

УДК 338.51

И.А. Петиненко

**ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ КИТАЯ
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: ЦЕНОВОЙ АСПЕКТ**

Автор рассматривает необходимость и направления продвижения китайских компаний в мировой экономике. Китай не перестает удивлять мир темпами своего развития, что требует постоянного увеличения ресурсов, продаж готовой продукции в национальной и мировой экономиках. Ценообразование китайских компаний рассматривается как противоречивое. Особое внимание автор уделяет анализу управления структурой затрат китайских компаний при их проникновении в Африку.

Ключевые слова: китайские компании, ресурсы, ценообразование, структура затрат.

Китайская экономика уже длительный период времени развивается быстрыми темпами, поражая тем самым весь мир. 1,3 млрд населения обеспечивает ей не только высокий внутренний спрос, но и потенциальное предложение большого количества трудовых ресурсов. Однако особенностью национальной экономики является существующий дисбаланс в совокупности ресурсов, необходимых для производства товаров и услуг. Низкий уровень доходов населения, дефицит технологических знаний, природных ресурсов сдерживают развитие. В связи с этим китайское правительство и компании понимают необходимость уменьшения данного дисбаланса, что становится важным направлением их политики.

Удовлетворение потребительского, инвестиционного спроса предполагает решение таких проблем, как формирование предложения внутри страны, привлечение ресурсов с международных рынков, организация производства за рубежом. На макроуровне реализация поставленных задач приводит к большей открытости китайской экономики, все большему влиянию ее на мировую экономику, а значит, и активности домашних хозяйств, фирм Поднебесной.

Китайские компании все активнее продвигаются в страны Европы, Азии, Латинской Америки, Африки, тем самым усиливая международную конкурентную борьбу за ресурсы. Особенно это заметно на рынках высоких технологий, природных ресурсов. Например, африканский, латиноамериканский континенты вызывают интерес у иностранных компаний, где находятся природные богатства, еще не освоенные человеком. Ведущие экономики мира конкурируют за право получения контроля над природными богатствами. Специфика поведения китайских компаний состоит в том, что их интересуют разнообразные природные богатства. Значит, существует объективная необходимость организации долгосрочных отношений, реализующих стратегические цели и задачи развития китайской экономики.

Правительство Поднебесной определяет направления продвижения китайских компаний за рубеж на долгосрочную перспективу, налаживая равноправные отношения с ближними и дальними государствами. Исследователи отмечают, что китайское проникновение в Африку – это целенаправленная и

достойно организованная программа. На «черном» континенте КНР закрепляется основательно [1].

Движение Китая в развивающиеся государства напоминает по своим характеристикам поведение СССР, который также формировал и реализовывал долгосрочные социально-экономические программы помощи. Но, в отличие от СССР и даже от США, учитывающих идеологический аспект продвижения, Поднебесная во главу угла ставит экономический подход. В связи с этим китайское государство и его компании оценивают прежде всего экономическую эффективность процесса продвижения, учитывая его затраты и результаты.

«Для Поднебесной более привлекателен контроль над ситуацией, поэтому ни форма собственности, ни ее владелец в такой ситуации роли не играют. Так, в Зимбабве большинство магазинов, считаясь зимбабвийскими, на самом деле китайские. То есть китайцы при нынешнем руководстве страны нашли способ договориться с ним, видимо, найдут и при следующем» [1].

Долгосрочная программа взаимоотношений с иностранными государствами определила место и роль каждого субъекта китайской экономики в данном процессе. Поле для их деятельности, конечно, определяется государством. М. Дорфман замечает, что когда-то Ден Сяопин сказал: «Переходя реку, надо твердо стоять на дне и чувствовать ногами камни». Китайская стратегия базируется на трех принципах: во-первых, получить доступ к природным ресурсам африканских стран, необходимым для китайского экономического роста; во-вторых, показать всему миру, что Китай не просто растущая сверхдержава, но и ответственная сила, ставящая перед собой долгосрочные цели; и наконец, Китай стремится создать надежные рынки для своих собственных товаров» [2].

Реализация представленной стратегии предполагает формирование многосторонних социально-экономических внешнеэкономических связей на взаимовыгодной основе. С одной стороны, китайское государство осуществляет экспорт своих товаров в Африку в больших объемах и разнообразии, кредитование, строительство новых объектов социального и производственного значения, производство сельскохозяйственной продукции и продовольствия. Особое внимание уделяется стимулированию эмиграции китайцев в страны африканского континента (таблица).

**Отраслевое распределение накопленных прямых инвестиций Китая в Африке
(на конец 2009 г.)**

Отрасль	Доля, %
Горнодобывающая	29,2
Производство	22,0
Строительство	15,8
Финансы	13,9
Коммерческие услуги	5,4
Оптовая и розничная продажа	4,0
Научные исследования, техническое обслуживание и геологическая разведка	3,2
Земледелие, скотоводство, лесоводство и рыбоводство	3,1
Другое	3,4

Источник: Китайско-африканское торгово-экономическое сотрудничество [Электронный ресурс] // Russian.China.org.cn. Электрон. дан. М., 2005–2011. URL: <http://russian.china.org.cn/government/> (дата обращения: 14.04.2011).

В свою очередь, правительство всегда дает возможность экспортировать продукцию развивающихся стран в Китай, а население этих государств может получать образование в Китае. Такой взаимообмен позволяет закреплять долгосрочные отношения между государствами.

Эксперты отмечают, что «бурный рост торговли Африки с Китаем в основном отражает сравнительные преимущества каждого партнера с учетом уровня экономического развития, а не одностороннюю заинтересованность Китая в эксплуатации природных ресурсов. Но на основе имеющейся информации, Китай, по-видимому, выполняет в Африке различные функции – торгового партнера, донора, финансиста, инвестора, подрядчика и строителя. Международные экономические организации отмечают большое влияние Китая на экономический рост африканских государств» [3].

В процессе ценообразования в структуре полных затрат особую роль играют транзакционные издержки, как издержки формирования рыночных сделок. Отношения с клиентами и собственниками ресурсов определяют направления развития любой компании. Качество транзакций во многом зависит от формальных и неформальных норм, существующих в экономике. Если формальные нормы определяют международные организации и национальные государства через соглашения и национальное законодательство, то неформальные нормы – это традиции и обычаи, которые могут существовать столетия или даже тысячелетия на данных рынках. В настоящее время в условиях усиливающейся глобализации международные экономические организации оказывают все большее влияние на деятельность компаний. Многочисленные международные соглашения, формируемые двумя или сразу несколькими странами, определяют ограничения в деятельности самих государств и их субъектов – домашних хозяйств и компаний.

Глобальный экономический кризис изменил правила игры для всех субъектов мировой экономики. Пока эксперты мирового сообщества разбираются в сложившейся ситуации, каждое государство пытается во многом самостоятельно разрешать возникающие противоречия. Один из способов – это активизация двусторонних отношений между странами.

Китайское правительство при всей унификации своих действий, указанных выше, осуществляет индивидуальный подход к формированию межгосударственных отношений с учетом интересов обеих сторон. Такая практика открывает дорогу китайскому бизнесу и позволяет ему экономить транзакционные расходы на продвижение в иностранные экономики. Конечно, компании самостоятельно заключают сделки и несут ответственность за их реализацию, но государство создает общее поле для их деятельности. Таким образом, государство и компании выполняют свои функции в процессе формирования и исполнения рыночных транзакций. Следует заметить, что китайское государство со времени формирования его как централизованного всегда принимало активное участие в организации производства и торговли своих ремесленников, сельскохозяйственных производителей и торговцев. Например, чиновники организовывали покупку дефицитных ресурсов за рубежом, распределяли их по ремесленным мастерским, прежде всего государственным, контролировали качество выпускаемых товаров на основе данных ресурсов. Вообще государственные мастерские имели особое значение для ки-

тайской экономики. Они производили продукцию по заказу государства. Крупные государственные компании и сегодня играют значительную роль в национальной экономике.

Таким образом, китайское государство имеет исторический опыт по организации международной экономической деятельности, что позволяет ему регулировать трансакционные издержки на уровне макроэкономики. В этой связи можно отметить направления деятельности китайского государства: готовность к сотрудничеству с любыми режимами, частые личные контакты лидеров государств, проведение многосторонних форумов, способность сочетать государственную и частную инициативу. Непосредственная помощь китайским компаниям со стороны государства представляет собой продуманную систему мер. Она включает в себя дипломатическую поддержку инвестиционных программ китайских компаний.

Финансовая поддержка дифференцирована по размерам компаний: крупные фирмы могут претендовать на получение кредитных ресурсов от китайских банков, в частности The Export-Import Bank of China (EXIM Bank of China), который был создан в 1994 г. и подчиняется Госсовету Китая. Тогда как мелкие предприятия финансируют свою инвестиционную деятельность с помощью семейных связей и неформальных рынков капитала. Финансовая политика китайского государства, когда кредитуются не только собственные компании, но и африканские, латиноамериканские и другие правительства, обеспечивает более быстрое и масштабное продвижение в иностранную экономику.

Политику Поднебесной отличает установление контроля над источниками сырья, нежели закупка этого сырья на мировых рынках. Особое внимание со стороны государства придается нефти. «Главными нефтяными компаниями Китая владеет государство, еще в 1998 г. поставившее их деятельность под контроль Государственной Энергетической Администрации. Зарубежная деятельность нефтяных компаний поощряется и поддерживается с помощью широкого набора инструментов. Займы и кредитные линии, помощь развитию и другие инициативы, поставки оружия и дипломатическая поддержка – орудия, помогающие Китаю снискать расположение правительств нефтепроизводящих стран и получить привилегированный доступ к нефтяным источникам» [4]. Африканские государства осуществляют экспорт не только нефти, но и леса, хлопка, арахиса, кофе, металлов, руды и фруктов.

Анализ деятельности китайского государства показывает, что оно обеспечивает экономию трансакционных издержек крупных и малых компаний. Директор шанхайской консалтинговой компании APM Consulting Джонатан Ву отмечает и другой аспект данного процесса. Для транснациональных компаний США, Западной Европы, Японии Африка – это регион, развивающийся в условиях высоких рисков и низкого дохода населения. Китайские компании рассматривают Африку как континент больших возможностей: здесь невысока конкуренция и практически отсутствуют торговые барьеры; Африка обладает потенциалом для существенного роста за счет замещения импорта и внутрирегиональной торговли, а также благодаря традиционным экспортным рынкам [5].

Однако существуют обстоятельства, которые заставляют китайские компании увеличивать не только трансакционные издержки, но и другие виды

затрат. Африканский континент развивается в условиях высоких политических, административных, коммерческих рисков. Китайские компании более подготовлены к таким рискам, как коррупция, бюрократия, проблемы безопасности, и способны справляться с ними, в отличие от компаний других стран.

Формирование цены всегда осуществлялось на основе использования большого спектра информации. Ее поиск, доступность, достоверность, скорость получения играют важную роль, особенно в условиях информационной экономики. Продвижение на другой континент предполагает обработку постоянного потока информации. При повышенных рисках организации бизнеса в африканских странах, преобладающем значении традиций и обычаев информация имеет еще большее значение. Но ее получение требует дополнительных затрат в силу ее разрозненности, субъективности.

В связи с этим на помощь своим компаниям приходит китайское правительство, способствующее экономии затрат на организацию производства и реализацию продукции. «Министерство коммерции взяло на себя обеспечение потенциальных инвесторов информацией об условиях торговли и инвестиционном климате африканских стран. Оно создало сайт в Интернете и обязало посольства КНР в Африке предоставлять китайским компаниям нужную им информацию. Министерство организовало также специальные учебные программы для предпринимателей, желающих установить деловые связи с африканскими партнерами, дабы помочь им лучше понять особенности рынка, политики и законодательных структур стран Африки. Организуются учебные классы для менеджеров из Китая и стран Африки, где они могут обмениваться опытом, посещение китайскими предпринимателями ярмарок в странах Африки» [4].

Особое внимание следует обратить на управление затратами на человеческий капитал компаний. В настоящее время ярко выраженной является глобальная тенденция роста данных затрат. Это связано с объективными обстоятельствами использования высоких технологий, обеспечения современного уровня образования и поддержания здоровья человека. В Китае также отмечается тенденция роста затрат на работников, что постепенно снижает конкурентоспособность китайских компаний в мировой экономике. Прежде всего, это проявляется в увеличении оплаты труда, что отмечают как китайские исследователи, так и иностранные предприниматели, работающие в Китае. Такой же процесс начинает развиваться и в отдельных африканских странах. Практика показывает, что доля себестоимости продукции, определяемая затратами на персонал, увеличивается в крупных и даже малых компаниях.

С другой стороны, китайскому государству в условиях постоянного увеличения населения необходимо решать сложную проблему занятости. В этой связи разработана особенная китайская политика занятости и регулирования оплаты труда. Спецификой деятельности западных компаний является общепринятый принцип привлечения национальных кадров к работе компаний в национальной экономике. Это обеспечивает занятость национальных кадров и поддерживает имидж транснациональных компаний. Такая практика используется уже в течение нескольких десятилетий.

Китайские компании осуществляют максимальное привлечение именно китайских работников для освоения африканских, латиноамериканских ресурсов. Т.Л. Дейч отмечает в своей статье, что «действующие в Анголе китайские компании привозят 70–80% персонала из Китая. Пишут, что 90% работников компании «Шеврон», включая квалифицированный персонал – инженеров и менеджеров, – ангольцы, тогда как китайские нефтяные компании нанимают меньше 15% местного персонала» [4]. Такая политика занятости позволяет регулировать затраты на персонал, а значит, и себестоимость продукции. При этом работа местного населения обычно оплачивается по самым низким ставкам. Такое регулирование оплаты труда китайских работников, экономия на заработной плате местного населения позволяют сдерживать рост доли себестоимости, связанной с живым трудом. Но это приводит и к снижению имиджа китайских компаний, когда Китаю адресуют упреки в низкой оплате труда местных работников, нежелании соблюдать необходимые условия труда. Упреки, как показывает практика, могут заканчиваться и забастовками местных работников. Такой процесс начинает наблюдаться и в России, где собственниками компаний являются китайцы.

Жесткая экономия затрат на основе нежелания организовывать экологически чистое производство, воспроизводство природных ресурсов там, где это возможно, также тревожит местное население. Это особенно заметно при продвижении китайцев вглубь лесов, при освоении земли, используемой для производства сельскохозяйственной продукции. Международные средства массовой информации довольно часто пишут о нарушениях экологии стран, где работают китайские компании. Например, российский Дальний Восток быстро теряет природные богатства от агрессивного наступления китайцев. Такие же процессы наблюдаются в Африке, Латинской Америке. Экстенсивный путь развития, организуемый китайскими компаниями, оборачивается для мировой экономики тяжелыми экологическими последствиями.

Исследователи признают, что цены на товары китайских компаний формируются с учетом эффекта масштаба и эффекта разнообразия. Основа организации данных процессов – масштабы самой китайской экономики. Конечный китайский потребитель – это не только больше миллиарда населения, но и постоянно растущие потребности китайских домашних хозяйств. В связи с этим крупные компании становятся еще крупнее на базе современных индустриальных технологий, а успешный малый бизнес, нашедший свои ниши, растет быстрыми темпами. Джон Дейли отмечает, что «ценообразование – непростой процесс прежде всего потому, что между ценой и объемом, ценой и издержками существует тесная связь. Цена влияет на объемы продаж при наличии достаточного платежеспособного спроса, и в то же время объем продаж влияет на издержки. При таких условиях величину издержек нельзя правильно рассчитать в отрыве от информации об объеме продаж. Более того, поскольку прибыль представляет собой разность между объемом продаж и полными издержками, для достижения максимальной прибыли необходимо проводить одновременный анализ объема продаж и издержек» [6. С. 166].

Увеличение или уменьшение объема продаж зависит от множества факторов, как объективных, так и субъективных. В связи с этим у любой компании ограничена роль в управлении объемом продаж, а значит, издержками и

ценой. Особое значение, во-первых, имеет стабильность окружающей среды на макроуровне, которую во многом обеспечивает государство. Во-вторых, мезоуровень определяет специфику развития отрасли. В-третьих, специфика развития самой фирмы, ее возможности в формировании трансакций по приобретению ресурсов и продаже готовой продукции.

Практика развития китайской экономики в последнее двадцатилетие показывает, что объемы производства и продаж увеличиваются ежегодно большими темпами. Отрасли, как и отдельные компании, развиваются дифференцированно. При этом следует заметить, что китайские менеджеры и работники обладают способностью быстро увеличивать объемы производства на основе роста количества и разнообразия товаров. Эта способность китайских компаний, являясь их конкурентным преимуществом, не перестает удивлять мировую экономику.

Эффекты масштаба и разнообразия позволяют осуществлять управление уровнем затрат на единицу продукции, что дает возможность компаниям более свободно манипулировать ценой на производимую и реализуемую на рынке продукцию. Каждая частная компания самостоятельно определяет особенности эффекта масштаба и эффекта разнообразия. Объективным ограничителем в данном случае является вид продукта, совокупность ресурсов для его производства, формальные и неформальные нормы поведения субъектов.

В настоящее время все более значимыми ограничителями становятся этические нормы. Увеличение производства в разных формах наталкивается на эти нормы не только в развитых странах, где они уже определены законодательством, но и в быстроразвивающихся и слабо развитых странах. Не исключение и африканский континент, где иностранные компании довольно часто забывают об уважении, справедливости по отношению к местному населению, защите окружающей среды и других проблемах жизни африканцев. Это также относится и к китайским компаниям, хотя они и стремятся уменьшить отрицательный эффект масштабного проникновения в Африку через развитие социальной инфраструктуры.

Китайские государственные компании определяют количество и разнообразие продукции на основе решений, принимаемых чиновниками. Помимо этого, необходимо учитывать и размеры компаний. Практика показывает, что функционирование крупного производства предполагает активное использование эффектов масштаба и разнообразия. Малому бизнесу труднее использовать данные закономерности, так как увеличение или уменьшение требует принятия достаточно рискованных решений в условиях ограниченных ресурсов. Мелкие производители находятся в более сложной ситуации: увеличение или уменьшение количества и разнообразия продукции требует от них больших затрат от всех членов семьи. Однако любые компании, как бы это ни было трудно, стремятся использовать рассматриваемые эффекты, которые позволяют регулировать динамику удельных затрат, соотношение переменных и постоянных затрат.

Крупные государственные и частные компании функционируют на основе конвейерного производства. Его быстрое развитие позволило Китаю стать «мировой фабрикой» по производству разнообразной продукции. При этом практика показывает, что развитие крупных компаний очень быстро переша-

гивает национальные границы. И тогда начинает использоваться уже международный уровень эффектов масштаба и разнообразия. И если в рамках национальной экономики компании имеют большие возможности для развития с учетом внутреннего спроса, то в мировой экономике необходимо участвовать в международной конкуренции за право получения ресурсов и продажи готовой продукции. В этом процессе сокращение удельных затрат играет особую роль. Таким образом, существует взаимозависимость: чтобы сократить полные затраты на единицу продукции, необходимо проникать на новые рынки, но успешность данного проникновения обеспечивает возможности уменьшения удельных полных затрат, а значит, и возможности более оптимального управления ценой и продажами.

Усиливающаяся международная конкуренция ставит все новые проблемы перед компаниями. Речь в данном случае уже идет не просто об уменьшении себестоимости на единицу продукции, но о ее структуре, динамике отдельных видов затрат. Этот процесс усиленно набирает обороты. Глобальный экономический кризис еще больше обострил конкуренцию на основе себестоимости продукции. Транснациональные компании, выжившие в условиях этого кризиса, углубляют анализ структуры затрат на предмет выработки оптимального управления. Сегодня уже ясно, что компания может добиться успехов в конкурентной борьбе, активно управляя структурой цены. Майкл В. Марн, Эрик В. Регнер, Крейг К. Завада пишут, что «ценовое преимущество обладает мощным потенциалом, его можно и нужно добиваться в каждом бизнесе, но удалось это сделать немногим. Его стоит добиваться, потому что ценообразование является удивительно чувствительным рычагом, который при небольших колебаниях уровня цен вызывает огромные изменения прибыли» [7. С. 23].

Выше мы рассматривали особенности формирования транзакционных затрат и затрат на персонал в китайских компаниях. Следует отметить, что использование собственных технологий в развивающихся экономиках позволяет китайским компаниям также определять оптимальные затраты на основной капитал, затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы не только в национальной экономике, но и в процессе функционирования за рубежом. Можно констатировать, что китайские компании активно используют в своей практике эффекты по отношению к определенным видам затрат на производство и реализацию продукции.

Увеличение спроса на ресурсы в мировой экономике рассматривается как долгосрочная перспектива. Особенно остро это проявилось в период подъема в 2000-е гг. Тенденции роста цен на ресурсы и снижения прибыли китайских производителей привели к принятию решения китайским руководством о централизованных закупках важнейших импортных ресурсов, что уже наблюдалось в истории. Первый современный опыт в мае 2006 г. по закупке железной руды по более низким ценам оказался неудачным. Аналитики считают, что причинами данного положения являлись неопытность китайских переговорщиков, противоречивость интересов китайских чиновников и непосредственных производителей [8. С. 28].

В настоящее время в процесс регулирования цен на национальное и импортное сырье начинают вмешиваться сообщества по интересам, в частности

объединения предпринимателей по отраслевому принципу. Формирование данных субъектов отмечается и в других странах БРИКС. Например, китайская ассоциация металлургической и сталелитейной промышленности намерена в экспериментальном порядке ввести индекс цен на железную руду. Об этом заявило руководство ассоциации. Начиная с октября 2011 г. индекс официально должен публиковаться каждую неделю. Данный показатель подразделяется на два: один предназначен для отражения стоимости железной руды китайского производства, другой – для импортного сырья. Подобный шаг китайских металлургов вызван резким ростом мировых цен на железную руду. С января по июнь 2011 г. объем производства грубой стали в КНР достиг 350 млн т. Это на 9,6% больше, чем в первой половине 2010 г. При этом коэффициент рентабельности реализации металла составил 3,14%. Этот показатель ниже банковской годовой процентной ставки на 3,5% [9].

Таким образом, специфика ценообразования на железную руду в данном случае связана с тем, что в самом Китае существует собственная добыча и возможны переговоры по заключению прямых контрактов по закупкам большого количества продукта за рубежом. При этом признается, что китайские компании очень быстро учатся переговорному процессу и являются достаточно жесткими, стремящимися достичь своих целей переговорщиками. Но у китайских компаний есть и такое конкурентное преимущество, как приобретение месторождений, начиная с небольших долей собственности в иностранных добывающих компаниях.

Представленные особенности поведения китайских компаний мы можем наблюдать на других международных рынках природных ресурсов. Однако следует отметить, что на рынках могут существовать свои особенности их функционирования, которые проявляются в ценообразовании. Например, на международном рынке нефти существует сложная система цен, которые необходимо учитывать при формировании трансакций. Китай на данном рынке является потребителем, спрос которого постоянно растет. Питер Наварро по этому поводу пишет, что «сегодня ставшие уже привычными «войны за нефть» вдруг обрели новое измерение, которое связано с непрерывно нарастающим потреблением «черного золота» Китаем. С экономической точки зрения быстрорастущий спрос Китая на нефть все сильнее давит на нефтяной рынок, вызывая непредсказуемые скачки цен и повышая нестабильность данного рынка. Эти встряски дестабилизируют мировую экономику» [10. С. 95].

Основными факторами ценообразования рассматриваются, с одной стороны, уровень, динамика спроса, с другой – уровень, динамика предложения. Однако на рынке нефти действуют и конъюнктурные факторы: спекулятивные биржевые операции по нефтяным контрактам, военные действия в регионах добычи нефти, политические санкции, форсмажорные обстоятельства. Китайскому правительству и компаниям необходимо учитывать весь спектр факторов, действующих на международном рынке нефти.

Однако существуют национальные обстоятельства, влияющие на международные нефтяные трансакции. Считается, что у Китая отсутствуют собственные большие запасы нефти, хотя значительные территории страны являются неисследованными. Пока страна добывает около 6% от мирового производства и широко использует уголь как энергетический ресурс и заменитель

нефти. Тем более разведанных запасов угля у Китая много. Разработано направление диверсифицированных закупок газа. Государство осуществляет внедрение широкой государственной программы экономии во всех отраслях китайской экономики. Правительство, ассоциации бизнеса, компании постоянно совершенствуют переговорный процесс. Китай регулярно производит диверсификацию поставок нефти по континентам и странам с целью уменьшить риск разрыва сделок по разным причинам.

Особенно важным является для китайских компаний вопрос поставок, в частности формирование транспортных сетей, определение времени поставок и т.д. Например, эксперты Всемирного банка в 2007 г. обратили внимание на то, что затраты на экспортные операции из стран Африки (от 18 до 35% от общей стоимости затрат) являются чрезмерно высокими по сравнению с экспортом из Китая (8% от общей стоимости затрат). Однако, несмотря на эти препятствия, экспорт из стран Африки вырос более чем на 11 процентных пунктов в период 2003–2006 гг. [11]. В свою очередь, ЮНКТАД отмечает, что «высокие транспортные издержки и неудовлетворительная стыковка транспортных систем как никогда пагубны для развития стран; особые проблемы они создают для развивающихся стран, не имеющих выхода к морю. Многие страны, особенно в Африке, с помощью воздушных и морских перевозок по-прежнему лучше связаны с промышленно развитыми странами других континентов, чем с соседними странами. Таким образом, тормозом для развития их торговли выступают не одни лишь расстояния, но и высокие транспортные издержки и неудовлетворительная стыковка транспортных систем» [12].

Китай формирует высокий спрос на нефть, что способствует росту цен. Предыдущий анализ показал, что серьезной задачей китайских компаний является снижение цены в ходе организации трансакций. И здесь снова на помощь приходит общая стратегия, выработанная китайским правительством и компаниями: долгосрочные закупки больших объемов сырья. Это позволяет в процессе переговоров требовать от поставщиков скидок с цены. Диверсификация поставок нефти создает конкуренцию между поставщиками, что является дополнительным фактором игры на снижение закупочных цен. География покупок китайскими компаниями зарубежных сырьевых компаний охватывает все пять континентов нашей планеты.

Анализ показывает, что у Поднебесной и ее компаний сформировалась целостная ценовая политика, в разработке и реализации которой участвуют государство и частный бизнес как равноправные партнеры. У каждого субъекта определены свои функции. Во многом в ценовом процессе проявляется характер китайской нации: работоспособность, терпение, дисциплинированность, активность, высокая степень приспособляемости, творческий потенциал.

Литература

1. Филоненко М. Африканский акцент Поднебесной // China PRO: Деловой журнал про Китай. 2011. №42 (156) [Электронный ресурс]. URL: [http:// www.chinapro.ru/rubrics/2/6522/](http://www.chinapro.ru/rubrics/2/6522/) (дата обращения: 03.12.2011).
2. Дорфман Михаэль. Китайцы идут [Электронный ресурс]. URL: <http://www.russiandenver.50megs.com/kitaitsy-idut.html> (дата обращения: 03.12.2011).

3. Абдулайе Био-Чане и Цзянье Ван. Бурно развивающиеся связи Африки с Китаем. Максимизация выгод от расширяющегося экономического взаимодействия Китая с Африкой // Финансы & развитие. 2008. Март [Электронный ресурс]. URL: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/rus/2008/03/pdf/wang.pdf> (дата обращения: 03.12.2011).
4. Дэйч Т.Л. Китайские компании на африканских сырьевых рынках // Институт Африки РАН [Электронный ресурс]. URL: <http://www.inafran.ru/node/57> (дата обращения: 23.11.2011).
5. Кокишаров А. Со столетним опозданием // Эксперт. 2006. № 42 [Электронный ресурс]. URL: http://expert.ru/expert/2006/42/kitay_torgoviy_partner_afriki/ (дата обращения: 03.12.2011).
6. Дейли Джон. Эффективное ценообразование – основа конкурентных преимуществ: Пер. с англ. М.: Изд. дом «Вильямс», 2004. 304 с.
7. Марн Майкл В., Регнер Эрик В., Завада Крейг К. Ценовое преимущество: Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. 317 с.
8. Бендина Н. Борьба за выживание // РБК. 2006. № 11. С. 26–31.
9. В Китае появится индекс цен на железную руду // ChinaPRO: Деловой журнал про Китай. 2011. 4 августа [Электронный ресурс]. URL: <http://www.chinapro.ru/rubrics/1/6642/> (дата обращения: 23.11.2011).
10. Наварро Питер. Грядущие войны Китая. Поле битвы и цена победы: Пер. с англ. и на уч. ред. А.В. Козуляева. М.: Вершина, 2007. 272 с.
11. Всемирный банк: Африка встала на путь быстрого и устойчивого экономического роста // Cyber Security ru. 2007 16 ноября [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cybersecurity.ru/prognoz/35883.html> (дата обращения 23.11.2011).
12. Доклад о торговле и развитии, 2007 год: Обзор. ЮНКТАД [Электронный ресурс]. URL: <http://www.un.org/ru/development/surveys/docs/tdr2007.pdf> (дата обращения: 20.11.2011).