90-х годов доля Великобритании в ПИИ фирм ФРГ сократилась меньше по сравнению с долей перешедшей на евро Ирландии.

¹⁹³ *Кузнецов А.* Германский капитал за рубежом // МЭМО. 2003. №10. С. 37.

Изменение географии германских накопленных ПИИ

Регион, страна	Доля в накопленных ПИИ на конец года, %					
	1976	1981	1986	1991	1996	2001
<i>Западная Европа, в т.ч.:</i>	52,8	44,0	47,9	60,8	56,6	41,7
Великобритания	2,8	3,7	4,9	7,3	10,3	9,0
Франция	9,7	8,5	8,1	9,0	7,8	6,0
Нидерланды	8,2	4,7	6,3	6,2	5,6	5,1
Люксембург	4,4	5,0	4,8	3,3	3,8	4,1
Бельгия	5,3	3,2	3,8	7,4	6,8	3,6
Австрия	4,4	3,4	3,4	3,7	3,6	2,8
Италия	2,6	2,8	4,2	5,3	4,4	2,7
Швейцария	6,7	5,3	5,1	4,7	3,5	2,6
Испания	4,7	4,0	4,2	5,7	3,3	2,1
Ирландия	0,4	0,5	0,4	4,9	4,0	1,2
Швеция	1,0	0,7	0,5	0,6	0,9	1,0
Португалия	0,7	0,4	0,4	0,7	0,8	0,5
<i>США</i>	13,5	25,2	28,1	22,8	23,5	41,1
<i>ЦВЕ и СНГ (СССР), в т.ч.:</i>	0,0	0,0	0,1	0,6	4,1	4,8
Польша	0,0	0,0	0,0	0,1	0,8	1,3
Чехия	0,0	0,0	0,0	0,2	1,2	1,2
Венгрия	0,0	0,0	0,0	0,2	1,4	1,1
Россия	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3
<i>Латинская Америка, в т.ч.:</i>	13,8	12,3	8,8	6,1	6,0	4,5
Бразилия	9,4	6,8	5,6	2,9	3,1	1,2
Мексика	0,5	1,6	0,6	1,2	0,9	1,0
Каймановы Острова	0,1	0,4	0,6	0,4	0,6	0,8
Бермудские Острова	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,4
Аргентина	1,1	1,0	1,0	0,7	0,6	0,4
<i>Прочие, в т.ч.:</i>	19,9	18,5	15,1	9,8	9,8	7,9
Япония	1,0	1,3	1,6	2,0	2,1	1,3
КНР (без Сянган и Аомыня)	0,0	0,0	0,0	0,1	0,7	1,0
Канада	3,7	2,7	2,7	2,5	1,5	1,0
Австралия	0,8	1,3	1,2	1,0	1,2	0,9
Сингапур	0,5	0,7	0,6	0,6	0,8	0,7
Сянган (с 1997 г. часть КНР)	0,2	0,4	0,4	0,5	0,6	0,5
Республика Корея	0,0	0,1	0,1	0,2	0,3	0,5
ЮАР	2,0	1,8	0,9	0,8	0,6	0,3
Нигерия	1,1	1,1	0,2	0,1	0,0	0,0
Иран	0,9	0,4	0,1	0,0	0,0	0,0

Составлено по расчетам автора на основе отчетов Германского федерального банка за ряд лет (последний – Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Juni 2003).

Уменьшается доля Африки, Юго-Западной и Южной Азии, что можно признать очевидным выпадением многих стран этих макрорегионов из основных мирохозяйственных связей. Резкое сокращение германских ПИИ в отдельных странах ОПЕК связано как с общим падением интереса к капиталовложениям в добычу сырья, так и с политическими событиями. В частности, исламская революция в Иране в 1979 г. и бесконечные во-

енные перевороты в Нигерии привели к тому, что эти страны перестали привлекать сколько-нибудь заметные ПИИ фирм ФРГ.

Значительным препятствием для притока германских ПИИ во многие развивающиеся страны служит наличие законодательных барьеров для полного возврата прибыли иностранных фирм на родину. Другие ограничения для ПИИ (например, валютные или налоговые) играют явно меньшую роль. В конце 80-х годов из накопивших наибольшие размеры германских ПИИ 15 крупных и средних развивающихся стран (т.е. без учета оффшорных зон), хотя бы частичные ограничения для возврата прибыли в ФРГ существовали в 8 странах – Бразилии, Аргентине, Колумбии, Индии, Алжире, Египте, Ливии и Нигерии. В результате в этих странах прирост накопленной суммы германских ПИИ в 1987-2001 гг. отставал от среднего показателя или (как в Индии) равнялся ему. В Алжире и Египте, где существовали и другие серьезные барьеры для притока ПИИ¹⁹⁴, наблюдалось даже абсолютное сокращение капиталовложений фирм ФРГ. В то же время во всех 7 странах, где возврат прибыли на родину не ограничивался (в Турции, Индонезии, Республике Корея, Малайзии, Мексике, Чили и Венесуэле), в 1987-2001 гг. накопленные ПИИ ФРГ росли опережающими темпами, несмотря на наличие некоторых других препятствий.

Сокращение или рост доли страны в привлечении ПИИ обычно объясняются характеристиками самой страны – изменением инвестиционного климата, ростом емкости рынков, структурными реформами и др. При этом, на наш взгляд, недооценивается специфика страны, откуда приходят ПИИ. Если рассмотреть долю Германии в общей сумме накопленных ПИИ, то обнаружится, что такие "популярные" среди инвесторов страны, как КНР, Канада, Бразилия, Австралия, Сингапур, Мексика, Республика Корея явно недооцениваются фирмами ФРГ.

Это связано с тем, что ПИИ в Канаде в основном представлены американскими и британскими капиталовложениями. В Латинской Америке доминируют ПИИ из США. Повышенный интерес инвесторов к Австралии и большинству стран Восточной и Юго-Восточной Азии формируется в за счет японских фирм, а в КНР – компаний Сянган, Аомыня и Тайваня¹⁹⁵.

Однако германские фирмы проявляют повышенный интерес к странам, которые не привлекают столь значительных ПИИ других государств. Так, в конце 2001 г. доля ФРГ в накопленных ПИИ составляла более 50% в Австрии, около 30% в Словакии и Венгрии, порядка 25% в Чехии, Бельгии и Люксембурге, достигала 15-21% в Швейцарии, Италии, Польше, Хорватии, США и Японии, а также на Каймановых Островах (Брит.) и Антильских (Нид.) Островах. В тот же период доля ФРГ составляла 10-13% в накопленных ПИИ во Франции, Нидерландах, Великобритании, Португалии, Словении, Боснии и Герцеговине, Болгарии и Латвии. При этом в большинстве стран Азии и Африки доля ФРГ была менее 5%¹⁹⁶.

Таблица 12 иллюстрирует наличие описанных выше эффектов культурно-исторической близости и соседства на примере распределения ПИИ ФРГ и трех других мировых лидеров по размерам зарубежных капиталовложений (США, Великобритании и Японии), а также трех соседей ФРГ, чьи фирмы также выделяются крупными размерами осуществленных ПИИ (Нидерландов, Швейцарии и Австрии).

¹⁹⁴ Подробнее см.: *Agarwal J.P., Gubitz A., Nunnenkamp P.* Foreign Direct Investment in Developing Countries: The Case of Germany // *Kieler Studien*. 1991. №238.

¹⁹⁵ См.: БИКИ. 2002. №81; U.S. Direct Investment Position Abroad on a Historical-Cost Basis / Bureau of Economic Analysis, 2001. – <http://www.bea.doc.gov>; World Investment Directory 2003 / UNCTAD. – N.Y., Geneva, 2003. – Country Profile: Japan (P. 22).

¹⁹⁶ Расчеты автора по: *Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland*. Juni 2003. S. 16-26; *World Investment Report 2003*. P. 257-261.

Распределение накопленных к концу 2001 г. ПИИ некоторых стран

Страна*	Доля в накопленных ПИИ, %						
	ФРГ	США	Велико- британия	Япония	Нидер- ланды	Швей- цария	Австрия
США	41,1	–	25,8	46,7	27,2	23,3	7,3
Нидерланды	5,1	9,5	27,4	6,5	–	4,2	< 1,0
Великобритания	9,0	18,0	–	11,0	8,3	14,1	6,2
Германия	–	4,4	2,6	1,3	6,0	6,3	17,6
Бельгия /Люксембург	7,7	3,6	11,3	1,5	16,4	8,5	< 1,5
Канада	1,0	10,1	1,9	1,0	1,8	1,4	< 0,5
Чехия	1,2	0,1	0,1	0,0	0,7	0,5	8,4
Венгрия	1,1	0,2	0,1	0,0	0,7	0,3	7,9
Франция	6,0	2,8	4,1	1,0	6,0	4,1	1,6
Швейцария	2,6	4,6	2,0	0,4	5,5	–	4,7
Словакия	0,3	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	5,5
Япония	1,3	4,6	0,3	–	0,3	1,1	< 1,0
Бермудские О-ва	0,4	4,5	1,1	< 1,0	< 1,0
Польша	1,3	0,5	0,0	0,0	0,1	0,6	≈ 4,0
Ирландия	1,2	2,5	3,8	< 0,3	3,9	2,5	< 1,0
Мексика	1,0	3,8	0,2	0,8	0,7	1,2	< 0,5
КНР	1,0	0,8	< 1,0	3,3	0,5	0,5	< 1,0
Сингапур	0,7	2,0	0,9	3,3	0,6	3,1	< 1,0
Испания	2,1	1,4	1,3	0,2	2,9	2,0	< 1,0
Каймановы О-ва	0,8	< 1,5	< 1,0	2,9	< 1,0
Австрия	2,8	0,2	0,4	< 0,3	0,2	1,1	–
Италия	2,7	1,7	0,7	0,2	1,8	2,0	1,9
Бразилия	1,2	2,6	0,4	1,5	1,5	1,4	< 0,5
Австралия	0,9	2,5	1,9	2,3	0,8	0,8	< 0,5

* указаны страны, доля которых в накопленных ПИИ хотя бы одной из рассматриваемых стран превышает 2,5%; данные по КНР – без Сянган и Аомыня.

Составлено по расчетам автора на основе: Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Juni 2003. S. 16-26; Nederlandse directe investeringen in het buitenland (standen) / De Nederlandsche Bank, 2002 – <http://www.statistics.dnb.nl>; Österreichische Direktinvestitionen im Ausland und ausländische Direktinvestitionen in Österreich. Stand per Ende 2001 // Statistisches Monatsheft der Oesterreichischen Nationalbank. Heft 6/2003. S. 14; U.S. Direct Investment Position Abroad, 2001. – <http://www.bea.doc.gov>; World Investment Directory 2003. – N.Y., Geneva, 2003. – Country Profiles: Japan (P. 22), Switzerland (P. 17-18), United Kingdom (P. 21-22).

Помимо уже названных выше проявлений эффекта соседства следует отметить повышенное значение для привлечения ПИИ метрополий их бывших колоний (например, у Великобритании в Ирландии, Канаде, Австралии, Сингапуре и др.).

Более сложным случаем является различная инвестиционная привлекательность страны для двух ее соседей. Характерно, что значение отдельных государств в общей сумме германских ПИИ значительно меньше, чем у стран-соседей (например, чем для Нидерландов значение прямых капиталовложений в Бельгии и Люксембурге, а для Австрии – в Швейцарии и Чехии, как впрочем, и в Венгрии, Словакии, других странах ЦВЕ). Это показывает, что экономика ФРГ больше вовлечена в глобальные связи, тогда как принято считать, что малые страны теснее связаны с мировым хозяйством (исключением

является географическое распределение швейцарских ПИИ, благодаря особой роли в этой стране финансово-кредитного сектора). На самом деле данное явление лишь подтверждает выявленные нами в главе 1 закономерности – например, австрийская экономика, возможно, сильнее зависит от внешнеэкономических связей, но они завязаны на Европу. При этом в ФРГ намного больше мощных фирм, которые достигли последних стадий развития и вышли на глобальный уровень (табл. 12).

Данные нескольких исследований, проведенных в ФРГ в 90-х годах, показали, что в условиях глобализации чем крупнее фирма, тем вероятнее, что она не только торгует с другими странами, но и осуществляет ПИИ. При этом малые и средние фирмы чаще ограничиваются странами Западной Европы, иногда выходят на рынки США и ЦВЕ. Крупные компании действуют даже в сравнительно мало привлекательных для инвесторов странах Латинской Америки, Африки и Ближнего Востока.

Согласно данным ХВВА-Института (Гамбург), в середине 90-х годов среди мелких и средних инвесторов в развивающихся странах действовало лишь 44%, а среди крупных – 69%, в том числе в Африке – соответственно 6% и 17%, на Ближнем и Среднем Востоке – 4% и 10%, в Латинской Америке – 12% и 40%, в Южной, Юго-Восточной и Восточной Азии (без Японии) – 16% и 41%¹⁹⁷.

Различаются и мотивы зарубежного инвестирования. Близость к рынку и возможность снижения транспортных и трудовых издержек, как правило, важнее для крупных инвесторов, а близость к сырью и снижение риска играют существенную роль чаще для средних фирм. Вопрос уменьшения рисков для мелких инвесторов не имеет высокого значения в сравнении со средними и крупными. Это можно объяснить отраслевой спецификой малых фирм, осуществляющих глобальное инвестирование (доля компаний такого размера, разместивших прямые капиталовложения за рубежом, все-таки крайне низка) – для них особо важен доступ к новым технологиям, а влияние транспортных издержек, напротив, явно меньше чем у средних и крупных компаний¹⁹⁸.

Таким образом, ослабление эффекта соседства в распределении германских ПИИ связано не столько с прекращением воздействия культурно-исторической близости и других описанных нами факторов, сколько с определенным "насыщением" близлежащих стран инвестициями из ФРГ и их неспособностью конкурировать по уровню издержек и потенциалу роста сбыта с вновь открывающимися динамично развивающимися рынками (в 80-е годы германские ПИИ стремительно росли в Ирландии, Испании и Португалии, в 90-е годы – в странах ЦВЕ и КНР). Кроме того, на распределение германских ПИИ влияют разнонаправленные экономические процессы в отдельных сравнительно удаленных от ФРГ странах, которые, в конечном счете, также приводят к сокращению доли ближайших соседей ФРГ (в 80-е годы прежде всего за счет роста германских капиталовложений в Великобритании, в 90-е годы – в США).

Картина распределения германских ПИИ оказалась бы неполной без рассмотрения капиталовложений ведущих компаний ФРГ разной специализации. В целом вне зависимости от размера фирмы ее отраслевая принадлежность накладывает отпечаток на территориальное распределение ПИИ и интенсивность зарубежной инвестиционной деятельности.

Больше 2/3 германских ПИИ вкладывается в создание новых или приобретение существующих предприятий сферы услуг (причем последнее происходит все чаще), в основном в кредитно-финансовые институты (к концу 2001 г. доля банков составила 9,5%, других финансовых институтов – 22,9%, страховых фирм – 4,7%), в торговые

¹⁹⁷ См.: *Bormann A. Direktinvestitionen kleiner und mittlerer deutscher Unternehmen in Asien // Wirtschaftsdienst. 1996. №7. S. 365-371.*

¹⁹⁸ См.: *Wagner J. Op. cit. S. 1-15.*

компаний¹⁹⁹. Около 90% этих ПИИ размещается в развитых странах, что объясняется главным образом неразвитостью или даже отсутствием некоторых отраслей этой сферы в других государствах.

Почти 50% ПИИ в торговлю приходится на сбытовые филиалы промышленных фирм ФРГ. Вкладывают капиталы и собственно торговые концерны, но в основном лишь в соседних с ФРГ странах (в последние годы особенно выделяется германско-швейцарская компания "Метро").

Основную часть ПИИ в банковском секторе осуществляют крупнейшие банки ФРГ – "Дойче Банк", "Хюпо-Ферайнсбанк" (полное название – "Байерише Хюпо- унд Ферайнсбанк"), "Дрезднер Банк" (дочерняя фирма концерна "Альянц") и "Коммерцбанк". Большинство германских зарубежных дочерних банков и филиалов размещено в странах ЕС. Их сеть в США менее густая, причем в периоды неблагоприятной конъюнктуры германские банки склонны распродавать прежде всего свои банковские структуры в США (главным образом инвестиционные дочерние банки и подразделения по управлению недвижимостью). Лишь "Дойче Банк" рассматривает США как рынок, сопоставимый по важности с ЕС²⁰⁰. В странах ЦВЕ филиалы и дочерние банки стали в большом количестве создаваться лишь в 90-е годы. В Западной Европе в это время в основном приобретались существующие банки. В других странах даже лидеры отрасли ограничиваются представительствами, одним-двумя филиалами или банками-корреспондентами. Это связано с концентрацией клиентов германских банков, которая отражает внешнеэкономические связи ФРГ.

Крупные банки создавали сети зарубежных филиалов и дочерних банков по единому принципу: сначала они размещались в главных, потом второстепенных финансовых центрах. Германские дочерние банки появились за рубежом намного позже промышленных предприятий ФРГ: "Дрезднер Банк" открыл свой первый заграничный банк в 1967 г. (в Люксембурге), "Коммерцбанк" – в 1969 г., "Дойче Банк" – в 1970 г. Лишь к концу 70-х годов ведущие банки ФРГ закрепились в основных финансовых центрах. Дальнейшее развитие в 80-е годы во многом осуществлялось уже благодаря процессу поглощения банков с существующими региональными сетями собственных филиалов – так, в 1993 г. "Дойче Банк" получил около 400 филиалов в Испании, приобретя банк "Банко де Мадрид". Создаются также специальные региональные дочерние банки, пользующиеся автономией. Они организуют собственные сети филиалов (создание региональных подразделений характерно и для многих промышленных фирм).

Страховой концерн "Альянц" – германский лидер по осуществлению ПИИ в страховое дело. Он имеет дочерние фирмы более чем в 60 странах мира. Однако в силу специфики инвестиционной политики в страховом бизнесе у концерна преобладают портфельные инвестиции – на него приходится 1/5 всей их накопленной суммы у фирм ФРГ за рубежом²⁰¹.

В последние годы резко выросла роль концерна "Дойче Телеком", инвестирующего в зарубежные фирмы мобильной телефонной связи. Растут ПИИ фирм, связанных с сетью интернет. Размер их ПИИ огромен, что объясняется высокой капитализацией сферы "новой экономики".

К концу 2001 г. 25,2% накопленных германских ПИИ были вложены в обрабатывающую промышленность, в том числе 8,1% – в химическую отрасль, 5,6% – автомобилестроение, 2,3% – общее машиностроение, 1,9% – электротехническую промышленность, 1,1% – металлургию, по 0,9% – в электронную отрасль и производство изделий

¹⁹⁹ Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Juni 2003. S. 27-31.

²⁰⁰ См.: Karsch W. Das Auslandsgeschäft der Großbanken: Kernmarkt Europa // Die Bank. 2003. №12. S. 844-848.

²⁰¹ См.: Meet Europe's Biggest Investor // Euromoney. 1997. №3. P. 41-48.

из резины и пластмасс²⁰². При этом роль самих промышленных фирм ФРГ выше, так как они осуществляют капиталовложения и в сферу услуг (табл. 13).

ПИИ промышленных концернов в финансовые предприятия помогают снизить издержки по привлечению капиталов, оптимизировать финансовые потоки, уйти от высоких налогов и различных ограничений, а капиталовложения в торговые фирмы содействуют сбыту.

Таблица 13

**Структура накопленных ПИИ
фирм обрабатывающей промышленности ФРГ к концу 2001 г., %**

Отрасль-получатель	Отрасль-инвестор				
	Обрабатывающая пром., в т.ч.:	химическая пром.	автомобилестроение	общее машиностроение	электротехническая пром.
Обрабатывающая пром., в т.ч.:	47,1	67,0	26,7	56,1	68,3
<i>химическая пром.</i>	15,7	65,9	0,0	12,9	...
<i>автомобилестроение</i>	13,7	0,0	26,4	3,3	15,0
<i>общее машиностроение</i>	3,1	0,3	0,1	34,0	6,0
<i>электротехническая пром.</i>	2,3	0,0	0,0	0,1	29,6
Торговля и ремонт	14,7	11,3	8,5	35,7	13,0
Финансовый бизнес	34,5	18,8	62,2	4,4	15,1
Прочее	3,7	2,9	2,6	3,8	3,6

Сокращение: пром. – промышленность.

Составлено по расчетам автора на основе: Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Juni 2003. S. 40.

Крупнейший германский инвестор в автомобилестроении – концерн "Фольксваген". Он вкладывает средства как в покупку существующих предприятий, так и в строительство новых. Хотя крупные ПИИ концерн осуществил в Западной Европе (в основном в Испании, Великобритании, Бельгии и Италии), в его деятельности большую роль играют заводы в развивающихся странах (в частности, в Бразилии, Мексике и Китае). В 90-е годы "Фольксваген" начал экспансию в страны ЦВЕ. Именно рынки крупных развивающихся и постсоциалистических стран рассматриваются им в качестве потенциально наиболее емких. Это связано с его основной специализацией на дешевых автомобилях. "БМВ" и "Даймлер-Крайслер", специализирующиеся на более дорогих машинах, крупные заводы чаще ориентируют на рынки развитых стран. При этом "Даймлер-Крайслер" вкладывает большие ПИИ и в другие отрасли машиностроения.

Основная часть зарубежных предприятий химических фирм ФРГ ("БАСФ", "Байер" и др.) расположена в ЕС и в США. В европейских странах ПИИ осуществляются в основном для налаживания производственной и научно-технической кооперации в современных подотраслях органической химии и фармацевтической промышленности. Размещение некоторых германских заводов в портах соседних стран связано с тем, что их сырье – продукты переработки импортной нефти. В США и Японии германские инвесторы создают филиалы в основном для налаживания сбыта либо доступа к новым технологиям. В развивающихся странах фирмы из ФРГ инвестируют средства преимущественно в базовые подотрасли химической промышленности. Часто в эти страны выносятся экологически "грязные" производства.

²⁰² Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Mai 2002. S. 27-31.

Крупнейшими инвесторами ФРГ в электротехнической промышленности являются концерны "Сименс" и "Роберт Бош", основная часть ПИИ которых также размещена в странах Западной Европы и США. Однако в 90-е годы "Сименс" активизировал свою инвестиционную деятельность в странах ЦВЕ, на открывшихся рынках которых для концерна почти не существовало конкуренции со стороны местных производителей.

Таким образом, ослабление эффекта соседства при размещении германских ПИИ связано не только с воздействием политико-экономических и культурных факторов, но и с экономическими процессами, происходящими в отдельных отраслях. Как правило, на европейском рынке конкуренция фирм наиболее острая, а рынок уже насыщен и вряд ли в ближайшее время заметно расширится вследствие вялой хозяйственной динамики в ЕС. Для стимулирования сбыта своей продукции промышленные концерны ФРГ все чаще инвестируют в странах ЦВЕ и Юго-Восточной Азии, а также в США. Вслед за капиталовложениями в промышленные предприятия в этих страны приходят и германские инвестиции в сферу услуг (в частности, для обслуживания нужд производственных фирм). Если в Азии и странах ЦВЕ германские фирмы продолжают возводить масштабные производственные комплексы, то в Европе их капиталовложения связаны обычно лишь с перепродажей существующих компаний.

3.3. Слияния и поглощения: есть ли тенденция к монополизации рынков?

Преобладание ПИИ в существующие компании стало характерной чертой современных мирохозяйственных связей. Явление слияний и поглощений не ново, однако влияние глобализации наложило свой отпечаток. Еще в 70-х годах Т.Я. Белоус выделяла 4 формы объединения фирм разных стран: непосредственное слияние активов компаний с образованием новой фирмы, объединение компаний при сохранении ими формальной самостоятельности на правах отделений или групп в составе новой фирмы, учреждение двумя независимыми компаниями совместного предприятия и приобретение одной фирмой контрольного пакета акций другой²⁰³.

Эти формы сохраняются и сейчас, но в 60-70-е годы даже при объединении крупных ТНК не приходилось сталкиваться с такими сложными организационными структурами фирм как в настоящее время. Укрупнение сливающихся объектов (а только за 90-е годы средний размер сделок по слияниям и поглощениям в ФРГ вырос в 5 раз²⁰⁴) делает процессы взаимной интеграции сложнее и сопровождается перестройкой всей системы зарубежных филиалов и дочерних фирм. Обычно даже при непосредственном слиянии крупных концернов в единую компанию их руководство поддерживает производственную, исследовательскую, торговую автономию ранее независимых всемирно известных фирм (примером служит "Даймлер-Крайслер").

Механизм слияния вообще стал иным – в 90-е годы около 1/2 слияний прошло без участия наличных платежей, а еще почти 1/3 – с частичным обменом акций и частичным их выкупом²⁰⁵. Многие слияния не осуществляются в запланированном виде из-за воздействия государственных и наднациональных регулирующих органов. В частности, антимонопольное законодательство вынуждает фирмы расставаться при слиянии с частью подразделений (так, британская фирма "Водафоун" не смогла приобрести "Маннесман" со всеми существовавшими к моменту сделки дочерними фирмами германской компании).

²⁰³ Белоус Т.Я. Международные промышленные монополии. – М.: Мысль, 1972. С. 124.

²⁰⁴ Unternehmensübernahmen: Mehr Transparenz überfällig // Wochenbericht / Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung. 2000. №35. S. 553.

²⁰⁵ См.: Andrade G., Mitchell M., Stafford E. New Evidence and Perspectives on Merges // Journal of Economic Perspectives. 2001. №2. P. 103-120.

Ряд исследователей утверждает, что антимонопольное регулирование становится неэффективным против ТНК, получающих олигополистические преимущества в масштабах мирового рынка, а не экономики ФРГ или ЕС. Появляются сферы, мало подконтрольные государству. Так, возникают сложности с налогообложением услуг, оказанных в сети интернет. Упрощается процедура использования трансфертных цен внутри ТНК. С помощью новых средств телекоммуникации проще достичь сговора о разделе рынка²⁰⁶.

На наш взгляд, утверждение о быстро нарастающей монополизации рынков благодаря крупным слияниям и поглощениям является неверным выводом, сделанным на основе анализа нескольких громких сделок. В качестве примера можно взять германскую автомобильную промышленность – одну из ведущих отраслей специализации страны. Действительно, концерн "Фольксваген" приобрел несколько компаний в Европе (включая такие известные как чешская "Шкода" и испанский "СЕАТ"), а "Даймлер-Бенц" объединился с концерном "Крайслер" – одной из ведущих автомобильных фирм США. Тем не менее "Фольксваген", "Даймлер-Крайслер", а также третий германский автогигант "БМВ" даже вместе взятые контролируют лишь около 45% рынка ЕС и менее 20% рынка США. В самой ФРГ на долю автомашин германских концернов (включая их зарубежные предприятия) приходится около 70% рынка, причем между ними сохраняется сильная конкуренция²⁰⁷. Для сравнения, в конце 40-х годов "Фольксваген" в одиночку контролировал 2/3 рынка ФРГ.

Аналогичные примеры можно привести и в другой ведущей отрасли германской индустрии – в химической промышленности. Наделавшее много шума слияние германского концерна "Хёхст" и французской фирмы "Рон-Пуленк" в компанию "Авенти" существенным образом не ослабило конкуренцию ни внутри ФРГ (где действуют гиганты "БАСФ" и "Байер", а также многочисленные химические фирмы "второго" эшелона, вроде компаний "Хенкель", "Дегусса", "Шеринг", "Байерсдорф" и др.), ни на рынках других стран ЕС. Даже в отдельных подотраслях химической промышленности ни один концерн ФРГ не имеет той рыночной власти, которой обладал в 30-е годы химический гигант "ИГ Фарбениндустри".

Одной из немногих германских отраслей, где уровень монополизации действительно достиг высокого уровня по сравнению с любым предшествующим периодом, является металлургическая промышленность. Однако черная металлургия в странах ЕС переживает депрессию и многочисленные объединения компаний были попыткой повысить эффективность отрасли в условиях обострения конкуренции со стороны России, Республики Корея, Украины и Бразилии. Положение в отрасли в США, где по-прежнему сохраняется множество металлургических фирм, показывает правильность стратегии европейских производителей стальной продукции.

Повышением эффективности обусловлено и объединение компаний в сфере услуг – прежде всего в банковском и страховом деле. Например, лидер германского страхового дела "Альянц" за 1987-2001 гг. участвовал в 101 трансграничной сделке по слияниям и поглощениям (на общую сумму 23,9 млрд долларов). За тот же период крупнейший германский банк "Дойче банк" принял участие в 94 аналогичных сделках (на общую сумму 20,6 млрд долларов). Обе фирмы вошли в двадцатку мировых лидеров по трансграничным сделкам²⁰⁸.

Таким образом, рост концентрации производства в современных условиях является не столько стремлением компаний к монопольным злоупотреблениям в классическом понимании, сколько попыткой выживания в условиях усиления конкуренции. В данном

²⁰⁶ См.: Old and New Economy auf dem Weg in eine innovative Symbiose? S. 14-15, 20-21, 56-57, 70-71, 94-95, 244-245.

²⁰⁷ См.: Германия. Автопром – 2000. – www.polpred.com

²⁰⁸ World Investment Report 2002. P. 89.

случае целесообразно вспомнить отмечавшиеся Й. Шумпетером позитивные аспекты некоего ограничения конкуренции, благодаря которым ведущие концерны способны быстрее и эффективнее проводить НИОКР и усовершенствовать свою продукцию²⁰⁹. Увеличение концентрации финансовых ресурсов позволяет крупным германским концернам успешно развиваться в условиях высокой фактической конкуренции (вследствие насыщения рынков ЕС), как впрочем и потенциальной в результате развития современной промышленности в странах Восточной и Юго-Восточной Азии, ЦВЕ и других регионов.

Последний аспект часто упускается исследователями из виду. Наиболее яркий пример концерна "Фольксваген", захватившего порядка 60% автомобильного рынка КНР, затмевает поражение этой компании в последние годы в конкурентной борьбе с национальными производителями легковых автомобилей на южнокорейском и российском рынках. Обвинение в протекционизме в данном случае вряд ли уместны – например, снятие в 1996 г. в Республике Корея запретительных пошлин на иномарки не привело к сколько-нибудь заметному росту их экспорта в страну. В Китае не было собственного автомобилестроения и "Фольксваген" пришел на незанятый рынок, тогда как в Республике Корея и Российской Федерации сравнительно низкое качество продукции местных производителей сочетается с очень низкими ценами, которые идеально отвечают покупательским запросам основной части населения этих двух стран, как впрочем, и многих их соседей. По мере роста благосостояния граждан сначала корейские, а теперь и некоторые российские автомобильные компании начали постепенно повышать вместе со стоимостью и качеством своей продукции, оставаясь при этом все время в более низкой ценовой категории по сравнению с концернами из ФРГ.

Хорошее качество германских автомобилей на деле не оправдывает крайне высоких цен на них по меркам среднеразвитых стран. "Фольксваген" оказался не в состоянии завоевать российский рынок ни путем создания окупающего себя совместного предприятия (например, на базе завода "Ижмаш"), ни путем прямого экспорта. Так, если в 2003 г. в России было продано около 1 млн новых российских автомобилей, прежде всего выпущенных "Автовазом", то поставки концерна "Фольксваген" составили только 7,4 тыс. штук, что было, например, почти в 3 раза меньше поставок корейской фирмы из Узбекистана "УздэуАвто"²¹⁰.

Тем не менее нельзя сказать, что тенденция к монополизации признается подавляющим большинством экспертов. Ряд ученых считает, что и в условиях появления серьезной угрозы конкуренции государство успешно сохраняет функции по ее защите и ограничению экономической власти даже при интенсивных мирохозяйственных связях²¹¹.

С развитием глобализации изменилось и соотношение разных мотивов осуществления слияний и поглощений. Если раньше объединение компаний было в основном заключительным шагом планомерно нарастающей кооперации фирм, то в настоящее время все чаще слияния и поглощения используются для получения выгод краткосрочного характера. Именно поэтому крупные слияния не стали повсеместным долгосрочным явлением – в последнюю пару лет число так называемых мегаслияний с участием фирм ФРГ заметно сократилось²¹².

²⁰⁹ Доводы в пользу этого тезиса см.: Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия.: Пер. с англ. – М.: Экономика, 1995. Глава VIII. Монополистическая практика.

²¹⁰ Сообщение ИТАР – ТАСС, 17.1.2004.

²¹¹ См.: Хертель Х.-Х. Глобализация требует ревизии концепции современного интервенционистского государства // Politekonom. 1997. №7. – http://www.politekonom.ru/ec_pol/antology/arch_antol/1022831777.rtf.

²¹² Говорить о тенденции к монополизации некоторым аналитикам позволял резко повышательный тренд в стоимости трансграничных слияний и поглощений с участием германских компаний в 1994-2000 гг. Если в 1993 г. объем сделок составил 6,7 млрд долларов, то в 1994 г. показатель достиг 12,1 млрд, 1995 г. – 26,0 млрд, 1996 г. – 29,9 млрд. После некоторого снижения объема сделок в 1997 г. (до 25,1 млрд) показатель стал стремительно расти – в 1998 г. он уже достиг 85,7 млрд, в 1999 г. – 125,1 млрд (68% составили гер-

Всегда, конечно, основным мотивом является стремление повысить маневренность, расширить рынки сбыта или диверсифицировать производство с целью повышения общей эффективности деятельности компаний. Однако иногда реальным толчком к сделке становится благоприятное соотношение цен акций на фондовых рынках, а долгосрочные последствия не просчитываются в должной мере.

Исследование специально созданного в 1999 г. для изучения этого вопроса НИИ при университете городов Виттен и Хердекке (ФРГ) показало, что лишь сами предприниматели оценивают слияния в основном положительно (из 103 изученных компаний, участвовавших в крупных слияниях, руководители 47% назвали последствия слияний очень хорошими и хорошими, 42% – удовлетворительными и лишь 11% – плохими). При этом признанные показатели экономического развития компаний говорят часто об обратном: только 44% объединенных компаний смогли увеличить торговый оборот и лишь у 24% выросла стоимость акций – у большинства фирм эти показатели в результате объединения сократились. Высок процент успешных слияний лишь в сфере услуг. Аналогичные данные приводит известное агентство "КПМГ" – в 1998-2001 гг. в ФРГ лишь в 38% случаев цена акций выросла более чем на 5% (причем у многих фирм перед этим были плохие показатели), тогда как у 59% объединенных фирм акции упали в цене более чем на 5%. Наиболее успешно развивались те фирмы, где другой компанией приобретено менее 25% акций²¹³. По прибылям чаще выигрывают не те, кто покупает, а те, кого приобретают. Как следствие, отнюдь не все важнейшие компании стремятся объединяться (примером служит позиция руководства "БАСФ")²¹⁴.

Некоторые специалисты считают, что число слияний – характеристика циклическая, причем в каждой волне преобладают фирмы определенных отраслей, а пик объединений фирм есть реакция на неожиданные шоки в отрасли²¹⁵. На наш взгляд, выделение периодов преобладания отдельных мотивов условно. Так, ряд исследователей выделяет эпоху стремления к установлению рыночной власти, которая существовала в начале XX в. Позднее это стремление было ограничено антимонопольными законами, но, по нашему мнению, почти любое поглощение усиливает рыночные позиции (а значит, и экономическую власть) фирмы. В 60-е годы популярным было стремление к диверсификации – чрезмерное увлечение ею привело многие конгломераты несвязанных производств к неудачам, но нельзя сказать, что от нее полностью отказались. Пик враждебных поглощений пришелся на 80-е годы, но их доля никогда не превышала 10-20% всех сделок²¹⁶.

Тем не менее не всякая даже успешно развивающаяся фирма может защитить себя от слияния и поглощения. "Закон о регулировании открытых предложений о приобретении ценных бумаг и поглощении компаний", вступив в силу в ФРГ с 1 января 2002 г., гарантирует невозможность враждебного поглощения (путем установления четких сроков реализации этапов объединения фирм и возможности поиска альтернативного варианта) или краткосрочных спекулятивных покупок (запрещена перепродажа фирмы в те-

манские приобретения), 2000 г. – рекордные 305,7 млрд долларов (81% пришелся на покупки фирм ФРГ иностранными концернами). Однако уже в 2001 г. оборот по трансграничным сделкам по слияниям и поглощениям снизился до 105,6 млрд долларов, а в 2002 г. – до 91,7 млрд. (World Investment Report 2003. P. 289, 293).

²¹³ Frankfurter Allgemeine Zeitung. 29.05.2000, 23.05.2002.

²¹⁴ См.: *Andrade G., Mitchell M., Stafford E.* Op. cit. P. 103-120; Frankfurter Allgemeine Zeitung. 19.04.2000.

²¹⁵ См.: *Mitchel M.L., Mulherin J.H.* The Impact of Industry Shocks on Take-over and Restructuring Activity // Journal of Financial Economics. 1995. №2. P. 193-229; *Nuhn H.* Fusionsfieber – Neuorganisationen der Produktion in Zeiten der Globalisierung // Geographie und Schule. 1999. Dezember. S. 16-21.

²¹⁶ Кроме того, периодизация проводится на основе фактического материала о США. Даже в исследованиях германской специфики слияний немецкими учеными часто используются в основном американские данные (например, в названной работе Х. Нуна).

чение года)²¹⁷. Однако закон не гарантирует, что благодаря колебаниям курса акций даже процветающая независимая фирма не станет чьим-то филиалом. Показателен пример компании "Кампс", которая за 20 лет успела пройти 4 из 5 описанных в главе 1 стадий развития (причем за последние 10 лет торговый оборот фирмы вырос в 114 раз). Но именно в силу успеха в 2002 г. вопреки желанию основателя фирмы Х. Кампса (у него 8% акций) и других менеджеров она была поглощена итальянским лидером макаронного производства "Барилла", предложившим акционерам по 12,5 евро за акцию при рыночной котировке менее 10 евро²¹⁸.

Подытоживая сказанное отметим, что значительное число слияний и поглощений безусловно изменяет концентрацию капитала в различных отраслях промышленности и сферы услуг, а иногда заметно увеличивает рыночную власть отдельных компаний. В то же время говорить о серьезной тенденции монополизации рынков Германии или ЕС в целом вряд ли оправданно. Значительная часть слияний и поглощений связана либо со стремлением выжить в условиях усиления конкуренции благодаря повышению эффективности и концентрации финансовых средств на проведении дорогостоящих НИОКР, либо с желанием получить спекулятивную прибыль из благоприятного соотношения цен на акции объединяющихся компаний.

3.4. Специфика портфельного инвестирования в условиях объединения фондовых рынков ЕС

Современная стадия развития мирового хозяйства характеризуется повышением значения портфельных капиталовложений. Кроме того, как показано выше, все чаще прямое инвестирование сопровождается выходом компаний на фондовый рынок. Тем не менее до сих пор портфельные капиталовложения сохраняют тесную связь с национальными рынками – несмотря на теоретические обоснования необходимости диверсификации портфельных инвестиций (см. главу 1), в большинстве развитых стран зарубежными являются менее 10% всех инвестиций этого вида. В ФРГ из-за господства так называемой "холдинговой" модели капитализма и традиционного консерватизма немецких инвесторов фондовый рынок развит намного слабее, чем, например, в США или Великобритании. В результате даже с учетом прямых инвестиций в руках иностранцев в 2000 г. находилось лишь 16% акций германских фирм. Барьерами для наращивания иностранных портфельных капиталовложений в ФРГ являются также низкая степень прозрачности финансовой деятельности компаний, невысокие показатели рентабельности многих фирм и большое влияние на их деятельность банков-кредиторов и трудовых коллективов²¹⁹.

Основное внимание зарубежных портфельных инвесторов приковано к германским государственным долгосрочным ценным бумагам с фиксированным доходом. Долговые обязательства германского правительства имеют самый высокий кредитный рейтинг и привлекают многочисленных инвесторов из разных стран. При всей относительности такого рейтинга следует отметить, что его присваивают только таким ведущим державам как США, Япония, Великобритания и Франция, либо экономически высокоразвитым и стабильным малым странам (Нидерландам, Швейцарии, Австрии, Люксембургу и др.). В результате, последние годы иностранные инвестиции в германские государственные облигации (прежде всего федерального правительства) характеризуются положительным сальдо, вследствие чего их накопленная сумма в ФРГ стабильно возрастает. Высокий суверенный рейтинг ФРГ косвенно отражается и на доверии, оказываемом ино-

²¹⁷ Wertpapiererwerbs- und Übernahmegesetz (20.12.2001), zuletzt geändert durch Art. 71 (25.11.2003) I 2304.

²¹⁸ Frankfurter Allgemeine Zeitung, 16.04.2002, 24.04.2002, 27.05.2002.

²¹⁹ См.: Зарицкий Б.Е. Указ. соч. С. 122-129; Alecke B., Untiedt G. Op. cit. P. 544-558.

странными портфельными инвесторами к ценным бумагам с фиксированным доходом частных германских компаний. По иностранным капиталовложениям в них также каждый год наблюдается высокое положительное сальдо (табл. 14).

В последние несколько лет заметно возросла доля инвестиций в такой сравнительно редкий вид ценных бумаг как инвестиционные сертификаты – свидетельства об участии в специальных фондах ценных бумаг (инвестиционных фондах), дающие право на получение определенного дохода.

Привлечение зарубежных портфельных инвестиций в акции и облигации, краткосрочных кредитов и некоторых других видов капиталовложений в отличие от описанного выше прямого инвестирования не позволяет принимающей стороне заметно стимулировать экономический рост, а осуществляющей стороне способствовать росту национального производства и занятости. Фактически данная часть инвестиционного сектора в значительной мере существует в отрыве от реального производства товаров и услуг. При этом общей чертой всех видов инвестиций в условиях глобализации стал рост их мобильности, что создает угрозу дестабилизации национальных экономик. Так, в 2003 г. зарубежные инвесторы приобрели в ФРГ ценных бумаг без учета дериватов (т.е. производных финансовых инструментов) почти на 2,8 трлн евро, что многократно превосходило размеры их ПИИ в Германии. В то же время почти на такую же сумму иностранные инвесторы продали германских ценных бумаг, в результате чего прирост иностранных капиталовложений в германские ценные бумаги составил в 2003 г. лишь 87,5 млрд евро (табл. 14).

Значительные объемы перепродажи с незначительным результирующим сальдо инвестиций характерны для каждого года и почти для всех статей как иностранных капиталовложений в германские ценные бумаги, так и германских инвестиций в зарубежные акции, облигации и др. (табл. 14). Наиболее ярко данная тенденция проявляется при осуществлении зарубежных инвестиций в дериваты (опционы, фьючерсы, свопы), что вполне закономерно, так как лишь иллюстрирует назначение этих финансовых инструментов. Они являются производными от обращающихся на фондовом рынке акций, облигаций и других ценных бумаг и предназначены прежде всего для хеджирования (страхования) рисков. Кроме того, перепродажа дериватов привлекает многочисленных финансовых спекулянтов.

В то же время незначительная часть инвестиций в дериваты сохраняет тесную связь с реальным сектором. Например, остающиеся в ряде стран ограничения для иностранных филиалов порождают новые формы инвестиций – так, менее выгодные условия кредитования в сравнении с местными фирмами вынуждают прямых инвесторов в лице ТНК использовать для снижения издержек валютные свопы.

Таблица 14

Германия: зарубежные инвестиции в ценные бумаги, млрд евро

Статья движения капитала	1999	2000	2001	2002	2003
Сальдо инвестиций в ценные бумаги (ЦБ) без учета дериватов	- 9,3	- 155,8	+ 26,6	+ 37,0	+ 52,1
Сальдо германских инвестиций в зарубежные ЦБ, в т.ч.	- 177,4	- 203,4	- 129,6	- 69,0	- 35,5
<i>Покупка ЦБ, в частности:</i>	<i>1625,3</i>	<i>2341,1</i>	<i>2683,8</i>	<i>2498,7</i>	<i>2598,4</i>
- ЦБ, приносящие дивиденды	387,9	813,1	560,8	420,5	342,3
- инвестиционные сертификаты	81,3	135,6	126,5	144,6	153,3
- долгосрочные ЦБ с фиксированным доходом (ФД) в евро	661,8	868,3	1293,1	1298,1	1482,4

- долгосрочные ЦБ с ФД в др. валютах	364,9	400,6	525,8	424,7	361,9
- гос. и частные краткосрочные ЦБ	129,3	123,4	177,6	210,9	258,5
<i>Продажа ЦБ, в частности:</i>	<i>1447,9</i>	<i>2137,7</i>	<i>2554,2</i>	<i>2429,6</i>	<i>2562,9</i>
- ЦБ, приносящие дивиденды	319,9	710,9	545,2	415,1	349,7
- инвестиционные сертификаты	67,2	103,1	106,8	137,8	149,4
- долгосрочные ЦБ с ФД в евро	573,7	793,1	1204,1	1248,4	1450,6
- долгосрочные ЦБ с ФД в др. валютах	358,4	405,5	519,6	423,5	355,4
- гос. и частные краткосрочные ЦБ	128,6	125,1	178,5	204,8	257,8
Сальдо иностранных инвестиций в германские ЦБ, в т.ч.	+	+ 47,6	+	+	+ 87,5
	168,1		156,2	106,0	
<i>Покупка ЦБ, в частности:</i>	<i>1893,3</i>	<i>2316,1</i>	<i>2756,5</i>	<i>2491,8</i>	<i>2777,7</i>
- ЦБ, приносящие дивиденды	414,6	769,7	717,9	568,5	575,8
- инвестиционные сертификаты	28,8	48,6	43,1	84,7	85,3
- гос. долгосрочные ЦБ с ФД	999,1	897,4	1111,5	976,4	1092,9
- частные долгосрочные ЦБ с ФД	297,1	360,6	617,8	522,6	616,1
- гос. краткосрочные ЦБ	27,2	27,0	39,4	61,9	92,4
- частные краткосрочные ЦБ	126,4	212,7	226,8	277,6	315,2
<i>Продажа ЦБ, в частности:</i>	<i>1725,2</i>	<i>2268,5</i>	<i>2600,3</i>	<i>2385,8</i>	<i>2690,2</i>
- ЦБ, приносящие дивиденды	392,0	805,6	629,2	551,7	551,4
- инвестиционные сертификаты	23,1	37,6	42,0	85,0	86,9
- гос. долгосрочные ЦБ с ФД	966,7	875,1	1103,3	927,3	1074,7
- частные долгосрочные ЦБ с ФД	231,9	309,0	544,8	492,5	568,9
- гос. краткосрочные ЦБ	27,0	26,8	32,7	55,2	78,8
- частные краткосрочные ЦБ	84,5	214,3	248,3	274,2	329,6
Сальдо операций с дериватами	- 2,2	- 5,5	+ 6,3	- 0,5	+ 0,8

Составлено на основе: Zahlungsbilanzstatistik: 2003. S. 50-53.

Зарубежные капиталовложения имеют более важное значение в инвестиционных портфелях германских фондовых игроков по сравнению с ролью иностранных портфельных инвестиций в самой ФРГ. Если в 1987 г. доля заграничных ценных бумаг составляла в инвестиционных портфелях частных вкладчиков 20%, то в 2001 г. – уже 41%. Инвестиционные фонды из ФРГ вкладывают в зарубежные ценные бумаги вообще 2/3 средств. Последнее, правда, может объясняться неумением или нежеланием менеджеров этих фондов работать на более рискованном, но и более доходном рынке германской "новой экономики"²²⁰. При этом инвесторы предпочитают в основном ценные бумаги, выпущенные в странах ЕС и США.

Наибольший интерес для германских инвесторов, вкладывающих средства за рубежом, представляют долгосрочные ценные бумаги с фиксированным доходом, номинированные в единой европейской валюте евро (главным образом, еврооблигации). В 1998 г. доля инвестиций в облигации, номинированные в немецких марках, в общем объеме германских капиталовложений в зарубежные долгосрочные ценные бумаги с фиксированным доходом составляла меньше 1/5, тогда как в 1999 г. доля инвестиций в номинированные в евро ценные бумаги с фиксированным доходом превышала 60% и за следующие 4 года достигла 80%. Таким образом, после введения единой европейской валюты относительный интерес германских инвесторов к облигациям, номинированным в долларах, фунтах стерлингах и других валютах, заметно понизился. Во многом это связано также с начавшимся процессом объединения фондовых площадок Европы.

²²⁰ См.: Зарицкий Б.Е. Указ. соч. С. 109-110, 121-122.

Особенно большое внимание этот процесс оказывает на заграничное портфельное инвестирование в ценные бумаги, приносящие дивиденды (т.е. в акции). Еще в 80-е годы фирмы ФРГ выставляли часть своих акций на продажу на биржах Цюриха, Парижа, Милана, Мадрида и др. Однако выход на иностранный фондовый рынок был длительной процедурой. Вызовы глобализации стимулировали процесс объединения европейских бирж.

Если в 80-90-е годы шел интенсивный процесс консолидации региональных бирж в пределах отдельных европейских стран, то весной 1999 г. в Мадриде было подписано предварительное соглашение между 8 ведущими биржами Европы о необходимости создания панъевропейской фондовой биржи (единой электронной торговой системы). Она должна была бы объединить национальные фондовые рынки Великобритании, Германии, Франции, Бельгии, Нидерландов, Испании, Италии и Швейцарии. Из ведущих европейских фондовых площадок к соглашению не присоединилась только Стокгольмская биржа, которая впоследствии (в 2000 г.) даже воспрепятствовала быстрой реализации данного соглашения. В то же время в скандинавских странах также идет процесс слияния бирж – в частности, биржа "НОРЕКС" образована путем объединения фондовых площадок Норвегии, Швеции, Исландии и Дании.

К настоящему времени пока оправдываются прогнозы умеренных пессимистов, отмечавших, что процесс создания панъевропейской биржи (возможно, с участием некоторых фондовых площадок США) займет значительное число лет. В то же время первая объединенная биржа "Евронекст" уже действует – в сентябре 2000 г. она была сформирована путем слияния бирж Амстердама, Брюсселя и Парижа, а в начале 2002 г. ею были поглощены Лондонская международная биржа фьючерсов и опционов, а также португальская Фондовая биржа Лиссабона и Порту²²¹. Срыв в 2000 г. соглашения о слиянии Лондонской и Франкфуртской фондовых бирж не остановил процесса унификации правил торговли на них. В 2003 г. в прессе вновь появилась информация о возможностях углубления сотрудничества этих бирж в будущем²²². При этом уже сейчас реальностью стало то, что рынок евроакций и еврооблигаций стал доступен не только крупным фирмам ФРГ, но и значительной части средних компаний.

Кроме того, объединение европейских бирж способно уменьшить периферийность германского фондового рынка. Безусловно, германский сегмент находится намного ближе к ядру мирового фондового рынка, нежели к расположенным на самой периферии фондовым рынкам России, Турции, стран Латинской Америки и Юго-Восточной Азии. В то же время по отношению к фондовым рынкам США, Великобритании, Нидерландов, в меньшей степени Франции и ряда других западноевропейских государств германский фондовый рынок является "полупериферийным".

Строгое доказательство относительной периферийности фондового рынка ФРГ не входит в нашу задачу. В частности, в книге не ставится цель определить с помощью сложного инструментария финансовой теории, в какой степени по сравнению с фондовым рынком США германский рынок приближается к "эффективному состоянию", т.е. цены на нем отражают любую имеющуюся информацию, включая внутрифирменную (такую как сведения о грядущих объявлениях о слияниях компаний)²²³. Нами будет показан полупериферийный характер германского фондового рынка (прежде всего рынка акций) с помощью ряда косвенных признаков.

²²¹ Официальный сайт фондовой биржи Euronext N.V. – <http://www.euronext.com>.

²²² Guardian Newspapers. 16.01.2003.

²²³ В качестве вводной работы в данную тему можно порекомендовать опубликованную в университете Франкфурта-на-Майне брошюру, посвященную эволюции скрытых рисков на германском фондовом рынке в 1995-1999 гг.: *Hafner R., Wallmeier M. The Dynamics of DAX Implied Volatilities // December 2000* – http://www.math.uni-frankfurt.de/~stoch/hafner_wallmeier.pdf.

На основании проведенных В.Р. Евстигнеевым расчетов для 47 национальных фондовых индексов за период с января 1999 г. по декабрь 2001 г.²²⁴, на наш взгляд, можно выделить несколько типов фондовых рынков стран по отношению мгновенной доходности к мгновенной волатильности (изменчивости курсов), т.е. зависимости ежедневной нормы доходности от уровня риска. Центральная область мирового рынка акций – американский фондовый рынок – по рассматриваемому параметру близка к рынкам Великобритании, Нидерландов, в меньшей степени Чехии, Швейцарии, Франции и Испании. Все они отличаются средним уровнем доходности и волатильности. На самой периферии находятся фондовые рынки России, Турции, Бразилии, Мексики и ряда других стран с крайне высокими и доходностью, и волатильностью. Существует и несколько групп "полупериферийных" фондовых рынков. В частности, рынки акций ФРГ, Японии, Италии и Бельгии отличаются крайне низкой доходностью при значительной изменчивости курсов.

Во многом с полупериферийным характером германского рынка акций связана низкая капитализация большинства ведущих концернов ФРГ, которая ограничивает возможности их динамичного роста. Особенно хорошо это видно на примере отношения рыночной капитализации к торговому обороту в 2001 г. у ведущих топливно-энергетических, электротехнических и химических компаний. Так, этот показатель для американской "Эксон мобил" составлял 1,60, британской "Бритиш петролеум" – 1,15, нидерландско-британской "Ройял Датч-Шелл" – 1,40, а германской "РВЭ" – лишь 0,40, у американской фирмы "Дженерал электрик" – 2,96, а у германского концерна "Сименс" – только 0,76, у американских "Проктер энд Гэмбл" и "Доу Кэмикл" – соответственно 2,98 и 1,08, а у германских "БАСФ" и "Байер" – соответственно только 0,82 и 0,97²²⁵.

Конечно, оценка компаний по их рыночной капитализации в значительной мере подвержена воздействию спекулятивных эффектов. Например, один из лидеров германского фондового рынка концерн "Дойче Телеком" потерял с 10 марта 2000 г. по 28 мая 2002 г. 82,6% своей капитализации. Во второй половине 2002 г. акции германских компаний, особенно телекоммуникационных, вновь стали расти. В итоге главный германский фондовый индекс "DAX" ("Дакс") достиг в ноябре 2002 г. максимума, после чего за 4 месяца обвалился на 1/3, а затем с середины марта 2003 г. у него вновь установился положительный тренд, в результате которого уже в августе был превышен показатель ноября 2002 г., а к концу 3-го квартала этот фондовый индекс превысил показатель полугодовой давности на 2/3²²⁶. В начале 2004 г. германский фондовый рынок по-прежнему характеризовался высокой положительной динамикой, причем на фоне неустойчивого развития фондовых рынков большинства других стран зоны евро, США и Великобритании²²⁷. Тем не менее даже при таких заметных среднесрочных колебаниях ведущие компании ФРГ стабильно недооценены портфельными инвесторами, прежде всего иностранными. Слияние европейских бирж и начало котировок части ценных бумаг ведущих германских компаний на более развитых фондовых рынках способны стимулировать рост стоимости германских фирм.

Относительная периферийность германского фондового рынка объясняет также его меньшее влияние на мировой рынок акций по сравнению с фондовыми рынками

²²⁴ См.: *Евстигнеев В.Р.* Указ. соч. С. 83-84.

²²⁵ Расчеты автора на основе: 500 крупнейших компаний мира по рыночной капитализации (Financial Times) // Ведомости. 26.03.2002; Die hundert größten Unternehmen // Frankfurter Allgemeine Zeitung. 8.07.2002.

²²⁶ Не случайно, что из-за нестабильности курсов акций при вычислении индекса "DAX-30" для выбора 30 фирм учитывается не только их капитализация, но и торговый оборот (Frankfurter Allgemeine Zeitung. 31.05.2002). В то же время использование такой методики иллюстрирует господство в ФРГ холдинговой, а не акционерной модели капитализма.

²²⁷ Официальный сайт компании "Морган Стэнли" – <http://www.msci.com>.

США, Великобритании и Франции – по своему воздействию на мировую динамику огромный германский рынок акций сопоставим с довольно небольшим рынком Нидерландов²²⁸.

В связи с тем, что многие западноевропейские фондовые рынки находятся ближе к ядру мирового рынка, запланированное создание в будущем единой европейской биржи может ликвидировать периферийность германского рынка и повысить к нему интерес зарубежных инвесторов.

Завершая эту главу, напомним, об основных особенностях германских капиталовложений за рубежом и иностранных инвестиций в ФРГ. Германия характеризуется сложными межрегиональными диспропорциями в привлекательности для ПИИ фирм разных стран и отраслей. В целом процесс распространения ПИИ по стране подтверждает описанные нами в главе 1 теоретические предположения. Ослабление эффекта соседства при размещении германских прямых инвестиций за рубежом также укладывается в описанные нами механизмы.

Участившиеся слияния и поглощения с участием концернов ФРГ являются, как правило, их ответом на обостряющуюся конкуренцию в связи с насыщением рынков ЕС и развитием современной промышленности в странах ЦВЕ и Юго-Восточной Азии. Эту черту мирового хозяйства вряд ли оправданно связывать с усилением монополизации рынков. При этом механизм слияний показывает связь прямых и портфельных инвестиций.

Германские портфельные инвестиции за рубежом и иностранные в ФРГ постоянно растут, но оборот ценных бумаг по-прежнему заметно уступает объемам операций, характерных для фондового рынка США. Полупериферийный характер германского рынка ценных бумаг может быть преодолен, в частности, благодаря начавшемуся объединению бирж.

В географическом плане основная часть прямых и портфельных инвестиционных потоков связывает Германию с соседними западноевропейскими странами и США. Лишь в последнее десятилетие заметно возросли германские прямые капиталовложения в странах ЦВЕ.

²²⁸ Относительное влияние национальных фондовых рынков на мировой рынок В.Р. Евстигнеев предлагает определять по так называемым бета-коэффициентам, взвешенным по коэффициентам детерминации R^2 и нормированным на коэффициент влияния американского рынка. Бета-коэффициенты получаются из формулы: $r_w = \alpha_i + \beta_{i,w} * r_i + \varepsilon$,

где r_w – сглаженная на скользящем недельном периоде ежедневная доходность фондового индекса мирового рынка, α_i – смещение, $\beta_{i,w}$ – коэффициент, выражающий реакцию доходности мирового рынка на динамику доходности данного национального рынка, r_i – сглаженная на скользящем недельном периоде ежедневная доходность фондового индекса данного национального рынка i , ε – статистический "шум". Доходность определяется как разность натуральных логарифмов ежедневных значений соответствующих индексов, которые взяты из базы данных "Морган Стэнли". Мировой рынок представлен 50 национальными сегментами. Получение взвешенного коэффициента и его нормирование проводится по формуле:

$$\beta_{i,w}^* = \frac{\beta_{i,w} * R_{i,w}^2}{\beta_{USA,w} * R_{USA,w}^2}.$$

В результате для 1999-2001 гг. взвешенный бета-коэффициент для рынка акций США составил 1,00, Великобритании – 0,60, Франции – 0,53, ФРГ – 0,44, Нидерландов – 0,42, Канады – 0,39, Италии – 0,34, Австралии – 0,31, Швейцарии – 0,29, Швеции и Испании – 0,28, еще у 11 стран – от 0,10 до 0,20 (Евстигнеев В.Р. Указ. соч. С. 254-256).

Глава 4. Перспективы интенсификации внешнеэкономических связей со странами ЦВЕ и СНГ

4.1. Значение расширения ЕС для интенсификации торговых и инвестиционных связей ФРГ

С 1 мая 2004 г. членами ЕС стали 10 государств, в том числе 8 стран ЦВЕ (Польша, Венгрия, Чехия, Словакия, Эстония, Латвия, Литва, Словения). В ближайшие несколько лет ожидается присоединение Болгарии и Румынии. О своем желании вступить в Евросоюз заявила Хорватия. Расширение единого рынка ЕС с его свободой движения товаров и услуг, людей и капитала не может не отразиться на интенсификации торговых и инвестиционных связей ФРГ с ЦВЕ. Однако, на наш взгляд, не стоит переоценивать значение этого процесса, так как страны ЦВЕ традиционно являются одним из ключевых направлений экономической экспансии фирм ФРГ.

Германия завоевала позиции важнейшего торгового и инвестиционного партнера стран ЦВЕ еще в начале XX века. Торговая экспансия германских фирм в экономически менее развитые, но политически независимые Австро-Венгрию, Румынию, Болгарию, Сербию и Российскую империю (включавшую в себя современную территорию 3 стран Балтии и значительную часть Польши) компенсировала незначительные размеры германских колоний. На Восток шли средства производства, которые обменивались в основном на продовольствие (хотя Германия частично ограничивала его ввоз). Интенсификация торговых отношений сопровождалась и ростом инвестиций – к 1914 г. на территорию нынешних стран ЦВЕ приходилось около 1/3 накопленных германских ПИИ²²⁹. В частности, германский капитал господствовал в австро-венгерской металлургической, электротехнической, машиностроительной и химической промышленности (в пределах ЦВЕ в основном на территории современных Венгрии и Чехии).

В межвоенный период, несмотря на экономические трудности Веймарской республики (которые вызвали в 1925 г., например, ограничения на ввоз польского угля и промышленных товаров) и дезинтеграционные последствия мирового экономического кризиса 1929-1933 гг., Германия сохраняла тесные связи со своими восточными соседями. Так, в 1938 г. на Германию приходилось 35% западноевропейского экспорта в регион и 29% импорта из него²³⁰. По Польше, окруженной почти со всех сторон территорией Германии, показатели были еще выше.

Конечно, значительные потрясения XX века не сохранили неизменными связи столетней давности, однако следы былого сотрудничества способствуют современной интенсификации внешнеэкономических связей Германии и стран ЦВЕ. С одной стороны, сформировалась хорошая репутация германских товаров в восточноевропейских странах. С другой стороны, германские фирмы проявляют повышенный интерес к рынкам восточных соседей, часто восстанавливая свои позиции, утраченные в эпоху "холодной войны" и построения социализма в странах ЦВЕ.

Следует отметить, что в 70-80-е годы характер отношений с разными социалистическими странами у западногерманских компаний (а именно они сейчас играют доминирующую роль во внешнеэкономических связях ФРГ) заметно отличался. Если в отношениях СССР с ФРГ большое значение имели проекты на компенсационной основе (советское топливо и металлургическая продукция обменивались на западногерманское оборудование), то связи с Венгрией, Польшей и Румынией, а отчасти с Чехословакией, были

²²⁹ Расчеты автора по: Всемирная история. Т. VII. – М.: Изд-во социально-экономической литературы, 1960. Карта к с. 296.

²³⁰ ФРГ. Наши деловые партнеры / Отв. ред. В.С. Паньков и Г.А. Астреин. – М.: Международные отношения, 1993. С. 30.

более разносторонние. Предприятия этих стран сравнительно интенсивно участвовали в производственной кооперации с западногерманскими компаниями, в результате чего в экспорте этих стран в ФРГ преобладала готовая продукция, доля которой к тому же постепенно росла²³¹. Торговые связи ФРГ с Болгарией и Албанией были незначительными, тогда как Югославия занимала особое место в отношениях с Западной Германией. В силу особого характера социалистического строя в СФРЮ, она поддерживала не только тесные торговые, но даже инвестиционные связи с ФРГ (например, еще в 1972 г. в Сараево был построен автосборочный завод концерна "Фольксваген"). При этом в 80-е годы на Югославию приходилось около 1/3 всей западногерманской торговли с ЦВЕ.

Все сказанное показывает, что события последнего десятилетия вряд ли могут оказать решающее воздействие на характер отношений ФРГ с разными странами ЦВЕ в долгосрочном плане, перечеркнув значение ранее сложившихся связей. Безусловно, расширение ЕС на Восток стимулирует развитие германских торговых и инвестиционных связей в ЦВЕ, однако вступление или невступление той или иной страны в Евросоюз в первых рядах играет, на наш взгляд, второстепенную роль.

В значительной степени политическое решение о расширении ЕС само опирается на уже существующие экономические связи – в частности, именно присоединение к Евросоюзу Польши в наибольшей степени приветствовалось предпринимателями Германии, правительство которой оказывало весьма ощутимое влияние на весь ход процесса принятия новых членов ЕС. По степени конвергенции Польша заняла последнее место из принимаемых в ЕС стран ЦВЕ, причем по этому показателю была ближе к Болгарии и Румынии, а не к Словении или Чехии²³². Однако стоит вспомнить, что Болгария и Румыния не являются важными экономическими партнерами не только ФРГ, но и других "старых" членов ЕС (та же Эстония также мало связана с экономикой ФРГ, но представляет особый интерес для Финляндии и других стран Северной Европы).

Для развития торгово-инвестиционного сотрудничества явно большее значение имеет распространение европейской валюты евро, а не ликвидация последних протекционистских барьеров, связанных главным образом с миграцией рабочей силы (задача либерализации торговли ЦВЕ с ЕС была решена еще в 1991-1996 гг. в результате подписания серии Европейских соглашений о фактической ассоциации стран-кандидатов с ЕС). Уже к концу 2000 г. немецкая марка, которую в 2002 г. окончательно сменил евро, стала денежной единицей в Боснии и Герцеговине (правда, наряду с местной валютой), а также в Черногории и автономном крае Косово и Метохия (Союзной Республики Сербия и Черногория) – в двух государствах, присоединение которых к ЕС в ближайшие годы даже не обсуждается. Все другие страны ЦВЕ (за исключением Албании) полностью или частично привязали свои валюты евро. Некоторые из них это сделали еще задолго до решения о присоединении к ЕС в 2004 г., привязав национальные денежные единицы к немецкой марке. В числе последних в 2002 г. к евро были привязаны литовский лит и (наряду с сохранением ориентира на доллар) румынский лей. При этом уже больше 3/4 внешней торговли ФРГ со странами ЦВЕ ведется на базе евро (в этом отношении перспективы интенсификации российско-германских хозяйственных связей выглядят хуже из-за доминирования в российской экономике доллара США)²³³.

Какую роль играет процесс расширения ЕС на изменение межстрановых диспропорций в торгово-инвестиционных связях Германии с ЦВЕ, показывают также статисти-

²³¹ Федеративная Республика Германия / Отв. ред. В.Н. Шенаев, М. Шмидт, Д.Е. Мельников – М.: Мысль, 1983. С. 243-244.

²³² Monitor EU-Erweiterung. MOE / Deutsche Bank Research. 2002. №10. P. 29.

²³³ Гутник В.П. Политика хозяйственного порядка в Германии. – М.: Экономика, 2002. С. 178; Расширение ЕС на восток: Предпосылки, проблемы, последствия / ИМЭМО РАН – М.: Наука, 2003. С. 44.

ческие данные о динамике и душевых показателях германского экспорта и накопленных ПИИ в регионе (табл. 15).

Таблица 15

Сравнение интенсивности и динамики экспорта товаров и прямых инвестиций фирм ФРГ в страны ЦВЕ

Страна	Прирост накопленных ПИИ, %		Накопленные ПИИ на душу населения, евро, 2001	Прирост экспорта, %		Экспорт на душу населения, евро, 2002
	1998-1999	2000-2001		1998-1999	2000-2002	
ЦВЕ, всего	70	57	242	19	43	472
Чехия	60	49	797	19	59	1558
Венгрия	53	33	793	42	32	1119
Словакия	78	119	387	21	44	754
Хорватия	321	91	265	- 19	47	408
Польша	90	69	241	17	30	416
Словения	51	32	214	13	14	1188
Латвия	94	163	139	6	83	371
Эстония	...	418	130	- 8	100	458
Болгария	64	55	52	28	61	145
Литва	146	126	35	- 12	103	437
Румыния	91	120	33	24	64	145
Босния и Герцеговина	...	115	14	14	37	108
Македония	...	100	10	20	- 1	127
Сербия и Черногория	65	- 24	7	- 40	164	82
Албания	менее 3	57	11	23

Составлено по расчетам автора на основе: Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Mai 2002. S. 19-20; Die Kapitalverflechtung ... Juni 2003. S. 19-20; Rangfolge der Handelspartner... 2002. – www.destatis.de; Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland... 2001. S. 298; UNCTAD Handbook of Statistics 2003. P. 314.

Рассматриваемые годы выбраны нами не случайно – в 1997 г. было объявлено, что в первую "волну" кандидатов войдут Чехия, Венгрия, Польша, Словения и Эстония (наряду с Кипром) и 31 марта 1998 г. с ними начались официальные переговоры о вступлении в ЕС. Переговоры с кандидатами "второй" волны начались в марте 2000 г., а уже к концу года была озвучена скорректированная позиция Евросоюза, в соответствии с которой (так называемый "принцип регаты") в первых рядах могли быть приняты все кандидаты, отвечающие поставленным им условиям (в итоге в 2004 г. к ЕС не присоединились только Румыния и Болгария)²³⁴.

В 1998-1999 гг. наибольший рост накопленной суммы германских ПИИ наблюдался в Хорватии, не относившейся ни к первой, ни ко второй "волне" кандидатов, а также в Литве, Латвии и Румынии, которые оказались во второй "волне", тогда как наименьший рост капиталовложений был в наиболее перспективных кандидатах – Венгрии и Словении. И хотя Венгрия оказалась в те же два года в числе лидеров по приросту германского экспорта, от нее не намного отстали страны второй "волны" - Болгария, Румыния и Словакия, тогда как Албания, не относящаяся к кандидатам на вступление в ЕС, даже

²³⁴ Подробный обзор хронологии и проблем расширения ЕС за счет стран ЦВЕ см.: Расширение ЕС на восток. С. 14-58, 75-104.

опередела ее. Среди стран, в которые за этот период товарный экспорт ФРГ сократился были и Югославия (Сербия и Черногория), и Хорватия, и Литва, и Эстония.

По-видимому, повышение шансов кандидатов второй "волны" на скорейшее вступление в ЕС оказало некоторое положительное воздействие на динамику германских ПИИ и экспорта в эти страны. Если в 2000-2001 гг. темпы прироста накопленных прямых капиталовложений фирм ФРГ в Чехии, Венгрии, Польше и Словении (как впрочем, в Литве и Болгарии) сократились по сравнению с предыдущими двумя годами, то в Словакии, Латвии и Румынии (как впрочем, и в Эстонии) увеличились. Можно ли рассматривать стремительный рост германского экспорта в последние годы в Эстонию, Латвию и Литву как результата их приема в 2004 г. в ЕС сказать сложно – не меньше впечатляет и динамика экспорта ФРГ в Сербию и Черногорию, Хорватию, а также в Болгарию и Румынию.

Пример Хорватии (см. табл. 15) показывает, что вступление в ЕС в 2004 г. не является необходимым условием для интенсификации германских торгово-инвестиционных связей с той или иной страной ЦВЕ. В то же время заметное повышение в последние годы интереса фирм ФРГ к Эстонии, Латвии и Литве вероятнее всего связан с их вступлением в ЕС в значительной степени. Насколько реально скажется расширение ЕС на Восток на характере экономических связей германских компаний в ЦВЕ более точно можно будет говорить лишь через несколько лет, когда станет ясно, насколько удачным оказалось вступление новых членов в Евросоюз в экономическом плане. Пока же можно с уверенностью отметить, что расширение ЕС является далеко не единственным фактором, определяющим региональные различия в характере экономических связей германских компаний в постсоциалистических странах Европы.

4.2. Региональные различия в активности германских фирм в постсоциалистических странах

Региональные различия в особенностях деятельности германских фирм в странах ЦВЕ и СНГ определяются двумя группами причин. Теоретические аспекты первой из них описаны нами в главе 1, тогда как вторая группа обусловлена спецификой экономической и социально-политической трансформации бывших социалистических стран. Хотя ни один из факторов не является решающим, действуя в комплексе, они заметно усиливают контрасты между странами и их районами.

При рассмотрении роли Германии во внешней торговле и привлеченных ПИИ в постсоциалистические страны Европы хорошо виден эффект соседства. На ФРГ приходится более 60% торгового оборота Чехии и Венгрии, более 40% оборота Польши, Словакии и Словении. В то же время у расположенных восточнее и южнее Румынии, Болгарии, Молдавии, стран Балтии, бывших югославских республик (кроме Словении) этот показатель составляет 20-30%, а у наиболее удаленных от ФРГ Албании, Белоруссии, Украины и России – менее 15% торгового оборота²³⁵.

В привлечении ПИИ эффект соседства в сильной мере сопряжен с влиянием культурно-исторической близости. Максимальная доля у Германии в Словакии, Венгрии, Чехии и Польше. В Словении, Хорватии и Боснии и Герцеговине роль Германии намного ниже и она уступает Австрии, а также почти всем бывшим республикам СФРЮ (так как их старые связи до сих пор сильны). Еще меньше германская доля в странах Восточной и Юго-Восточной Европы, которые в наибольшей степени удалены от ФРГ и никогда не были ни германскими, ни австрийскими территориями. Наименьшее значение ПИИ фирм

²³⁵ Расчеты автора на основе: International Financial Statistics. January 2003. P. 78-965; Rangfolge der Handelspartner... 2002. – www.destatis.de

ФРГ в Эстонии, где преобладают шведские и финские капиталовложения, в Белоруссии, где доминируют российские инвестиции, в Литве, где германские инвестиции уступают капиталовложениям других стран Балтийского региона, и в Македонии, где больше всего роль греческих ПИИ²³⁶.

Как было показано в главах 1 и 2, внешняя торговля и ПИИ взаимосвязаны, поэтому очень часто преобладание страны или района в одном виде экономических отношений приводит к их лидерству и в другом. Характерный пример – автозавод "Ауди Хунгария Мотор" в венгерском Дьёре. Это совершенно новое предприятие по сборке автомобилей и выпуску двигателей концерн "Фольксваген" построил в 1994 г. За 1994-1999 гг. ПИИ составили 1,6 млрд марок (т.е. 0,8 млрд евро), что составило более 15% всех германских и 4% иностранных прямых капиталовложений в Венгрии, причем из них 600 млн марок были вложены в одном 1999 г. В 2002 г. на предприятии вновь были значительно расширены производственные мощности. Этот завод стал крупнейшим экспортером в Венгрии (11% экспорта страны) и поставляет легковые автомобили, а также двигатели (на заводы концерна "Фольксваген" и его дочерних фирм в ФРГ, Испанию и Чехию)²³⁷. В результате округ (медье), в котором расположен этот город, лидирует и по привлеченным германским ПИИ, и по обороту внешней торговли ФРГ в стране, опережая даже Будапешт²³⁸.

Эффекты соседства и культурно-исторической близости проявляются и на внутри-страновом уровне. Например, в Польше на территории, входившие до 1945 г. в состав Германии (большинство из которых приграничные с ФРГ), приходится свыше 1/3 польского экспорта в ФРГ и около 1/4 импорта, тогда как доля этих территорий в населении Польши – порядка 1/5. В других районах страны выделяются лишь крупнейшие экономические центры – Варшава, Лодзь, Познань, Гданьск, Катовице (Верхнесилезская агломерация) и Быдгощ, причем лишь первые два не входили в состав Германии до 1918 г., и только Варшава не была включена фашистским режимом в состав Германии в октябре 1939 г. Значение восточных воеводств крайне мало, несмотря на то, что там расположены такие крупные города, как Краков и Люблин²³⁹.

Эти эффекты и связанная с ними иерархически-волновая диффузия предприятий проявляются также при размещении германских ПИИ. Например, в Чехии крупнейшим зарубежным инвестором в банковское дело является баварский "Хюпо-Ферайнсбанк", образованный слиянием банков "Байерише Ферайнсбанк" и "Хюпобанк". Оба они пришли в Чехию в 1992 г. и за первые 5 лет открыли в стране соответственно 6 и 20 филиалов²⁴⁰. На примере первого банка прослеживается только привлекательность крупнейших экономических центров – филиалы "Ферайнсбанк" разместил в 6 из 7 тогдашних областных центров Чешской Республики. "Хюпобанк" открыл филиалы во всех без исключения 13 административных центрах страны периода до 1968 г. (включая приграничные с ФРГ Либерец, Усти-над-Лабем, Карлови-Вари, Пльзень и Ческе-Будеёвице), а также в 7

²³⁶ Расчеты автора на основе: Об иностранных инвестициях в экономику России в 2002 г. / Госкомстат России – <http://www.goskomstat.ru>; *Силаев Н.* Мост на Балканы // Эксперт. 2000. №9. С. 14-18; *Симонян Р.* Страны Балтии: общее и особенное (социально-экономический аспект) // Вопросы экономики. 2002. №9. С. 110-111; Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Juni 2003. S. 16-26; Österreichische Direktinvestitionen im Ausland und ausländische Direktinvestitionen in Österreich. Stand per Ende 2001. – Wien, 2003. S. 14; World Investment Report 2003. P. 257-261.

²³⁷ Neue Zürcher Zeitung. 20.06.2000; World Investment Report 2003. P. 229.

²³⁸ См.: *Barta G.* Foreign Investment in the Hungarian Economy: The Role of Transnational Companies // Netherlands Geografische Studies / Netherlands Geographical Studies. 1994. №181. P. 131-149.

²³⁹ См.: *Rößner T. et al.* Die mitteleuropäische West-Ost-Achse Sachsen-Schlesien-Galizien // Daten – Fakten – Literatur zur Geographie Europas. 1998. Heft 5. S. 153-155.

²⁴⁰ См.: *Klagge B.* Internationalisierung des Bankwesens in Osteuropa // Wirtschaftsgeographie. 1997. Band 12. S. 106-108.

небольших городах. Среди них и 5 приграничных городов, входивших в 1938-1945 гг. в состав Германии. Кроме того, в их число входит Млада-Болеслав, где расположен крупнейший германский инвестиционный проект в чешскую промышленность – головной автотомат фирмы "Шкода". Еще в самом начале 90-х годов концерн "Фольксваген" приобрел 31% акций этой фирмы за 600 млн марок, а со временем в несколько этапов увеличил долю участия до 100%, заплатив в 2000 г. за последний 30-процентный пакет акций 650 млн марок²⁴¹. Кроме того, за 90-е годы вокруг Млада-Болеслава сформировалась целая сеть поставщиков и смежников фирмы "Шкода", в некоторой части из которых присутствует германский капитал. В основном это мелкие и средние фирмы, однако среди них есть и крупные инвестиционные проекты концернов "Сименс" и "Роберт Бош" по производству электротехнического оборудования для автомобилей.

Важными причинами формирования межстрановых и внутристрановых различий в распределении германских ПИИ являются цели их осуществления и отрасли, в которые они направляются. Из названных в главе 1 трех групп целей (освоение рынков, снижение издержек, доступ к ресурсам) стремление использовать природные или интеллектуальные ресурсы не имеет у германских фирм в восточноевропейских странах большого значения.

В некоторых странах важны главным образом их рынки сбыта. Примерами служат Румыния, Болгария и страны СНГ, которые не привлекают низкими трудовыми издержками ради производства на экспорт, так как у них выше издержки по транспортировке продукции в страны ЕС в сравнении с расположенными западнее Польшей, Чехией, Венгрией, Словакией, Словенией и Хорватией. Сбытовые фирмы, как показано в предыдущих главах, размещаются обычно в крупных агломерациях, которые и привлекают основную часть германских ПИИ в государствах Юго-Восточной Европы и СНГ.

В расположенных западнее постсоциалистических странах германских инвесторов интересуют и сбыт, и налаживание производства ради снижения издержек, поэтому размеры капиталовложений в целом больше (ср. размеры ПИИ на душу населения в табл. 15 в предыдущем параграфе). К тому же ради низких издержек инвестор часто идет в периферийные регионы – в восточноевропейских странах образовательный уровень рабочих везде неплохой, а зарплаты за пределами столиц ниже, тогда как безработица – выше. Кроме того, привлекательные для германских инвесторов промышленные предприятия размещаются в разных районах страны. По этой причине в Чехии, Венгрии и Польше роль столичных агломераций в привлечении германских ПИИ относительно невелика.

Однако эффекты соседства и культурно-исторической близости являются далеко не единственными факторами различий в интенсивности экономических отношений с ФРГ. Крайне важное значение имеет уровень развития постсоциалистических стран. Например, в 1992 г. валовой доход на душу населения в Словении превышал показатель Македонии в 7 раз. Как показано выше, в условиях глобализации за счет углубления специализации растут встречные поставки товаров, что интенсифицирует торговлю, а вслед за ней и потоки капиталов между наиболее близкими по развитию странами. Поэтому вполне закономерно, что Словения и Македония, имея почти одинаковое население, заметно различаются и по обороту торговли с ФРГ (в 2002 г. в 10 раз), и по размерам привлеченных германских ПИИ (в конце 2001 г. 21,3 раза), причем последние годы разрыв лишь нарастает²⁴². Также различается интенсивность отношений бывших социалистических стран Европы с другими государствами-членами ЕС. В итоге экономика наиболее развитых стран дополнительно стимулируется хозяйственными связями с ЕС.

²⁴¹ Frankfurter Allgemeine Zeitung, 23.05.2000.

²⁴² Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Juni 2003. S. 20; Rangfolge der Handelspartner... 2002. – www.destatis.de

Сочетание воздействия уровня развития страны с закономерностями диффузии зарубежных предприятий обуславливает использование Польши многими фирмами ФРГ как плацдарма для проникновения в другие страны ЦВЕ и Россию, а последней – как базы для завоевания рынков стран СНГ. Польша – одна из развитых стран ЦВЕ, выгодно расположена относительно ФРГ, обладает самым емким рынком сбыта (ее население больше чем в Румынии в 1,7 раза, Чехии, Венгрии, Союзной Республики Сербия и Черногория – в 3,7-3,9 раза, других государств – еще больше). Россия же бесспорно доминирует в СНГ.

Весомую роль играет не только общий уровень развития экономики постсоциалистической страны, но и ее отраслевая структура. Специализация этих стран определяет их место во внешней торговле с ФРГ (табл. 16). Так, роль станков максимальна в Чехии, по экспорту угля и кокса выделяется Польша, нефти и нефтепродуктов – Россия, цветных металлов – также Россия, а кроме того, Болгария и Словения. Высока роль мебели и других изделий из дерева у Польши и Словении, овощей и фруктов – у Болгарии и Польши, обуви – у Румынии и Словакии. По значению в поставках в ФРГ чугуна и стали выделяются Польша (за счет Верхней Силезии и Кракова) и Словакия (благодаря мощному комбинату в Кошице), а также Словения и Чехия.

Однако в 90-е годы благодаря иностранным капиталовложениям специализация некоторых стран заметно изменилась. Например, Чехия и раньше выделялась своим автомобилестроением, однако ПИИ концерна "Фольксваген" способствовали расцвету этой отрасли также и в Словакии. В самом начале 90-х годов им был приобретен за чуть более чем 100 млн марок контрольный пакет акций фирмы "Братиславске Аутомобилове Заводи", которая занимала ничтожные позиции на рынке автомобилей. После доведения своего контроля до 100% и реализации масштабной модернизации концерн "Фольксваген" превратил этот автозавод в одно из ведущих промышленных предприятий Словакии и крупнейшего экспортера (16% экспорта страны в 2001 г.). С расширением производственных мощностей этой компании и ее смежников связано значительное число инвестиционных проектов с участием германского капитала (например, строительство завода по производству коробок передач и различных компонентов для автомобилей в городе Мартин)²⁴³.

Германские и другие иностранные капиталовложения способствовали масштабной модернизации электротехнической и электронной промышленности Венгрии. Это позволило предприятиям страны заметно укрепить свои позиции на мировых рынках (в том числе при поставках в ФРГ).

Заметно усилилась роль стран региона в производстве текстильной продукции. Доля любой восточноевропейской страны не превышает 2% в германском импорте текстильной продукции, если не учитывать производство на основе давальческого сырья. В то же время географическая близость, дешевизна рабочей силы и сравнительно высокое качество продукции вывели страны ЦВЕ в число безусловных лидеров по поставкам текстильной продукции из давальческого сырья в ФРГ. В 2000 г. на них приходилось 2/3 этих поставок, в том числе на Польшу – 17,6%, Румынию – 14,1%, Чехию – 14,0%, Венгрию – 5,9%, Словакию – 4,3%, Болгарию – 3,1%. Из Польши и Румынии в ФРГ ввозится в основном одежда – их доля в германском импорте одежды из давальческого сырья составляет 18,2% и 16,7% соответственно. В импорте из Чехии доля готовой одежды, напротив, низкая. В ближайшие годы прогнозируется значительное сокращение доли Польши за счет Украины и Белоруссии. Пока же доля Польши, а также Венгрии и Чехии несколько снижается за счет роста значения поставок из Румынии и Болгарии (в ФРГ направляется 35% одежды, произведенной в Румынии, и 39% одежды, пошитой в Болга-

²⁴³ БИКИ. 2003. №1.

рии). Географическая близость проявляется даже на внутристрановом уровне. Например, в Румынии в северо-западных уездах (на границе с Венгрией) уровень почасовой оплаты труда швеи стоит в 1,5 раза больше чем в смежных с Молдавией восточных уездах, но при этом доставка в ФРГ из них происходит с задержкой в 1-2 дня, а стоимость транспортировки возрастает почти на 1/4²⁴⁴.

Таблица 16

Доля важнейших отделов товарного импорта ФРГ из ее ведущих восточноевропейских партнеров в 2001 г.

Отдел товаров	Бол-гария	Венг-рия	Поль-ша	Рос-сия	Румы-ния	Сло-вакия	Сло-вения	Че-хия
33: нефть и нефтепродукты	0,1	0,7	0,2	65,8	0,2	1,0	0,0	0,6
84: одежда	45,7	3,6	8,1	0,7	45,2	7,0	10,4	2,8
78: автомобили	0,9	17,2	9,1	0,1	3,7	32,2	15,4	15,8
71: энергетическое оборудование	1,0	21,7	8,1	0,4	0,7	1,9	3,6	3,0
68: цветные металлы	4,8	1,2	3,2	14,0	0,3	1,1	4,2	0,9
82: мебель	1,5	2,3	10,4	0,4	5,5	2,8	13,7	3,9
77: электротехника	5,8	11,5	6,8	0,3	10,4	8,4	13,3	13,3
74: нагреватели, охладители, насосы, механические приборы и инструменты	7,1	3,3	2,9	0,2	1,9	6,2	4,3	8,7
69: метизы	2,4	2,7	6,2	0,4	2,2	3,7	4,9	8,1
75: конторское оборудование и ЭВМ	0,3	8,0	0,1	0,0	1,9	1,3	0,2	2,7
76: другая электроника	0,3	7,8	1,7	0,1	1,5	2,5	0,7	1,7
85: обувь	1,6	1,7	0,7	0,0	5,1	3,3	1,1	0,5
32: уголь и кокс	0,0	0,1	4,3	1,6	0,0	0,0	0,0	0,9
72: тракторы и станки	1,0	2,0	1,6	0,2	0,8	1,9	2,9	4,3
67: чугун и сталь	1,7	1,1	3,8	2,1	2,5	4,7	3,4	2,9
65: ткань и пряжа	3,9	0,8	2,6	0,3	2,8	2,3	1,5	3,8
63: изделия из дерева (кроме мебели)	1,1	0,4	3,4	0,4	2,2	0,8	2,6	1,3
05: овощи и фрукты	3,0	1,2	3,3	0,1	0,5	0,1	0,2	0,2
<i>Другие отделы</i>	<i>17,8</i>	<i>12,7</i>	<i>23,5</i>	<i>12,9</i>	<i>12,6</i>	<i>19,4</i>	<i>17,6</i>	<i>24,6</i>

Составлено по расчетам автора на основе: International Trade by Commodity Statistics 1996/2001. Vol. 4 / OECD – Paris, 2002. P. 165-240.

Особенности размещения ведущих отраслей промышленности также определяют не только различия между государствами ЦВЕ и СНГ, но и территориальную структуру капиталовложений фирм ФРГ внутри отдельных стран. Например, в Белоруссии крупнейшими германскими инвестиционными проектами являются расположенные в Витебске фабрики "Белвест" и "Эвимар", брестская "Санта-Импекс", минские "Отико" и "МАЗ-МАН", а также находящаяся в Борисове фирма "Фребор"²⁴⁵.

Совместное предприятие по производству обуви "Белвест" было организовано еще в 1989 г. в Витебске на базе крупной фабрики "Красный Октябрь" с участием капитала германской фирмы "Саламандер". Через несколько лет в этом же городе совмест-

²⁴⁴ См.: БИКИ. 2001. №127, БИКИ. 2003. №5.

²⁴⁵ См.: World Investment Directory 2003. Country Profile: Belarus. P. 6.

ное с германской компанией "Эвимекс" предприятие по производству фурнитуры и колодок для обуви создала другая крупная фабрика города – "Марко". Третье обувное предприятие с участием германского капитала в Белоруссии – "Отико" – возникло в 1996 г. в ходе реструктуризации крупной минской фабрики "Луч", когда на ее основе было создано 5 компаний с участием иностранного капитала. Предприятие "МАЗ-МАН" в Минске также образовано на базе крупного завода – по производству грузовиков.

Создание в 1992 г. в известном индустриальном центре страны Борисове, лежащем на трассе Москва – Минск, предприятия по производству медицинского оборудования совместно белорусской стороной, германской фирмой "Фрезениус" и швейцарской компанией "Австропекс" иллюстрирует тот факт, что сложившиеся индустриальные районы привлекают ПИИ и в совершенно новые предприятия нетрадиционных для них отраслей. В таких случаях германских инвесторов интересует наличие квалифицированной рабочей силы, возможности по налаживанию связей с местными предприятиями и т.д.

Лишь выбор в 1993 г. места размещения совместного предприятия "Санта-Импекс-Брест" по переработке рыбы и морепродуктов был в незначительной степени обусловлен существовавшей промышленной структурой в стране – решающим фактором стал режим свободной экономической зоны "Брест" и выгодное экономико-географическое положение Бреста на пути транзита из России в ФРГ.

Формирование территориальных предпочтений германских инвесторов с преимущественным учетом сложившейся региональной структуры местной экономики (причем не только отраслей промышленности, но и сферы услуг, имеющей пока в большинстве стран ЦВЕ подчиненный характер) во многом определяется высокой ролью совместных предприятий при осуществлении прямых капиталовложений. В силу особенностей политико-экономического режима, существующего в Белоруссии, пример этой страны наиболее яркий, однако это не исключение.

В первые годы реформ (1989 – начало 90-х годов) основная часть германских ПИИ во всех странах ЦВЕ и СНГ направлялась в совместные предприятия. В долгосрочном плане экономически более целесообразным было не реконструировать устаревшие социалистические предприятия и решать комплекс социальных проблем (например, сокращение персонала), а строить новые предприятия. Однако в тот период инвесторы из ФРГ, как и другие западные предприниматели, всерьез опасались возврата коммунистических сил к власти, а участие в фирме менее чем на 50% заметно снижало риски, существенно не ограничивая при этом контроль над предприятием²⁴⁶. Кроме того, реализация совместных проектов позволяла фирмам ФРГ снизить издержки по вхождению на рынок с его местной спецификой – восточноевропейские партнеры лучше ориентировались в существовавших в их странах бюрократических процедурах, противоречивости законодательства, национальном менталитете. Использование устаревших, но действовавших мощностей сразу давало возможность сбывать продукцию на новых рынках. Таким образом, фирмы из ФРГ сэкономили время и получали преимущества пионеров. Свою роль сыграли и государственные льготы для фирм со смешанным участием иностранного и национального капитала, в том числе предоставленные в ходе приватизации.

Даже среди крупных германских инвестиционных проектов 1989-1991 гг. преобладали совместные предприятия. Например, ими были все крупнейшие проекты ФРГ этого периода в Венгрии: фирма "Кемпински" вложила в Будапеште 70 млн марок в пакет акций отеля, почти 20 млн марок составили ПИИ фирмы "Мессер Грисхайм" в 51% акций столичного предприятия "МГ Хунгарогаз", а 13 млн марок – ПИИ фирмы "Браас унд Ко." в 22,1% акций химкомбината в Мишкольце. Из стран – основных получателей ПИИ фирм

²⁴⁶ Подробнее см.: *Schmidt K.-D. Motives of large multinationals investing in small transition countries: a literature review // Kieler Arbeitspapiere. 1995. №668. P. 1-27.*

ФРГ в регионе лишь в Польше крупнейший германский проект в начале 90-х годов не был совместным: "Сименс" купил в ходе приватизации 100% акций завода по выпуску электрогенераторов во Вроцлаве.

Для стран региона преобладание совместных предприятий (причем во время масштабной приватизации) было положительным явлением – фирмы из ФРГ не просто осуществляли экономическую экспансию на новые рынки, но и налаживали сотрудничество с местными компаниями. Со временем многие фирмы ФРГ выкупили долю местных партнеров. Однако это не означает, что сотрудничество германских и местных фирм (особенно промышленных) ослабло. В своей экономической экспансии на Восток фирмы ФРГ ради снижения издержек опираются на все большее число местных смежников. При этом в наиболее развитых странах ЦВЕ филиалы интегрируются в производственно-сбытовые цепочки германских концернов. Страны ЦВЕ и СНГ получают от притока германских ПИИ много положительного: они способствуют росту занятости в регионе, насыщению его рынков качественными товарами, передаче "ноу-хау" и обучению специалистов в ФРГ, стимулируют развитие национального сектора экономики бывших социалистических стран.

Однако главной целью фирм ФРГ все же с самого начала был захват новых рынков. При этом германские предприниматели понимали угрозу для собственных компаний со стороны местных предприятий – как только те модернизировали производство и нанимали профессиональный управленческий персонал, они начинали успешно конкурировать с компаниями из ФРГ благодаря более низким издержкам. Вполне понятное отстаивание фирмами ФРГ собственных экономических интересов в странах ЦВЕ порождает, по данным социологических опросов, настороженное отношение некоторых жителей региона к сотрудничеству с компаниями ФРГ (как, впрочем, и с фирмами других западноевропейских стран), которое может усилиться в связи с расширением ЕС на Восток. В первую очередь это обусловлено с захватом германскими компаниями ключевых позиций в некоторых отраслях стран ЦВЕ. В то же время интенсификация торговли с ФРГ и германские ПИИ, с помощью которых предприятия стран ЦВЕ включаются в производственно-сбытовые связи западноевропейских компаний, а также стыковка транспортных и телекоммуникационных систем стран Западной Европы и ЦВЕ способствовали постепенной интеграции большинства восточноевропейских государств в единое европейское экономическое пространство еще до официального включения этих стран в ЕС.

Важное влияние на формирование различий между странами ЦВЕ и СНГ в интенсивности хозяйственных связей с Германией оказывают успехи рыночных реформ, темпы либерализации внешнеэкономических отношений. Например, в Венгрии и Словении специальный закон, регулирующий ПИИ, был принят еще в 1988 г., тогда как в остальных постсоциалистических странах – не ранее 1991 г. В результате благодаря лидерству в открытии экономики для иностранного капитала с Венгрией и Словенией сравнима по накопленным ПИИ всех стран на душу населения лишь Чехия. Важную роль играли успехи приватизации, темпы развития банковского и страхового секторов, другие преобразования, приближающие предпринимательскую среду бывших социалистических стран к рыночной экономике.

Ход реформ во многом зависел от помощи стран Запада, от активности иностранных предпринимателей, которые шли прежде всего в самые развитые постсоциалистические государства, чья экономика была наиболее восприимчивой к внешним стимулам развития. Дополнительные ПИИ приходили в те страны, где для них открывали все новые отрасли. Например, среди всех стран региона лишь в Венгрии с самого начала реформ не было препятствий для деятельности иностранных страховых фирм. В результате германский страховой концерн "Альянц" стал лидером отрасли в стране, так как еще в 1990 г. приобрел 49% акций одной из двух крупнейших венгерских страховых фирм

"Хунгария Бистозито", выкупив оставшиеся акции в 1996 г. В других странах региона "Альянц" также ведет бизнес, но к 2000 г. не поднялся выше 3-го места в отрасли (в Словакии и Румынии)²⁴⁷. Схожая картина в банковском деле, энергетике, торговле лекарствами и в других отраслях, где масштабы ограничений ПИИ сильно различаются по странам.

Помимо итогов социально-экономических преобразований важна политическая стабильность. Вооруженные конфликты на территории бывшей СФРЮ пагубно отразились на германских экономических связях со всей Юго-Восточной Европой. Блокада Союзной Республики Югославия (ныне Сербия и Черногория) косвенно отразилась также на Болгарии, Македонии, других государствах. После некоторой стабилизации этнических конфликтов в регионе экономические отношения с ФРГ сразу интенсифицировались. Из накопленной суммы германских ПИИ к началу 2001 г. в Македонии более 1/2, в Хорватии – около 77%, в Боснии и Герцеговине – свыше 87% приходится на прирост в 1999-2000 гг., тогда как в среднем по бывшим социалистическим странам и КНР показатель составил 38%²⁴⁸.

Таким образом, региональные различия в интенсивности экономических связей фирм ФРГ в бывших социалистических странах связаны, во-первых, с влиянием культурно-исторической близости и эффекта соседства, во-вторых, с учетом инвесторами сложившихся особенностей территориальной структуры хозяйства (прежде всего размещения различных отраслей промышленности), в третьих, с исходным уровнем общего развития экономики стран ЦВЕ и СНГ, а в-четвертых, со скоростью и спецификой их социально-экономической и политической трансформации.

4.3. Особенности деятельности германских компаний в России и других странах СНГ

По интенсивности торгово-инвестиционных контактов с Германией страны СНГ уступают основной части государств ЦВЕ. При этом на Россию в 2002 г. пришлось 71,2% товарного экспорта ФРГ в страны Содружества, 82,5% импорта Германии из СНГ, а также (на конец 2001 г.) 79% накопленных ПИИ фирм ФРГ в СНГ.

Из других стран СНГ заметную роль в германских экономических связях играют только Украина, Белоруссия и Казахстан. В 2002 г. на Украину пришлось 14,3% германского экспорта в СНГ и 4,8% импорта, на Белоруссию – 5,5% экспорта в СНГ и 2,2% импорта, а на Казахстан – соответственно 3,9% и 9,0%. Эти же три страны наряду с Россией являются основными получателями капиталовложений компаний из ФРГ – в конце 2001 г. доля Украины в накопленных германских ПИИ в СНГ составила чуть меньше 13%, Казахстана – около 6%, Белоруссии – порядка 1%. На остальные 8 государств СНГ приходится лишь около 5% германского товарного экспорта в страны Содружества и 1,5% импорта, а также чуть более 1% всех накопленных ПИИ фирм ФРГ в Содружестве²⁴⁹.

Объемы германского экспорта в страны СНГ напрямую определяются емкостью их рынков сбыта. Коэффициент корреляции по 12 государствам СНГ между величиной ВВП и размерами экспорта ФРГ составил в 2002 г. 0,995. Даже если отбросить Россию, показатели по которой на порядок больше, чем по другим странам Содружества, коэффициент корреляции все равно составляет 0,935.²⁵⁰ Благодаря наличию у Казахстана и Азер-

²⁴⁷ Финансовые известия. 5.02.1998; Handelsblatt. 24.08.2000.

²⁴⁸ Расчеты автора на основе: Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Mai 2002. S. 19-20.

²⁴⁹ Расчеты автора на основе: Die Kapitalverflechtung mit dem Ausland. Juni 2003. S. 19-20; Rangfolge der Handelspartner... 2002. – www.destatis.de

²⁵⁰ Расчеты автора на основе: Rangfolge der Handelspartner... 2002. – www.destatis.de; UNCTAD Handbook of Statistics 2003. P. 313-314.

байджана значительных запасов углеводородного сырья, интересующего германских потребителей, у этих стран возникает в торговле с ФРГ значительное (с приблизительно двукратным превышением) положительное сальдо. У других стран внешнеторговые отношения с ФРГ крайне вялые, причем германские поставки машин и оборудования, химикатов и другой готовой продукции значительно превосходят поставки товаров основных отраслей специализации стран СНГ. Наиболее интенсивные контакты – у европейских стран СНГ в силу их территориальной близости к ФРГ. В частности, Украина ввозит из ФРГ прежде всего станки, автомобили, лекарства и химикаты, а экспортирует текстиль, черные и цветные металлы.

Следует учесть, что в сознании многих германских предпринимателей на постсоветском пространстве место СССР заняла одна Россия. Особенно это явно проявилось в первой половине 90-х годов, когда закладывались основы сотрудничества в современных рыночных условиях - например, в ходе опроса 1993-1994 гг. менее 8% германских бизнесменов знали о существовании независимой Белоруссии²⁵¹. Особые шансы по развитию тесных экономических отношений с Германией имел Казахстан, где в начале 90-х годов более 5% населения составляли этнические немцы. Однако этот фактор почти не использовался Казахстаном, а в настоящее время вследствие проводимой в стране национальной политики большая часть немцев переехала в ФРГ либо соседние области России. В результате, у всех без исключения стран СНГ влияние периферийности лишь добавляется к проблемам интенсификации хозяйственных связей с ФРГ, которые характерны для России.

Германия традиционно является ведущим внешнеторговым и инвестиционным партнером России. Между многими российскими и германскими фирмами установились тесные торговые и производственные связи. Количественные и качественные изменения, произошедшие в российско-германских хозяйственных связях после кризиса 1998 г., позволяют, на наш взгляд, говорить о новом периоде экономического сотрудничества двух стран, для которого характерно смягчение многих проблем.

В середине 90-х годов размер российского экспорта товаров в Германию приблизительно соответствовал величине российского импорта товаров из ФРГ (табл. 17). Основной статьей российских поставок были энергоносители, а также цветные металлы и другие виды сырья и полуфабрикатов. Из ФРГ завозились преимущественно машины и оборудование, товары широкого потребления и продукты питания. Объемы взаимной торговли стран мало менялись год от года, так как для их ощутимого роста существовали препятствия, связанные с кризисом неплатежей на российских предприятиях и другими проблемами трансформируемой экономики.

Кризис августа 1998 г. и его последствия оказали значительное влияние на российско-германскую торговлю товарами. Из-за эффекта девальвации рубля и роста российского импортозамещающего промышленного производства германские поставки в Россию в 1998-2000 гг. неуклонно сокращались, прежде всего за счет продовольственных товаров. Лишь с 2001 г. наметилась тенденция к восстановлению докризисного уровня поставок из ФРГ в Россию. Это связано с увеличением покупательной способности россиян вследствие динамичного экономического роста в стране – в результате вновь повысился интерес россиян к качественной, но более дорогой германской продукции. Российский экспорт в ФРГ, в котором по-прежнему преобладают энергоносители, напротив, заметно вырос из-за установления благоприятной конъюнктуры на нефтяных и газовых рынках. В итоге в торговле России с ФРГ установилось стабильное положительное сальдо (табл. 17).

²⁵¹ См.: *Русакович А.В.* Белорусско-германские экономические отношения (1991-1996) // Международные отношения. 1999. №1. – http://www.un.minsk.by/publications/journal/journal1_99.

Динамика российско-германской внешней торговли товарами

Показатель	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Экспорт России в ФРГ, млн долл.	6208	6735	6531	5719	6205	9232	9194	8035
<i>его доля в российском экспорте, %</i>	<i>7,9</i>	<i>7,9</i>	<i>7,7</i>	<i>8,0</i>	<i>8,5</i>	<i>9,0</i>	<i>9,2</i>	<i>7,6</i>
<i>его доля в германском импорте, %</i>	<i>1,3</i>	<i>1,5</i>	<i>1,5</i>	<i>1,2</i>	<i>1,3</i>	<i>1,9</i>	<i>1,9</i>	<i>...</i>
Импорт России из ФРГ, млн долл.	6483	5192	6643	5486	4202	3898	5808	6586
<i>его доля в российском импорте, %</i>	<i>13,9</i>	<i>11,2</i>	<i>12,5</i>	<i>12,6</i>	<i>13,9</i>	<i>11,5</i>	<i>13,9</i>	<i>14,3</i>
<i>его доля в германском экспорте, %</i>	<i>1,2</i>	<i>1,0</i>	<i>1,3</i>	<i>1,0</i>	<i>0,8</i>	<i>0,7</i>	<i>1,0</i>	<i>...</i>
Баланс, млн долл.	-275	+1543	-112	+233	+2003	+5334	+3386	+1449

Все данные – в фактически действовавших ценах; внешняя торговля России рассматривается с учетом торговли с Белоруссией. Следует учитывать, что российские и германские статистические данные заметно различаются.

Составлено по расчетам автора на основе: Российский статистический ежегодник. 2003. – М.: Госкомстат России, 2003. С. 634, 636; Россия и страны – члены Европейского союза. 2003. – М.: Госкомстат России, 2003. С. 223.

Доминирование сырьевых товаров в российском экспорте в ФРГ является не очень желательным для России, хотя бы в силу больших колебаний и в целом более медленного роста цен на них по сравнению с готовой промышленной продукцией. Однако в ближайшей и среднесрочной перспективе такая специализация России сохранится, тем более что германские потребители заинтересованы в закупке различных видов сырья и полуфабрикатов. Более того, возможна диверсификация российского сырьевого экспорта в ФРГ за счет заметного роста поставок электроэнергии, которые были начаты с октября 2000 г. При этом, как и в случае с поставками природного газа, препятствием для наращивания экспорта в Германию служит проблема модернизации транспортной инфраструктуры.

В то же время восстановление в послекризисный период промышленного производства в России после спада первой половины 90-х годов способствует наращиванию экспорта готовой продукции в ФРГ. Его рост продолжается даже на фоне конъюнктурных сокращений общих объемов российского экспорта. Например, в I полугодии 2003 г. российские поставки готовых товаров в Германию увеличились на 17,9%. Среди них преобладает продукция химической, металлургической и деревообрабатывающей отраслей. Весьма неплохо выглядят перспективы увеличения экспорта в ФРГ у российских компаний этих отраслей и в будущем – например, поставок стального проката с антикоррозийными покрытиями, высококачественных спецсталей и ферросплавов, клееного бруса, фанеры, древесно-стружечных плит, целлюлозы и газетной бумаги, дешевой мебели, рыбо- и морепродуктов, овощных и фруктовых консервов, минеральных удобрений, некоторых видов пластмасс, сырья для фармацевтической промышленности²⁵². В то же

²⁵² См.: По странам и континентам. ФРГ. – <http://www.look4b.ru/InfSyst/countries/Germania>.

время доля машин и оборудования в российском экспорте в ФРГ видимо еще долго будет колебаться около 1%.

Нельзя не признать, что многим современным отраслям российской обрабатывающей промышленности еще предстоит значительное наращивание конкурентоспособности своей продукции, что само по себе может облегчить ее доступ на германский рынок. В то же время заметно увеличить объемы российского экспорта в ФРГ способно и снижение протекционистских барьеров в ЕС. Однако уже сейчас российские компании входят в число ведущих поставщиков в Германию. В 2002 г. Россия заняла 15-е место среди стран, чьи фирмы экспортируют продукцию в ФРГ.

В 2002 г. Россия заняла также 15-е место и среди стран-импортеров германской продукции (предварительные данные за 2003 г. показывают, что Россия поднялась на 14-е место). Основу российского импорта из ФРГ составляют машины и оборудование. В 2001-2002 гг. на них приходилось около 53% импорта из Германии, а в I полугодии 2003 г. показатель возрос до 55%. При этом за счет германских поставок удовлетворяется свыше 1/4 российских потребностей в промышленном оборудовании. На химические товары (прежде всего лаки, краски, пластмассы, синтетический каучук) в последние годы стабильно приходится порядка 17% российского импорта из ФРГ. Доля металлов и метизов составляет около 7%, текстильных изделий и обуви – более 4%, товаров компаний деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности – около 3%.²⁵³

В отличие от предкризисного периода значение продукции агропромышленных компаний ФРГ в российском импорте заметно снизилось, хотя по-прежнему ее доля доходит до 10%. Такое сокращение в 1999-2000 гг. было связано с девальвацией рубля и соответственно резким удорожанием германского продовольствия. При постепенном выравнивании цен на российские и импортные товары восстановления объемов поставок агропромышленной продукции из ФРГ не произошло из-за усиления конкуренции со стороны российских пищевых компаний, сумевших подняться на волне импортозамещения, а также организации германскими пищевыми компаниями ряда производств на территории России.

Для поддержки экспортных поставок германских компаний в Россию правительство ФРГ использует кредитование с помощью государственного страхового общества "Гермес". До июля 1994 г. действовали льготные условия, согласно которым кредитовалось 100% суммы контракта и предоставлялась 10-летняя рассрочка платежа. В 1995-1998 гг. ежегодно выделялся лимит средств для поставок в Россию с 85-процентным страхованием через "Гермес" в размере 1,5 млрд марок (т.е. около 0,77 млрд евро). Чаще предпочтение отдавалось фирмам из новых земель ФРГ. В 1996 г. по степени риска Россия была переведена из наихудшей пятой категории в четвертую, что было вызвано позитивными сдвигами в области ликвидации коммерческой задолженности перед германскими фирмами. Кризис августа 1998 г. заметно осложнил ситуацию с деятельностью общества "Гермес", но к настоящему времени возникшие из-за кризиса проблемы ликвидированы. С апреля 2002 г. был установлен общий лимит выдаваемых средне- и долгосрочных кредитов в размере 1 млрд евро, а в июне 2003 г. он был вообще отменен. Ориентировочная максимальная величина одного кредита составляет 25 млн евро, но в случае предоставления убедительных доказательств особой приоритетности проекта может быть выдан и более крупный страховой кредит. Условием выделения кредита является суверенная государственная гарантия или гарантия частного банка. При осуществлении сделок с частными заемщиками дополнительное обеспечение может и не требо-

²⁵³ Торгово-экономические отношения Российской Федерации и ФРГ / материалы Минэкономразвития России – <http://www.economy.gov.ru/merit>.

ваться, если оправдан их выкуп или взятие под контроль в случае необходимости. Есть возможности и для гарантирования краткосрочных операций.

Основная часть торговли с Россией ведется западногерманскими компаниями. Резкое сокращение восточногерманских поставок в Россию в начале 90-х годов было связано с ошибочной политикой новых владельцев предприятий бывшей ГДР. Они считали, что при выборе между товарами, произведенными в западных землях, и товарами из восточных земель российский покупатель всегда будет предпочитать первые. Это объяснялось верой россиян в высокое качество западногерманских товаров по сравнению с "социалистической" продукцией бывшей ГДР.

В результате ФРГ потеряла многих российских покупателей запчастей к оборудованию, произведенному в ГДР. Многие виды сельскохозяйственной и дорожной техники, станков для легкой промышленности и оборудования для нефтехимии закупались Советским Союзом в ГДР²⁵⁴. После распада СЭВ и экономических трудностей 90-х годов российские предприятия в большинстве своем не имели возможности закупать новое западногерманское оборудование, а в отсутствие новых восточногерманских поставок были вынуждены разбирать часть техники на запчасти. Постепенно возникло и новое российское производство оборудования, которое в послекризисный период нередко успешно конкурирует с германской продукцией. Тем не менее возможности восстановления российско-восточногерманских связей до сих пор сохраняются.

Что касается различий между российскими регионами в интенсивности внешне-торговых связей с Германией, то в отношении российского экспорта они определяются наличием или отсутствием в субъектах Федерации крупных предприятий, поставляющих в ФРГ свою продукцию, а в отношении импорта – емкостью рынков сбыта соответствующего региона. Наглядной иллюстрацией тезиса служит торговля Москвы с Германией. В 2002 г. торговый оборот между российской столицей и ФРГ составил 2754 млн долларов, т.е. больше 1/6 всей российско-германской торговли товарами. При этом в Москве доля сырьевых предприятий низка, а именно их поставки преобладают в российском экспорте в ФРГ. Этим объясняется то, что экспорт Москвы в Германию составил лишь 136 млн долларов (т.е. доля столицы меньше 2%). В то же время сравнительно высокие денежные доходы миллионов москвичей формируют наиболее емкий потребительский рынок в России. Кроме того, в Москве располагается много современных производств, использующих германское оборудование. В результате в 2002 г. импорт Москвы из ФРГ достиг 2618 млн долларов, т.е. свыше 1/3 всего российского импорта из этой страны²⁵⁵.

Рассмотренная нами товарная торговля составляет основную часть всей внешней торговли России с ФРГ. Роль торговли услугами мала, что во многом связано с недостаточным развитием сферы услуг в России. Точные данные об этой торговле отсутствуют, но можно отметить, что значительную роль в ней наряду с услугами туристического бизнеса играют услуги, связанные с обслуживанием товаропотоков и инвестиционной деятельности – транспортные, банковские и страховые услуги, оплата труда приглашенных специалистов, организация ярмарок.

После некоторого спада инвестиционной активности германских компаний в 1998-1999 гг. в результате неуверенности предпринимателей в тенденциях послекризисного хозяйственного развития в Россию вновь стали поступать значительные объемы инвестиций фирм ФРГ (табл. 18).

По данным Госкомстата России, только за 2002 г. в Россию поступило из Германии свыше 4 млрд долларов инвестиций, основная часть которых пришлась на сферу торгов-

²⁵⁴ См.: Люфт К. Перспективы экономических связей между Восточной Германией и Россией // Проблемы теории и практики управления. 2001. №4 – <http://www.ptpu.ru>.

²⁵⁵ Партнерство Москвы и Германии: ретроспективы и перспективы // Дипломат. 2003. Октябрь – <http://www.diplomatrus.ru>.

ли. При этом доля ФРГ в поступлениях иностранных инвестиций из всех стран в российскую промышленность составила 9,3%, в том числе в черную металлургию – 12,2%, химическую и нефтехимическую отрасль – 8,5%, машиностроение и металлообработку – 11,1%, пищевую промышленность – 18,3%. Доля ФРГ в поступлениях иностранных капиталовложений в связь составила 14,0%, в торговлю и общественное питание – 34,8%, оптовую торговлю продукцией производственно-технического назначения – 17,1%.

Таблица 18

Структура германских инвестиций в России в 1995-2002 гг.

Год поступления инвестиций	Доля ФРГ, %	Всего, млн долл.	в том числе (%):		
			прямые	портфельные	прочие
1995	10,3	308	64,9	0,3	34,8
1996	4,8	332	74,4	0,3	25,3
1997	13,4	1647	20,1	0,0	79,9
1998	7,8	917	43,9	0,0	56,1
1999	8,3	780	0,4	0,0	99,6
2000	14,5	1594	77,9	0,0	22,1
2001	8,7	1237	40,0	0,0	60,0
2002, из них:	20,2	4001	10,2	0,0	89,8
<i>в промышленность</i>	<i>9,3</i>	<i>681</i>	<i>34,4</i>	<i>0,1</i>	<i>65,5</i>
<i>в торговлю и общественное питание</i>	<i>34,8</i>	<i>3065</i>	<i>1,4</i>	<i>0,0</i>	<i>98,6</i>
Накоплено на конец 2002	19,0	8146	21,0	4,7	74,3

Примечания: 1) накопленная сумма не может быть получена суммированием годовых поступлений из-за наличия каждый год оттока части ранее осуществленных капиталовложений; 2) специфика осуществления портфельных инвестиций затрудняет их своевременный учет; 3) в связи с высокой нестабильностью инвестиционной деятельности в 1998-1999 гг., данные за этот период отличаются неточностью.

Составлено на основе: Инвестиции в России. 2003 – М.: Госкомстат России, 2003. С. 97-98; Страны – основные инвесторы в экономику Российской Федерации / материалы Госкомстата России – <http://www.goskomstat.ru>.

К концу 2002 г. в России было накоплено более 8 млрд долларов германских капиталовложений, что позволяет ФРГ уверенно сохранять 1-е место среди стран-инвесторов. В 2003 г. высокий уровень инвестиционной активности германских фирм в России сохранился – только за I квартал 2003 г. в страну поступило 2720 млн долларов, а накопленная сумма германских капиталовложений возросла до 10560 млн долларов, в результате чего доля ФРГ увеличилась до 24,5%.

Инвестиционная деятельность германских фирм в России во многом связана с поддержанием сбыта их продукции в стране. Следует отметить, что ФРГ выделяется прежде всего величиной прочих инвестиций (не относящихся ни к прямым, ни к портфельным) (табл. 18). К ним относится основная часть кредитов, прежде всего торговых.

Велика связь сбытовой деятельности германских фирм и с осуществлением ПИИ. Многие предприниматели из ФРГ рассматривают российский рынок как сравнительно емкий, растущий и при этом отличающийся довольно низким уровнем конкуренции. Низкий уровень издержек в России в сочетании с квалифицированной (по крайней мере в сравнении с большинством развивающихся стран) рабочей силой обычно воспринимается как возможность выгодно заместить произведенной на российских предприятиях продукцией импорт из ФРГ, а не как благоприятный фактор для налаживания производства, ориен-

тированного на реэкспорт в ЕС. Кроме того, фирмы ФРГ учитывают возможности по использованию российских филиалов как плацдарма для завоевания рынков всего СНГ.

Германские предприятия размещены по стране крайне неравномерно. Из 1284 предприятий, подававших в 2002 г. сведения в Госкомстат России²⁵⁶, в Центральном федеральном округе находилось 616, в Северо-Западном – 381, Приволжском – 98, Южном – 63, Сибирском – 62, Уральском – 51, Дальневосточном – 13. Почти 3/4 предприятий с участием германского капитала расположено в 10 субъектах Федерации (табл. 19).

Москва – бесспорный лидер среди регионов. По данным Союза немецкой экономики (его центр сам расположен в столице), в ней находится почти 1200 представительств фирм из ФРГ, действует более 750 российско-германских совместных предприятий, порядка 550 дочерних фирм и свыше 60 филиалов германских компаний. По сведениям Госкомстата России, в столице более 500 предприятий с участием германского капитала.

Доминирование Москвы, а также Московской области по германским ПИИ нельзя просто объяснить ошибками федеральной инвестиционной политики или, напротив, успехами, столичных властей. В ходе опросов больше половины германских инвесторов серьезно критиковали политико-экономическую ситуацию, создавшуюся при нынешних городских властях²⁵⁷, кадровый состав которых мало изменился с советских времен (начиная с мэра, возглавляющего исполнительную власть в городе еще с 1990 г.). Но Москва – крупнейший экономический и политический центр России. Во всех странах при их открытии для зарубежных капиталов (если только не создаются специальные районы с законодательством, кардинально отличающимся от общегосударственного, как в Китае) именно в экономической столице страны появляются первые представительства и сбытовые филиалы. В Москве этот процесс начался еще в 70-е годы, тогда как в целом по стране – в конце 80-х годов. Например, из 32 совместных предприятий с участием западногерманского капитала, зарегистрированных в России (тогда РСФСР) к 1 марта 1989 г., 20 располагались в Москве.

Постепенно доля Москвы в числе предприятий с участием германского капитала сокращалась. Особенно заметно этот процесс стал развиваться в послекризисный период. Сначала германские инвесторы все чаще стали выбирать не Москву, а Подмосковье, где уровень развития коммуникаций и доступ к емким рынкам сбыта почти такой же как в Москве, а трудовые и другие издержки производства ниже. По мере роста информированности германских инвесторов, появления у них желания осваивать региональные рынки и размещать предприятия в регионах с наиболее благоприятным инвестиционным климатом стало возрастать в привлечении ПИИ из ФРГ значение Санкт-Петербурга, Ленинградской, Новгородской, Ярославской, Самарской и Саратовской областей (табл. 19).

Таблица 19

**Российские регионы с наибольшим числом предприятий
с участием германского капитала в конце 1998 г. и в конце 2002 г.**

²⁵⁶ По данным Минэкономразвития России, российско-германских предприятий было в 2 раза больше. Около 50% из них занято предоставлением торгово-посреднических, консультационных и информационных услуг, более 30% предприятий работает в различных отраслях промышленности, еще 15% – в сфере финансовых услуг (Торгово-экономические отношения Российской Федерации и Федеративной Республики Германия). К этим данным близки оценки Союза немецкой экономики, который в середине 2001 г. отмечал наличие более 1 тыс. совместных российско-германских предприятий, около 800 дочерних предприятий со 100% германским участием, а также порядка 100 филиалов германских компаний (Обзор германско-российских отношений в области экономики / материалы посольства ФРГ в РФ – <http://www.deutschebotschaft-moskau.ru>).

²⁵⁷ Белов В.Б. Немецкие прямые инвестиции в России. – М.: ИЕ РАН, 2002. С. 49.

Регионы	Число предприятий в 1998	Доля региона в 1998, %	Число предприятий в 2002	Доля региона в 2002, %
Вся Россия	1123	100,0	1284	100,0
Москва, Московская обл.	532	47,4	518	40,3
Санкт-Петербург, Ленинградская обл.	136	12,1	253	19,7
Калининградская обл.	67	6,0	84	6,5
Свердловская обл.	31	2,8	22	1,7
Краснодарский край	24	2,1	21	1,6
Самарская обл.	16	1,4	20	1,6
Новосибирская обл.	8	0,7	19	1,5
Ярославская обл.	10	0,9	18	1,4
Пермская обл.	15	1,3	16	1,2
Тюменская область, включая авт. округа	9	0,8	15	1,2
Республика Татарстан	17	1,5	14	1,1
Ростовская обл.	16	1,4	14	1,1
Челябинская обл.	14	1,2	14	1,1
Омская обл.	10	0,9	14	1,1
Костромская обл.	13	1,2	13	1,0
Владимирская обл.	12	1,1	12	0,9
Ставропольский край	10	0,9	12	0,9
Саратовская обл.	6	0,5	12	0,9
Новгородская обл.	4	0,4	12	0,9

Составлено на основе: Регионы России. 2003: социально-экономические показатели. – М.: Госкомстат России, 2003. С. 388-389, 396-397.

Децентрализация проявляется не только в Европейской части России. Например, заметный рост числа предприятий с германскими ПИИ в Тюменской, Новосибирской и Омской областях происходит на фоне значительного сокращения доли Свердловской области, центр которой (Екатеринбург) был в начале 90-х годов стартовой площадкой для многих германских фирм, осваивавших азиатскую часть России.

Особо следует отметить Калининградскую область, которая по числу предприятий с германским капиталом уступает только Московской и Петербургской городским агломерациям. Тому есть множество объяснений: территориальная близость региона к ФРГ, что облегчает управления филиалами и снижает транспортные издержки при поставках комплектующих из Германии (например, для сборки автомашин "БМВ"); исторические корни (область была частью Восточной Пруссии); выгодное экономико-географическое положение (регион является аналогом Польши, Чехии и Венгрии для германских ПИИ, нацеленных на реэкспорт в ЕС); самые низкие трудовые издержки и дешевая электроэнергия в Балтийском регионе; участие области в еврорегионах совместно с муниципальными образованиями Польши и Литвы, что может облегчить связи с регионом после расширения ЕС.

В послекризисный период значительно изменилось не только распределение германских предприятий (а значит, и ПИИ) по российским регионам. Существенные изменения претерпела также и отраслевая структура накопленных германских ПИИ в России. В конце 1997 г. в России было накоплено 709 млн евро ПИИ фирм ФРГ, в том числе 63% на предприятиях обрабатывающей промышленности, главным образом электротехнической отрасли и промышленности строительных материалов. Доля компаний сферы тор-

говли, текущего ремонта автомобилей и потребительских товаров длительного пользования составила 17%, компаний, действующих на транспорте и в связи – почти 8%, строительных фирм – 1%, банков и страховых компаний – менее 4%, предприятий других отраслей – около 7%. К концу 2001 г. накопленная в России сумма германских ПИИ возросла более чем вдвое – до 1658 млн евро. При этом доля промышленности сократилась до 43%, причем заметно возросли инвестиции в пищевую отрасль, тогда как значение ПИИ в производство стройматериалов снизилось. Заметно сократилась и доля капиталовложений в торговлю и ремонт – до 5%. Не изменился показатель по строительству²⁵⁸. В то же время послекризисный период ознаменовался заметным притоком германских капиталовложений в российскую сферу услуг – доля банковской и страховой сферы в накопленных германских ПИИ к концу 2001 г. превысила 25%, еще 18% составила доля транспорта и связи.

В послекризисный период продолжился процесс развития региональных сетей предприятий крупнейших германских инвесторов в России. Мы ограничимся рассмотрением наиболее значимых из них²⁵⁹.

Крупнейшим инвестором можно назвать электротехнический гигант "Сименс", у которого в стране в 2004 г. действует более десятка производственных проектов (главным образом совместных) в нескольких российских регионах. Среди них преобладают предприятия традиционных отраслей, например: заводы по производству автоматических телефонных станций в Ижевске и Калуге, компания "Электросила" и турбинный завод "Интертурбо" в Санкт-Петербурге и др. Особая роль концерна "Сименс" заключается в его капиталовложениях в наукоемкие отрасли. Например, он участвует в Москве в совместных предприятиях "Интеравтоматика" и "Нуклеарконтроль", осуществляющих инжиниринг и сервисное обслуживание техники соответственно для тепловых и атомных электростанций, а также владеет фирмой "Диобас" по производству систем диагностики АЭС. "Сименс" является инвестором пермской фирмы "Камател" по производству цифровой техники передачи связи. Дочерняя фирма концерна "Сименс Никсдорф" стала первой западной фирмой, организовавшей собственное компьютерное производство в России (в Москве и Ульяновске).

К 2004 г. производитель строительных материалов "Кнауф" инвестировал средства в строительство и модернизацию 14 производственных комбинатов и открыл 7 торговых фирм по всей России. Несколько заводов были куплены или построены уже в послекризисный период. Значительно были расширены и производственные мощности на двух крупнейших предприятиях компании в России – в подмосковном Красногорске и Новомосковске (Тульская область). При этом компания "Кнауф" предлагает не отдельные виды материалов, а комплексные системы для внутренней отделки помещений. Фирма разрабатывает в России принципиально новые продукты, начинает осваивать рынки стран СНГ. Особо следует отметить петербургский завод "Победа-Кнауф", экспортирующий часть своей продукции в ФРГ и Швейцарию. Компания "Кнауф" пришла в Россию еще в 1993 г., тогда как активизация деятельности в стране двух других известных производителей стройматериалов связана прежде всего с послекризисным периодом (хотя свои представительства в России они открыли в середине 90-х годов). В 1999 г. в подмосковном Троицке фирмой "ФЭКА", а в 2000 г. в подмосковном Воскресенске компанией "КБЕ-Фенстерзюстеме" были открыты заводы по производству стеклопакетов. Это были вполне закономерные шаги, если учесть, что уже 70% стеклопакетов на российском рынке сделаны в Германии или по немецким технологиям, а их импорт из ФРГ после 1998 г. стал намного менее выгодным.

²⁵⁸ Белов В.Б. Указ. соч. С. 21-23.

²⁵⁹ Подробнее см.: Белов В.Б. Указ. соч.; Кузнецов А. Германский капитал за рубежом // МЭиМО. 2003. №10. С. 32-41.

В химической промышленности своими капиталовложениями выделяется компания "Хенкель". Осенью 1990 г. она стала первым зарубежным инвестором в этой отрасли в России, организовав совместное производство клея и моющих средств в городе Энгельс (Саратовская область). В середине 90-х годов фирмой "Хенкель" было организовано производство моющих средств в городе Тосно (Ленинградская область). После 1998 г. фирма стала намного активнее развивать импортозамещающее производство в России – в декабре 2000 г. компания "Хенкель" приобрела 51% акций крупного производителя моющих средств "Пемос", а ее дочерняя фирма "Хенкель Сёрфис Текнолоджис" открыла в Тольятти и Сызрани (Самарская обл.) совместные предприятия по выпуску средств первичной обработки для автомобильной промышленности.

До последнего времени самым известным инвестиционным проектом германских фирм в пищевую промышленность России была шоколадная фабрика в Покрове (Владимирская область) концерна "Штольверк". Однако в 2002 г. этот концерн перешел под контроль швейцарского капитала. Среди новых проектов – совместное предприятие производителей дорогой шоколадной продукции "Альфред Риттер" и Одинцовской кондитерской фабрики ("Коркунов"). Это пример не только того, как германская фирма пытается закрепиться на российском рынке, но и того, как известная российская компания пытается начать экспорт в ФРГ и другие страны.

Богатые природные ресурсы России мало интересуют германских инвесторов в сравнении с другими европейскими или американскими компаниями. Это связано с тем, что в самой ФРГ почти нет мощных добывающих компаний, деятельность которых носит глобальный характер. Сравнительно крупные инвестиции осуществил лишь концерн "Рургаз". Постепенно он увеличивает свои портфельные вложения в компании "Газпром", планируя в будущем стать ее прямым инвестором. Следует отметить также фирму "Винтерсхалль" (дочерняя компания концерна "БАСФ"), с середины 1996 г. участвующую в совместном с компанией "Лукойл" нефтедобывающем предприятии "Волгодеминойл" в Волгоградской области и подписавшую ряд контрактов с "Газпромом" на разведку и разработку месторождений в Сибири, а также в Тимано-Печорской нефтегазоносной провинции. Имеется в стране и еще несколько небольших российско-германских проектов в нефтегазовой отрасли.

Крупнейшие германские ПИИ в сфере услуг размещаются в компании "Мобильные Телесистемы (МТС)" – крупнейшем в России операторе мобильной телефонной связи. Доля дочерних структур германского концерна "Дойче Телеком" в капитале "МТС" постоянно изменяется и к концу 2003 г. сократилась до приблизительно 25%. Фирма "МТС" неуклонно расширяет сферу своей деятельности в различных регионах России, а также в сопредельных государствах, постоянно инвестируя новые средства в инфраструктуру мобильной связи. Например, только за январь 2004 г. компания "МТС" ввела в строй 29 новых базовых станций в Волгоградской области, 28 – в Москве, 16 – в Подмоскovie, 15 – в Санкт-Петербурге, 12 – в Красноярском крае и еще 75 станций в 23 других регионах²⁶⁰.

Крупнейшим проектом 2001 г. стала покупка концерном "Альянц" более 45% акций и опциона еще на 30% акций одной из ведущих российских страховых фирм "РОС-НО" с широкой региональной сетью. По разным оценкам, ПИИ составили 50-90 млн долларов. До этого "Альянц" владел в России лишь московской страховой фирмой "Ост-Вест Альянц", специализирующейся на имущественном страховании.

В 2001 г. свои первые магазины в России (оба в Москве) открыла крупная швейцарско-германская компания "Метро", специализирующаяся на оптовой торговле. К кон-

²⁶⁰ Новости от МТС // Новый век. 2004. Февраль. С. 88-92.

цу 2003 г. у фирмы работало уже 6 магазинов в Москве и 2 в Санкт-Петербурге. За 2004-2005 гг. "Метро" планирует построить еще 14 магазинов (в основном в провинции – в Казани, Нижнем Новгороде и др.). В 2003 г. первые два магазина товаров для дома (в категории "сделай сам") в России открыла другая фирма из ФРГ – "ОБИ". Ее дальнейшая стратегия в России схожа с действиями компании "Метро" – начав со столицы, она планирует расширить деятельность в ближайшие годы за счет как Москвы, так и Санкт-Петербурга. В дальнейшем "ОБИ" собирается осваивать и другие регионы, доведя к 2009 г. число магазинов до 15.

Из других специализированных торговых фирм следует отметить компанию "Эдека", планирующую строительство сети гипермаркетов "Маркткауф" и открывшую уже первый свой магазин на окраине Москвы. И все же основную часть германских ПИИ в торговые фирмы осуществляют промышленные компании, организующие в России свои сбытовые филиалы. В основном фирмы открывают их в Москве, но некоторые компании уже создали в стране разветвленные сети. Например, фармацевтический концерн "Шеринг" имеет сбытовые филиалы в Москве, Санкт-Петербурге, Казани, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге и Новосибирске.

В последние годы значительные ПИИ в России осуществляют и германские банки ("Коммерцбанк", "Вестдойче Ландесбанк", "Дрезднер банк" и др.). В то же время их деятельность ограничена созданием дочерних структур, обладающих статусом российских банков. Согласно разработанной Минфином России новой "Стратегии развития банковского сектора в Российской Федерации в 2004 г. и на период до 2008 г." иностранным банкам по-прежнему будет запрещено открывать в России свои филиалы. Обладающие более высокими кредитными рейтингами и способные за счет этого привлекать дешевые ресурсы из-за рубежа иностранные банки в случае отмены ограничений могут создать большие препятствия развитию национальной финансовой системы в России.

Рассматривая экономические связи между Россией и ФРГ, не следует ограничиваться изучением проектов, в которых одна сторона через инвестиции устанавливает контроль над своим партнером. Следует отметить, что огромный потенциал заложен в развитии российско-германской кооперации без долевого участия.

Россия обладает огромным научным потенциалом, представляющим интерес для повышения конкурентоспособности германской продукции на мировых рынках. В 90-е годы мало использовались возможности сотрудничества в области атомной энергетики, практически не был задействован потенциал авиационной и ракетно-космической промышленности России. Именно в послекризисный период наметился явный рост интереса германской стороны к российским наукоемким сферам. Например, увеличилось число коммерческих запусков германских спутников с российских космодромов. Ведется совместная работа по созданию новых малых летательных аппаратов. Несколько российских и германских фирм достигли договоренности об организации сотрудничества при создании и совместной эксплуатации космического комплекса дистанционного зондирования. Компания "Росавиакосмос" участвует в нескольких проектах производственной кооперации с германскими авиационными предприятиями.

Есть примеры многосторонней кооперации российских и европейских фирм с германским участием. Так, ЗАО "Евромилль", КБ им. Миля и франко-германская фирма "Еврокоптер" совместно создали тяжелый транспортный вертолет "Ми-38".

Успешно развиваются проекты российско-германской кооперации без долевого участия и в менее наукоемких отраслях. Например, концерн "Сименс" разработал в кооперации с российскими компаниями "Троллейбусный завод" и "Динамо" модель пригодного для эксплуатации в сложных климатических условиях России комфортного и вместительного троллейбуса.

Среди партнеров российских фирм выделяются концерны "Даймлер-Крайслер" и "Сименс". Первый из них участвует в нескольких десятках программ кооперации, многие из которых реализуются уже в течение длительного периода (например, обслуживание истребителей МИГ-29б, перешедших в собственность ФРГ от армии ГДР после объединения Германии). Из последних проектов концерна "Сименс" можно отметить кооперацию в сфере атомной энергетики ОАО "Машиностроительный завод" из подмосковной Электростали и фирмы "Сименс-КВУ". Начиная с 2000 г. российский партнер поставляет в ФРГ, Швецию и Швейцарию топливные элементы для АЭС, получая в обмен из ФРГ сырье для вторичного обогащения. Переговоры об этом велись 5 лет и были начаты сразу после закрытия специализированного завода около Франкфурта-на-Майне.

Большие возможности существуют для углубления научно-технической кооперации в области теоретической физики и материаловедения. Пока речь идет о единичных проектах. Для успешной реализации значительного числа совместных программ необходимо дальнейшее улучшение экономической ситуации в России и увеличение объемов финансирования НИОКР российскими частными компаниями.

Российско-германские хозяйственные контакты, конечно, не ограничиваются кооперацией фирм. Большое значение имеет экономическая помощь, оказываемая России германским государством. Будучи членом ЕС, Германия косвенно оказывает содействие процессу трансформации российской экономики (прежде всего в рамках программы "ТАСИС"). Кроме того, ФРГ участвует в проектах помощи Всемирного Банка и МВФ, а также Европейского банка реконструкции и развития. В то же время федеральное правительство Германии реализует собственную программу поддержки процесса перехода к рыночным отношениям и демократизации в России и других постсоциалистических странах Европы – "ТРАНСФОРМ", причем доля России максимальная. В рамках этой программы в течение 1993-2002 гг. в России было реализовано свыше 300 двусторонних проектов с общим объемом финансирования около 200 млн евро. Пик ассигнований пришелся на середину 90-х годов, но даже в 2003 г. было выделено 6 млн евро на реализацию около 50 проектов. Основное содержание этой программы – оказание российской стороне консультационных услуг, нацеленных на развитие рыночной институциональной среды²⁶¹.

Подытоживая сказанное отметим, что основная часть хозяйственных связей германских компаний со странами СНГ замыкается на Россию, тогда как другие государства Содружества обычно рассматриваются в качестве ее экономической периферии. При этом российско-германское экономическое сотрудничество имеет большой потенциал. Он по-прежнему в значительной мере не реализуется, хотя в послекризисный период наметились определенные сдвиги в хозяйственных отношениях фирм двух стран.

В германских поставках в Россию за счет сокращения доли продуктов питания выросло значение закупок российскими предприятиями качественного оборудования, на производстве которого специализируются компании ФРГ. Тем не менее из Германии все еще завозятся в значительном количестве товары химической и других отраслей промышленности, которые могли бы производиться в самой России. В то же время в последние годы в стране заметно возросло импортозамещающее производство на предприятиях, контролируемых германским капиталом.

На наш взгляд, Германия сохранит позиции одного из ведущих инвесторов в России и в последующие годы. Приток капиталовложений обеспечат главным образом инвестиции крупных концернов обрабатывающей промышленности ФРГ. Не исключены масштабные проекты в автомобилестроении и базовых отраслях химической промышленно-

²⁶¹ Германская программа "ТРАНСФОРМ" для российской экономики / материалы посольства ФРГ в РФ – <http://www.deutschebotschaft-moskau.ru>.

сти, которые пока не привлекли значительных германских ПИИ. В ближайшее время продолжится проявившаяся в послекризисный период тенденция к децентрализации размещения германских предприятий в России. Однако в среднесрочной перспективе либерализация банковского и страхового бизнеса в России способна стимулировать новую волну германских капиталовложений в столицу и другие крупные города России.

4.4. Перспективы российско-германских хозяйственных связей в рамках Общего европейского экономического пространства

Возможности для развития российско-германских связей при существующем режиме политических и экономических отношений между Россией и ЕС довольно ограничены. Подлинный прорыв в сфере торгово-инвестиционного сотрудничества может принести лишь изменение формата диалога между Российской Федерацией и Евросоюзом.

Последнее время наиболее популярной стала идея создания Общего европейского экономического пространства (ОЕЭП). Помимо стран-членов ЕС и России в него должны войти Норвегия и Исландия, имеющие с Евросоюзом договоры о создании Единого европейского экономического пространства, а также Швейцария, заключившая с ЕС серию соглашений, содержание которых по большинству вопросов в целом совпадает с положениями норвежского и исландского договоров. Кроме того, возможно присоединение к ОЕЭП Украины, Белоруссии, Молдавии, не вступивших в Евросоюз государств Юго-Восточной Европы.

Основной идеей ОЕЭП является свобода движения товаров и услуг, людей и капитала через границы всех государств-участников этого пространства. Первые элементы ОЕЭП могут появиться уже к 2007-2008 гг. (например, безвизовый режим для поездок граждан), а окончательно данное пространство сможет оформиться, вероятнее всего, лишь к 2015-2020 гг. Кроме того, наполнение реальным содержанием концепции ОЕЭП станет возможным лишь после присоединения России к ВТО.

Для обеспечения "четырёх свобод передвижения" потребуются гармонизация (а в отдельных случаях и унификация) значительной части законодательства, технических стандартов, статистического учета и некоторых других институциональных процедур России и ЕС²⁶². С учетом того, что в Евросоюз уже входят 25 стран, которые с большим трудом согласовали друг с другом многие вопросы, на наш взгляд, гармонизация различных норм будет осуществляться прежде всего за счет приспособления России к требованиям ЕС. Влияние России на существующие в ЕС нормы будет иметь место в тех многих вопросах, где Россия является явным "законодателем мод", либо где существующая специфика России не была знакома странам ЕС, но с ней нельзя не считаться. По-видимому, в данном случае целесообразно провести аналогию с процессом сближения различных норм Швеции и других стран-членов ЕС в процессе и после вступления данной страны в Евросоюз.

Несмотря на то, что успешное развитие ОЕЭП будет служить мощным стимулом для развития российско-германских экономических отношений, это не панацея. Для того, чтобы понять, как именно может воздействовать создание ОЕЭП на связи компаний России и ФРГ, следует проанализировать изменение ограничительного потенциала рассмотренных нами в предыдущих параграфах факторов торгово-инвестиционной деятельности.

В наибольшей степени создание ОЕЭП повлияет на ликвидацию торгового протекционизма ЕС в отношении российских поставок. О серьезном изменении российской спе-

²⁶² Подробнее о концепции ОЕЭП см.: *Денисов А.* Общеввропейское экономическое пространство: надежды, перспективы // *Московская промышленная газета.* 2002. №41 (24-30 октября); *Иванов И.* Общее европейское экономическое пространство // *Современная Европа.* 2003. №1. С. 20.

специализации можно говорить лишь при значительном увеличении числа предприятий, продукция которых окажется конкурентоспособной на западноевропейских рынках. Пока же в I полугодии 2003 г. доля сырья и полуфабрикатов составила 89,9% российского экспорта в ФРГ, причем 69,3% пришлось на каменный уголь, нефть и природный газ. В 2002 г. из-за высоких мировых цен на энергоносители этот показатель доходил до 77%. Следует отметить, что российские поставки играют важную роль в обеспечении Германии сырьевыми товарами. Если в целом за счет ввоза из России удовлетворяется около 2% импортных потребностей ФРГ, то по природному газу показатель достигает в разные годы 35-40%, по антрациту – около 40%, по нефти – 25-30%, по древесной целлюлозе хвойных пород – 20-25%, по различным цветным металлам – от 10% до 40%, по минеральным удобрениям – 10-15%.²⁶³ Тем не менее для российской экономики более выгодно наращивание экспорта готовой продукции в ФРГ, которое сдерживается не только низкой конкурентоспособностью российских товаров, но и сохранением протекционизма в ЕС.

В целом в послекризисный период продолжился процесс либерализации российско-германской внешней торговли. И все же проводимая всеми странами ЕС, включая ФРГ, Общая торговая политика накладывает ощутимые ограничения на поставки российских товаров. Они связаны как с взиманием таможенных пошлин, так и применением количественных ограничений и "антидемпинговых" санкций, использованием барьеров, оправданных различиями в технических стандартах.

Казалось бы, таможенные пошлины Германии и других стран ЕС в отношении России малы и периодически снижаются еще. Однако любые таможенные пошлины на российские товары уменьшают их конкурентоспособность на рынках ФРГ в условиях, когда современные отрасли германской промышленности обеспечивают существенную часть потребностей собственной страны, а больше 60% германских импортных закупок не облагаются никакими пошлинами, так как осуществляется в ЕС (включая новые страны-члены). Кроме того, нельзя забывать, что постоянно происходящее сокращение пошлин распространяется на различные группы товаров не в равной степени. Например, предоставленный России странами ЕС режим наибольшего благоприятствования предусматривает механизм тарифного модулирования, согласно которому в наименьшей степени таможенные пошлины снижены в отношении "особо чувствительной" и "чувствительной" продукции (соответственно лишь до 85% и 70% от стандартных ставок). К ней относятся в основном товары российской специализации – ферросплавы, текстильная продукция, ряд химикатов, бумага, древесина, медь и т.д.

Еще более ярким проявлением протекционизма Германии являются применяемые ЕС количественные ограничения. Следует отметить, что в последние годы значительная часть их была отменена (на многие химические и текстильные товары, обувь, древесноволокнистые и древесно-стружечные плиты, фанеру, посуду, некоторые виды металлургической продукции, судоводные средства). В то же время сохраняются серьезные протекционистские барьеры в ЕС в отношении торговли аграрной продукцией, дополняемые субсидированием местных производителей, что почти полностью закрывает рынок ФРГ для российских агрофирм. Кроме того, ограничения действуют для стального проката рядовых марок, как раз в производстве которого российские заводы обладают высокой конкурентоспособностью.

Наименее объективной процедурой в торговой политике ЕС являются так называемые "антидемпинговые" расследования, в которых нередко для защиты западноевропейских инвесторов используются завышенные расчетные цены. Хотя в количественном

²⁶³ См.: Деловая Германия – 1999. Связи с Россией – <http://www.polpred.com>; Торгово-экономические отношения Российской Федерации и ФРГ.

плане причиняемый российским предприятиям ущерб незначительный, в основном он связан с поставками полуфабрикатов и готовой продукции. В разные годы высокими антидемпинговыми пошлинами облагались такие российские товары как, например, электромоторы, клавишные музыкальные инструменты, подшипники, бесшовные трубы, будильники, полиэтилен, мочевины, нитрат аммония и некоторые другие химикаты.

Все эти проблемы могут быть решены при создании полноценного ОЕЭП. Однако наибольшие проблемы в послекризисный период стали вызывать торговые барьеры, связанные с различиями российских и европейских стандартов. По-видимому, вопрос их унификации будет наиболее острым в российско-германских торговых отношениях в ближайшем будущем. Создание ОЕЭП подразумевает решение этой проблемы, но она, к сожалению, не ограничивается необходимостью внедрения российскими предприятиями более высоких стандартов безопасности, надежности и экологичности, что сравнивает характеристики российских и германских товаров. В тех случаях, когда стандарты ФРГ необоснованно жесткие, германскую позицию можно принять. Однако проблема разных стандартов намного шире и связана прежде всего с их различием как таковым, что часто также связано с длительной и дорогостоящей сертификацией. Некоторые российские стандарты жестче европейских (например, в отношении средств индивидуальной защиты и спецодежды), что не мешает ЕС отказываться их признавать лишь на том основании, что они другие. В ряде случаев в России и ЕС используются разные методики тестирования сертифицируемых продуктов. Очевидно, что само по себе западноевропейское происхождение используемого оборудования не является гарантией превосходства над российскими технологиями. Принятие европейских стандартов затруднено и в силу того, что российские специалисты не участвуют в их разработке, а вынуждены лишь знакомиться с конечными результатами. Таким образом, в ряде отраслей, например, в производстве строительных материалов, отставание российских фирм в области стандартов от их европейских конкурентов запрограммировано на 5-10 лет²⁶⁴.

Подчеркнем, что протекционизм в российско-германских отношениях нельзя рассматривать как односторонний процесс. Развитие ОЕЭП ослабит или полностью ликвидирует многие ограничения для европейских компаний и с российской стороны, что позитивно окажется прежде всего на российско-германской торговле услугами. Из уже принятых мер можно отметить отмену в России (во исполнение "Соглашения о партнерстве и сотрудничестве" с ЕС) в декабре 2003 г. ограничений для страховщиков из стран-членов ЕС. Ко всему прочему этот шаг способен стимулировать дополнительный приток германских ПИИ в российский страховой бизнес.

Развитие ОЕЭП предполагает и гармонизацию значительной части законодательства, что приблизит условия хозяйствования в России к стандартам ЕС. Как отмечалось в главе 1, особенности правовой системы играют важную роль в процедуре принятия решения о прямом инвестировании. Намеченный в ближайшие годы переход российских компаний на международные стандарты финансовой отчетности должен повысить их прозрачность и позитивно сказаться на кредитовании внешнеторговых контрактов и стимулировать приток германских ПИИ в Россию. В то же время следует понимать, что никакой высокий уровень интеграционных отношений с ЕС сам по себе не ликвидирует в России непрофессионализм, бюрократизм и коррумпированность значительной части сотрудников всех органов государственной власти – от местных и региональных до самого верха федеральных министерств и ведомств. Неоправданное вмешательство чиновников

²⁶⁴ См.: *Владимирова Е.* Европейский сертификат. Наш пропуск в Европу? // Спецодежда и охрана труда. 2003. №5 – <http://www.profodezda.ru>; Европейская система стандартов строительных материалов // Строительные материалы и технологии. 2002. №3 – <http://www.mediakompas.ru>; *Романов Ю.А.* К вопросу разработки российских стандартов, гармонизированных с европейскими // Рабочая одежда. 2002. №1 – <http://www.textile-press.ru>.

в частнопредпринимательскую деятельность в сочетании с почти повсеместным бездействием, а подчас и криминальными связями правоохранительных органов, а также неразвитостью судебной системы усложняют осуществление внешнеторговых контактов (например, вследствие произвола таможенных служб) и значительно снижают инвестиционную привлекательность России в глазах германских бизнесменов.

Создание ОЕЭП не сможет оказать заметного воздействия и на группу факторов связанных с экономическим уровнем развития России, а также ее экономико-географическим положением относительно ЕС (в частности, ФРГ). Как было отмечено в предыдущих главах, наиболее интенсивно внешняя торговля развивается между странами с близким уровнем экономического развития. Если параллельно с усилением интеграционных связей с ЕС России не удастся выйти на среднеевропейский уровень развития, то не будет и широкой базы для развития торговых контактов с Германией. При этом не следует опасаться неизбежного роста трудовых издержек – при сохранении экономически целесообразного соотношения его темпов со скоростью увеличения производительности труда Россия все равно будет характеризоваться меньшими затратами на рабочую силу по сравнению с ФРГ. В результате, рост заработной платы россиян не создаст препятствий для наращивания германских ПИИ, как нацеленных на реэкспорт, так и вызванных стремлением заменить поставки продукции в Россию из самой ФРГ.

Что касается воздействия эффекта соседства и культурно-исторической близости, исчезновения информационных и языковых барьеров, то благодаря созданию ОЕЭП возможны лишь незначительные позитивные подвижки. Введение безвизового режима поездок граждан стимулирует контакты людей на неформальном уровне, что безусловно подтолкнет людей к изучению иностранных языков и повысит их информированность о соседних европейских странах. В результате, с одной стороны, германские предприниматели будут больше осведомлены о ситуации как в России в целом, так и в отдельных ее регионах, а с другой стороны, их российские партнеры будут больше настроены на сотрудничество.

Вне зависимости от развития ОЕЭП российские федеральные и региональные власти должны проводить целенаправленную грамотную политику информирования потенциальных иностранных инвесторов (не только из ФРГ). Безусловно, следует развивать деятельность созданного в апреле 2001 г. Российско-германского агентства по инвестициям, но этого недостаточно. Необходимо создание качественных информационных баз, доступных иностранным инвесторам, - общероссийской на английском языке и региональных с учетом предпочтений инвесторов разных стран на наиболее удобном им языке (например, немецком в Калининградской области, финском в Карелии и китайском в Амурской области). Эти базы данных должны быть доступны в электронном виде и регулярно обновляться. Их создание стимулирует приток ПИИ и активизирует другие виды мирохозяйственных связей без больших денежных затрат, которые необходимы для обеспечения разного рода финансовых льгот и субсидий.

Информация общероссийской базы данных должна содержать два блока – общие сведения (перечень крупнейших фирм всех регионов и всех отраслей, специфика регионального законодательства, координаты отвечающих за международные контакты чиновников) и сведения о предприятиях, заинтересованных в ПИИ.

В случае низкой оперативности или качества общедокументальной информационной базы регионам следует самостоятельно развивать многоуровневые информационно-аналитические базы данных. Они должны содержать подробные сведения о наличии на территории региона свободных производственных площадей, объектов незавершенного строительства, пригодных для инвестиционного строительства свободных земельных участков, а также размеры предполагаемых тарифов на энергоносители, арендных ставок и других стоимостных оценок. Кроме того, крайне важным является развитие и по-

стоянное пополнение базы данных об инвестиционных предложениях и проектах местных предпринимателей, испытывающих недостаток капиталовложений, причем с разбивкой по различным отраслям промышленности и сферы услуг. При этом основная часть информационных материалов для инвесторов безусловно должна распространяться на бесплатной основе.

Необходим постоянный мониторинг инвестиционной ситуации в регионах, который следует проводить в координации с развитием других систем государственного мониторинга, прежде всего регионального. Как и в случаях с другими видами мониторинга, данные о возможностях и перспективах инвестирования должны собираться и анализироваться под руководством федеральных и региональных органов государственной власти²⁶⁵. Для успешной реализации предлагаемых мероприятий потребуются необходимые дополнения и уточнения в Федеральную программу статистических работ, а также, вероятно, создание координационной организационной структуры.

Эффективность целенаправленной информационной политики иллюстрирует пример Новгородской области. В регионе существует бесплатное информационное обеспечение потенциальных инвесторов, а в средствах массовой информации на первом этапе велась масштабная рекламная кампания "демократических и рыночных успехов" области. В результате в отсутствие значительных ресурсов область привлекает масштабные ПИИ.

В последнее время новгородский опыт активно перенимает Владимирская область и такая политика региональных властей уже дает первые положительные результаты. В частности, в области ежегодно стали проводиться региональные презентации с участием российских и иностранных предпринимателей, представителей Правительства РФ, Государственной Думы. В здании областной администрации организована постоянная выставка "Промышленный потенциал Владимирской области", композиция которой регулярно обновляется. Кроме того, были опубликованы специальные рекламные выпуски в крупнейшем российском еженедельнике "Аргументы и факты" и таких известных специализированных экономических журналах как "Эксперт" и "Внешняя торговля". В последнем из них в 2002 г. специальный номер был посвящен внешнеэкономической деятельности всех регионов Центрального федерального округа²⁶⁶. В этом журнале лишь Владимирская и Ярославская области представили самые подробные и информативные сведения о своем экономическом потенциале, а другие регионы ограничились краткими справками.

Следует также приветствовать зарубежные контакты региональных властей, в частности, их участие в специализированных выставках. Целесообразен проводимый региональными или местными властями мониторинг наиболее перспективных проектов сотрудничества – это может оградить зарубежных партнеров от чрезмерных проявлений коррупции чиновников. Необходимо также содействовать размещению рекламно-информационных материалов об инвестиционных возможностях регионов в зарубежной деловой прессе. В качестве начального шага можно рассматривать подготовку материалов для русских изданий, имеющих авторитет в европейских странах и США (например, для газеты "Ведомости", которая является партнером известнейшего издания "Financial Times").

Учет территориальной специфики внешнеэкономических связей (в частности, эффекта соседства), позволит избежать и явных ошибок, например, в федеральной инве-

²⁶⁵ См.: *Лексин В.Н., Селиверстов В.Е., Швецов А.Н.* О формировании государственной системы мониторинга социально-экономической, национально-этнической и политической ситуации в регионах Российской Федерации // Региональная политика, направленная на сокращение социально-экономической и правовой асимметрии. – Новосибирск: Экор, 2000. С. 70-83.

²⁶⁶ См.: Внешнеэкономическая деятельность регионов ЦФО // Внешняя торговля. 2002. №4-5. С. 26-48.

стиционной политике. Так, создание особых условий в Республике Ингушетия или Республике Алтай было изначально обречено на неудачу – они слишком удалены от основных стран-инвесторов, не имеют собственной экспортной базы, поэтому привлекают лишь российские предприятия, уклоняющиеся от налогов.

При этом власти регионов должны осознавать, что общероссийские информационные материалы никогда не смогут отразить всей специфики конкретной территории. Например, основная часть публикаций российской прессы посвящена лишь самым большим предприятиям, тогда как есть отрасли, в которых в силу технологических особенностей господствуют небольшие предприятия. К тому же крупные заводы концентрируются в ограниченном числе регионов. При этом для иностранных инвесторов часто более привлекательны небольшие компании на периферии, у которых может быть выше рентабельность и они не являются ареной полулегальной борьбы различных олигархических группировок.

Кроме того, именно германские капиталовложения в небольшие предприятия, как правило, позволяют получить новые технологии, сменить стиль управления и повысить квалификацию рабочей силы. Что касается перекупки германскими инвесторами крупных предприятий, полученных в 90-е годы за бесценок в ходе приватизации (когда ее идеологи утверждали, что раздача государственной собственности "на халяву" избранным гражданам благодаря их связям в партийно-хозяйственной номенклатуре является более целесообразной, чем продажа предприятий за реальную цену известным иностранным фирмам), не несет российскому обществу ничего позитивного. Очевидно, что полученные деньги будут потрачены на предметы роскоши этими самыми "избранными" гражданами.

Таким образом, создание и успешное развитие ОЕЭП является далеко не единственным стимулом для интенсификации российско-германских экономических связей. Достаточно вернуться к материалу 2-й и 3-й глав и сравнить Австрию и Португалию – обе страны являются членами ЕС и обладают приблизительно равным по численности населением. При этом и внешнеторговый оборот с ФРГ, и накопленные германские ПИИ в Австрии в 5 раз больше чем в Португалии. Но именно Австрия, а не Португалия по уровню экономического развития ближе к ФРГ, в территориальном плане расположена рядом с Германией, ее население говорит по-немецки и имеет сходную с немцами культуру. При успешной реализации концепции ОЕЭП Россию в отношениях с ФРГ ждет скорее перспектива Португалии, а не Австрии (с поправкой на больший чем у этих малых стран потребительский и ресурсный потенциал). Позитивное воздействие ОЕЭП отразится прежде всего на российском экспорте в ФРГ, тогда как влияние на инвестиционную деятельность будет значительно ниже.

* * *

Бывшие социалистические страны ЦВЕ и СНГ заметно различаются по структуре и интенсивности торгово-инвестиционных связей с ФРГ. Наибольший интерес для германских фирм представляют хозяйственные контакты, которые они могут установить в Польше, Чехии и Венгрии, в меньшей степени в Словакии и Словении. При этом участие стран в процессе расширения ЕС на Восток не играет решающей роли – большее значение имеют эффекты соседства и культурно-исторической близости, успехи социально-экономической и политической трансформации. Помимо прочего это подтверждает тот факт, что германские экономические связи с Хорватией, не вступающей в ближайшее время в ЕС, развиты в большей степени, чем связи с Латвией, ставшей в мае 2004 г. членом Евросоюза.

Рассмотренные нами в главе 1 факторы объясняют и региональные различия в активности германских фирм внутри отдельных стран ЦВЕ и СНГ. Особо следует отметить влияние сложившейся к концу 80-х годов территориальной структуры промышлен-

ности этих государств. В то же время благодаря германским ПИИ некоторые страны ЦВЕ меняют свою специализацию – например, Словакия и Венгрия стали заметными экспортерами легковых автомобилей.

Россия заметно уступает большинству стран ЦВЕ по привлекательности для германских компаний, однако в СНГ в торговых и инвестиционных связях с ФРГ Россия доминирует. Германские предприниматели часто рассматривают свои российские дочерние предприятия как плацдарм для проникновения на рынки других стран СНГ. В целом же распространение деятельности германских фирм в России подчиняется тем же закономерностям, что и в других странах – сначала они осваивают преимущественно столичный регион, потом устанавливают более широкие контакты в Центральной России и проникают на рынки крупных городов в других регионах. Особое место занимает лишь Калининградская область в силу ее уникальных особенностей.

Углубление интеграционных связей России и ЕС, в частности, путем создания Общего европейского экономического пространства (ОЕЭП), на наш взгляд, не может кардинальным образом интенсифицировать российско-германские хозяйственные связи. Для этого требуется достижение стабильно высокой долгосрочной экономической динамики в России и жесткая борьба с чрезмерной бюрократией и коррупцией, а также реализация федеральными и региональными властями грамотной политики информирования потенциальных иностранных партнеров. В противном случае создание ОЕЭП заметное позитивное влияние окажет лишь на поставки российской готовой продукции в Германию.

Заключение

Проведенное нами исследование мирохозяйственных связей германских компаний позволило сделать ряд выводов. Их можно разбить на 3 группы:

1) теоретические выводы, полученные на германском материале, но применимые и для изучения мирохозяйственных связей компаний других государств, прежде всего европейских;

2) новые данные о характере и специфике германских мирохозяйственных связей в условиях продолжающейся глобализации и углубляющейся европейской интеграции, которые получены в результате исследования особенностей торговой и инвестиционной деятельности отдельных фирм ФРГ;

3) предложения по применению полученных знаний на практике – для стимулирования интенсификации российско-германских экономических связей, причем преимущественно через реализацию определенной политики федеральными и региональными властями.

Для успешного развития фирмы стремятся завоевать новые заграничные рынки, установить производственные связи с иностранными лидерами своих отраслей и снизить издержки путем переноса предприятий за рубеж. Уже на стадии превращения фирмы в экспортера ее руководство выбирает приоритетные направления мирохозяйственных связей, определяя на каждой стадии развития все новые задачи. Если сначала компания выходит с продукцией на устойчивые рынки, то на стадии усиленного развития зарубежной деятельности она осваивает рынки с высокими предпринимательскими рисками.

Всего для каждой крупной фирмы с глобальной стратегией можно выделить 5 равных по значению стадий в истории ее развития (менее крупные или более молодые компании возможно еще не дошли до последних из них):

- 1) возникновение фирмы и захват ею прочных позиций на внутреннем рынке;
- 2) превращение фирмы в экспортера товаров и/или услуг;
- 3) освоение фирмой производства товаров и/или услуг за рубежом;
- 4) усиленное развитие компанией зарубежной деятельности;
- 5) образование гигантской ТНК.

При налаживании экспорта фирмы оценивают величину, доступность и национальную специфику рынков сбыта. Для размещения прямых иностранных инвестиций (ПИИ) важное значение имеют возможности снижения издержек и доступа к ресурсам. Большую роль играет эффект соседства, часто сочетающийся с влиянием культурно-исторической близости. Вместе с тем руководство фирмы выбирает регион на основе неточных сведений и их анализ искажается существующими у руководства представлениями.

Информированность инвесторов зависит от размера фирмы и опыта ее работы в стране, причем нами выявлены принципиальные различия между поведением компаний из соседних и из отдаленных государств. В то же время для инвесторов большинства стран прослеживается определенная иерархически-волновая диффузия их предприятий. Первыми центрами их размещения обычно становятся важнейшие экономические центры страны либо приграничные (приморские) городские агломерации.

При суммировании данных по отдельным компаниям описанные закономерности видны и во внешнеэкономических связях ФРГ в целом. Под воздействием глобализации и региональной интеграции формируется "вторая" (зарубежная) экономика, каркас которой состоит из центров размещения (разного иерархического уровня) иностранных предприятий и их производственно-сбытовых связей. "Вторая" экономика через связи с местными поставщиками интегрируется в национальное хозяйство, а через связи с материнскими фирмами – в мировое хозяйство.

Характерная для глобализации либерализация внешней торговли сопровождается сохранением определенного протекционизма в ЕС по отношению к третьим странам. Это, а также эффекты соседства, информированности, емкости рынков и некоторые другие факторы способствуют заметной регионализации внешней торговли ФРГ, т.е. замыканию связей германских фирм на европейские страны, а также столь мощные державы как США, Япония и КНР.

В последние десятилетия сокращается доля развивающихся стран даже в поставках сырьевых товаров, так как все чаще в ФРГ завозится переработанное в развитых странах натуральное сырье или произведенные в этих же государствах его искусственные заменители.

Развитие глобализации не изменило промышленной специализации ФРГ – основная часть внешнеторгового оборота ФРГ приходится на машины и оборудование, химические товары, другую готовую продукцию. При этом внутри ЕС стремительно растут встречные поставки сходной и одинаковой продукцией. Внешняя торговля услугами по-прежнему играет подчиненную роль, причем международный обмен многими видами услуг в той или иной мере связан с обслуживанием или стимулированием товаропотоков. Одним из немногих исключений является торговля туристско-гостиничными услугами. Как и для товарной внешней торговли ФРГ, для обмена услугами характерно заметное проявление регионализации.

В ярмарочной деятельности в наибольшей степени проявляется взаимодействие внешней торговли товарами и услугами, а также зарубежной инвестиционной деятельности. Проведение огромного числа международных ярмарок и выставок (2/3 всего их числа в мире) является яркой спецификой германского участия в мирохозяйственных связях. Однако было бы ошибочным связывать сегодняшнее ключевое место страны лишь с богатыми историческими традициями этого бизнеса в Германии – средневековые ярмарки заметно трансформировались в эпоху индустриализации, а на современном этапе вызовы глобализации в очередной раз заставили кардинально пересмотреть принципы функционирования этой сферы.

Германия характеризуется сложными межрегиональными диспропорциями в привлекательности для ПИИ фирм разных стран и отраслей. В частности, крупнейшие капиталовложения в ФРГ осуществляют фирмы тех отраслей, которые сильны у себя на родине (например, в целлюлозно-бумажную промышленность – финские, шведские и канадские). В целом процесс распространения ПИИ по стране подтверждает описанные нами теоретические предположения.

Участившиеся слияния и поглощения с участием концернов ФРГ обычно являются их ответом на обострение конкуренции в связи с насыщением рынков ЕС и развитием современной промышленности в ЦВЕ и Юго-Восточной Азии. Эту черту мирового хозяйства вряд ли оправданно связывать с усилением монополизации. При этом механизм слияний показывает связь прямых и портфельных инвестиций.

Германские портфельные инвестиции за рубежом и иностранные в ФРГ постоянно растут, но оборот ценных бумаг по-прежнему заметно уступает объемам операций, характерных для фондового рынка США. Полупериферийный характер германского рынка ценных бумаг может быть преодолен, в частности, благодаря начавшемуся объединению европейских бирж.

В географическом плане основная часть прямых и портфельных инвестиционных потоков связывает Германию с соседними западноевропейскими странами и США. Лишь в последнее десятилетие заметно возросли германские прямые капиталовложения в странах ЦВЕ. При этом в государствах ЕС и США сконцентрированы германские накопленные ПИИ в сферу услуг, которая стала главным объектом приложения капиталов даже многих промышленных концернов ФРГ.

Бывшие социалистические страны ЦВЕ и СНГ заметно различаются по структуре и интенсивности торгово-инвестиционных связей с ФРГ. Наибольший интерес для германских фирм представляют Польша, Чехия и Венгрия, в меньшей степени Словакия и Словения. При этом участие стран в процессе расширения ЕС на Восток не играет решающей роли – большее значение имеют исходный уровень хозяйственного развития этих стран, эффекты соседства и культурно-исторической близости, успехи социально-экономической и политической трансформации.

Особо следует отметить влияние сложившейся к концу 80-х годов территориальной структуры промышленности стран ЦВЕ. В то же время благодаря германским ПИИ некоторые из них меняют свою специализацию – например, Словакия и Венгрия стали важными экспортерами легковых автомобилей.

Россия заметно уступает большинству стран ЦВЕ по привлекательности для германских фирм, однако доминирует в СНГ в торговых и инвестиционных связях с ФРГ. Германские предприниматели часто рассматривают ее как плацдарм для проникновения на рынки других стран СНГ. В целом же распространение деятельности фирм ФРГ в России подчиняется тем же закономерностям, что и в других странах – сначала большинство из них осваивает столичный регион, потом устанавливает широкие контакты в Центральной России и проникает на рынки крупных городов в других регионах. Особое место занимает Калининградская область в силу ее анклавного положения внутри расширенного ЕС и исторического прошлого.

Углубление интеграционных связей России и ЕС, на наш взгляд, не может кардинальным образом интенсифицировать российско-германские хозяйственные связи. Для этого требуется достижение Россией среднеевропейского уровня экономического развития, ликвидация чрезмерной бюрократии и коррупции, а также реализация грамотной политики информирования потенциальных иностранных партнеров. В противном случае даже создание Общего европейского экономического пространства заметное позитивное влияние окажет лишь на российский экспорт.

Подписано в печать 19.05.2004

Формат 60x84/8

Гарнитура «Ариал». Печать офсетная.

Объем 15,75 п.л., 12,0 а. л. Тираж 150 экз. Заказ 41

ИМЭМО РАН

Москва, 117997, Профсоюзная, 23