

9.4. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРОДВИ- ЖЕНИЮ ПРОДУКЦИИ ВОЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ГОСУДАРСТВАМ

Кушнир А.М., к.э.н., доцент

Военный университет

В статье излагается методический подход к определению экономической эффективности мероприятий по продвижению российской продукции военного назначения в сфере военно-технического сотрудничества с иностранными государствами. Сформулированные автором предложения отражают взаимосвязь материальных, информационных и финансовых потоков и позволяют, исходя из конкретной рыночной ситуации, определить наиболее действенные меры по повышению эффективности маркетинговых мероприятий отечественных спецэкспортеров. Используемые в качестве основы классические подходы адаптируются к специфике мирового рынка вооружений, что может способствовать оптимизации как отдельных маркетинговых мероприятий, так и всей системы военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами.

Система мировой торговли оружием имеет многовековую историю. Первые упоминания о трансграничных поставках средств ведения вооруженной борьбы датируются V-IV веком до нашей эры и относятся к эпохе Древней Греции и Древнего Рима¹. Между тем, ни во времена господства рабовладельческого строя, ни строя феодального экспорт вооружений не имел широкомасштабного характера. Только переход к товарной форме производства и развитие на этой основе рыночных отношений стимулировали развитие мирового рынка продукции военного назначения (ПВН).

- Во-первых, до этого времени относительная простота вооружений ограничивала спрос на него на внешних рынках. Использование машинного производства и новых технологий обусловило кардинальное повышение производительности труда, что, в свою очередь, привело к революционным изменениям в области разработки средств поражения противника. Резко возросший по сравнению с предыдущими эпохами уровень развития науки и техники позволил создать новые средства вооруженной борьбы. При этом темп обновления основных видов вооружений до сего дня продолжает неуклонно возрастать. В таких условиях только относительно узкий круг высокоразвитых государств в состоянии собственными силами обеспечить удовлетворение военно-экономических потребностей в вооружении и военной технике. Остальным приходится использовать закупки на мировом рынке либо различные формы военно-экономической интеграции.
- Во-вторых, в эпоху формирования рыночных отношений появились массовые армии, требовавшие большого количества оружия как в военное, так и в мирное время. В этой связи для функционирования крупных военно-промышленных корпораций экспорт вооружений уже в конце XIX века приобретает существенное значение.
- В-третьих, оборонный комплекс любого государства в первую очередь производит продукцию военного назначения для собственных вооруженных сил. При этом потребности в вооружении в мирное и военное время имеют существенные отличия. Такое положение предопределяет необходимость содержания значительных мобилизационных мощностей, что является весьма затратным. Для государств, обладающих высокоразвитым оборонно-промышленным комплексом, роль экспорта продукции военного назначения в указанном аспекте неизмеримо возрастает.

¹ См.: Брокгауз Ф.А., Ефрон И.А. Энциклопедический словарь. – В 38 т. – СПб., 1911. – Т. 22. – С. 218-219.

В этой связи необходимо признать, что существующая система экспортных поставок российской ПВН является закономерным результатом длительного эволюционного пути². Исходя из господствующей правовой точки зрения, в настоящее время она рассматривается в рамках системы военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами. В статье не преследуется цель установить, насколько данная дефиниция адекватно описывает процессы, связанные с совершением экспортно-импортных операций в области продукции военного назначения. В русле позитивного подхода мы констатируем следующее: при значительной идентичности смыслового содержания такие понятия как, ВТС, экспорт вооружений и «торговля смертью» имеют существенные различия в эмоциональном плане. По удачному выражению К. Макиенко, военно-техническое сотрудничество стало «изящным эвфемизмом, вытеснившим из военно-политического лексикона понятие «поставки вооружения и военной техники иностранным государствам»³.

Впервые понятие военно-технического сотрудничества было использовано в нормативном акте в 1992 году, когда вышел в свет Указа Президента РФ №507 «О военно-техническом сотрудничестве Российской Федерации с зарубежными странами»⁴. В указанном документе военно-техническое сотрудничество раскрывалось как экспорт и импорт вооружения и военной техники, а также проведение работ и оказание услуг в области военно-технического сотрудничества. Естественно, подобный подход, граничащий с тавтологией, не мог быть признан продуктивным.

Анализ содержания последующих нормативных актов, регулирующих данную сферу, позволяет заключить, что генезис понятия «военно-техническое сотрудничество» шел по пути его смыслового расширения. Так, уже в 1995 году в Указе Президента РФ №1008, помимо трансфертов оружия и боевой техники, военных и двой-

² См. подробно, Бартенев С.А. Военно-промышленный комплекс. Мировая экономика. Учебник. – М.: Юрист, 1999; Бузуев А.В. Международный военно-промышленный бизнес: Зарубежная деятельность военно-промышленных монополий Запада. – М.: Международные отношения, 1985; Козырев А.В. Торговля оружием в политике империализма. – М.: Международные отношения, 1985; Власьевич Ю. Во что обходятся народам империалистические войны. – М.: Воениздат, 1981; Кузык Б.Н. и др. Россия на мировом рынке оружия. – М.: Военный парад, 2001; Ганисков Ф., Каменев В. Оружие России: 2001-2002. – М.: Военный парад, 2001; Михайлик А.Г. Военно-экономическая кооперация России с зарубежными странами: Дис. докт. экон. наук. – М.: ВУ, 1998; Кузык Б.Н. Оборонно-промышленный комплекс России: прорыв в XXI век. – М.: Русский биографический институт, 1999; Горностаев Г.А. Внешние военно-экономические связи России: проблемы развития и пути их решения. – М.: ВНИИВС, 2002; Колесников А.В. Военно-техническое сотрудничество Российской Федерации в современных условиях. Дис. канд. экон. наук. – М.: ВУ, 2004; Мужжавлева Т.В. Военно-техническое сотрудничество с зарубежными странами и военно-экономический потенциал России. Монография. – М.: ВУ, «Руссика», 2005; Энгельбрехт, Ханиген. Торговцы смертью. – М.: Социально-экономическое издательство, 1935.

³ Макиенко К. Роль военно-технического сотрудничества в отношениях между Востоком и Западом // Экспорт обычных вооружений. – 1996. – №6. – С. 10.

⁴ См.: Указ Президента РФ от 12 мая 1992 г. №507 «О военно-техническом сотрудничестве Российской Федерации с зарубежными странами» (с изменениями от 5 октября 1995 г.) // Гарант. Правовая система. – приводится по состоянию на 30.07.2007 г.; Кудашкин В.В. Научно-практический комментарий к Федеральному закону «О военно-техническом сотрудничестве Российской Федерации с иностранными государствами». – М.: Международные отношения, 2002. – С. 163.

ных технологий, в него были включены совместные научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки (НИОКР), производство, маркетинг и продажи изделий оборонного и двойного назначения.

Наконец, принятие в 1998 году Федерального закона «О военно-техническом сотрудничестве Российской Федерации с иностранными государствами» закрепило современную, предельно широкую трактовку данного понятия. В вышеупомянутом законе оно определяется в качестве деятельности в области международных отношений, связанных с ввозом и вывозом, в том числе с поставкой или закупкой продукции военного назначения, а также с разработкой и производством продукции военного назначения⁵. При этом ВТС дифференцируется от военно-технической помощи, под которой понимается предоставление продукции военного назначения на безвозмездной или иной льготной основе иностранным государствам в соответствии с международными обязательствами РФ, требующее оплаты за счет средств федерального бюджета. Хотя в некоторых случаях границы между военно-техническим сотрудничеством и военно-технической помощью являются весьма условными.

Естественно, нормативные подходы к выявлению сущности ВТС являются важными, но далеко не единственными. Так, весьма интересное определение военно-технического сотрудничества дает Л. Ивашов, который рассматривает его как «долгосрочный процесс, который в тесной взаимосвязи с военно-политическими интересами России, с учетом экономических и финансовых возможностей его субъектов, представляет собой осуществление сотрудничества в области поставок вооружения и военной техники»⁶. Похожую точку зрения в своих работах излагает А. Рыбас. Он утверждает, что ВТС представляет собой «деятельность уполномоченных на то органов государственной власти, учреждений, организаций и предприятий, связанную с разработкой, производством, реализацией или закупкой продукции военного назначения, а также – с планированием, координацией, организацией и осуществлением международного обмена продукцией и услугами военного назначения»⁷.

Коллектив авторов под руководством С.В. Степашина дает следующее определение военно-технического сотрудничества с иностранными государствами: «деятельность Российской Федерации в области международных отношений, связанных с ввозом и вывозом, в том числе с поставкой или закупкой продукции военного назначения, а также с разработкой, производством, модернизацией и утилизацией продукции военного назначения»⁸. Несколько иной аспект исследуемого понятия выделяет А.В. Колесников. По его мнению, под ВТС необходимо понимать особую форму деятельности государства, уполномоченных органов и хозяйствующих субъектов, связанную с разработкой, производством и продвижением товаров и услуг военного

назначения на мировой рынок в политических и коммерческих интересах⁹. Согласно материалам, изложенным в работах В. Кудашкина, военно-техническое сотрудничество следует рассматривать в нескольких ракурсах. Во-первых, как систему общественных отношений между государством и российскими производителями продукции военного назначения по поводу ее продвижения на мировой рынок. Во-вторых, как деятельность государства и уполномоченных им органов, направленную на управление отношениями по продвижению российской продукции военного назначения на мировой рынок оружия и установление устойчивых и длительных связей с иностранными государствами в этой области в целях обеспечения национальных интересов и соблюдения международных обязательств Российской Федерации¹⁰.

Представляется, что подход последнего из приведенных исследователей является весьма конструктивным. Дело в том, что он не только представляет направления деятельности субъектов военно-технического сотрудничества, но и выделяет ее цель – обеспечение национальных интересов. Именно в таком виде, с акцентом на реализацию военно-экономических интересов, следовало бы использовать термин «военно-техническое сотрудничество» в одноименном законе, поскольку действующая его редакция подчеркивает лишь техническую, процедурную сторону этого вопроса и не обеспечивает представления о военно-политической линии России в этом виде сотрудничества. Кроме того, указанный подход позволяет избежать некоторого смешения данного понятия с другими близкими по смыслу понятиями, такими как «внешнеторговая деятельность в отношении продукции военного назначения», «поставки вооружения и военной техники», «экспорт вооружения и военной техники». Кроме того, военно-техническое сотрудничество, как правило, является частью масштабных программ экономического и политического сотрудничества, обеспечивающих глобальное позиционирование отечественного бизнеса, расширение сети национального присутствия и приобретения зарубежных активов. В качестве целей военно-технического сотрудничества декларируются политические, экономические и социальные (см. рис. 1). Естественно, все они носят комплексный и взаимодополняющий характер.

В большинстве работ, посвященных рассмотрению проблем экспортных поставок отечественного вооружения, неизменно отмечается, что в современных условиях, в отличие от советского периода, приоритет отдается достижению экономических, а не политических целей¹¹.

⁵ См.: О военно-техническом сотрудничестве Российской Федерации с иностранными государствами. Федеральный закон от 19 июля 1998 г. №114-ФЗ // Российская газета. – 1998. – 23 июля.

⁶ Ивашов Л. Безопасность через сотрудничество // Военный парад. – 1997. – №3. – С. 92-93.

⁷ Рыбас А. Стратегический анализ мирового рынка вооружений и обеспечение национальной безопасности России. Монография. – М.: Русский биографический институт, 2001. – С. 17.

⁸ Военно-техническое сотрудничество России на рубеже веков / Под ред. С.В. Степашина – М.: Финансовый контроль, 2002. – С. 59.

⁹ См.: Колесников А.В. Военно-техническое сотрудничество Российской Федерации в современных условиях: Дис. канд. экон. наук – М.: ВУ, 2004. – С. 21.

¹⁰ См.: Кудашкин В.В. Военно-техническое сотрудничество Российской Федерации с иностранными государствами: понятие, принципы и правовой режим // Государство и право. – 1998. – №9. – С. 73.

¹¹ См.: Артяков В.В. Об оффсетной деятельности России в государстве Кувейт. – М.: Промэкспорт, 2000; Бельянинов А.Ю. Оценка государственным посредником инвестиционной привлекательности предприятий – исполнителей контрактов в сфере военно-технического сотрудничества: Дис. канд. экон. наук. – М., 2002; Ганискар Ф., Каменев В. Оружие России: 2001-2002. – М.: Военный парад, 2001; Ляченко В.П. Торговля оружием в России: некоторые вопросы организации и экономики. – М.: Новый век, 2001; Чемезов С.В. Военно-техническое сотрудничество России с иностранными государствами: опыт организационного проектирования. – М.: ЦИБОБ РЭА, 2001.



Рис. 1. Система целей военно-технического сотрудничества РФ с иностранными государствами

Однако при кажущейся верности подобного вывода его абсолютизация является по меньшей мере преждевременной.

- Во-первых, экономические и политические отношения являются настолько взаимосвязанными и взаимозависимыми, что их искусственное расчленение является контрпродуктивным. Неслучайно в советское время экономическая наука развивалась в рамках отрасли знания, называемой «политической экономией». Видеть в этом исключительно идеологическую подоплеку, по нашему мнению, недальновидно. При прочих равных, внешне- и внутривнутриполитические отношения являются инструментом достижения экономических целей.
- Во-вторых, утверждения о том, что экспортные поставки оружия в советское время с экономической точки зрения носили иррациональный характер, не соответствуют действительности. Даже безвозмездное оказание военной-технической помощи всегда служит укреплению тесных экономических отношений, открывает для страны-экспортера дополнительные рынки сбыта в самых различных отраслях и сферах народного хозяйства государства-импортера.
- В-третьих, оружие всегда было, есть и будет политическим товаром¹². Беспристрастный анализ принципов военно-технического сотрудничества показывает, что государственные интересы в рамках экспортных поставок являются определяющими.

Ключевым из них выступает приоритетность интересов Российской Федерации при осуществлении ВТС, подразумевающая сохранение и поддержание ее политических, экономических и военных интересов. Значение этого принципа связано со специфичностью потребительских свойств продукции военного назначения, относящейся к сфере особых политических интересов государства. Дело в том, что ВТС напрямую связано с интересами национальной безопасности, сохранением независимости государства, его территориальной целостности и суверенитета¹³.

¹² См.: Александров И. Оружие – товар политический. Сразу после избрания в Бюро Высшего совета «Единой России» генеральный директор «Рособоронэкспорта» Сергей Чemezov ответил на вопросы РГ // Российская газета. – 2006. – 4 декабря.

¹³ См. например, Антонова Н.Л. Совершенствование военно-технического сотрудничества Российской Федерации с Китайской Народной Республикой в современных условиях: Дис. канд. экон. наук. – М.: ВУ, 2003.

И то, что, в отличие от времен Советского Союза, в современных условиях большая часть поставок осуществляется на условиях платности, свидетельствует лишь о том, что сегодня в предоставлении военно-технической помощи нет настоятельной необходимости. Динамика выбора приоритетов между возмездными и безвозмездными поставками носит реверсный характер. Поэтому в средне и долгосрочной перспективе следует ожидать увеличения числа льготных поставок, расширения масштабов военно-технической помощи¹⁴.

Свидетельством тому выступают развитие внешне-экономических связей с Алжиром, Сирией и рядом других государств. Заключение сделок в сфере военно-технического сотрудничества все чаще и чаще обрастает специфическим оффсетом в виде списания многомиллионного долга страны – импортера. Тем не менее, сегодня большинство контрактов в сфере поставок ПВН на мировой рынок оплачивается заказчиками в полном объеме. Таким образом, военно-техническое сотрудничество способствует поддержанию и развитию отечественного ОПК, формирует условия для стабильного создания дополнительных рабочих мест, укрепления его научно-производственного потенциала. Ведь оборонная сфера традиционно объединяет интересы различных министерств и ведомств, разработчиков и производителей вооружений. Совмещение внешнеполитических и экономических интересов государства с интересами предприятий ОПК является в современных условиях важнейшей задачей.

Между тем как в средствах массовой информации, общественном сознании, так и в научных работах получило достаточно широкое распространение стереотипное мнение о том, что поставка отечественных вооружений за рубеж есть безусловное благо. К подобным суждениям следует относиться предельно острожно.

- Во-первых, необходимо учитывать морально-этическую сторону вопроса. Почти вся продукция военного назначения, даже та, которая носит сугубо оборонительный характер, в конечном счете предназначена для нанесения вреда и прекращения жизни других людей. Во всех вооруженных конфликтах последнего столетия большая часть погибших и искалеченных приходилась на беззащитное и ни в чем не повинное мирное население. Практически во всех культурах на архитипическом уровне убийство, вне зависимости от контента, рассматривается как поступок виновный (грех), а следовательно, распространение средств убийства является соучастием в нем (т.е. поступком, по меньшей мере, не очень хорошим). Автор ни в коей мере не призывает к распространению пацифистского подхода. Напротив, представляется возможным привести значительное число контраргументов. Однако игнорирование психологических разработок в экономических исследованиях не может быть признано продуктивным¹⁵.
- Во-вторых, любые контакты в области военно-технического сотрудничества необходимо рассматривать в ракурсе обеспечения национальной безопасности. Сегодня наши партнеры по ВТС могут являть собой образцы добросовестности. Однако рассчитывать на это в долгосрочной перспективе можно только с определенной долей вероятности.

¹⁴ Подобные прогнозы будут оправданы при неизменной динамике основных макроэкономических показателей и существующей геополитической ситуации.

¹⁵ См. например, Бебянин А. Даниел Канеман и Вернон Смит: экономический анализ человеческого потребления (Нобелевская премия за чувство реальности) // Вопросы экономики. – 2003. – №1. – С. 4-23.

Тем более что политические интересы, притязания, амбиции являются весьма динамичными. В этой связи никто не даст гарантии, что через определенное время тот или иной партнер не станет рассматривать огромные и слабоосвоенные территории России в качестве зоны своих «жизненно важных интересов». И если вооруженный конфликт между Венесуэлой или Малайзией и Российской Федерацией даже в долгосрочной перспективе относится к почти невероятным событиям, то по отношению к Китайской Народной Республике подобный оптимизм вряд ли будет оправдан. Поэтому ответ на вопрос о том, не окажется ли отечественное оружие, поставленное в рамках ВТС, в конечном итоге направленным против России или ее союзников, является не праздным.

- В-третьих, экспортные поставки ПВН в большинстве стран составляют незначительную долю от выпуска вооружений для собственных вооруженных сил. К сожалению, в Российской Федерации в 90-х годах образовались существенные диспропорции в данной сфере. В течение нескольких лет натуральные объемы экспорта существенно превосходили размеры поставок для нужд армии и флота. Мало того, многие образцы ПВН вообще поставлялись исключительно на экспорт. С одной стороны, это позволило сохранить технологические цепочки, уникальные производства, научно-исследовательские коллективы. С другой, доходы от экспорта существенно превосходили размеры прибыли, получаемой при выполнении заказов на поставку ПВН в Вооруженные Силы России. Поэтому, когда в последние годы государственный оборонный заказ (ГОЗ) стал увеличиваться, с некоторыми ориентированными на экспорт предприятиями ОПК стали возникать проблемы.
- В-четвертых, сотрудничество в военно-технической сфере может наносить урон долгосрочным связям и интересам Российской Федерации. Для иллюстрации можно привести следующий пример. В марте 2007 года Китайская Народная Республика передала Пакистану несколько истребителей JF-17 Thunder. Дело в том, что на этих самолетах установлены российские двигатели РД-93, которые производятся в РСК «МиГ» и поставляются в КНР по линии «Рособоронэкспорта» с 2005 года. Естественно, Китай не имеет права на реэкспорт таких истребителей в третьи страны. Мало того, поставка техники с отечественными комплектующими может повлечь за собой конфликт с Индией, с которой у России заключено межправительственное соглашение о непоставке Пакистану продукции военного назначения. В результате неправомерных действий китайских партнеров под угрозой могут оказаться российско-индийские военно-технические связи, объем которых, по самым скромным оценкам, превышает 1,5 млрд США в год¹⁶.

Между тем, другой поставщик ПВН в Индию – Франция – с успехом продвигает свои вооружения и на пакистанский рынок, не обременяя себя какими бы то ни было обязательствами. Получается, что наши конкуренты занимают в этом вопросе более гибкую позицию.

Поэтому, при безусловно позитивной оценке роли военно-технического сотрудничества с иностранными государствами в укреплении военно-экономического потенциала РФ вышеизложенные соображения требуют обязательного учета. Кроме того, военно-техническое сотрудничество должно рассматриваться не как цель (и тем более не как самоцель), а как средство достижения определенных экономических и политических целей.

В настоящее время отечественная система ВТС характеризуется предельной централизацией, реали-

зуемой по принципу государственного монополизма. Он обеспечивается:

- осуществлением исключительных полномочий органов государственной власти Российской Федерации в области ВТС;
- разрешительным порядком экспортно-импортных операций с ПВН¹⁷;
- проведением единой государственной политики в области формирования внешнеторговых цен на продукцию военного назначения;
- обеспечением бюджетного финансирования экспорта и импорта ПВН, осуществляемых во исполнение международных обязательств РФ.

Наконец, с конца 2006 года в качестве единственного экспортера финальной продукции военного назначения стал выступать государственный посредник Федеральное государственное унитарное предприятие (ФГУП) «Рособоронэкспорт». До этого времени подобным правом обладали РСК «МиГ», тульское ГУП «Конструкторское бюро приборостроения», ФГУП «НПО машиностроения» и коломенское «КБ машиностроения».

Отсюда можно прийти к заключению, что принцип обеспечения равных условий участия в осуществлении военно-технического сотрудничества для его субъектов носит формальный характер и применяется только для предприятий, обладающих правом экспортных поставок в отношении запасных частей и оборудования. Справедливости ради следует отметить, что за последнее десятилетие на долю государственных посредников ежегодно приходилось не менее 80% экспорта ПВН.

Рассуждая отвлеченно, данный принцип призван обеспечить равные условия по доступу на мировой рынок ПВН всем предприятиям ОПК. Между тем, проведенный анализ позволяет прийти к выводу о том, рассматриваемая сфера находится под влиянием жесткой системы государственных ограничений. Кроме того, до сих пор отсутствуют четкие и понятные критерии принятия решения о распределении заявок инозаказчиков. Процедура распределения указанных заявок является, по меньшей мере, непрозрачной. С одной стороны, это является объективным следствием соблюдения режима секретности и сохранения конфиденциальности. С другой, субъективным последствием откровенного административного произвола, не имеющего под собой никакого экономического обоснования.

Исключение составляют нормативно определенные случаи, когда при размещении заказа на поставку ПВН отдельные предприятия оборонного комплекса имеют приоритетное положение.

- Во-первых, когда заявка иностранного заказчика является результатом маркетинговых исследований, предварительно проведенных данным субъектом военно-технического сотрудничества.
- Во-вторых, когда заявка обусловлена необходимостью исполнения дополнительных обязательств по ранее заключенным контрактам.
- В-третьих, заявка является пожеланием заказчика в развитие ранее выполненного контракта¹⁸.

¹⁷ Запрещено все, что не разрешено законом.

¹⁸ См.: Положение о порядке рассмотрения обращений иностранных заказчиков и согласования проектов решений Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации и Федеральной службы по военно-техническому сотрудничеству о поставках продукции военного назначения. Указ Президента РФ от 10 сентября 2005 г. №1062 Вопросы военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами // Гарант. Правовая система. – Приводится по состоянию на 19.07.2007.

¹⁶ См. например, Грицкова А., Строкань С. Между Россией и Индией пролетел китайский истребитель. КНР поставила в Пакистан самолеты с двигателями из РФ // Коммерсантъ Daily. – 2007. – 15 марта.

Поэтому сегодня реализация на практике принципа равенства субъектов военно-технического сотрудничества подразумевает под собой не более чем использование конкурсных механизмов при размещении заказов иностранных государств, а также предупреждение и недопущение конкуренции на внешнем рынке нескольких российских производителей посредством разделения сфер их деятельности. В противном случае государство будет вынуждено столкнуться не только с негативными политическими и репутационными последствиями, но и нести убытки за счет несогласованности в сфере ценообразования на продукцию военного назначения.

Следующим принципом военно-технического сотрудничества необходимо назвать государственный протекционизм в области ВТС. В самом общем плане под протекционизмом понимается осуществление внешнеэкономической политики с целью защиты отраслей национальной экономики от иностранных конкурентов, заключающееся в использовании различных форм ограничений импорта (прямых и косвенных).

Так, Правительством РФ принимаются соответствующие меры государственного регулирования, ставки пошлин таможенного тарифа и пределы их возможного изменения, количественные ограничения экспорта и импорта, а также перечень мер по защите внутреннего рынка и валютного регулирования, определяется перечень мер стимулирования промышленного экспорта на соответствующий год, ведется реестр случаев дискриминации и нарушений двусторонних и многосторонних обязательств, допущенных в отношении российских лиц на рынках отдельных государств, и перечень принятых или намечаемых мер по защите торгово-экономических интересов Российской Федерации. В этой связи для субъектов ВТС могут предусматриваться:

- кредитование участников внешнеэкономической деятельности;
- внедрение механизмов долевого финансирования работ по созданию новых образцов ПВН, совместного использования доходов, получаемых от ВТС, в том числе путем образования целевых фондов для финансирования разработки и производства наукоемкой и высокотехнологичной продукции военного назначения;
- система гарантий и страхования экспортных кредитов;
- организация выставок и салонов, специализированных симпозиумов и конференций;
- проведение рекламных кампаний и кампаний по развитию экспорта ПВН;
- создание системы внешнеэкономической информации;
- поставки ПВН в счет погашения задолженности РФ перед иностранными государствами;
- развитие международной кооперации, в том числе путем создания совместных предприятий по разработке и производству наукоемкой и высокотехнологичной ПВН;
- содействие и поддержка посольствами Российской Федерации участников ВТС;
- исключение иностранного участия в качестве российских субъектов военно-технического сотрудничества¹⁹.

Государственное содействие военно-техническому сотрудничеству – это не просто дополнительное конкурентное преимущество, а объективно предопределенное ус-

ловие успешной борьбы на международном рынке. Без активного участия российского руководства в государственном протекционизме экспорта российских вооружений рассчитывать на долгосрочный успех не приходится.

Далее стоит отметить принцип недопустимости нанесения ущерба обороноспособности и безопасности Российской Федерации при осуществлении военно-технического сотрудничества. С одной стороны, он отражается в полномочиях ряда федеральных органов исполнительной власти, которые обязаны отслеживать соблюдение государственных интересов при осуществлении ВТС. С другой, – в функционировании системы экспортного контроля. С третьей, – в обязанности субъектов военно-технического сотрудничества осуществлять экспорт ПВН только в рамках исполнения международных обязательств или по официальным обращениям инозаказчиков. Кроме того, продукция военного назначения может экспортироваться только при наличии документа, содержащего обязательства уполномоченного органа иностранного государства использовать экспортируемую из РФ военную продукцию только в заявленных целях и не допускать ее реэкспорта без согласия РФ. Для предприятий – спецэкспортеров также предусмотрен ряд ограничений, касающийся следующих вопросов²⁰:

- недопущения поставки на экспорт ПВН в ущерб формированию и исполнению государственного оборонного заказа;
- предоставления иностранным субъектам ВТС при проведении переговоров с ними информации, касающейся сведений военно-технического характера и параметров научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по ее созданию в объеме, согласованном с Министерством обороны РФ, а также об уровне внешнеторговых цен на продукцию военного назначения, согласованном с Федеральной службой по военно-техническому сотрудничеству;
- незамедлительном информировании соответствующих структур Минобороны РФ, Службы внешней разведки России и ФСБ России о контактах с иностранными юридическими и физическими лицами по вопросам производства и поставки на экспорт ПВН, независимо от того, будут ли данные контакты реализованы в виде коммерческих предложений или нет.

От успешной реализации на практике принципа подконтрольности и подотчетности федеральных органов исполнительной власти и всех российских юридических лиц, участвующих в ВТС, во многом зависит эффективность самого военно-технического сотрудничества.

Госконтроль в этой сфере осуществляется за следующими параметрами:

- соответствием всех субъектов ВТС целям и принципам государственной политики Российской Федерации в этой области;
- соблюдением соответствующих международных обязательств Российской Федерации;
- эффективностью системы государственного регулирования в области ВТС;
- ценообразованием на экспортируемую ПВН;
- экономностью и рациональностью использования федеральной собственности и бюджетных средств, выделяемых на финансирование военно-технического сотрудничества;
- поступлением, движением и использованием доходов, получаемых от экспорта продукции военного назначения.

Сегодня необходимо констатировать, что отечественная система ВТС развивается достаточно динамично. Традиционно в оружейном бизнесе используют не-

¹⁹ Небезынтересно, что до 2005 года в Федеральном законе «О поставках продукции для федеральных государственных нужд» содержалось положение, согласно которому не допускалось приобретение при выполнении государственного контракта продукции иностранного производства, за исключением случаев, когда производство аналогичных видов продукции в Российской Федерации невозможно или экономически нецелесообразно.

²⁰ См.: Вопросы военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами. Указ Президента РФ от 10 сентября 2005 г. №1062 // Гарант. Правовая система. – приводится по состоянию на 10.04.2007.

сколько наиболее объективных критериев оценки его эффективности: долю рынка, валовые поступления и т.н. перспективный портфель заказов (заявленные, но еще не подписанные контракты). Показатели каждого из них за последние годы существенно увеличились.

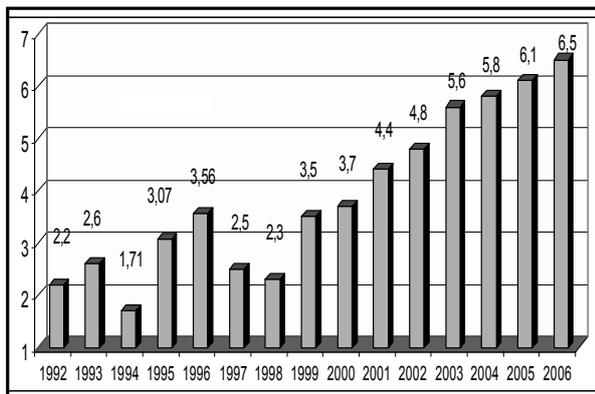


Рис. 2. Объемы поступлений от российского экспорта ПВН (млрд долл. США)

- Во-первых, на долю российского экспорта в современных условиях приходится около 15% всех поставок²¹.
- Во-вторых, валовые поступления от военно-технического сотрудничества также неуклонно увеличиваются.
- В-третьих, краткосрочная перспектива у отечественных спецэкспортеров достаточно оптимистична: портфель заказов на поставку ПВН составляет около 30 млрд долл. Для сравнения – в начале 2000 года аналогичный показатель не превышал 8 млрд долл. Не все из заявленных контрактов претворяются в жизнь, но сам факт того, что отечественное вооружение продолжает пользоваться спросом на мировом рынке, безусловен.
- В-четвертых, расширяется география отечественного экспорта ПВН. Так, в 2004 году поставки осуществлялись в 57 стран, в 2005 году – в 61 страну, а в 2006 – в 76 стран мира.

Как известно, наибольшим спросом пользуется российская авиационная техника: на нее приходится около 50% всех продаж. Более четверти поставок приходится на военно-морскую продукцию²². Оставшиеся проценты – на оружие ПВО, комплексы общевойскового боя, запасные части, комплектующие и различного рода оборонные услуги. Причем доля последних имеет тенденцию к ежегодному увеличению.

Достигнутые сегодня результаты являются закономерным следствием объективных и субъективных факторов.

- Во-первых, при невысоком уровне сервисного обслуживания и технического сопровождения отечественная ПВН является весьма конкурентоспособной по соотношению «цена – качество».
- Во-вторых, к началу XXI века закончилась организационно-кадровая чехарда, сотрясавшая всю систему ВТС в 1990-х годах.
- В-третьих, руководство ключевым субъектом военно-технического сотрудничества возглавили лица, находящиеся в доверительных отношениях с главой государства, а соответственно, способные оказывать непосредственное влияние на принятие ключевых решений, даже выходящих за рамки ВТС. Поэтому неслучайно, что нынешний директор ФГУП «Рособоронэкспорт» С. Чemezov

²¹ По оценке автора, валовая емкость мирового рынка ПВН превышает 45 млрд. долл. США.

²² Структура экспортных поставок 2005 года в данном отношении является не показательной (тогда на военно-морскую тематику пришлось более 50% выполненных контрактов).

неизменно входит в рейтинг двадцати наиболее влиятельных политиков России²³.

- В-четвертых, только в 2006 году было заключено два беспрецедентных по своим масштабам контракта с Алжиром и Венесуэлой, аналогов которым в отечественной истории ВТС не существует. Объем этих соглашений на комплексную поставку ПВН составляет более 10 млрд долл. США. В результате впервые за постсоветское время российский военный экспорт стал сбалансированным не только по номенклатуре, но и по географии поставок²⁴. Характер сделок с Алжиром и Венесуэлой свидетельствует о том, что от продаж отдельных образцов ПВН Россия переходит к предложению комплексных решений по обеспечению военной безопасности. От поставок вооружений как товара коммерческого наша страна постепенно переходит к предложению военной безопасности как товара политического. Естественно, такой товар является более востребованным, и предложить его могут только мировые лидеры, стабильность и рост потенциала которых не вызывает сомнений у инозаказчиков. Поэтому несмотря на такие объективные причины, как исчерпание советского технологического задела, насыщение китайского рынка и обострение конкурентной борьбы за поставки в Индию, объемы российского экспорта последние годы неуклонно растут. В этой связи можно прийти к заключению, что критериальным фактором успешности продвижения российской ПВН на мировой рынок является общеполитическое и экономическое укрепление России.

Между тем оценка эффективности маркетинговых мероприятий в области ВТС является весьма сложной, а порой и просто невозможной. Естественно, можно привлечь отечественных экспертов, провести их интервьюирование по поводу того или иного материала, обработать с помощью статистических программ полученные данные и прийти к каким-то заключениям об их эффективности или неэффективности. Однако критерии и оценки представителей целевой аудитории, т.е. инозаказчиков, могут существенно отличаться от полученных результатов, а организация опроса по поводу действенности того или иного маркетингового средства среди первых лиц иностранного государства относится к событиям невероятным.

При этом необходимо различать отношение и оценку объективных тактико-технических и экономико-эксплуатационных характеристик ПВН и субъективного образа, созданного в ходе маркетингового воздействия. В результате основным подходом к селекции маркетинговых мероприятий как у отечественных, так и у зарубежных спецэкспортеров является использование метода А. Бэна, т.е. метода проб и ошибок. Подобное положение не может быть признано оправданным.

Как известно, цели продвижения продукции военного назначения должны служить надежными ориентирами в определении критериев эффективности. Естественно, наряду с экономическими целями необходимо устанавливать и непосредственно связанные с ними коммуникационные цели продвижения. В этом ракурсе для организации продвижения конкретного образца ПВН становится обязательной подготовка алгоритма, позволяющего количественно определить основные цели в сфере продвижения. В качестве наиболее комплексных и научно-

²³ См.: Родин И., Литовкин В. Чemezov теряет прозрачность // Независимая газета. – 2007. – 17 апреля.

²⁴ Ведь несмотря на то, что география российского экспорта вооружений включала несколько десятков стран, в реальности до 2006 года около 80% спроса приходилось на государства «большой двойки» — Китай и Индию. — См.: Макиенко К. Урожайный год // Профиль. – 2007. – 19 февраля.

обоснованных методов оценки эффективности продвижения можно назвать методы экономико-математического моделирования, экспертных оценок, анкетных опросов, экспериментов, которые могут использоваться как для сбора данных, так и для обобщения полученных результатов. Причем в области продвижения ПВН многие из них оказываются невалидными, а другие – имеют ограниченную сферу применения.

Многообразие целей и задач, стоящих перед продвижением, обуславливает наличие множество показателей, которые можно объединить в некоторые группы (см. табл. 1).

Таблица 1

КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ПВН

Критерий эффективности	Соответствующие показатели эффективности
Охват представителей закупочного центра, представителей целевой аудитории (ПЦА)	Доля ПЦА, охваченных мероприятиями по продвижению отечественной ПВН
	Доля контактов ПЦА, связанных с продвижением российской ПВН в общем числе таких контактов
	Общее количество контактов ПЦА с соответствующим обращением
Восприятие обращения	Содержательный компонент восприятия (убедительность обращения, последовательность и логичность представляемых образов, наличие или отсутствие межкультурных барьеров)
	Эмоциональный компонент восприятия
Степень осведомленности	Доля представителей закупочного центра, знающих характеристики и преимущества российской ПВН
	Доля представителей закупочного центра, знающих характеристики и преимущества российской ПВН в расчете на единицу затрат
Формирование приверженности	Количество новых инозаказчиков в расчете на единицу затрат
	Доля российской ПВН в импорте государства
Рентабельность	Изменение доли рынка в расчете на единицу затрат
	Отношение объема сбыта к общим затратам
	Отношение дохода (прибыли) к общим затратам на продвижение ПВН
	Соотношение между дополнительным количеством ПВН, заказанной после проведения мероприятий продвижения, и количеством ПВН, которое продавалось до этого (в количественном и стоимостном выражении)
	Изменение себестоимости ПВН из-за изменения объема поставок

Получаемые таким образом показатели сравниваются либо с результатами предшествующих коммуникационных кампаний, либо со значениями, заданными при постановке целей. Представляет также существенный интерес сравнение показателей эффективности мероприятий по продвижению ПВН Российской Федерацией и ее основных конкурентов. К тому же следует учитывать, что экономическая эффективность продвижения, рассматриваемая на значительном промежутке времени, подвержена неизбежному спаду²⁵.

²⁵ См.: Батра Р., Майерс Д.Дж., Аакер Д.А. Рекламный менеджмент: Пер с англ. – М.; СПб.; К.: Вильямс, 2001.

Несколько упрощая, можно представить алгоритм оценки эффективности продвижения ПВН следующим образом (см. рис. 3).

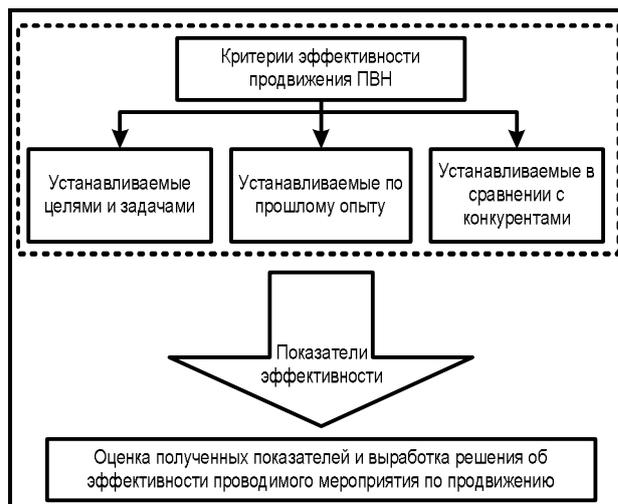


Рис. 3. Алгоритм оценки эффективности продвижения ПВН

Общепринятая методика оценки экономической эффективности продвижения включает в себя определение двух основных показателей²⁶.

1. Показатель абсолютной величины экономического эффекта в денежном выражении рассчитывается по формуле:

$$\mathcal{E} = \frac{V \cdot H}{100} - (C + U), \tag{1}$$

где:

V – дополнительный объем реализуемой ПВН под воздействием продвижения, руб.;

H – предполагаемый процент прибыли к цене реализации;

C – расходы на продвижение ПВН;

U – дополнительные расходы, связанные с изменением объемов поставок.

2. Показатель рентабельности продвижения:

$$PI = \frac{(Vp - Vo) \cdot (H - I)}{C}, \tag{2}$$

где:

Vo – объем поставок до проведения мероприятий по продвижению ПВН, руб.;

Vp – объем поставок после проведения мероприятий по продвижению ПВН, руб.;

I – процент дополнительных расходов по изменению объема поставок, %.

Несмотря на простоту изложенных методик, в них учитывается влияние только одного фактора – продвижения ПВН. Между тем, это не более чем теоретическая абстракция. Поэтому полученные таким образом результаты необходимо скорректировать на воздействие факторов, не имеющих отношения к продвижению. Для этого можно использовать уравнение криволинейной регрессии:

$$P = F * (x_1, x_2, \dots, x_n), \tag{3}$$

²⁶ См. например, Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Серегина Т.К., Шахурин В.Г. Рекламная деятельность: Учебник для студентов вузов. – М.: ИВЦ Маркетинг, 1999.

которое связывает значение каждого фактора x_n , влияющего на результирующий эффект P . Однако на практике такой подход затруднителен вследствие огромного числа факторов, влияющих на военно-техническое сотрудничество, ряд из которых носит взаимосвязанный и взаимозависимый характер. Экономическую эффективность продвижения не всегда оценивают по показателям, имеющим стоимостную оценку. Вместо дополнительного дохода можно использовать изменение доли рынка или другие параметры²⁷.

Проведенный автором анализ традиционных подходов к оценке эффективности продвижения показывает, что они имеют ряд недостатков, ограничивающих их применение в области военно-технического сотрудничества с иностранными государствами.

- Во-первых, мероприятия и инструменты продвижения рассматриваются и анализируются изолированно, без учета их синергетического эффекта.
- Во-вторых, большинство используемых в них показателей нельзя оценить однозначно либо их восприятие настолько субъективно, что не может иметь объективных ограничений. Отдавая отчет в том, что полностью элиминировать действие указанных обстоятельств невозможно, автор полагает необходимым учитывать следующие факторы (см. рис. 4).



Рис. 4. Факторы, определяющие эффективность продвижения российской ПВН на мировой рынок

Далее следует остановиться на количественной оценке достижения целей продвижения ПВН. Для этого возможно использование следующего алгоритма, основанного на иерархическом поведении ПЦА (см. рис. 5).

В наименее благоприятном случае (когда изначальные коммуникационные контакты с ПЦА не установлены) мероприятиями по продвижению необходимо охватить наибольшее число представителей закупочного центра. Их число определяется по следующей формуле:

$$N = \frac{0,3 \cdot R}{K_1 \cdot K_2 \cdot K_3} \quad (4)$$

²⁷ См.: Старикова М.С. Организационно-экономические основы эффективного управления продвижением товара: Дис. ... канд. экон. наук. – Белгород, 2004. – С. 87-90.

В случаях, когда представителей целевой аудитории не нужно проводить по всем коммуникационным этапам, число соответствующих коэффициентов в формуле можно скорректировать. Что же касается самих коэффициентов, то их следует определять на основе экспертного опроса, проводимого непосредственно перед определением плана валютных поступлений на ближайшие 2-3 года.



Рис. 5. Алгоритм определения целей продвижения продукции военного назначения

Дело в том, что в широких кругах общественности сложилось необоснованная традиция в качестве эффективности продвижения российской ПВН рассматривать объемы поступлений от экспорта. Между тем, данный показатель позволяет судить о контрактных достижениях прошлых лет и ни в коей мере не свидетельствует об эффективности текущей работы спецэкспортеров. Своевременная отгрузка произведенной в срок ПВН в большей мере отражает состояние дел в оборонном комплексе, нежели в системе военно-технического сотрудничества с иностранными государствами. Об эффективности работы по продвижению вооружений свидетельствуют количественные и качественные параметры заключенных контрактов. Как правило, они претворяются в жизнь в течении 2-3 лет после согласования условий поставки.

В большинстве случаев проводимые сегодня мероприятия по продвижению найдут отражение в контрактах, которые будут подписаны через 6-18 месяцев, и реализованы через 2-4 года после соответствующего мероприятия. Таким образом, планы конкретных мероприятий по продвижению ПВН обуславливают валютные поступления последующих периодов.

Кроме того, для достижения наибольшего экономического эффекта необходимо контролировать различные этапы продвижения ПВН.

Во-первых, провести предварительную оценку возможной эффективности предполагаемых мероприятий по продвижению. С этой целью следует провести предварительную оценку адекватности различных коммуникационных программ.

1. Отобрать инструменты, в наибольшей степени подходящие для мирового рынка ПВН.
2. Выбрать средства и формы воздействия на ПЦА.
3. Составить несколько вариантов программ и выбрать оптимальную.
4. Определить структуру затрат с использованием оптимизационных моделей.

По нашему мнению, ведение раздельного учета поступлений от каждого инструмента и средства продвижения является затруднительным. Поэтому целесообразно использовать в целевой функции коэффициенты эффективности средств M , отражающие вклад каждого средства в результат по сравнению с затратами. Кроме этого, является оправданным учет рейтинга каждого мероприятия и минимальную эффективную частоту контактов с ПЦА. Указанные соображения обуславливают построение следующей модели:

$$L = \sum_{i=1}^n M_i \cdot X_i \rightarrow \max ;$$

$$\sum_{i=1}^n C_i \cdot X_i \leq T ;$$

$$\frac{\sum_{i=1}^n A_i \cdot X_i}{F} \geq N , \tag{5}$$

при этом

$$d_i \leq X_i \leq D_i ;$$

d_i, D_i – целые;

$i = 1, \dots, n$;

$$t_1 = t_2 = \dots = t_i,$$

где:

X_i – оптимизируемое число воздействий (обращений) по i -му средству;

C_i – затраты по i -му средству;

T – максимально допустимый размер бюджета спецэкспортера на продвижение;

A_i – аудитория i -го средства;

F – минимальная эффективная частота контактов с ПЦА;

N – число ПЦА, которое необходимо охватить мероприятиями по продвижению;

d_i – минимальное число воздействий i -го средства;

D_i – максимальное число воздействий i -го средства продвижения;

t_i – временной лаг между воздействием i -го средства продвижения на инозаказчика.

Использование представленной модели предполагает последующее сопоставление полученной структуры затрат на продвижение с имеющимися в распоряжении спецэкспортеров финансовыми ресурсами. Одновременно с этим необходимо составлять различные варианты воздействий, позволяющие достичь целей в продвижении ПВН.

Во-вторых, следует провести комплексную оценку эффективности продвижения продукции военного назначения по коммуникационной и экономической составляющей, т.е. осуществлять текущий и итоговый контроль. Исходя из предмета исследования, в первую очередь нас интересует уточнение экономической компоненты. Как уже отмечалось, наличие многообразных факторов, влияющих на продвижение ПВН, порождает

проблему выявления формы зависимости между объемом заключенных договоренностей и затратами на продвижение. Это затрудняет определение экономической эффективности инструментов продвижения на практике. Поэтому залогом эффективного продвижения является не только совершенствование внутренних факторов, но и способность вычленить эффекты, порожденные внешними по отношению к системе ВТС обстоятельствами. Учитывая данные соображения, общепринятая методика оценки экономической эффективности продвижения может быть усовершенствована следующим образом:

$$PI = \frac{(Vp - Vo \cdot (1 + \frac{a}{100}) \cdot (1 + \frac{b}{100}) \cdot (1 + \frac{d}{100})) \cdot H}{C + U}, \tag{6}$$

где:

Vo – объем поставок до проведения мероприятий по продвижению ПВН, руб.;

Vp – объем поставок после проведения соответствующих мероприятий, руб.;

H – предполагаемый процент прибыли к цене реализации;

C – расходы на продвижение ПВН;

U – дополнительные расходы, связанные с изменением объемов поставок;

a – изменение объема поставок в аналогичном предшествующем периоде, %;

b – изменение объема поставок в период продвижения на региональных субрынках, где коммуникационная кампания не проводится, %;

d – изменение объема поставок из-за действия обстоятельств, не имеющих отношения к продвижению ПВН (определяется экспертами), %.

Проведенные автором расчеты подтвердили предварительный вывод о том, что изложенный подход позволяет более корректно определять экономический эффект мероприятий продвижения российской ПВН на мировой рынок.

Литература

1. О военно-техническом сотрудничестве Российской Федерации с иностранными государствами. Федеральный закон от 19 июля 1998 г. №114-ФЗ // Российская газета. – 1998. – 23 июля.
2. Вопросы военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами. Указ Президента РФ от 10 сентября 2005 г. №1062 // Гарант. Правовая система. – приводится по состоянию на 10.04.2007 г.
3. Указ Президента РФ от 12 мая 1992 г. №507 «О военно-техническом сотрудничестве Российской Федерации с зарубежными странами» (с изменениями от 5 октября 1995 г.) // Гарант. Правовая система. – приводится по состоянию на 30.07.2007 г.
4. Положение о порядке рассмотрения обращений иностранных заказчиков и согласования проектов решений Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации и Федеральной службы по военно-техническому сотрудничеству о поставках продукции военного назначения Указ Президента РФ от 10 сентября 2005 г. №1062 Вопросы военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами // Гарант. Правовая система. – Приводится по состоянию на 19.07.2007 г.
5. Антонова Н.Л Совершенствование военно-технического сотрудничества Российской Федерации с Китайской Народной Республикой в современных условиях: Дис. канд. экон. наук. – М.: ВУ, 2003.

6. Александров И. Оружие – товар политический. Сразу после избрания в Бюро Высшего совета «Единой России» генеральный директор «Рособоронэкспорта» Сергей Чemezov ответил на вопросы РГ // Российская газета. – 2006. – 4 декабря.
7. Брокгауз Ф.А., Ефрон И.А. Энциклопедический словарь. – В 38 т. – СПб., 1911. – Т. 22. – С. 218-219.
8. Артяков В.В. Об оффсетной деятельности России в государстве Кувейт. – М.: Промэкспорт, 2000.
9. Бартенев С.А. Военно-промышленный комплекс. Мировая экономика. – М.: Юрист, 1999.
10. Батра Р., Майерс Д.Дж., Аакер Д.А. Рекламный менеджмент: Пер с англ. – М.; СПб.; К.: Вильямс, 2001.
11. Бельянинов А.Ю. Оценка государственным посредником инвестиционной привлекательности предприятий исполнителей контрактов в сфере военно-технического сотрудничества: Дис. канд. экон. наук. – М., 2002.
12. Белянин А. Даниел Канеман и Вернон Смит: экономический анализ человеческого потребления (Нобелевская премия за чувство реальности) // Вопросы экономики. – 2003. – №1.
13. Бузуев А.В. Международный военно-промышленный бизнес: Зарубежная деятельность военно-промышленных монополий Запада. – М.: Международные отношения, 1985.
14. Власевич Ю. Во что обходятся народам империалистические войны. – М.: Воениздат, 1981.
15. Военно-техническое сотрудничество России на рубеже веков / Под ред. С.В. Степашина – М.: Финансовый контроль, 2002. – С. 59.
16. Ганискарлов Ф., Каменев В. Оружие России: 2001-2002. – М.: Военный парад, 2001.
17. Горностаев Г.А. Внешние военно-экономические связи России: проблемы развития и пути их решения. – М.: ВНИИВС, 2002.
18. Грицкова А., Строкань С. Между Россией и Индией пролетел китайский истребитель. КНР поставила в Пакистан самолеты с двигателями из РФ // Коммерсантъ Daily. – 2007. – 15 марта.
19. Ивашов Л. Безопасность через сотрудничество // Военный парад. – 1997. – №3.
20. Козырев А.В. Торговля оружием в политике империализма. – М.: Международные отношения, 1985.
21. Колесников А.В. Военно-техническое сотрудничество Российской Федерации в современных условиях. Дис. канд. экон. наук. – М.: ВУ, 2004.
22. Кудашкин В.В. Военно-техническое сотрудничество Российской Федерации с иностранными государствами: понятие, принципы и правовой режим // Государство и право. – 1998. – №9.
23. Кудашкин В.В. Научно-практический комментарий к Федеральному закону «О военно-техническом сотрудничестве Российской Федерации с иностранными государствами». – М.: Международные отношения, 2002.
24. Кузык Б.Н. и др. Россия на мировом рынке оружия. – М.: Военный парад, 2001.
25. Кузык Б.Н. Оборонно-промышленный комплекс России: прорыв в XXI век. – М.: Русский биографический институт, 1999.
26. Лященко В.П. Торговля оружием в России: некоторые вопросы организации и экономики. – М.: Новый век, 2001.
27. Макиенко К. Роль военно-технического сотрудничества в отношениях между Востоком и Западом // Экспорт обычных вооружений. – 1996. – №6. – С.10.
28. Макиенко К. Урожайный год // Профиль. – 2007. – 19 февраля. Михайлик А.Г. Военно-экономическая кооперация России с зарубежными странами: Дис. докт. экон. наук. – М.: ВУ, 1998.
29. Мужжавлева Т.В. Военно-техническое сотрудничество с зарубежными странами и военно-экономический потенциал России. Монография. – М.: ВУ, Руссика, 2005.
30. Родин И., Литовкин В. Чemezov теряет прозрачность // Независимая газета. – 2007. – 17 апреля.
31. Рыбас А. Стратегический анализ мирового рынка вооружений и обеспечение национальной безопасности России. Монография. – М.: Русский биографический институт, 2001.
32. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Серегина Т.К., Шахурин В.Г. Рекламная деятельность. – М.: ИВЦ Маркетинг, 1999.
33. Старикова М.С. Организационно-экономические основы эффективного управления продвижением товара: Дис. ... канд. экон. наук. – Белгород, 2004. – С. 87-90.
34. Чemezov С.В. Военно-техническое сотрудничество России с иностранными государствами: опыт организационного проектирования. – М.: ЦИБОБ РЭА, 2001.
35. Энгельбрехт, Ханиген. Торговцы смертью. – М.: Социально-экономическое издательство, 1935.

Кушнир Андрей Михайлович

РЕЦЕНЗИЯ

Контент представленной статьи соответствует актуальным проблемам развития экономического анализа в части экономической оценки процессов в сфере военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами.

Автор весьма аргументировано и всесторонне раскрывает сущность и недостатки имеющихся подходов к оценке экономической эффективности в целом и на мировом рынке вооружений в частности.

Сильной стороной исследования является ее практическая направленность. Постулируемый автором подход позволяет нивелировать влияние субъективного фактора в процессе планирования и реализации мероприятий маркетингового комплекса отечественными спецэкспертными.

Вывод: статья «Оценка эффективности мероприятий по продвижению продукции военного назначения иностранным государствам» Кушнир А.М. является актуальным, самостоятельным исследованием, содержащим решение важной научной задачи, и рекомендуется для публикации в журнале «Аудит и финансовый анализ».

Хорев В.П., д.э.н., профессор, начальник кафедры экономических теорий и военной экономики Военного университета

9.4. ESTIMATION TO EFFICIENCY ACTION ON PROMOTION THE MILITARY PRODUCT TO FOREIGN STATE

A.M. Kushnir, Candidate of Science (Economic),
Associate Professor Military University

Methodical approach is stated in article to determination of the cost-performance action on promotion the Russian military product in sphere military-technical cooperation with foreign state. The author reflected interrelation material, information and financial flow and defined the measures on increasing of efficiency marketing action domestic exporters of the weapon. Used as bases classical approaches are adapted to specifics world market of arms. That can promote to optimization separates marketing action, and the whole systems military-technical cooperation of Russian Federation with foreign state.