

ФОРМЫ И МЕТОДЫ СОДЕЙСТВИЯ МЕСТНЫМ ЭКСПОРТЕРАМ

Мировой опыт последних десятилетий показывает, что задачи экономического роста успешно были решены только теми государствами, которые проводили структурную перестройку национального хозяйства со стабильной, долговременной политикой всемерного поощрения экспорта товаров и услуг. Так поступили Япония, Турция, новые индустриальные страны Юго-Восточной Азии и Латинской Америки (так делают сейчас Мексика и Китай, а также государства Восточной Европы). Все они использовали экспорт (сначала сырья и полуфабрикатов, иногда - рабочей силы, затем - готовых товаров малой и средней технологической сложности, и, наконец, высокотехнических изделий и услуг) как один из ключевых факторов экономического и социального прогресса.

Ставка на экспорт сопровождалась скрупулезной разработкой комплексных программ стимулирования экспорториентированных производств (отраслей, секторов) и регионов, в которых размещались такие производства: районы добычи сырья и топлива, индустриальные центры, а также элементы инфраструктуры (транспортные и коммуникационные центры, центры сбора, генерирования и распространения научно-технической информации, институты по обучению персонала необходимой квалификации и т.п.).

Можно утверждать, что в большинстве из указанных государств и территорий были избраны в качестве "локомотивов", или "буксиров", отдельные отрасли и регионы, которые, пользуясь преимущественной поддержкой государства, "вытянули" в итоге соответствующие национальные хозяйства на новый уровень развития. С течением времени, по мере усиления международной конкурентоспособности, правительства меняли отрасли и регионы, выступавшие в качестве "буксиров" и "локомотивов". Долгосрочная экспортная политика, базирующаяся на государственном форсировании экспортных производств в избранных отраслях и регионах, явилась неотъемлемым компонентом общеэкономической стратегии государств, добившихся социально-хозяйственного успеха во второй половине XX века.

Экспортная политика России сегодня, несмотря на провозглашенную приверженность правительства либерализации и демополизации внешнеэкономических связей, представляет собой набор мероприятий по централизованному администрированию этих связей в национальных масштабах под предлогом необходимости жесткой централизации в условиях кризисного экономического положения. В области экспорта происходит новая монополизация этой деятельности в руках ограниченного количества экспортеров; сам же экспорт рассматривается как источник валютной выручки, обязанный обеспечивать оплату внешнего долга и импорт крайне необходимых товаров. Введено и ужесточено квотирование и лицензирование экспорта, увеличилось налогообложение, вошло в практику изъятие валютной выручки из экспортеров.

Иными словами, нынешняя российская экспортная политика не только не поощряет интерес производителей к экспорту, а также стимулирует размещение валютной выручки на счетах вне России. О том, чтобы иметь развернутую программу поддержки экспортных "локомотивов", использовать экспорт как важнейший фактор экономического роста и структурной перестройки, - об этом нет и речи. (Одновременно, к сегодняшнему дню в России фактически утерян правительственный контроль над импортом).

Следует отметить, что большинство из немногих действующих ныне решений в области региональной торговой политики было принято в рамках весьма робких шагов по децентрализации внешнеэкономической деятельности, предпринятых в бывшем СССР во второй половине 80-х - начале 90-х годов, в частности, в результате принятых в 1986-91 гг. законов и постановлений местные органы власти получили некоторые, весьма ограниченные права в отдельных сферах внешнеэкономической деятельности: приграничной торговле, иностранном туризме. С 1989 года центральные органы власти начали предоставлять отдельным регионам определенные внешнеэкономические льготы и преференции. Первым шагом в этом направлении стали льготы совместным предприятиям, расположенным в Дальневосточном экономическом районе. В последствие действия Москвы по децентрализации внешнеэкономической деятельности стали ослабевать.

Справедливости ради следует упомянуть, что понимание необ-

ходимости выработки и проведения долгосрочной, продуманной региональной внешнеторговой политики у нынешних руководителей внешнеэкономического ведомства России имеется. Об этом неоднократно заявлялось в их программных выступлениях. Свой вклад в региональную экспортную политику регулярно делает российский президент, предоставляя отдельным республикам России особые льготы по части получения валютной выручки в обмен на сохранение лояльности федерации. Он же и российский парламент признали ряд законов, указов и постановлений, касающихся образования специальных экономических зон в отдельных регионах страны.

И все же надо признать, что намерения российского федерального правительства усилить региональные и местные аспекты экспортной политики свелись пока к образованию подразделений, ведающего региональными проблемами во внешнеторговом ведомстве и указаниям представителям этого ведомства на местах активизировать свою деятельность.

Региональные представители-уполномоченные, сеть которых раскинута была еще в масштабах СССР несколько десятилетий назад, заняты сейчас в основном вопросами, связанными с выдачей лицензий на экспорт местным производителям и торговцам, т.е. деятельности расширительно-закрепительного характера. Региональными рычагами поддержки местных экспортеров, не говоря уже о возможности поиска новых экспортных возможностей на местах, представители центра на местах фактически не располагают. Их активность в этой сфере практически полностью зависит от степени их желания и энтузиазма. Количество представителей внешнеторгового ведомства на местах сравнительно невелико, их аппарат малочисленен, и, как правило, не отличается высокой квалификацией.

Весьма показательны, что количество представителей внешнеэкономического министерства России, постоянно работающих в краях, областях, республиках страны составляет, по оценке, лишь 1-2% всех работающих в этом ведомстве (мы не считаем таможенную службу), что не превышает количество российских внешнеэкономических работников, постоянно работающих за границей. Для сравнения: в Соединенных Штатах в столице работает 35% сотрудников внешнеэкономического ведомства (Министерства торговли), около 64 % - на местах, в провинции, чуть более 1% - за рубежом. В 80-е годы

количество чиновников министерства, работающих в центральном аппарате уменьшилось на 10%, а тех, кто занят на местах - увеличилось на 23 %.

Местные отделения Министерства торговли США работают в тесном контакте с центральным аппаратом, активно проводя внешнеторговую политику правительства. Они постоянно взаимодействуют с местным бизнесом и соответствующими подразделениями органов власти на уровне штатов и ниже. Особенно активизировалась деятельность местных отделений внешнеэкономического ведомства США в последнее десятилетие; улучшение внешнеторговых позиций США в сравнении с 70-ми - началом 90-х годов произошло во многом за счет активного стимулирования указанными отделениями местного экспорта, особенно зарубежных продаж среднего и малого бизнеса. Отсутствие цельной региональной экспортной политики, слабость и пассивность внешнеэкономического ведомства на местном уровне препятствуют эффективному использованию экспортного потенциала России. Пытаясь хотя бы частично компенсировать нехватку квалифицированной помощи российским экспортерам в регионах, производители экспортной продукции в различных частях страны уже несколько лет назад начали создавать институты, которые призваны содействовать продажам местных товаров и услуг за границу.

Тем же задачам подчинена также значительная часть деятельности Торгово-промышленной палаты (ТПП) России, созданной в октябре 1991 года. Цель Палаты - помочь созданию благоприятных условий для предпринимательской деятельности, становление цивилизованных рыночных отношений, развитию делового сотрудничества с зарубежными партнерами. Для решения этих задач ТПП и региональные палаты располагают существенным набором средств - предоставление технической и экспертной помощи, консультации и прогнозирование, оказание конкретной помощи в налаживании устойчивых связей с российскими и зарубежными товаропроизводителями.

Палата констатирует себя как независимая общественная организация, строящая свою работу на принципах демократии. Это включает в себя полную добровольность вступления в члены Палаты, самостоятельность региональных палат, которые будут подчиняться

российской только в той части функций, которые они же ей делегируют. Членами Палаты могут быть не только промышленные и торговые предприятия, но также банковские, страховые, крестьянские и прочие организации, связанные с производством или торгово-посреднической деятельностью.

Опыт последних нескольких лет, однако, показывает, что деятельность перечисленных институтов носит весьма ограниченный характер, отличается несоординированностью и, зачастую, непоследовательностью. В целом она далека от требований сегодняшнего дня, диктующих необходимость осуществления системы мероприятий по постоянному стимулированию национального экспорта на уровень центральной и местных властей.

Такого рода мероприятия в последнее десятилетие активно проводятся местными правительствами крупных государств; ими опробованы многие формы и методы поощрения местных экспортеров.

1. Методы поощрения экспортеров: классификация.

Изучение методов, применяемых правительствами провинций, областей, штатов и т.д. для поощрения экспортной деятельности местных производителей, позволяет выделить наиболее популярные из них. В частности, в их число входят:

- организация институтов партнерства местной власти и предпринимательских структур;
- участие местного правительства в региональных и межрегиональных торговых ассоциациях (группах);
- публикация местным правительством международного торгового бюллетеня;
- публикация справочника (учебного пособия) по организационно-техническим вопросам экспортных операций;
- оказание консультационных услуг по вопросам экспортной деятельности;
- осуществление программ возможных местных поставщиков об иностранных заказах;
- осуществление территориальных долгосрочных программ поиска местных поставщиков для иностранных импортеров;
- проведение семинаров и конференций;

- подготовка кадров в области международной торговли;
- организация консультативного органа при главе местного правительства для разработки рекомендаций по внешнеторговой политике;
- осуществление финансового содействия местному экспортеру;
- организация внешнеторговых корпораций;
- организация торговых визитов и выставок;
- организаций заграничных торговых представительств.

2. Механизм стимулирования местных экспортеров.

В число институтов партнерства местных правительств входят те, в рамках которых осуществляется совместная деятельность, направленная на расширение местного экспорта товаров и услуг: торговые палаты, местные советы по экспорту (в состав которых входят местные бизнесмены, назначаемые центральным внешнеэкономическим министерством для консультирования местного руководства по проблемам международной торговли); международные торговые ассоциации, клубы и т.п.; советы по мировой торговле; организации, связанные с университетами и другими научными центрами; зоны внешней торговли. В состав многих советов, ассоциаций, клубов входят, как правило, представители местных деловых и научных кругов, а также официальные представители местных и центральных органов власти, связанные с международной деятельностью.

Как правило, местные правительства напрямую не занимаются экспортной деятельностью. Перечисленные институты партнерства являются "неприбыльными" организациями. В отдельных случаях они финансируются за счет местных бюджетов, в других - за счет бизнеса; как правило - из общих источников. В ряде случаев имело место создание институтов партнерства с целью налаживания экспорта в конкретные страны. В этих случаях в число членов этих институтов входили представители соответствующих стран.

Обычным в мировой практике является *участие местных правительств в региональных и межрегиональных торговых ассоциациях (группах)*, цель деятельности которых состоит в поощрении операций региональных экспортеров. В рамках региональных групп осуществляется координация мероприятий по

стимулированию экспорта, проводимых отдельными правительствами. Координируя свои усилия, местные правительства достигают экономии финансовых средств, снижают степень риска, обеспечивают участие большого количества отраслей местного хозяйства и более широкого круга зарубежных партнеров.

Совместные усилия также направляются на разработку региональной стратегии расширения экспорта; разделения финансирования совместного участия в торговых выставках и ярмарках, выставок по каталогам и осуществления зарубежных торговых визитов; обмена информацией, в том числе о поступивших заявках зарубежных импортеров.

Подавляющее большинство местных правительств публикуют на постоянной основе *международный торговый бюллетень*, в котором дается информация о последних событиях в местной экономике и международных экономических связях. В США, например, такой деятельностью занимаются 2/3 правительств всех штатов. Как правило выпускается 6-7 номеров бюллетеня в год; его средний тираж 18 тыс. экземпляров из которых более 2800 распространяется за границей.

Указанным бюллетенем дело не ограничивается. Многие местные правительства России могли бы последовать примеру их заграничных коллег и публиковать *справочники-указатели по местным производителям и экспортерам*, в которых сообщаются названия предприятий и фирм, адреса, товарная специализация и другая необходимая информация. Иногда правительства издают такие указатели по отдельным отраслям экономики.

Особенно широко распространена публикации учебных *пособий-справочников*, в которых дается информация по *проблемам организационно-технического обеспечения экспортной деятельности*. Многие местные органы власти регулярно издают *справочники экспортных услуг*, в которых дается информация о программах и мероприятиях, проводимых местным правительством для стимулирования экспорта, об условиях предоставления финансовой помощи экспортерам, о том, где и как получить услуги юристов, специалистов, страхователей, фрахтовщиков, переводчиков, экспертов по организации и управлению экспортными операциями, торговых палат, университетских программ. Издаются также справочники

и другие материалы, содержащие информацию о возможных проблемах, с которыми экспортер столкнется на определенном рынке сбыта.

Полезной сферой деятельности российских местных органов власти могла бы стать активная консультационная деятельность, в первую очередь *оказание консультационных услуг по вопросам экспортных операций*. В число таких услуг обычно входят советы относительно порядка и условий пользования услугами юристов, страхователей, торговых посредников и т.д., связанных с экспортом, а также подготовка для местных экспортеров исследований рынков, включая вопросы валютно-кредитных отношений и др. Консультации проводятся как в помещении местного правительства, так и на фирмах. Многие правительства используют для консультаций Центры мировой торговли и их экспертов.

Важной сферой деятельности внешнеэкономического подразделения местной администрации в России может оказаться *разработка программы осуществления программ информации местных производителей об иностранных заказах*, которые должны собираться местным правительством. Технической основой такого рода деятельности служит компьютеризированная база данных, создаваемая за счет сбора информации работниками этой службы, за счет заказов и предложений, поступающих от зарубежных фирм, а также сведений, направленных из центрального внешнеэкономического ведомства и заграничных представительств, организованных местными правительствами. Указанное подразделение не берет обычно платы за свои услуги, возможна небольшая плата, идущая только на покрытие текущих расходов службы. Особое внимание служба уделяет мелкому и среднему бизнесу, однако не дискриминирует и крупные предприятия.

Эффективное осуществление указанной программы неотделимо от тесного сотрудничества с местными научными центрами, которые ответственны на коммерческих началах за ее программно-математическое обеспечение; расширение базы данных и круга ее источников; совершенствование электронной системы; повышение эффективности доведения информации до производителей и поставщиков; расширение круга клиентов и т.д. Информация поставляется клиенту в электронном виде или в печатной форме.

В рамках данной программы осуществляется также и проверка

коммерческих предложений поступивших от иностранных партнеров на предмет их надежности. В этом местным правительствам в обязательном порядке помогают соответствующие подразделения посольств данной страны за рубежом, иностранных правительств данной территории, а также банки и частные фирмы, с которыми установлены деловые отношения.

В целях повышения эффективности пользования информационной базой программ, возможна организация курсов по обучению клиентов.

Российские органы власти на местах могут также использовать другой, широко опробованный за границей метод поиска экспортеров и покупателей. В частности, при проведении в данном городе (регионе) международной выставки или ярмарки, местное правительство подбирает для фирм-гостей соответствующие местные предприятия-хозяйства.

Некоторые местные правительства осуществляют за рубежом своими силами поиск иностранных представителей или дистрибьютеров, которые могут заинтересоваться товарами или услугами местных производителей.

Широкой популярностью пользуются *деловые семинары и конференции*, посвященные обучению местных предпринимателей навыкам экспорта, маркетинга, поведения на отдельных региональных рынках и т.д. В США, например, правительства всех штатов применяют эту форму стимулирования местного экспорта. В 1990 г. там было проведено более 1500 таких семинаров и конференций, или в среднем 30 в каждом штате. В большинстве случаев в семинарах участвуют высшие местные руководители.

Внешнеэкономические подразделения местных правительств в своей деятельности по обучению бизнесменов искусству экспорта используют также формы подготовки, как курсы *совершенствования экспортеров*, посвященные специфическим вопросам экспортных операций. Среди них: как максимально использовать финансовые или другие льготы, предоставляемые экспортерам местным и федеральным правительствами; особенности отдельных товарных рынков; международные финансы; мировые инвестиционные рынки; управление внешней торговлей; создание и управление совместными предприятиями; анализ рынка; экспортные процедуры и докумен-

тация и др. Во многих регионах (провинциях, штатах, областях и т.д.) власти организовали постоянные центры обучения экспортеров, действующие за счет местного бюджета. Во многих из них осуществляется подготовка не только бизнесменов и работников частных фирм, но и персонала для работы во внешнеэкономических департаментах местных правительств.

В своей деятельности по подготовке внешнеторговых специалистов местные органы власти опираются, как правило, на содействие торговых палат, университетов, центров и клубов международной торговли, торговых ассоциаций, транспортных агентств, а также с отдельными подразделениями самих местных правительств, например занимающихся развитием мелкого бизнеса.

В число мероприятий и программ, нацеленных на продвижение местной продукции на внешние рынки, важное место занимает и такая, уже используемая рядом областей, краев и республик России форма деятельности, как установление "побратимных" отношений с провинциями, штатами, районами, графствами, префектурами, городами в других странах. Некоторые местные правительства организуют программы постоянных связей между местными и иностранными портами, а также многосторонние "побратимские" отношения.

Российские местные органы власти могут использовать такой весьма эффективный метод стимулирования экспорта, как *программы финансового содействия экспорту*. Эти программы нацелены на финансирование экспортных операций малого и среднего бизнеса. В Соединенных Штатах более 40% штатов приняли законы, на основе которых осуществляются такие программы. Обычно финансирование ведется за счет бюджетных средств, однако имеются случаи, когда этим занимаются полуофициальные институты, финансовые органы, портовые власти, а также специально созданные компании (корпорации) экономического развития и т.п.

Некоторые программы предусматривают предоставление экспортеру займов и гарантий, другие - только займов, а ряд программ только гарантий. Наиболее распространенным типом финансирования является предоставление ссуд или/и гарантий под оборотный капитал.

Часть местных правительств, не осуществляющих программы

финансового содействия экспорту, предоставляет консультативные услуги по вопросам экспортного финансирования.

Весьма любопытной формой стимулирования местного экспорта стала так называемая *корпорация иностранных продаж (КИП)* создание которых было разрешено в США налоговым законом 1984 года. Указанная форма предпринимательства позволяет снизить уплату налога на экспортную прибыль. Поскольку начальное вложение капитала для организации операций КИП оказалось слишком дорогим для мелких фирм, разрешено создание *паевых корпораций иностранных продаж (ПКИП)*, в которых может участвовать до 25 несвязанных между собой экспортеров.

Торговые выставки и визиты делегаций являются одной из наиболее традиционных форм содействия экспортеру. Разновидностями этих форм являются выставки каталогов и видеовыставки.

В 80-е - 90-е годы появились примеры новых подходов к формам и методам стимулирования местного экспорта. Например, в США в 15 штатах *при местных правительствах учреждаются посты торговых советников в качестве которых работают иностранные эксперты*. - в данном случае специалисты Японской организации внешней торговли (ДЖЕТРО), которые разрабатывают рекомендации относительно возможностей увеличения местных поставок на японский рынок. Они же проводят соответствующие учебные семинары, помощь в маркетинге и продвижении товаров на рынок. Некоторые штаты установили прямые связи с розничными сетями сбыта в той же Японии для облегчения своим экспортерам выхода на местные рынки.

Привлекает внимание и такая форма содействия зарубежным продажам, как *субсидирование местными правительствами участие местных мелких и средних экспортеров в международных торговых выставках и ярмарках*.

Многие местные правительства учреждают заграничные торговые представительства, обычно количество служащих в представительствах невелико, часть из них работают на пол- или четверть ставки. Нередко назначается один представитель, зачастую из местных жителей. По состоянию на начало 90-х годов 42 штата США имели 163 зарубежных торговых представительств (или представителей) . Ассигнования всех указанных штатов на деятельность

представительств составила в 1990 г. 33,4 млн.долл. Примерно половина рабочего времени было затрачено на деятельность по содействию экспорта товаров и услуг из соответствующих штатов; половина - на привлечение иностранных предпринимательских инвестиций в экономику последних.

Политике местных правительств по привлечению капиталовложений посвящена следующая глава.