

Значимость стандартов и технических регламентов для доступа на международные рынки на примере многонациональных промышленных предприятий

Французский журнал *Les Grands Dossiers de Diplomatie* (Октябрь - Ноябрь 2015)
«Геополитика многонациональных предприятий - новые хозяева мира?»

Изабель Эллер, президент консультационной компании SMARTSPECIF, бывший генеральный директор Технического Объединения Электричества (UTE).

«Планету необходимо оборудовать», — вот заявление президента MEDEF¹, французского аналога РСПП² во время открытия Летнего Университета 2015 г.

В частности эта задача касается многонациональных предприятий, которые были созданы для выхода на международные рынки в самых благоприятных условиях. Эти предприятия обеспечивают сегодня 80 % мирового объема торговли.

Чтобы поставлять на каждый из намеченных рынков свои материалы, флюиды, комплектующие, оборудование, установки; внедрять ту или иную инфраструктуру и предоставлять сопутствующие услуги, промышленные предприятия должны учитывать совокупность условий доступа, присущих этим рынкам, а именно требования технического плана.

Разнообразие технических требований («спецификаций») для доступа на рынки

Различные параметры, являющиеся обязательными или добровольными, обуславливают доступ на рынок страны или региона.

- Технические регламенты носят обязательный характер. Они предписывают характеристики товара, процесса, метода, взаимодействия с окружающей средой (...), которым необходимо соответствовать, а также включают административные положения.

Регламенты направлены, главным образом, на обеспечение безопасности и надежности, на защиту здоровья и окружающей среды, а также способствуют внедрению государственной политики.

- Передовой опыт и практика рынка, как правило, задокументированы в стандартах, разработанных организациями по стандартизации и имеющих добровольный характер. Поэтому важно отличать стандарты от технических регламентов.

Согласно принципам, регулирующим стандартизацию, стандарты устанавливаются в соответствии с открытыми, прозрачными и основанными на консенсусе процессами. Они позволяют определить общую основу (терминологию, определения, методы измерения), обеспечить взаимозаменяемость, совместимость, интероперабельность между

¹ Движение предприятий Франции

² Российский Союз Промышленников и Предпринимателей

элементами системы, гарантировать уровни безопасности, надежности, защиты здоровья, окружающей среды, качества, комфорта, производительности, а с недавнего времени и этики на основании общих критериев. Стандарты учитывают местные характеристики, связанные с географическим месторасположением, инфраструктурой, традициями, а также потенциалом развития страны или региона.

Регламентом может предписываться обязательное применение стандарта. Использование в той или иной форме стандарта в качестве основы для регламента становится все более распространенным³: стандарт, включенный в регламент; отсылка в регламенте к стандарту, обязательному для выполнения; ссылка на необязательный стандарт, но указанный как критерий презумпции соответствия регламенту, согласно принципу, установленному 30 лет назад «Новым европейским подходом».

Кроме того, некоторые стандарты иногда de facto оказываются обязательными, исходя из требований некоторых участников рынка, например, в сфере страхования.

- К условиям доказательства соответствия регламенту или стандарту часто также применяются следующие требования: самодекларация, участие третьей стороны, протокол испытаний, сертификация или знак соответствия⁴, нормативная маркировка (например, маркировка CE для Европы). Стандарты разработаны с тем, чтобы соответствие их положениям могло быть доказано.

161 страна-член ВТО должны соблюдать соглашение по техническим барьерам в торговле⁵, которое предписывает, что указанные выше «спецификации» не создают *ненужные барьеры в торговле*, не порождают дискриминации по отношению к иностранным товарам, а процесс разработки данных требований должен быть прозрачным. Для упрощения международной торговли соглашение побуждает членов устанавливать свои регламенты на основе международных стандартов.

Все эти страны, имеющие национальную структуру стандартизации, являются членами международных организаций по стандартизации таких как ISO (общее направление), ITU (сфера телекоммуникаций), или IEC (сфера электротехнологий).

Следует отметить особенность Соединенных Штатов Америки, насчитывающих более двухсот аккредитованных организаций по стандартизации, в то время как на национальном уровне, как правило, существует одна организация в каждой сфере, а иногда единая организация для всех сфер стандартизации. Поставщика, к примеру, электрического оборудования, могут коснуться параллельные и взаимодополняющие стандарты, исходящие из десятков различных организаций.

К слову следует подчеркнуть, что в области информационно-коммуникационных технологий рынок часто обусловлен частными стандартами, иногда разработанными всего несколькими участниками согласно процессу, который не соответствует благотворным принципам стандартизации, но быстрее осуществляется. Показательным в этом отношении является развитие коммуникационных протоколов домашней автоматизации (Zigbee, KNX, Enocean и др.).

³ Using and referencing IEC and ISO standards to support public policy (сайты ISO и IEC).

⁴ Примеры известных знаков сертификации: NF во Франции, GS в Германии, UL в США...

⁵ По-английски «TBT».

Перекрестная глобализация экономики и технологий

Рост доли в мировых коммерческих потоках стран с быстрым развитием экономики значительно увеличивается, и этот процесс продолжается около десяти лет.

Ряд этих стран, например, Китай (ССС - обязательная сертификация электрического оборудования для телекоммуникаций, электронного и автомобильного оборудования, основанная на испытаниях и заводских проверках) или Индия (процедура регистрации в Бюро Стандартов Индии телекоммуникационного, бытового и компьютерного оборудования), внедряли и развивают специфические технические регламенты, иногда жёсткие и затратные. Также следует отметить создание региональных структур, предназначенных организовать экономические пространства по типу единого европейского рынка, таких как Евразийский Экономический Союз, который развивает широкий спектр своих технических регламентов (от электрического оборудования до железнодорожного транспорта, включая игрушки, тракторы или предметы мебели) или Совет Сотрудничества Арабских Государств Персидского Залива, внедривший маркировку, аналогичную маркировке СЕ для некоторых типов товаров (электрическое оборудование, игрушки).

Задачей соглашений о свободной торговле, таких как ТТИР⁶ между ЕС и США, является достижение симметричного доступа к рынкам через преодоление значительных различий между системами регламентации, системами стандартизации и требованиями оценки соответствия.

Страны «Большой двадцатки» с быстрым развитием экономики принимают всё большее участие в международной стандартизации и увеличивают свое влияние, играя первостепенную роль в стратегическом и техническом управлении.

В то же время экологические и социальные вызовы, конвергенция технологий, тесно связанная с размахом внедрения электро- и информационно-коммуникационных технологий, глобализируют масштабность технических требований.

Экодизайн, круговая экономика, энергоэффективность охватывают и соединяют различные сферы и профессиональные области.

Внедрение «интеллекта» в различных сферах, будь то электронное здравоохранение, управление зданиями, городами, сетями, транспортом, усиливает взаимопроникновение технологий и компетенций, которые до настоящего времени были сопряжены друг с другом или, более того, просто сосуществовали. В этом отношении значительным было появление электрических автомобилей. «Смартизация» также обостряет вопросы надежности и безопасности, особенно кибербезопасности.

Органы государственной власти завладели рассмотрением этих вопросов, имеющих сильное политическое и социальное воздействие и затрагивающих международную стандартизацию, важность которой увеличивается в ходе перекрестной глобализации.

Все эти процессы ставят под сомнение устоявшиеся позиции традиционных игроков рынка через создание новых участников или через новое позиционирование игроков из других секторов и/или регионов.

⁶ Transatlantic Trade and Investment Partnership.

Вызовы и возможности для многонациональных предприятий и их руководителей

В данном контексте многонациональные предприятия как поставщики должны позиционировать себя на каждом намеченном рынке наилучшим образом, опираясь на глобальную оптимизацию, которую предоставляет их структура.

Для минимизации затрат и срока выхода на рынок они должны определить совокупность спецификаций - общих и частных - этих рынков и понять тенденцию изменения данных требований, чтобы учитывать их в совокупности процессов.

Конкурентное преимущество предприятия будет тем значительнее, чем лучше оно подчеркнет специфику своего предложения - в частности исходящую из инноваций - через влияние на разработку спецификаций (лоббирование, участие в стандартизации, создание частных стандартов) как на национальном, региональном, так и на международном уровне.

Действия, направленные на подтверждение соответствия спецификациям и, помимо этого, на подчеркивание специфики в отношении спецификаций, будут организованы согласно определенному порядку и при помощи оптимизированных средств (например, географическое и временное объединение программ испытаний и сертификации).

Многонациональные предприятия также выступают в роли заказчиков тогда, когда они применяют комплектующие внешних поставщиков и имеют на местах производственные или эксплуатационные объекты. Предприятия должны анализировать имеющиеся спецификации с учетом специфики собственных целей и, при необходимости, участвовать в разработке их изменений. Международные стандарты позволяют значительно экономить на оборудовании, управлении и техническом обслуживании.

Данные элементы подчеркивают необходимость координации, связи и обмена между многочисленными сотрудниками предприятия. В свою очередь технические и прикладные аспекты требуют всё более системного видения. Кроме того, чтобы устанавливать, влиять, управлять спецификациями для доступа на рынки, а также эффективно подчеркивать свою специфику, предприятие, в соответствии со своей стратегией, должно создавать внутреннюю сеть сотрудников, занимающихся анализом рынка и конкуренции, инновациями, интеллектуальной собственностью, стандартизацией, лоббированием, научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими работами, закупками, производством, маркетингом...

В заключение следует сказать, что многонациональные предприятия а priori располагают ресурсами, позволяющими справляться со сложностями и нарастающей взаимозависимостью вопросов, которые нужно предвосхищать и решать и которые сочетаются с возможностью «оборудовать планету».

Задачей многонациональных предприятий является включение в свою стратегию совокупности аспектов «Специфика / Спецификации», которые соответствуют их позиционированию на целевых международных рынках. Речь идёт о последовательном и согласованном рассмотрении всех факторов воздействия в плане организации, внутренних процессов, приоритетов, ресурсов и — что является обязательным условием — связи между участниками, которые тем многочисленнее и рассредоточеннее, чем крупнее предприятие.