

УДК 378.095

МЕКСИКА И РОССИЯ

¹Либин И.Я., ²Перес Пераса Х., ³Речи Монтиэль М., ¹Сизова О.В., ¹Трейгер Е.М.

¹НОУ ВПО «Международная академия оценки и консалтинга»,
Москва, e-mail: libin@bk.ru; post@maok.ru;

²Институт геофизики Национального автономного университета Мексики, Мехико,
e-mail: perperaz@yahoo.com.mx; perperaz@geofisica.unam.mx;

³Сенат Мексиканских Соединенных Штатов, Мехико, e-mail: mrrechy@yahoo.co.uk

Представлен сравнительный анализ состояния торговых и экономических отношений между Россией и Мексикой.

Ключевые слова: международное сотрудничество, торговые и экономические связи

MEXICO AND RUSSIA

¹Libin I.Y., ²Perez Peraza J., ³Rechy Montiel M., ¹Sizova O.V., ¹Treyger E.M.

¹International Academy of Appraisal and Consulting, Moscow, e-mail: libin@bk.ru; post@maok.ru;

²Geophysical Institute of UNAM, Mexico D.F., Mexico,
e-mail: perperaz@yahoo.com.mx; perperaz@geofisica.unam.mx;

³Senat of Mexico, Mexico D.F., Mexico e-mail: mrrechy@yahoo.co.uk

Presents the comparative analysis of trade and economic relations between Russia and Mexico.

Keywords: international cooperation, trade and economic ties

На карте мира Россия и Мексика расположены очень далеко друг от друга. Но тысячи километров, которые их разделяют, нисколько не мешали развитию торговых и экономических отношений между странами на протяжении многих лет. Последние пятнадцать лет экономические отношения между обеими странами испытали радикальное падение. Причины такого падения, конечно, имели не односторонний характер, и для того чтобы хотя бы вернуться к уровню шестидесятых-семидесятых годов, необходимо понять причины такого падения, расширять и укреплять наши связи.

Россия – страна жесткая и богатая, с большой инфраструктурой, с высоким техническим и научным потенциалом. Мексика также страна с огромными природными ресурсами, которая последние 15 лет, в отличие от России, вела интенсивный процесс модернизации и строила сложный и разнообразный рынок. Обе страны имеют собственные специфически географические характеристики: если Россия расположена в северной части земной полусферы, то Мексика помещена между тропиком козерога и экватором. Их климат также отличается значительно, в средних температурах, в вегетационных условиях и в условиях производства продукции.

В последние годы Россия выстраивала мощные коммерческие связи с Германией и Западной Европой, Мексика же ориентировала свои торговые взаимоотношения на Соединенные Штаты. Для России се-

годняя основной проблемой является строительство своего рыночного хозяйства, для Мексики – возможности разнообразить свои торговые отношения, которые сегодня в значительной степени ограничены к товарооборотом с Соединенными Штатами (97% внешней торговли).

В России до последнего времени экономика была ориентировала на производство оборудования, добычу полезных ископаемых и стратегические ветви экономики; общество потребления появилось только последние 15–20 лет. Мексика же всегда была страной с гораздо меньшим размером промышленной инфраструктуры, но отличалась производством товаров и услуг, характерных для общества потребления».

Русский рынок мог бы в значительной степени потреблять тропические продукты и зарабатывать на их продаже, а мексиканский рынок мог бы получать продукты и оборудование для горного дела и от других промышленных производств России.

Но мало определить какие возможности существуют, нужно понять, почему они не реализовывались?

Сложности в торговле между обеими странами

Рынок не может быть создан декретом или соглашением. Он также не зависит от воли руководителей страны. Только социальная реальность и потребность общества, которая всегда возникала в очень старых экономиках, могли вызвать необходимость появ-

ления рыночных отношений. К сожалению, в истории России двадцатого столетия движение к рынку было подавлено, подавлено снаружи, подавлено прежде, чем оно достигло важного развития для общества. В Мексике рынок всегда существовал. Как традиционный рынок, как региональный рынок или внешний рынок, со своими особенностями и отклонениями, но всё же с движением непрерывности, движением, поддерживаемым практически всем населением.

В современной России рынок возник в результате разрушения предыдущего режима и в полном объеме пока существует только для крупных и транснациональных корпораций (поддерживаемых властями), а также для не очень значительной привилегированной части населения. В Мексике монополии существуют и действуют. Но то, что весь мир и собственное население страны (через множество мелких и средних предприятий) участвуют в мексиканском рынке, является гарантией того, что экономика Мексики будет территорией, где свободная частная инициатива имеет все возможности быть превращенной в создание новых производств товаров и услуг, в любые новые дела. В России трудно встретиться с успешными мелкими предприятиями, хотя ежедневно мы видим много новых предприимчивых молодых людей, которые хотят что-либо сделать для экономики своей страны.

Превалирование внешней торговли, жесточайший государственный прессинг, чиновничий беспредел и колоссальный уровень коррупции привело к тому, что очень немногие мелкие компании могут выживать. Но даже в этих условиях, множество компаний являются собственностью нынешних и бывших (еще с советских времен) руководителей или их детей, транснациональных европейцев и североамериканцев. Предприимчивый человек (особенно иностранец), желающий работать на российском рынке, немедленно входит в конкуренцию с монопольным управлением рынков и с отсутствием сетей гражданского регулирования.

В России процесс концентрации капитала продолжает поглощать (а то и просто захватывать) бизнес за бизнесом. Предпринимательство пока не получило поддержки гражданских инициатив и пока, к сожалению, не стало общественной культурой. Кроме того, предпринимательство в России — это всё ещё удел больших городов и обеих столиц России. В Мексике, граждане постоянно создают новые предприятия, при этом государство подталкивает граждан именно к созданию малых и средних предприятий.

Причина этой большой разницы заключается в том, что в Мексике опыт многих

лет показывает: именно этими компаниями можно быстро диверсифицировать рынок в случае кризисов. Именно такие компании, в связи с их количеством и многосторонностью, имеют большую емкость увеличения рынка и в своей деятельности быстро и успешно реагировать на изменяющиеся реалии. В России, кажется, что страна благоволит к экономической политике, основанной на крупных компаниях (желательно государственных и полугосударственных) и мы не видим, что ни одна из существующих (знакомых мелких или средних компаний), ни тем более новые компании поддержкой государства и даже общества не пользуются.

В Мексике монополии терпят. В России они диктуют правила. В Мексике маленький капитал всегда может найти свой сегмент рынка. В России предприимчивому антрепренеру весьма трудно вложить небольшие деньги в экономик (кроме как купить акции монополиста) для того, чтобы получить возможности для бизнеса и гарантии для его усилий.

В Мексике большая емкость инициативы существует в самом населении для того чтобы произвести весь спектр продуктов любого типа. В России, кажется, что государство склоняет население не к рынку, а к поиском собственной пользы в обслуживании больших компаний.

Мы не знаем, что явилось причиной подъема новой экономики России кроме минеральных ресурсов (но знаем и видим, что такой подъем имеет место).

Мы часто говорим, что видим опасность для глобального мира большого количества не очень качественных китайских продуктов.

Мы понимаем, что означает для нас всех продвижение новых японских технологий, которые ассимилировали все мировые технические новации и возвращали мировому рынку улучшенные варианты.

Но мы с ясностью видим, как увеличиваются темпы прироста в продукции всех зон России, как растут индексы роста экспорта из России (и не только сырья) и как увеличивается значение продукции, поставляемой сегодня Россией. В России, экономическое восстановление и увеличение богатства некоторых граждан пошло параллельно с возрастанием общей суммы сбережений населения и с ростом производства потребительских товаров внутри страны. К сожалению, это стало звездным часом только для крупных бизнесменов. Россия — страна экспортирующая свои энергетические и минеральные ресурсы, поэтому сегодня развитие экономики страны держится в основном (на 65–70%) на нефтяной и газовой игле.

Впрочем, в обществе, которое не было приучено ни к публичности, ни к реальной стоимости товара, относительно легко удалось приучить население к идее, что лучшие товары – это те, которые стоят дороже остальных. Вместо того, чтобы реально оценивать товары по их качеству, полезности и экономичности. В Мексике, наоборот, население покупает то, что лучше и дешевле. В Мексике население лучше информировано о достоинствах и ценообразовании товаров и услуг. В России во множестве покупаются безумно дорогие французские вина, хотя Поволжье и Краснодарский край производят вина практически не уступающие французским (хотя они дешевле французских).

Покупаются изделия из серебра лучших мировых брендов, хотя аутентичные (гораздо более дешевые) изделия предлагают менее известные производители из тех же Италии, Мексики и самой России. Французский самый ординарный, но дорогущий коньяк предпочитается армянскому бренди гораздо более высокого качества. ГУМ исчерз, но роскошные бутики полны.

Коммерческие ярмарки и выставки

Действительно, ярмарки представили много новых продуктов и были точкой соприкосновения между теми, кто хотел реализовать новый обмен товаров между странами. Но, несмотря на постоянное присутствие мексиканцев на ярмарках, им не удавалось сделать ярмарки инструментом продаж своих товаров через ярмарки и выставки. Всегда оказывается, что универмаги в России (как ни в одной стране в мире) надеются получить от производителя квоту за введение каждого товара, не желая отвечать за продажу продукта.

И всё же, у русских экспортеров есть поддержка внутри страны. Прежде всего, у тех, которые производят водку. Но внутри России с мексиканцами происходит что-то похожее на то, что переживают и русские производители. В России текила оказывается востребованной только невысокого качества. Такую в Мексике не купил бы никто. В Мексике, например, почти невозможно соперничать ни с дорогой, ни с недорогой тоже русской водкой (и единичными сортами французской и шведской), поскольку, вне зависимости от цены, русская водка более продаваема, как следствие публичности и маркетинга. При этом, всё равно, как правило, это будет не та водка высокого качества, которую можно купить в Москве.

На ярмарках мексиканские компании выставляли всё: от авокадо и текилы, до сладостей гуайявы и ананасов, работы ку-

старных промыслов, экзотические цветы, маринованный кактус, кофе, перец, ювелирные изделия из серебра – в котором Мексика гораздо конкурентная, чем другие страны, работающие в России в этом сегменте рынка. Но между конечным потребителем и предприятиями, которые стремятся к тому, чтобы продать в России свою продукцию, практически нет других звеньев. Они практически не существуют в том виде, в котором они существуют в мире. Только вездесущие монополистические торговые сети типа «Ашан», «Рамстор», «Метро», «Седьмой континент»,.... Как будто было невозможно открывать новые возможности рынка.

Мексиканские производители, впрочем, хотели бы открыть Россию для своих продуктов, но у них нет ни веры в российский рынок (из-за его «специфических» особенностей), ни российских партнеров, которые бы хотели рискнуть участвовать в этом эксперименте. Имеющиеся отдельные очень успешные проекты лишь подчеркивают общую тенденцию. Есть мало российских бизнесменов, готовых начать долгий путь развития своего предприятия вместе с партнерами из Мексики. Эта дорога начинается в самой идее совместного бизнеса, а затем создает или идентифицирует его нишу на рынке или его сети распределения.

Такой бизнес развивается в основном на основании личных связей, которые укрепляют его функционирование и, как следствие, состав учредителей на основании качества, предпочтений, пунктуальности и профессионализма первопроходцев. Поэтому крайне важно, чтобы продолжали происходить ярмарки и коммерческие выставки. Но у них не будет лучших результатов, если в них не будут участвовать предприятия-посредники, и если правительство не создаст программы, которые помогли бы малому бизнесу, то всё вернется к советскому уровню.

Кроме того, российская таможня, до настоящего времени, это истинный ночной кошмар. Никто, кажется, не понимает, как заставлять вносить в Россию достаточное количество образцов для выставки или какие-то экспонаты. Случаев, когда образцы терялись, прибывали не вовремя или были должны быть избавленными от посягательств чиновников посредством дипломатического вмешательства, очень много. И на этом основании невозможно сегодня думать о регулярной торговле, которая была бы расширена и которая должна была бы разнообразиться.

Туризм

Туризм – полностью упущенная прожилка российской действительности. Все

русские – любители солнца. Но большинство русских не знает, что отдыхать на мексиканских пляжах – гораздо качественнее и дешевле, чем отдых на Черном море или в Средиземноморье. Многие мексиканцы очарованы русской культурой, пейзажами и историей России. Однако внутренний туризм в России находится в руках нескольких фирм, у которых есть представительства в мексиканской столице. Конечно, речь идет о фирмах, которые продают Мексике готовые туры с отелями люкс, гораздо дороже их истинной стоимости. Но ведь мексиканское население состоит из большого числа студентов, научных работников и людей среднего класса, которые много и постоянно путешествуют по Латинской Америке, Соединенным Штатам, Западной Европе, Азии, но не осмеливаются поехать в Россию из-за отсутствия информации о российских реалиях и формальных условиях, которые они могли бы найти для простого недорогого туризма.

Европейцы уже открыли массовый туризм в Мексике. Многие путешествуют без туристических пакетов и без бюро путешествий. Кстати несколько наших друзей уже 20 лет путешествуют по Мексике без всяких туристических агентств и, мне кажется, знает мою страну лучше, чем многие мексиканцы. Для граждан России туристическая поездка в Мексику остается по-прежнему «terra incognita». Дело состоит в том, чтобы хотеть сдвинуть дело с мертвой точки, чтобы власти наконец поняли, что обязательным условием получения визы должно быть желание человека путешествовать, увидеть другую страну и приобщиться к ее культуре. Кстати, Посольство Мексики уже выдает российским туристам десятилетние визы! Напротив, чтобы путешествовать по России, необходимо иметь туристический пакет или обладать приглашением, на рассмотрение которого могут уйти многие недели.

Чего бы хотели граждане России из мексиканских продуктов и что мы можем поставлять в Мексику из России?

В последние шесть лет готовились протоколы для подписания коммерческих договоров между обеими странами. Во время визита Президента Владимира Путина в Мексику было объявлено, что Россия будет устанавливать совместное производство (объединение) с металлургическим предприятием в городе Саагун, и что будет создаваться мастерская для обслуживания российских вертолетов вблизи города Веракрус. Но ничего не произошло.

Потом появилось сообщение, что Мексика будет экспортировать мясо в Россию.

Был организован визит руководителей российских мясных ассоциаций, которые встретились с предпринимателями, заинтересованными в работе с Петербургом и Москвой. Три года совершенствовался договор и декабре 2007 года, в конце концов, объявили, что мы готовы к подписанию. На дворе 2012 год, но никакой информации о каком-либо экспорте по-прежнему нет. От участия в переговорах осталось стойкое ощущение их сознательного торможения со стороны российских чиновников и отсутствие какого-либо интереса, кроме разовых поездок в Мексику и желательного в Канкун.

Когда мексиканские производители поставляют в России текилу, морепродукты, перец или новые продукты, как правило, тут же появляется неизменно какая-либо из российских или европейских монополий. И их условия делают невозможным любой договор.

Мы видим, что подлинные маленькие компании постоянно появляются в России, но условия их кредитования российскими банками таковы (особенно сейчас), что ни о каком серьезном бизнесе не может быть и речи. И неизвестно, как долго ждать их реального появления на российском рынке и как скоро они смогут заменить транснациональные компании на внутреннем рынке. Мексиканцы смогут продавать намного больше продуктов, необходимых российским потребителям, когда будет существовать обращение между равными, и не между малыми мексиканскими предприятиями и российскими или транснациональными монополиями.

Поэтому сегодня средний житель России может в основном пробовать только текилу, которая в Мексике не была «атрибутирована» или даже не была произведена. (Подлинная текила из-за монополизированного рынка стоит в несколько раз дороже, чем в Мексике). И они продолжают думать, что авокадо – это тот «каменный» продукт, который прибывает из Северной Африки, безвкусный, зеленый и менее питательный. Мексиканские кооперативы экспериментируют, чтобы посылать авокадо в контролируемой атмосфере, и скоро смогут давать ему достаточно длинную жизнь, чтобы он мог прибывать в любую точку России.

Но россияне должны учиться думать о качестве. Это делают не монополии, а потребители. Когда это произойдет, мы будем готовы, чтобы предлагать сладкие ананасы и с лучшим вкусом. Нопаль (съедобный кактус), чтобы разнообразить диету. Перец органического качества и лучшего аромата, экзотические фрукты, которые на европейском континенте не существуют, обувь выс-

шего качества и по низким ценам, и одежду. Да, одежду, потому что сегодня россияне испытывают выбор, между очень дорогими брендами (часто поддельными) или турецкими и китайскими имитациями. В то время, когда у Мексики есть большой потенциал в хлопковой одежде и в синтетических предметах.

Качественная текила – это та, которая производится только из голубой агавы. Не та, у которой самая изощренная бутылка и которая включает несколько типов алкоголя, но только не текилу. Это должно будет меняться. Но предпочтения потребителя только тогда будут правильными и истинными, когда найдутся предприниматели, готовые строить чередующуюся сеть маленьких магазинов наряду с большими сетями.

Мексика может посылать фрукты и замороженные овощи. В разнообразии и качестве, которое Россия все еще не знает. Но готовить прием продукции – дело российских компаний и российского потребителя. И в случае цветов и растений, которые являются первенством для каждого жителя России: у Мексики есть заметный спектр предложений, который нужно и можно представлять. Не тех разновидностей, которые уже продаются, а других, которые в России никогда не видели или которые сегодня прибывают в небольшом количестве.

В свое время, многие в России радостно восприняли открытие кафе Starbucks. Но потребитель в России должен будет открыть для себя, что готовить кофе дома лучше и дешевле. И в этом производители мексиканского кофе, у которых не будет посредников, предложат ароматные разновидности, или с большим вкусом, и гораздо меньшей ценой, для того, чтобы каждая семья смогла готовить потрясающий кофе

дома. Россияне должны научиться, что не всё самое дорогое – лучшее.

С другой стороны, российские предприниматели должны знать, что многие продукты российского производства продаются в Мексике. Но большинство из них поставляются заокеанскими посредниками. Сталь, прокат, продукция машиностроения, трактора, удобрения.....

Если бы Мексика и Россия объединились, чтобы это планировать, очень вероятно, что мы бы увеличили рахитичный уровень коммерческого обмена сегодняшнего дня между нашими странами. У России есть большая возможность продавать Мексике машины, которые здесь необходимы, и собирать их частично в Мексике. Мексиканские партнеры готовы к совместному бизнесу. Россия также может поставлять в Мексику лекарства чередующейся медицины, во многом заменить североамериканскую фармакопею. У России есть также возможность вооружать стратегические объединения в черной металлургии, горном деле, геологии и развивать множество проектов для производства электроэнергии.

Как сказал Чрезвычайный и Полномочный Посол Мексики в России Альфредо Перес Браво: «У России и Мексики не только давняя история дружбы и сотрудничества, но и колоссальные перспективы в научных, культурных и экономических связях. Россия, не смотря ни на что, движется вперед и Мексика готова помочь России в построении нормального рынка. Помочь своим опытом и умением: мы эту дорогу уже прошли. Мы очень похожи. Дело за малым – нужно очень захотеть работать вместе».

Список литературы

1. Либин И.Я. Серебро Мексики / И.Я. Либин, Х. Перес Пераса, О.В. Сизова, Е.М. Трейгер. – М.: МАОК, 2010. – 262 с.