

Международная кооперация в международной торговле продукцией военного назначения

Ю.А. Савинов,

доктор экономических наук, профессор, Всероссийская академия внешней торговли, кафедра технологии внешнеторговых сделок - профессор,

А.А. Фатьянов,

Всероссийская академия внешней торговли, кафедра международной торговли и внешней торговли РФ - аспирант

УДК 339.5 (100)

ББК 65.428 (0)

С-130

Аннотация

Авторы рассматривают в статье основные направления международной кооперации в производстве продукции военного назначения. Они анализируют новые виды коммерческих сделок, широкое применение сети Интернет для заключения контрактов, а также выявляют новые тенденции в динамике потоков в сфере международной торговли, доказывают расчетами наличие тесной корреляции между импортом частей и узлов и экспортом готовой продукции военного назначения. На основе применения методов расчета шаговой корреляции установлено, что импорт частей и узлов прямо влияет на рост экспорта готовой продукции военного назначения через определенный период времени.

Ключевые слова: продукция военного назначения, международная торговля, экспорт, части и узлы, кооперация, корреляция, шаговая корреляция, коэффициенты корреляции.

International cooperation in international trade in military products

Y.A. Savinov,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Russian Foreign Trade Academy, Department of foreign trade and international transactions - Professor,

A.A. Fatianov,

Russian Foreign Trade Academy, Department of International Trade and Foreign Trade of RF - Postgraduate student

Abstract

The authors consider in the article the basic directions of the international cooperation in the production of military products. They analyze new types of business transactions, the widespread use of the Internet for the conclusion of contracts, as well as identify new trends in flows of international trade. The calculations prove there is a close correlation between imports of parts and components and export of finished products for military use. On the basis of the application of step-by-step correlation calculation methods found that imports of parts and components directly affects the growth of exports of finished products for military use after a certain period of time.

Keywords: military products, international trade, export, parts and components, cooperation, correlation, step-by-step correlation, correlation coefficients.



Развитие международной торговли продукцией военного назначения, как и многими другими товарами, определяется расширением и углублением международной специализации, основанной на конкурентных преимуществах экспортеров. Такая специализация может иметь характер предметной, поддетальной или технологической. В силу объективных экономических причин разные страны разрабатывают и выпускают различные виды продукции военного назначения (ПВН) и ее узлов и деталей и в зависимости от потребностей, определяемых политическими и экономическими факторами, выступают на мировом рынке с экспортом такой продукции или же импортируют ее. Статистика международной торговли ПВН свидетельствует, что на внешние рынки экспортеры поставляют как готовую к эксплуатации продукцию, так и части и узлы, поставляемые по договорам о кооперации.

Экономическая сущность кооперации, прежде всего производственной, достаточно хорошо исследована в литературе. Однако практика межфирменного соперничества ведет к формированию новых ее направлений, целью которых является привлечение внешних ресурсов. При торговле продукцией военного назначения экспортер стремится получить заказ покупателя на поставку военной продукции путем дополнительного предложения на поставку определенных товаров или закупить у него определенные товары. Такого рода сделки, называемые в международной торговле сделками «встречной торговли», представляют один из видов кооперационных соглашений.¹

К новым видам встречных сделок следует отнести:

А) Расширение номенклатуры сделок встречной торговли путем включения в договор поставку материальных товаров (продукции военного назначения) одновременно с предоставлением или встречной покупкой услуг различного характера. Ранее, когда шла речь об анализе производственной кооперации, подразумевался обмен только готовыми изделиями (комплектным оборудованием или частями и узлами). Также достаточно изученной является практика обмена технологиями между партнерами, в частности соглашения об обмене правами на взаимное использование патентов. Вопросы классификации кооперационных соглашений подробно рассмотрены в статье Пискулова Ю.В., Посысаева Ю.Ю., Савинова Ю.А. Однако включение в такие соглашения обмена материальных товаров на услуги в этой статье не рассмотрено.²

¹ Вопросы классификации кооперационных соглашений подробно рассмотрены в статье Пискулов Ю.В., Посысаев Ю.Ю., Савинов Ю.А. Концептуальные черты современной межфирменной производственной кооперации // Российский внешнеэкономический вестник. 2014, №11, С. 47-49.

² Пискулов Ю.В., Посысаев Ю.Ю., Савинов Ю.А. Концептуальные черты современной межфирменной производственной кооперации // Российский внешнеэкономический вестник. 2014. №11- С. 42-59.



Б) Широкое вовлечение в процесс кооперации поставок из третьих стран с предприятий фирм, с которыми заключены соглашения об аутсорсинге.

В) Расширение партнерских связей на основе использования сети Интернет, что создает эффект физического присутствия партнера, даже если он находится на удалении в тысячи километров. Использование сети Интернет с целью привлечения внешних ресурсов, сокращая краткосрочные издержки и, повышая гибкость ведения коммерческих операций на рынке, усиливает межфирменную ценовую конкуренцию.³ Затратные и качественные преимущества могут достигаться двумя путями: во-первых, на основе операционной эффективности, которая достигается в случае, когда компания делает то же, что и конкуренты, но лучше, за счет использования более передовых технологий, качественных материальных ресурсов, лучше подготовленного персонала, более эффективного управления и т.д.; во-вторых, за счет преимуществ стратегического позиционирования, которые возникают, когда компания работает иначе, чем конкуренты, и предлагает потребителям уникальные ценности. Использование сети Интернет открывает новые возможности для достижения или укрепления стратегических позиций.

Анализ практики экспортеров показывает широкое распространение сделок первого вида. Если скоро продукция военного назначения закупается государственными организациями, то многие из них, особенно находящиеся на различных этапах экономического развития, стремятся получить от иностранного партнера не только прямые инвестиции, но прежде всего технологию производства современных видов товарной продукции. Такое стремление особенно характерно для торговли ПВН. Для реализации подобного стремления экспортеры идут на формирование «технологических альянсов» в самых разнообразных организационных формах. Подобное сотрудничество позволяет экспортеру привлекать ресурсы страны-импортера для разработки необходимых ему базовых технологий, которые предприятиям не под силу контролировать в одиночку; распределять между участниками расходы и риски, связанные с внедрением научно-технических достижений. Подобные отношения распространяются на сферу субподряда, обеспечивая подрядчику такую же возможность проявления инициативы, как и головному заказчику.⁴

Рост значения внешних источников технологии и технологической кооперации происходит повсеместно, что представляется важным инновационным изменением в стратегическом управлении. Партнерские сети создаются как внутри стран, так и на международном уровне, что диктуется потребностью в приобретении

³ Подробнее см. Porter M. Strategy and the Internet// Harvard Business Review. March 2001. P. 63-78.

⁴ Recherche et innovation: Le temps des reseaux: Rapport du groupe "Recherche, technologie et competitivite" / Commissariat general du plan; Rapporteurs: Hanahhe O. et al.— P.: Documentation fr., 1993 .— 160 p.

технических и производственных ресурсов. Число вновь создаваемых стратегических альянсов, обеспечивающих совместное проведение НИОКР или трансферт технологии, существенно возрастает, особенно в области наиболее динамичных технологий (продукция военного назначения, биотехнология, новые материалы, информационные технологии).

При этом считаем важным уточнить именно стремление стран-покупателей ПВН включать в соглашения о приобретении товара предоставление экспортером различных технологий, связанных или нет с изготовлением покупаемой техники, ее деталей и принадлежностей. Для каждой отдельной компании единственный способ повысить свою прибыльность состоит в достижении устойчивого конкурентного преимущества, т.е. способности оперировать с более низкими издержками или устанавливать цены с надбавками. На рынке продукции военного назначения достижение поставленных фирмой целей в рыночном соперничестве обеспечивается в значительной степени путем использования ресурсов покупателя.

Следует обратить внимание на варианты использования различных каналов приобретения технологии, которые могут оказывать радикальное влияние на стратегию деятельности импортера ПВН. По мнению английских экономистов Дж. Эдлера, Ф. Мейер-Крамера, Дж. Редже, экспортер ПВН использует различные способы технологического мониторинга, позволяющего отслеживать изменения в применяемой технологии (по степени убывания значимости): назначение должностных лиц, ответственных за ключевые технологии и программы исследований; создание специальных групп слежения; участие в технических профессиональных обществах; работа с группами потребителей и анализ поступающей от них информации; участие в отраслевых консорциумах; участие в органах стандартизации; связи с университетами и совместные программы; участие в государственных программах НИОКР; создание внешних консультационных советов по науке и технологии; кооперация с возникающими высокотехнологичными фирмами; фонды венчурного капитала.⁵ По частоте кооперационных связей на рынке ПВН различные партнеры располагаются следующим образом: другие отделения собственной компании; потребители; поставщики; университеты; государственные лаборатории; молодые высокотехнологичные компании; конкуренты.

Французский экономист И. Брока дает иную, дополняющую классификацию форм международной межфирменной кооперации: создание совместного филиала, занимающегося НИОКР, заключение соглашения о совместном осуществлении специфического проекта НИОКР с разделением издержек и навыков; соглашение о технологическом обмене; финансовое участие в предприятии, обладающем высоким инновационным потенциалом; соглашения о партнерстве между поставщи-

⁵ См. подробнее Edler J., Meyer-Krahmer F., Reger G. Changes in the strategic management of technology: Results of a global benchmarking study // Research an Operation management. - Oxford, 2002. - Yol. 32, N 2. - P.149-164.



ками промежуточного продукта, использующего новую технологию, и производителем конечного продукта.⁶ Соглашения могут быть горизонтальными (между конкурентами) и вертикальными (между участниками производственной цепочки). Межфирменная кооперация повышает благосостояние, поскольку позволяет отказаться от некоторых видов стратегического поведения и избежать дублирования усилий и стимулирует проведение дорогостоящих исследований с неопределенным результатом. В условиях конкурентного рынка кооперация способствует снижению издержек и цен.

Растущее значение внешних и кооперационных источников приобретения технологии, особенно наглядно выявляется в практике фирм Северной Америки, где в прошлом они играли относительно меньшую роль по сравнению с Европой и Японией. За прошедшее десятилетие число компаний, сильно зависящих, по их собственному определению, от внешних источников, возросло с 35 до 84% в Японии, с 22 до 86% в Европе и с 10 до 85% в Америке.⁷

Стремясь продать ПВН, экспортер делает покупателю широкие предложения товаров и технологии: демонстрирует готовность предоставить в распоряжение покупателя различные активы. Однако обычно не стремится участвовать в капитале импортирующей компании. Тем более, что эти компании часто находятся под контролем государства в импортирующих странах, и участие в их капитале иностранными компаниями строго регламентируется. Для выполнения задачи выигрыша контракта экспортером применяются альтернативные способы организации международного производства, не связанные с участием в капитале. Наряду с использованием преимуществ международного разделения труда и перемещения производства путем осуществления вертикальных ПИИ у фирм-экспортеров имеются другие возможности использования разницы в издержках производства между странами. В частности, речь идет о таких формах производства, как подрядное промышленное производство, аутсорсинг услуг, франчайзинг и другие типы договорных взаимоотношений, которые основаны не на вложении капиталов в иностранные предприятия, а на поддержку предприятий. Наряду с такими способами кооперации на верхней ступени цепочки создания стоимости существует также международное сотрудничество, направленное непосредственно на потребителей. Здесь важными формами являются лицензирование интеллектуальной собственности, при котором обладатель лицензии имеет право торговать лицензированными товарами, а также использование патентов или образцов промышленных товаров иностранных предприятий.⁸

⁶ Brocas I. Les enjeux de la reglamantation de la recherche et developpement // Revue d'economie politique. - P., 2003. - A.113, N 1. P.125-148.

⁷ Edler J., Meyer-Kraemer F., Reger G. Changes in the strategic management of technology: Results of a global benchmarking study // Research an Operation management. - Oxford, 2002. - Yol. 32, N 2. - P.157.

⁸ Benz S., Karl J., Yalcin E. UNCTAD World investment report_2011: Die Entwicklung auslandischer Direktinvestitionen // IFC_Schnelldienst. - Munchen, 2011. - Jg. 64, N 15. - S. 21-31.

Кроме того, следует упомянуть договоры на управление, которые за вознаграждение передают оперативный контроль над предприятием зарубежному поставщику услуг. Актуальна также уступка прав на переработку сырья или производство товаров. Международные предприятия, заключая такую сделку, получают право на всю заработанную прибыль или ее часть. Еще одним вариантом сотрудничества является стратегический альянс, который позволяет наладить гибкую кооперацию в области производства и распространения продукции, использования производственных мощностей и интеллектуальной собственности. При этом происходит разделение экономических рисков без создания правового субъекта.

Формы производства без вложения капитала часто позволяют экспортерам интегрироваться в сеть международных концернов, что дает возможность существенно увеличить и стабилизировать экспорт. Реализация договоров о кооперации с применением офсетных соглашений может привести и к увеличению импорта, поскольку национальная продукция частично замещается иностранными товарами. Но это – оборотная стороны любых кооперационных соглашений. Следует отметить и второе негативное следствие кооперационных сделок. Проводимые в странах-экспортерах меры по организации и стимулированию НИОКР далеко не всегда адаптированы к специфике отраслей. Невозможность получения патента несколькими независимыми и конкурирующими предприятиями иногда приводит к неэффективности инвестиций в новые производства, а защита инновации монопольным правом тормозит конкуренцию и снижает конкурентоспособность партнеров по кооперации. Кроме того, во многих отраслях затраты на НИОКР столь высоки, что предприятия отказываются от разработки инноваций.⁹ Сглаживанию этих недостатков и способствуют такие меры, как развитие межфирменной кооперации с применением офсетных соглашений.

Кроме того, несмотря на имеющиеся элементы негативных последствий, кооперация дает фирмам и крупные существенные преимущества. Кооперация между фирмами необходима вследствие экономических причин. Как подчеркивают английские экономисты Т. Кенинг и Л. Р. Гугль «Совместные меры в рамках стратегии увеличения прибылей за счет потребителей более привлекательны, чем смертельная борьба с соперниками».¹⁰ Вызов, который предъявляют технологические инновации, присущий новой эре всемирной конкуренции, может быть сформулирован следующим образом: в какой степени и каким образом нация, одна или в содружестве с другими, может достичь устойчивого экономического роста, творчески управляя технологиями? Эту цель в наибольшей степени достигнут те ор-

⁹ Brocas I. Les enjeux de la réglementation de la recherche et développement // *Revue d'économie politique*. - P., 2003. - A.113, N 1. P. 139.

¹⁰ Koenig T., Gogle L. R. Interlocking corporate directorships as a social network. – *American Journal of economics and sociology*, Lancaster (Pa), 1981, vol.40, N 1, p.47.



ганизации и нации, которые найдут ключ к разрешению парадокса неотъемлемой связи всемирной конкуренции и всемирной кооперации.¹¹

При анализе позитивных и негативных аспектов рыночного соперничества компаний, по нашему мнению, не следует выбирать только крайние точки зрения. В процессе принятия деловых решений компании-участники рыночного соперничества отвергают как чистую кооперацию, так и тотальный конфликт в пользу отношений «борьба-кооперация». Задачей является принятие решений, способствующих выполнять миссию компании и обеспечивать конкурентоспособность фирмы на рынке.¹² В этой связи, по нашему мнению, целесообразно обратить внимание на развитие и углубление практики международной кооперации, которая принимает все более разнообразные формы. До конца XX в. основной тенденцией в международной торговле было установление торговых отношений между странами с равными экономическими потенциалами. Об этом свидетельствует и практика экспорта и импорта между странами. И хотя международная торговля сыграла ведущую роль в исключительно быстром росте развивающихся государств после второй мировой войны, обмен осуществлялся главным образом между промышленно развитыми странами со сходной экономической структурой: в конце XX в. взаимный обмен между промышленно развитыми странами составлял около 70% их экспорта.¹³ В начале XXI в. на рынках с острой конкуренцией все более развивается новая тенденция, а именно установления кооперационных отношений не столько с равными себе партнерами, но прежде всего – с покупателями.

Вовлечение покупателей в механизм внутрифирменного инновационного процесса ведет к модификации инновационной деятельности в рамках корпораций-экспортеров ПВН. В результате в современных условиях оказывается непригодной для использования так называемая «линейная» модель инновационного процесса, предполагающая последовательное чередование этапов по следующей схеме: научные исследования и разработки – создание экспериментального образца – внедрение в производство – коммерциализация. В условиях вовлечения покупателя в инновационный процесс по созданию ПВН отношения между экономической и научной сферами претерпели значительные качественные и количественные изменения, что привело к формированию между ними системы тесной взаимосвязи и взаимодействия. Например, научные или технические решения, принимаемые специалистами научных подразделений фирмы-экспортера, определяют границы

¹¹ Козметский Дж. Вызов технологический инноваций на пороге новой эры общемировой конкуренции // Трансфер технологий и эффективная реализация инноваций. Хрестоматия Составление и общая редакция Н. М. Фонштейн. Центр коммерциализации технологий. АНХ. Москва 1999, С. 8.

¹² Martinet A.-Ch. Les discours sur la strategie d'entreprise // Revue francaise de gestion. - P. 1988. - N67.- p. 58.

¹³ Grjebine A. Vers une autonomie concertee des regions du monde. – Revue d'economie politique P., 1978, a.88, N 2, p.256.

«поля решений» в экономической сфере инновационного процесса; в свою очередь экономические факторы в долгосрочной перспективе влияют на содержание и направления программ научных исследований. Взаимопереплетение характерно и для процесса разработки военной продукции и технологии: их характеристики постоянно меняются, предприятия-производители, а также потребители активно участвуют в работе по адаптации нового оборудования и технологий, включаясь даже в процесс их разработки. Сказанное относится и к сфере производства научных знаний. Работа в рамках одной и той же научной программы сочетает в себе два различных вида деятельности, имеющих фундаментальную и прикладную направленность.

Подобные сдвиги качественно меняют представления о научно-исследовательской работе и природе конкурентоспособности компании-экспортера. Они вызывают к жизни новые формы организации и координации в научной и экономической среде. В результате появившееся новое понятие «технико-экономические сети» полно и точно отражает особенности новых организационно-институциональных структур в этой области: расширение круга субъектов инновационной деятельности, усложнение связей между ними и перерастание их в сотрудничество, в том числе неформальное.

При этом более активное вовлечение потребителей в процесс разработки новой продукции с целью адаптации ее характеристик к требованиям рынка требует соответствующих организационных форм. Появился новый термин, «prosumer» (сочетание французских слов “продукт” и “потребитель” по аналогии с терминами “информатика” и т. д.), подразумевающий совокупность методов, которые позволяют увязать характеристики новой продукции с ожиданиями потребителей. Одновременно производственные структуры приобретают большую гибкость, что позволяет добиваться экономии на разнообразии (*economic de variete*) или за счет точной адаптации продукции к индивидуализированным запросам массового потребителя (*sur-mesure-de-masse*).¹⁴

Таблица 1

Объемы экспорта и импорта ПВН по ведущим странам-поставщикам ПВН в международной торговле в 2013 г.

<i>Страны</i>	<i>Экспорт</i>	<i>Импорт</i>	<i>Отношение импорта к экспорту в %</i>
Все страны	12 954	11 217	86,6
США	5 701	4 338	76,1
Канада	733	1 048	142,9
Германия	674	267	39,6

¹⁴ Recherche et innovation: Le temps des reseaux: Rapport du groupe “Recherche, technologie et competitivite” / Commissariat general du plan; Rapporteurs: Hanahhe O. et al.— P.: Documentation fr., 1993 .— 160 p.



Внешнеторговая деятельность

<i>Страны</i>	<i>Экспорт</i>	<i>Импорт</i>	<i>Отношение импорта к экспорту в %</i>
Республика Корея	473	348	73,6
Норвегия	357	327	91,6

Источник: comtrade.un.org

Таким образом, из таблицы видно, что все ведущие страны-поставщики ПВН в международной торговле не только активно продают, но и активно покупают ПВН на мировом рынке.

Таблица 2

Основные страны экспортеры ПВН в 2013 г.

<i>Страны-экспортеры</i>	<i>Объем экспорта в 2013 г. в млрд долл.</i>	<i>Среднегодовые темпы прироста в 2009 -2013 гг.</i>	<i>Доля в мировом экспорте в %</i>
Все страны мира	12 954	3,9	100,0
В т.ч. США	5 701	6,4	44,0
Италия	758	4,6	5,9
Канада	733	-6,0	5,7
Германия	674	7,3	5,2
Респ. Корея	473	18,6	3,6
Норвегия	357	-7,9	2,8
Бразилия	349	1,1	2,7
Чехия	299	11,6	2,3
Турция	274	23,8	2,1
Испания	235	-0,7	1,8
Япония	228	-4,5	1,8
Китай	159	25,8	1,2

Источник: International Trade Statistics Yearbook 2013. Volume II Trade by Product. United Nations New York, 2014. p. 412.

Таблица 3

Основные страны-импортеры ПВН

<i>Страны-импортеры</i>	<i>Объем импорта в 2013 г. в млрд долл.</i>	<i>Среднегодовые темпы прироста в 2009 -2013 гг.</i>	<i>Доля в мировом импорте в %</i>
Все страны мира	11 217	0,1	100,0
В т.ч. США	4 338	1,1	38,7
Канада	1 048	10,1	9,3
Австралия	450	1,4	4,0
Индонезия	365	43,1	3,2
Республика Корея	348	4,7	3,1
Норвегия	327	1,8	2,9



Внешнеторговая деятельность

Страны-импортеры	Объем импорта в 2013 г. в млрд долл.	Среднегодовые темпы прироста в 2009 -2013 гг.	Доля в мировом импорте в %
Таиланд	295	7,3	2,6
Германия	267	10,1	2,4
ОАЭ	247	27,9	2,2
Франция	223	6,1	2,0
Нидерланды	218	103,7	1,9
Великобритания	178	-11,1	1,5

Источник: International Trade Statistics Yearbook 2013. Volume II Trade by Product. United Nations New York, 2014. p. 412.

Рассмотрим структуру экспорта и импорта ПВН по ведущим странам экспортерам и импортерам в международной торговле.

Таблица 4

Экспорт и импорт ПВН (Военной техники – ВТ, частей и узлов) в 2014 г.

Страны	Всего	В том числе			
		ВТ, млн долл.	%	Части и узлы, млн долл.	%
США					
Экспорт	5 425	5 048	93,0	377	7,0
Импорт	3 470	2 612	75,3	858	24,7
Канада					
Экспорт	686	617	89,9	69	10,1
Импорт	791	700	88,5	91	11,5
Германия					
Экспорт	563	478	84,9	85	15,1
Импорт	222	179	80,6	43	19,4
Республика Корея					
Экспорт	457	418	91,5	39	8,5
Импорт	355	335	94,4	20	5,6
Норвегия					
Экспорт	288	217	75,4	71	24,6
Импорт	252	215	85,3	37	14,1
Франция					
Экспорт	138	122	88,4	16	11,6
Импорт	176	158	89,8	18	10,2
Италия					
Экспорт	732	621	84,8	111	15,2
Импорт	125	96	76,8	29	23,2
Бразилия					
Экспорт	311	311	100	0	0
Импорт	103	97	94,2	6	5,8



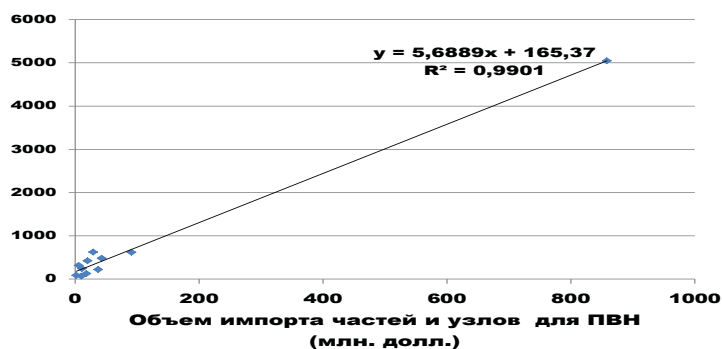
Страны	Всего	В том числе			
		ВТ, млн долл.	%	Части и узлы, млн долл.	%
Индия					
Экспорт	124	84	67,7	40	32,3
Импорт	16	14	87,5	2	22,5
Китай					
Экспорт	161	148	91,9	13	8,1
Импорт	6	5,8	96,7	0,2	3,3
Польша					
Экспорт	70	64	91,4	6	8,6
Импорт	332	322	97,0	10	3,0
Турция					
Экспорт	271	239	88,2	32	11,8
Импорт	83	72	86,7	11	13,3

Источник: comtrade.un.org

Анализ данных приведенной таблицы позволяет выявить сравнительно высокую связь между данными по импорту частей и узлов для ПВН их ее экспортом. Это свидетельствует о том, что импортные части и узлы, приобретаемые по офсетным соглашениям, используются для изготовления и экспорта готовой продукции военного назначения. При этом, из-за существующей большой разницы в объемах экспорта между США в анализе появляется слишком высокий показатель корреляционной связи.

Рисунок 1

Влияние импорта частей и узлов на экспорт готовой продукции военного назначения по основным странам-экспортерам



Построено по данным: comtrade.un.org

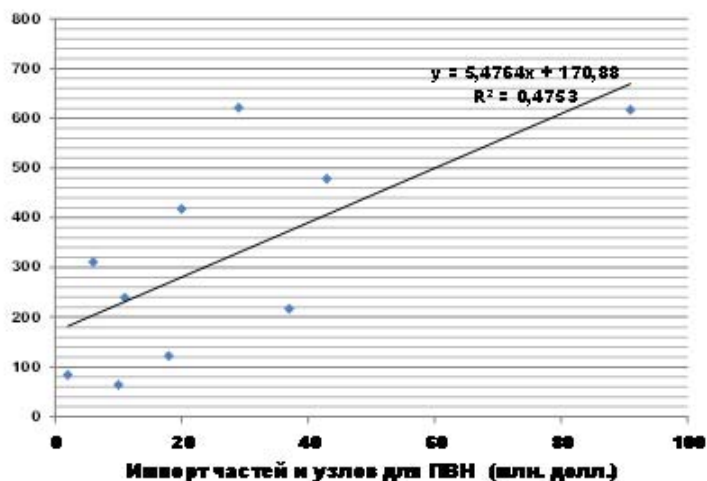


По вертикали указан объем экспорта продукции военного назначения из основных стран-экспортеров в млн долл.

При исключении показателей по США получают более равномерные результаты корреляционной зависимости.

Рисунок 2

Влияние импорта частей и узлов ПВН на экспорт готовой продукции по основным странам-экспортерам, за исключением США (млн долл.)



Построено по данным: comtrade.un.org

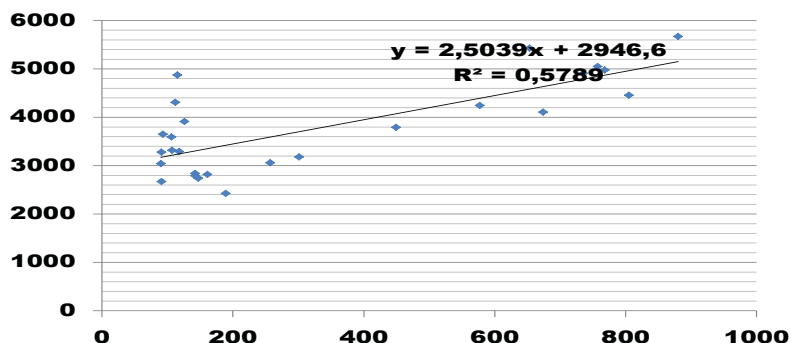
По вертикали указан объем экспорта готовой продукции военного назначения.

Отдельное рассмотрение экспорта ПВН и импорта частей и узлов для ПВН по США свидетельствует о тесной связи динамики этих показателей.



Рисунок 3

Влияние импорта частей и узлов ПВН на экспорт готовой продукции по США
(млн долл.)



Построено по данным: comtrade.un.org

По горизонтали указан объем импорта частей и узлов, а по вертикали - объем экспорта готовой продукции военного назначения.

Теперь рассмотрим, в какой степени происходит влияние импорта частей и узлов ПВН на экспорт готовой продукции. Для этого используем расчет шаговой корреляции, то есть выявим, через какой промежуток времени импорт частей и узлов в наибольшей степени влияет на увеличение экспорта ПВН США.

Таблица 5

Влияние импорта частей и узлов на рост экспорта ПВН из США

	Показатель коэффициента корреляции импорта частей и узлов и объема экспорта готовой ПВН			
	Импорт частей и узлов в год поставки готовой ПВН	Импорт частей и узлов за год до поставки готовой ПВН	Импорт частей и узлов за 2 года до поставки готовой ПВН	Импорт частей и узлов за 3 года до поставки готовой ПВН
Коэффициент парной корреляции	0,5789	0,6337	0,6355	0,6101

Рассчитано по данным: comtrade.un.org

Приведенные выше сведения подтверждают приведенный выше тезис относительно того, что именно обмен узлами, частями и готовыми изделиями военного назначения в рамках кооперационных соглашений в наибольшей степени способствует общей динамике экспорта ПВН на второй-третий год. Реализация кооперационных соглашений лидирующих многонациональных фирм с предприятиями стран-импортеров открывают доступ к новым технологиям и создают новые возможности для «опоздавших» предприятий выйти на уровень производственных технологий ведущих фирм, занимающих господствующие позиции на рынке.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Завьялов П.С. Кооперация в мире капитала: Международные аспекты промышленного кооперирования. М.: Мысль. 1979. – 215 с. (Zav'jalov P.S. Kooperacija v mire kapitala: Mezhdunarodnye aspekty promyshlennogo kooperirovanija. M.: Mysl'. 1979. – 215 s.)

Козметский Дж. Вызов технологический инноваций на пороге новой эры общемировой конкуренции // Трансфер технологий и эффективная реализация инноваций. Хрестоматия Составление и общая редакция Н. М. Фонштейн. Центр коммерциализации технологий. АНХ. Москва, 1999, С. 8-18 (Kozmetiskij Dzh. Vyzov tehnologicheskij innovacij na poroge novej jery obshhemiroyvoj konkurencii // Transfer tehnologij i jeffektivnaja realizacija innovacij. Hrestomatija Sostavlenie i obshhaja redakcija N. M. Fonshtejn. Centr kommercializacii tehnologij. ANH. Moskva, 1999, S. 8-18).

Посысаев Ю.Ю., Савинов Ю.А. Кооперационные поставки в международной торговле энергетическим оборудованием для электростанций // Российский внешнеэкономический вестник. 2014. - №3, С. 60-78 (Posysaev Ju.Ju., Savinov Ju.A. Kooperacionnye postavki v mezhdunarodnoj trgovle jenergeticheskim oborudovaniem dlja jelektrostanacij // Rossijskij vneshejekonomicheskij vestnik. 2014. - №3, S. 60-78)

Посысаев Ю.Ю., Пискулов Ю.В., Савинов Ю.А. Концептуальные черты современной межфирменной производственной кооперации // Российский внешнеэкономический вестник. 2014. - № 11. С. 42-59 (Posysaev Ju.Ju., Piskulov Ju.V., Savinov Ju.A. Konceptual'nye cherty sovremennoj mezhfirmennoj proizvodstvennoj kooperacii // Rossijskij vneshejekonomicheskij vestnik. 2014. - № 11. S. 42-59)

Трансфер технологий и эффективная реализация инноваций. Хрестоматия. Составление и общая редакция Н. М. Фонштейн. Центр коммерциализации технологий. АНХ. Москва, 1999, - 294 с. (Transfer tehnologij i jeffektivnaja realizacija innovacij. Hrestomatija. Sostavlenie i obshhaja redakcija N. M. Fonshtejn. Centr kommercializacii tehnologij. ANH. Moskva, 1999, - 294 s.)

Benz S., Karl J., Yalcin E. UNCTAD World investment report_2011: Die Entwicklung auslandischer Direktinvestitionen // IFC_Schnelldienst. - Munchen, 2011. - Jg. 64, N 15. - S. 21-31.

Brocas I. Les enjeux de la reglamantation de la recherche et developpement // Revue d'economie politique. - P., 2003. - A.113, N 1. P.125-148.

Carlsson B. Internationalization of innovation systems: A suryey of the literature // Research policy. - Amsterdam, 2006. - Vol. 35, N 1. P. 56-67.



Edler J., Meyer-Krahmer F., Reger G. Changes in the strategic management of technology: Results of a global benchmarking study // *Research and Operation management*. - Oxford, 2002. - Vol. 32, N 2. - P.149-164.

Grjebine A. Vers une autonomie concertee des regions du monde. – *Revue d'economie politique* P., 1978, a.88, N 2, p.250-268.

Koenig T., Gogle L R. Interlocking corporate directorships as a social network. – *American Journal of economics and sociology*, Lancaster (Pa), 1981, vol.40, N 1, p.37-50.

Martinet A.-Ch. Les discours sur la strategie d'entreprise // *Revue francaise de gestion*. - P. 1988. - N67.- p.49-60.

Porter M. Strategy and the Internet// *Harvard Business Ewview*. March 2001. P. 63-78.

Prabhakar A. Inequality in the global village : The future ahead // *World affairs*. - New Delhi, 2002. - Vol.6, N 2. - P.66-82.

Recherche et innovation: Le temps des reseaux: Rapport du groupe «Recherche, technologie et competitivite»/ Commissariat general du plan; Rapporteurs: Hanahhe O. et al.—P.: Documentation fr., 1993 .— 160 p.

Shariff I., Littig D. Globalization: Old wine into new bottles? // *World affairs*. - New Delhi, 2002. - Vol.6, N 2. - P.38-51.

