

Review Южная Америка

«Страны Латинской Америки перестали быть периферией»

Сегодня, когда латиноамериканский регион стал активным игроком на международной арене с точки зрения не только политики, но и экономики, страны Латинской Америки становятся все более интересными России, поскольку рассматриваются как рынок для диверсификации потоков российского товарооборота. Об этом в своем интервью „Ъ“ рассказал директор Института Латинской Америки РАН, заведующий кафедрой Юго-Западного государственного университета **Владимир Давыдов**.

— научное мнение —

— Сегодня много говорится о том, что страны Латинской Америки переживают новый исторический этап. Говорят даже о своеобразном возрождении этого региона. Вы согласны с этим?

— Роль Латинской Америки перестала быть периферийной. Со странами Латинской Америки сегодня заинтересованы сотрудничать и дружить сильные мира сего. В последнее время это проявилось и в политике США. В последние 15 лет кривая торговли и инвестиций США со странами Латинской Америки идет вниз. Эта кривая полагая, но неуклонная. И эти показатели очень резко контрастируют с той кривой, которая демонстрирует роль бизнеса из стран Азии, в первую очередь Китая, на латиноамериканских рынках. Негативные стереотипы относительно Латинской Америки остались в прошлом. Потому что сегодня в этих странах есть и высокие технологии, и так называемая социальная инженерия.

— Что означает этот термин?

— Латинскоамериканский регион всегда был контрастным: по социальным и экономиче-

ским параметрам в этих странах были одни из самых высоких в мире показателей неравенности доходов. Это давало серьезный эффект с точки зрения турбулентности исторического, экономического и политического развития региона. Его можно было называть вулканическим в социальном плане.

Сначала Чили, Аргентина, Эквадор, а затем многие страны региона в 1980-е и 1990-е годы получили свой суровый неоллиберальный опыт, сопровождавшийся непосильными социальными издержками и возросшей уязвимостью экономики от внешних шоков. На протестной волне во многие страны пришли левоориентированные, преимущественно умеренные режимы, которые разумно подошли к сочетанию конструктивных элементов новоллиберальной инженерии и необходимости социальной ориентации. Власти откорректировали свою экономическую политику. В Латинской Америке впервые в ее истории началось резкое сокращение зоны бедности. Если в середине 90-х годов прошлого века ниже черты бедности жило около 45% населения, то сейчас — порядка 28–29%. Это колоссальный скачок, что, в свою очередь, повысило устойчивость латиноамериканских



НИИ ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКИ РАН

экономик по отношению к внешним шокам. Доказательством эффективности стратегии, выбранной странами Латинской Америки, может служить то, что период кризиса 2008–2009 годов они преодолели достаточно благополучно. Потери в темпах роста были минимальными по сравнению с США или Еврозоюзом, поскольку они смогли диверсифицировать свою экономику и переориентироваться на Азиатско-Тихоокеанский регион (АТР). Поэтому страны Латинской Америки давно перестали быть периферией в вулгарном смысле этого слова, регион стал активным игроком на мировой арене. И начал проявлять все большую заинтересованность в сотрудничестве с Россией.

— Что они видят для себя интересного на российском рынке?

— Очень широкую гамму продукции. Здесь нужно разделять традиционную продукцию и новые сегменты. Если взять традиционную, то российский рынок сельхозпродукции еще до антисанкций в отношении поставок из ряда стран Евросоюза покрывался латиноамериканцами. Бразилия, Аргентина, Чили, Эквадор были очень крупными игроками на нашем рынке. Традиционно это были товары тропической зоны — бананы, кофе, какао, а также зерновые, мясные продукты, птица.

Но вместе с тем в последнее время на нашем рынке появились так называемые несезонные продукты. Например, малина, голубика, виноград в зимне-весенний период нашего полушария. На коробочках, которые вы покупаете, часто может быть написано «сделано в Чили» или «сделано в Уругвае». То есть Латинская Америка сейчас экспортирует, казалось бы, традиционный продукт. Но он стал гораздо более сложный, поскольку они должны обеспечивать сохранность продукта при транспортировке на 10 тыс. миль. Это, в свою очередь, означает большие инвестиции в производство, его серьезную модернизацию, включающую радикальную перестройку традиционных отраслей, насыщение их новейшей компьютерной информационной техникой, современным менеджментом. И во многих странах, в том числе в Бразилии, Аргентине, Чили, есть сегодня серьезные достижения, которые выражаются в резком повышении конкурентоспособности латиноамериканских товаров на мировом рынке.

— Но латиноамериканским рынком ста- ла очень активно интересоваться и Россия? В чем ее интерес?

— Приведу конкретный пример. Несколько месяцев назад я был в Мексике. И общаясь в предпринимательской среде, узнал о том,

что крупная мексиканская компания Interjet подписала договор о покупке в общей сложности 30 российских самолетов Sukhoi Superjet 100. Я был поражен: общаясь с генеральным директором этой фирмы, услышал, что, по его мнению, Sukhoi Superjet 100 — это великолепные машины, у них просто нет аналога в их классе. Мексика — горная страна. На высоте свыше 2 тыс. м, когда машины поднимаются, они теряют 30% мощности двигателей. И Sukhoi Superjet 100 — машина, которая, по его словам, имеет рекордно малые потери. Interjet, между прочим, уже запустила купленные в России самолеты на линии, связывающие Мексику с городами юга США. А это требует специальной сертификации машин — решения задачи, которая крайне затруднена для российских компаний. Мексиканцы, получается, проложили путь для нашей авиатехники на самый платежеспособный рынок в мире.

Несколько я знаю, никарагуанцы также заказывали российские самолеты. Подготовлен контракт на поставку Superjet 100 на Ямайку. Хорошо представлена на латиноамериканском рынке наша вертолетная техника: восемь стран Латинской Америки ее закупают.

— Но ведь у нас были раньше отношения со странами Латинской Америки. Разве сегодняшние отношения не являются неким ренессансом?

— Не думаю. Хотя мы продолжаем не только в Латинской Америке, а вообще везде питаться советским багажом. И часто его просто бездарно прожираем. Конечно, на нас работает то, что в Латинской Америке сегодня большое количество людей, которые учились в наших вузах: инженеры, врачи, экономисты. Эти люди знакомы с нашими технологиями.

«Для российского бизнеса сейчас главное — не упустить момент»

— мнение финансиста —

Сегодня у России есть неплохие шансы выйти на рынки стран Латинской Америки с проектами поставок и обслуживания комплексного оборудования. Как считает первый вице-президент Газпромбанка ДЕНИС КАМЫШЕВ, глобальная кооперация — единственный способ сделать это достаточно быстро и эффективно, поскольку времени у России на реализацию такой возможности осталось не так много. Об этом он рассказывал в интервью „Ъ“.



СНИП КАРТА

— Какие страны Латинской Америки интересны России?

— Нам более интересна материковая часть этого региона. Центральная Америка интересна, но с точки зрения бизнеса проекты, которые там реализуются, часто носят геополитический характер. То есть если реализуется проект, например, в Никарагуа, Панама или Гондурасе, это будет скорее проект межстранового взаимодействия, он будет касаться всех окружающих стран. Если же реализуется огромный проект в Бразилии, он, скорее всего, и останется бразильско-российским.

— Вас интересует не геополитика, а именно экономика в латиноамериканском регионе? Достаточно ли благоприятные условия для этого есть сегодня?

— Конечно, у нас экономические цели. У того оборудования, которое было поставлено и введено в эксплуатацию в советское время, подошел срок естественного износа. Сейчас для его обновления очень благоприятный момент. Кубинцы, например, сейчас готовы проводить модернизацию своих заводов. Понятно, что первым делом они обратятся к тем, кто их строил, то есть к России. Я думаю, совпадение их потребностей в оборудовании и наших производственных возможностей, которое наблюдается сейчас на рынках Латинской Америки, наиболее полное в сравнении с другими странами. С Азией, например, или с Африкой такого совпадения по профилю оборудования нет.

Цели по индустриализации и диверсификации своей экономики, безусловно, поставлены политиками новой волны в Латинской Америке. Это решение очень хорошо совпало с нашими целями. Несмотря на то что политический диалог интенсифицируется, в основе его с обеих сторон лежит экономическая база. Это абсолютно точно. Сможем ли мы воспользоваться этим шансом — другой вопрос. Для российского бизнеса сейчас главное — не упустить момент.

— По результатам первого квартала текущего года Латинская Америка стала единственным регионом мира, куда выросли объемы российского экспорта. При стремлении этого региона диверсифицировать свою экономику Россия наверняка столкнется там с серьезной конкуренцией. Насколько она к этому готова?

— Это очень важный момент. Если взять азиатский рынок, то на нем мы оказались между Сицилией и Харбидой — сверхтехнологичным япон-

ским и корейским оборудованием и сверхдешевым китайским. Все местные рынки так или иначе распределились между этими центрами.

В Латинской Америке четко понимают, какое оборудование мы туда поставляем и зачем. Если смотреть глобально, с точки зрения конкурентности мы находимся не в верхнем сегменте, но в хорошей позиции по соотношению «цена-качество». Наша цель — не только зафиксировать существующую долю этого рынка. Создавая СП и осуществляя трансфер технологий в Латинскую Америку, мы должны полученные средства пускать не на экстенсивное увеличение объемов поставок, а на интенсивное повышение качества оборудования. Кстати, если сравнивать нас с китайцами, то мы наследники более высокой технологической базы. Развитие китайского экспорта идет с нуля, хотя крайне устойчиво. Поэтому, думаю, лет через пять-десять они вполне смогут с нами конкурировать, если мы остановимся. Пока они нас не догнали, но если мы не будем инвестировать в тех объемах, как это необходимо, то останемся в этом низком сегменте.

— Но сейчас вряд ли можно сказать, что с собственными технологиями в России все хорошо. Или вы имеете в виду западные технологии, которые работают в России?

— У нас, безусловно, есть что-то свое. Но, с другой стороны, с точки зрения международного бизнеса, мне кажется, нужно избегать логики «только собственные комплектующие». Не этому надо учиться. Не нужно прибегать все заводы, чтобы получить полностью подконтрольную технологическую цепочку. Надо учиться работать со смежниками, чтобы у них тоже был экономический интерес. В этом случае не страшно наличие в технологических цепочках западного оборудования. Наоборот, это правильно. Я не вижу никакой проблемы в том, что, например, при строительстве ГЭС мы поставим свои турбины, АСУТП купим у Siemens или General Electric. Если такой подход работает и позволяет все это продать комплексно — это то, что нам надо.

Примеры международного объединения на общей экономической основе мы знаем. Можно, например, по-разному трактовать результат проекта Sukhoi Superjet 100, но это интернациональная история успеха под флагом нашей страны. Можно подсчитывать, сколько в нем российского, итальянского или французско-

го, и это нормально. Когда у нас будет свой двигатель, мы будем конкурировать, чтобы его в этом проекте использовали. А для запуска проекта надо было решать: либо мы все доступные возможности используем, включая технологии наших зарубежных партнеров, либо Sukhoi Superjet вообще как проект не состоится. Это касается всех отраслей, которые живут в замкнутом на себя цикле поставок: они становятся неконкурентными в международном масштабе и постепенно начинают отставать. Если мы будем в сложносоставные проекты строительства ГЭС или металлургических заводов встраивать элементы международной кооперации, делая это под своим контролем в роли генподрядчика, — это нормально. В этом и есть логика комплексных поставок, которая успешно применялась в СССР. Только теперь в комплектации участвуют не только российские компании, а все заинтересованные компании с мирового рынка. При такой экономической модели продаж маржа максимальна.

— Страны Латинской Америки сейчас показывают едва ли не самый быстрый рост своих экономик. Динамика развития Китая также всем известна. Но если вы говорите, что у России есть шанс занять нишу в этой гонке, сколько времени на это осталось?

— Честно говоря, думаю, что лет десять. Если не меньше. Но действовать надо засучив рукава. Иначе мы потеряем эту возможность. Необходимо осознать, что время играет не на нашей стороне.

Конечно, мы не сможем работать как Китай, которому финансовые возможности позволяют начать работать во всех латиноамериканских странах одновременно. У нас нет такого ресурса. Нам надо фокусироваться на том, что мы можем делать действительно хорошо. Это, безусловно, конкурентоспособное атомное оборудование, продукция завода «Криогенмаш», входящего в структуру «Объединенные машиностроительные заводы», отдельные сегменты продукции «Уралмаша» находятся даже на верхнем уровне конкурентности. Например, на этом заводе выпускаются шагающие экскаваторы, аналогичные машины производят лишь три компании в мире. Всего таких отраслевых сегментов, в которых мы точно конкурентоспособны, я думаю, у нас около десяти.

— Как вы видите роль Газпромбанка в этой стратегии выхода на рынки Латинской Америки?

— Шаг за шагом, сотрудничать с государственными органами и бизнес-кругами стран Латинской Америки, координировать усилия всех предприятий группы Газпромбанка, помогать им находить правильные, экономически обоснованные и политически защищенные проекты, заручиться поддержкой российского государства, где необходимо, — это основная роль банка в развитии потенциала региона. Действовать постепенно: потратить ресурс — получили результат, углубили его, закрепились на рынке. Пусть это будет медленное движение, но устойчивое.

Записал Константин Анохин

«Мы делаем очень надежное оборудование»

— экономическая география —

У России нет таких финансовых возможностей, как у китайцев. Нет таких технологий, как у американцев и европейцев. Но в странах Латинской Америки до сих пор верят, что Россия производит такое же надежное оборудование, как во времена СССР. Вице-президент Газпромбанка АЛЕКСЕЙ РУБИНЧИК уверен, что такой кредит доверия со стороны стран Латинской Америки поможет современной России.



СНИП КАРТА

— Когда заходит речь об отношениях стран Латинской Америки к России, часто говорят об их политических симпатиях к Советскому Союзу. Насколько при входе на эти рынки российскому бизнесу стоит на них полагаться?

— Политические составляющие не надо переоценивать. Конечно, сегодня у разных сторон могут быть желания дружить не с кем-то, а против кого-то. Но в экономическом плане в наших отношениях с латиноамериканскими странами гораздо больше реалий, которые толкают нас именно к экономическому сотрудничеству.

— Каких именно реалий?

— Если мы посмотрим на стратегию российского экономического развития до 2020 года и найдем в нем раздел внешнеэкономических связей, то увидим, что одна из основных задач по росту российской экономики — увеличение экспорта промышленного оборудования. Это значит, в стратегии заложен переход от сырьевой модели развития страны к индустриальной, то есть к экспорту машин и оборудования. К сожалению, сегодня мы недостаточно конкурентоспособны, чтобы российские машины и оборудование продавать в странах Запада или США. Более открытые ниши для нас — рынки развивающихся стран. Среди развивающихся стран Латинская Америка — именно тот регион, который в экономико-политическом ракурсе движется по пути индустриализации. Латинская Америка очень долгое время была сырьевым придатком США и Европы. Курс на индустриализацию правительствами стран этого региона был взят достаточно давно, но план этот начал реализовываться последние лет 20, не больше. Раньше у них просто не было на это средств.

Сегодня парадигму развития Латинской Америки можно сформулировать двумя словами — индустриализация и диверсификация. То есть они уходят от одного поставщика, которым можно назвать США, и переходят на индустриальный путь развития. Поэтому сейчас они ориентируются на создание собственного промышленного производства в сфере нефтепереработки, переработки металла. Во многих случаях они начали изготавливать готовую продукцию, оставляя в стране добавленную стоимость. И вот здесь желания и возможности России и стран Латинской Америки совпадают.

Российская промышленность в состоянии произвести оборудование, которое, может быть, не такое передовое с технологической точки зре-

ния, как западноевропейское, но существенно дешевле. Не такое дешевое, как китайское, но при этом более надежное.

Таким образом, у нас есть определенные ниши для выхода. И в этом смысле наше стремление вернуться на рынки Латинской Америки имеет экономическое обоснование, экономический базис. Это и нам интересно, и совпадает со стратегиями развития стран Латинской Америки.

— Какой опыт СССР может пригодиться сегодняшней России для возвращения на рынки Латинской Америки?

— В свое время СССР присутствовал на латиноамериканских рынках в виде поставщика комплексного оборудования. Если мы посмотрим, какое оборудование продавал на том рынке СССР, мы увидим, что это не отдельные узлы, а заводы, комплекты оборудования. Это значит, что помимо железок мы поставляли им инженерию и массу сопутствующих важных вещей. Чтобы вернуться на тот же рынок, надо возвращаться тем же путем — через рынок комплексного оборудования. Это гораздо сложнее, чем продавать в розницу. Рынок инженерных услуг требует, чтобы твой проект был на передовом уровне. Плюс большая работа вокруг самого факта продажи — представительство в той стране, где ты работаешь, постоянный контакт с властями и так далее.

— Россия только собирается выходить на рынки Латинской Америки, а Китай там уже давно и все время работает. Как вы оцениваете шансы соперничества с вездесущими китайцами?

— Не так давно на деловом форуме с чилийскими предпринимателями я услышал очень интересный цифру объемов капиталовложений в Чили за последние пять лет. По подсчетам чилийцев, 51% капвложений за этот период — китайские, 40% — американские и только 9% — инвестиции остальных стран мира. Так что действительно китайцев сегодня можно назвать инвесторами номер один в мире.

Но я также разговаривал с бизнесменами из стран Латинской Америки. И многие из них жалуются на качество китайского оборудования. Например, если взять буровые станки, то те же латиноамериканские бизнесмены говорят, что они плохого качества. Я знаю, что российские предприятия только начали осваивать установку вертикального двигателя на буровых станках. Китайцы же это уже делают и продают. Но, по сло-

вам латиноамериканских бизнесменов, которые их эксплуатируют, эти установки через несколько месяцев выходят из строя и требуют замены двигателя. Да, дешевле, да, быстрее, да, вроде бы и запчасти приходят достаточно быстро. То есть организованно все в общем неплохо. Но оборудование плохого качества. Металл плохого качества. В этом плане российское оборудование надежнее. Представьте, до сих пор в Аргентине работают российские насосы на тепловых электростанциях, которые были поставлены еще в 70-е годы прошлого века! Ресурс такого насоса заявлялся максимум десять лет. А они работают до сих пор. Поэтому отношение к советскому оборудованию в Латинской Америке очень хорошее. И вот на этом надо акцентировать наше внимание при проникновении на тот рынок. Да, мы делаем дороже, чем китайцы, да, мы делаем не такое передовое, как западноевропейцы, но мы делаем очень надежное оборудование. Это наш бренд.

— Вы считаете, что можете бренд советской надежности противопоставить масштабному финансированию, которое имеют китайцы?

— Вытеснение или даже какое-то влияние на китайскую машину, которая катится по миру, является иллюзией. Это невозможно сделать. Это не сможет сделать ни американская экономика, ни европейская. Но все дело в том, что глобальная экономика устроена так, что никто не хочет иметь только одного партнера. И в этом смысле Китай, как мне кажется, очень близок к коэффициенту насыщения, его почти везде уже очень много. И если уже так сложилось, что половина промышленности в какой-то латиноамериканской стране, совсем непростой с политической точки зрения, принадлежит инженерным одной страны, у латиноамериканцев появится желание диверсифицировать иностранные инвестиции. Вот в этом смысле нам не нужно экономическим сраться с китайцами, американцами или еще с кем-то. Нам нужно найти себе в этой нише набор проектов, которые надо будет сделать на высоком уровне. Газпромбанк физически не сможет сейчас иметь много проектов. Но получить сначала несколько проектов с хорошей доходностью, высоким потенциалом и результатом для нас возможно.

Кстати, в Африке мы уже видим обратный процесс по отношению к Китаю, где для китайских инвесторов искусственно создаются преграды. Это, конечно, неправильно с точки зрения чистой конкуренции, но это показательно для нас. Я думаю, что даже если бы могли взять сейчас 40% чилийского рынка, за что, конечно, надо бороться, объективно Россия не смогла бы осилить такой объем. Даже если очень захотим. Но иметь свои 5% или 10% на нескольких емких и коммерчески оправданных рынках — это было бы абсолютно нормально. Это позволит российскому оборудованию остаться на рынке и проводить как раз ту диверсификацию инвестиционного рынка латиноамериканских стран, в которой они сами будут заинтересованы.

Записал Константин Анохин