

О.А. Никонов

Торговая политика США в регионе Персидского залива в первой четверти XX в.

В статье анализируются условия и механизмы становления торговой политики США в регионе Персидского залива в первой четверти XX в. Поиск потребительских рынков для американской продукции за пределами традиционных сфер интересов в начале XX в. стал результатом превращения США в ведущего производителя промышленных товаров и становления новой внешнеполитической концепции. На рынках Ирана и Ирака экономическая экспансия США столкнулась с серьезной конкуренцией со стороны Великобритании и Российской империи (затем СССР), что вынудило американский бизнес сосредоточиться на поставках продукции, не имеющей европейских аналогов на туземном рынке. Отсутствие собственных контрагентов, сбытовой и транспортной сети, а также сложная логистика стали сдерживающим фактором для товарообменных операций. Организация торгового дела на дилерских условиях дала возможность США расширить ассортимент американской продукции, а гибкая транзитная политика позволила США к мировому экономическому кризису превратиться в основного поставщика сельскохозяйственных машин и автомобильной техники на иранский рынок.

Ключевые слова: Персидский залив, торговая политика США, внешняя торговля, иранский внутренний рынок, Ирак, экономическая экспансия.

Становление торговых связей США с регионом Персидского залива пришлось на рубеж XIX–XX вв. Активизация американского бизнеса стала результатом ряда объективных изменений, произошедших в американской экономике и внешней политике. Прежде всего, следует отметить, что в 1890-е гг. в американской экономике завершился промышленный переворот, приведший к появлению крупных торгово-финансовых и производственных объединений и к монополизации экономики в целом. Перевес обрабатывающей промышленности в общем экономическом балансе США потребовал значительного расширения источников сырья и стимулировал поиск новых рынков сбыта. Мощная производственная база США, с одной стороны, превратила страну в мирового лидера по выпуску промышленных товаров, а с другой – постепенно уменьшила финансовую зависимость от европейских банковских институтов. Это обстоятельство, в свою

очередь, позволило американскому капиталу более решительно вторгаться в сферы интересов, исторически закрепившихся за ведущими европейскими державами. Во-вторых, именно в конце XIX в. во внешней политике Белого дома наметился отход от изоляционистской политики, проводимой правительством США с середины XIX в. Это стало заметным уже во время президентства Г. Кливленда, которого оппоненты окрестили «экспансионистом». Администрация Г. Кливленда выступала за максимальное расширение внешнеторговой и внешнеэкономической деятельности США, чтобы «предоставить... промышленникам дешевые сырьевые материалы», что «открыло бы двери внешних рынков» [30, с. 120].

Последовательными сторонниками расширения экономической экспансии США выступили и приемники Г. Кливленда: президенты Т. Рузвельт и У. Тафт. Так, Т. Рузвельт в 1906 г. провел реформу консульского аппарата США, что позволило американскому бизнесу опереться на дипломатическую поддержку государства, а У. Тафт сформулировал новую внешнеполитическую концепцию США, более известную как «дипломатия доллара». Такой подход, в определенной степени, определил отношения США как с развитыми европейскими державами (уважение взаимных интересов в третьих странах), так и с зависимыми и слабо развитыми странами (торговая экспансия).

Для проникновения в регион Персидского залива американские бизнесмены использовали достижения дипломатов предшествующего периода. Отправным пунктом стал Маскат, с султаном которого 21 сентября 1883 г. удалось подписать весьма выгодный договор. Соглашение устанавливало между США и султаном Маскат режим наибольшего благоприятствования и предоставляло американским консулам широкие полномочия, включая право быть «привилегированными судьями во всех спорах и процессах, в которых участвовали граждане Америки» [43, р. 86]. Помимо установления дипломатических контактов, договор предусматривал существенные льготы для американского бизнеса. В частности, договор разрешал американским предпринимателям заниматься торговлей во всех морских портах Аравии. Американские суда, входящие в порты Маската, платили налог в размере всего 5% от стоимости груза. Кроме того, американские коммерсанты, проживающие в портах султаната, были освобождены от уплаты каких-либо дополнительных налогов и сборов.

Благодаря полученным льготам, американцам удалось организовать на юге Аравии перевалочную базу для торговли в портах Персидского залива, а оборот Маската с этими портами заметно возрос уже к 1887 г. Точной статистики товарооборота за последнее десятилетие XIX в., к сожалению,

нет, однако с большой долей вероятности можно предположить, что рост оборота Маската был обеспечен как раз транзитом американских товаров. Так, если в 1887 г. ввоз товаров из Маската в иранские порты Бендер-Аббас, Бендер-Бушир и Бендер-Линг составил сумму в 243,6 тыс. голл. флоринов [8, л. 51], то в начале XX в. с появлением контрагентов американских товаров непосредственно на территории Ирана, оборот Маската упал почти в 5 раз.

Выход американских предпринимателей на иранский и соседний месопотамский (иракский) рынок оказался весьма скромным. Доля оборота Маската в общем товарообороте региона, включая европейских и турецких производителей, составила всего 1,44%. Этот результат можно объяснить двумя обстоятельствами. С одной стороны, на рубеже XIX–XX вв. основное внимание США было сосредоточено на региональной торговой экспансии. Страны Латинской Америки и Карибского бассейна были приоритетными для крупного бизнеса США. Не случайно впоследствии крупнейшие концерны, а это нефтедобывающие предприятия, имели солидные активы в Мексиканском заливе. С другой стороны, американские товары оказались неприспособленными к туземному потребителю, отличавшемуся малой платежеспособностью. Наконец, торговлю в портах Персидского залива плотно контролировали британские предприниматели, крайне ревниво относящиеся к появлению конкурентов.

В итоге коммерческие контакты удалось наладить только с иранским ковровым производством, а для расширения торговой номенклатуры пойти по пути заключения дилерских соглашений с русскими и английскими фирмами, давно работающими на туземном рынке. В области коврового импорта США сумели достичь заметных результатов. Крупнейшими центрами коврового производства Ирана в начале XX в. считались города Султанабад, Хамадан и Тавриз, хотя мелкие провинциальные производства существовали практически везде. В Султанабаде массовое производство ковров, которое условно можно назвать фабричным, было организовано британской фирмой «Циглер», в Тавризе действовала германская фирма. Американским предпринимателям удалось создать «Американскую ковровую мануфактуру» в Хамадане и наладить самостоятельный вывоз ковров в США. В целом к 1913–1914 г. из Ирана было вывезено ковров на сумму 132 439,4 фунтов стерлингов (ф. ст.) [3, л. 14]. Однако основными импортерами являлись не США, а Россия и Османская империя (Турция). Так, в Россию в 1913 г. было вывезено ковров на сумму в 26 015 506 кран, в Турцию на 13 401 939 кран, а в США только на 7 284 165 кран. При этом доля внутренних потребительских рынков России и Турции была крайне

незначительна, и основной поток ковров шел реэкспортом в США, оставляя реэкспортерам львиную долю прибыли. Несмотря на внушительную сумму товарооборота, участие американских предпринимателей в общем ковровом вывозе из Ирана достигло к 1913 г. всего лишь 2,2%.

Чтобы исправить положение дел, «Американская ковровая мануфактура» заключила ряд соглашений с туземными жителями и с российскими подданными, живущими в Иране. В частности, в Мешхеде было основано американо-армянское общество, которое со временем составило серьезную конкуренцию британцам в Султанабаде, сосредоточив под своим крылом до 1 тыс. станков. К концу Первой мировой войны в провинции Хорасан действовали отделения 7 американских фирм, скупавших ковровую продукцию [2, с. 56]. Здесь следует отметить, что с началом боевых действий германская ковровая фабрика в Тавризе была конфискована русскими властями и закрыта [3, л. 12 об.], что убрало серьезного конкурента США с коврового рынка. Еще более облегчил деятельность американских ковровых компаний уход российских предпринимателей в связи с начавшейся в империи смутой и революцией. В результате к 1918 г. вывоз ковров из Ирана в США достиг суммы в 2 177 207 кран, в то время как в Турцию вывоз составил всего 731 072 крана, а в Россию и того меньше – 57 287 кран. Реальные объемы импорта определить довольно сложно, поскольку по сравнению с 1913 г. послевоенные цены на ковры упали на 50% [Там же, л. 14].

Другим, не менее перспективным направлением развития американо-иранской торговли, могло стать соглашение с местными сырьевыми производителями, тем более что после начала Первой мировой войны и разрывом торговых связей с основным потребителем иранского сырья, Россией, их положение резко ухудшилось. В 1916/17 г. США закупили пробную партию иранского хлопка в 5 батман (от 12,5 до 50 кг) весом на сумму в 40 кран, но качество туземного сырья оказалось настолько низким, что не вдохновило американских текстильщиков [4, л. 186]. К идее закрепить на иранском хлопковом рынке американский бизнес вернулся только в 1921 г.

Еще хуже обстояло дело со сбытом американской продукции. Стоимость ее к 1914 г. не превышала 4054 ф. ст. [36, л. 9–10]. Монополия англо-русских фирм на иранском рынке и английских фирм на иракском рынке не позволяла надежно закрепить и вести дела самостоятельно. Например, американские замки продавались во всех провинциях Ирана, а с 1902 г. и в самой отдаленной от Персидского залива провинции – Хорасанской, но только в английских магазинах, включая фирменный «Curzon stores» [26, л. 68 об., 71]. Не удалось американским предпринимателям и создать

собственную транспортную сеть, способную интенсифицировать экспорт. В 1908 г. сын американского адмирала Честера, Артур, получил транспортную концессию, позволявшую соединить анатолийский порт Мерсин с иракским Мосулом, минуя порты Персидского залива. Однако два раунда дебатов 1910 и 1911 гг. с младотурецким правительством по этому вопросу так ни к чему и не привели. Из-за вмешательства англичан в процесс переговоров решение вопроса было заморожено на неопределенный срок [12, с. 29]. (К обсуждению этой концессии вернулись только после Первой мировой войны.) В итоге, к 1914 г. в общем товарообороте Ирана США занимали скромное 9-е место (10 433 139 кран) [22, л. 9], а на иракском рынке операции практически не велись.

Наконец, следует отметить, что наиболее доходная статья региона – нефтедобыча и нефтепереработка – оказались недоступны американскому бизнесу. Не случайно за месяц до вступления США в войну правлением «Стандард ойл» (Standard Oil Co.) была разработана специальная программа, чтобы исправить положение. Суть ее сводилась к изучению потенциальных сырьевых рынков, включая рынки Ближнего Востока и стран Персидского залива, оценке финансовых и иных возможностей конкурентов, а также к изучению путей для участия американского бизнеса в наиболее перспективных проектах. Эта программа была изложена в меморандуме, который обсуждался правлением «Стандард ойл» и был принят к руководству [37, с. 162].

Первая мировая война придала торговой политике США новый импульс. Военные действия практически не затронули США. Спрос на товары Великобритании, Германии, Франции и России по понятным причинам на внешних рынках упал. Напротив, спрос на товары американского экспорта значительно возрос, что привело к интенсивному развитию промышленного производства США. Это обстоятельство, в свою очередь, укрепило положение финансово-промышленного сегмента в правящей элите американского общества. Появление новых элит в американском обществе серьезно изменило принципы внешней политики США в целом. Перспективные направления и «сферы интересов» теперь включали регионы и страны, традиционно считающиеся владениями Старого света. Весьма показательным в данной связи заявление директора «Стандард ойл оф Нью-Джерси» (Standard Oil Co. of New Jersey) В. Тигла: «Нынешняя политика компании “Стандард ойл” состоит в том, чтобы интересоваться любым районом добычи, независимо от того, в какой стране он находится» [19, с. 17].

Однако в регионе Персидского залива позиции американского бизнеса были довольно слабыми. К 1920/21 г. США во внешней торговле Ирана

занимали всего 0,9% от общего ввоза и 5,6% от вывоза, при общем товарообороте в 1112 млн кран (по курсу 1 кран равен 23,8 черв. коп.). Для сравнения: на долю Великобритании приходилось без учета товарооборота Англо-Персидской нефтяной компании (АПНК) 75,8 и 30,2% соответственно [13, л. 105].

Прежде всего, сказывалось отсутствие собственных торговых сетей и опора на местное купечество, большинство которого было традиционно сориентировано на торговые отношения с Россией и Великобританией. В результате закупленные американскими предпринимателями товары проходили через многочисленных посредников и достигали адресата не в самом удобном для дальнейшей транспортировки пункте. Так, сырье и полуфабрикаты, купленные на рынке Казвина, сначала перепродавались купцам в Хамадан, а затем с соответствующей наценкой доставлялись в Багдад. Кроме того, в качестве своих контрагентов США были вынуждены использовать не самых зажиточных купцов, что значительно снижало возможность оперировать большими партиями товаров. В частности, для американских фирм в Султанабаде на казвинском рынке поручения выполнял купец Бархудир (российский подданный). Он закупал здесь и отправлял в Хамадан или Султанабад гуммидрагант (камедь), пушнину и кишки. В силу недостатка оборотных средств поставки товаров были минимальными. В 1922 г. Бахрудир направил в адрес американских заказчиков от 2 до 3 тыс. выделанных шкур и пушнины, а в следующем году всего 40–50 пудов гуммидраганта [20, л. 150].

Ограниченность транспортной сети для поставок американских товаров вынудила предпринимателей искать партнеров в среде непосредственных конкурентов – британцев. Для налаживания бесперебойных поставок в начале 1920-х гг. США заключили торговое соглашение с бендер-буширским филиалом торгового дома «Грей-Поль». После того, как в начале 1924 г. «Грей-Поль» вошел в качестве акционера в созданную британцами же структуру «Месопотамия-Першен Корпорейшен» (Mesopotamia-Persian Co.), которая стала выполнять агентские поручения крупнейшей в Персидском заливе паровой компании «Бритиш Индия стим навигейшн» (British India Steam Navigation Co.) [24, л. 357], американцам удалось получить доступ к обширной и надежной транспортной сети. Дело в том, что после объединения в 1914 г. компаний «Бритиш Индия», «Восточной компании» (Orient line) и «Полуостровная и восточная паровая компания» (Peninsular & Oriental Steam Navigation Co.) появилась мощная «Р&О», которая насчитывала к середине 1920-х гг. около 500 судов, обслуживающих все грузовые и пассажирские линии Индийского

океана и Персидского залива [23, с. 36]. Благодаря этому контракту американскому бизнесу удалось, наконец, наладить сбыт собственных товаров в портах Персидского залива. В частности, через Бендер-Бушир стали ввозить нефтепродукты фирмы «Стандарт Ойл» [24, л. 357], а затем автомобили, шины и запасные части. Благодаря британскому посредничеству весной 1923 г. на внутрииранских рынках впервые появился американский сахар [28, л. 5]. В дальнейшем американскому бизнесу удалось укрепиться в Персидском заливе благодаря соглашению с одной из старейших здесь фирм – германской «Венкгауз и ко.», восстановленной в правах после окончания Первой мировой войны. Соглашение предусматривало участие таких акционеров, как «Венкгауз», фирма «Понкер» и пароходная линия «Гамбург–Америка» [10, л. 14]. Новые возможности привели к реальному увеличению «веса» американской продукции в общем торговом обороте Ирана. Если в 1913/14 г., как отмечалось выше, на США приходилось 10 433 139 кран, то к 1922/23 г. доля США в обороте Ирана увеличилась в 6,4 раза и составила 66 846 488 кран [22, л. 9].

В определенной степени войти в соглашение с прямыми конкурентами было вынужденной мерой. С началом движения за независимость в арабских провинциях Ирака и Ирана, и особенно после поднятия мохаммерским шейхом Хазалем собственного флага в 1920 г., все торговые маршруты на побережье Персидского залива превратились в поле деятельности местных бандитов и мародеров. Из-за огромных рисков для торговых операций тарифы на страхование грузов взлетели до небес. Соответственно, возросли морские и сухопутные фрахты. Так, фрахт от Казвина до Хамадана по шоссе в 1923 г. стоил 2,75–3 крана с пуда, отчего американскими дельцами прорабатывался проект соглашения о транзите в США через СССР. Предметом договора выступали местные фисташки [20, л. 151]. Аналогичная картина наблюдалась и с размерами морских фрахтов. Фрахт из Европы через Багдад на Хамадан стоил в 1924 г. 18–20 шиллингов за тонну, а из Европы морем до Бендер-Бушира с дальнейшей транспортировкой в Тегеран – 28–30 шиллингов [40, л. 194]. Прямые рейсы из США в порты Персидского залива были редкостью. Обычно товары доставлялись либо в Турцию, либо в Европу. В частности, американские автомобили в Тегеран попадали через Париж, и, наоборот, иракские финики и солодковый корень попадали в США через Европу (Марсель) [21, л. 2]. Объективно, размеры фрахтов серьезно зависели от общего состояния транспортной сети на побережье Залива и на внутренних территориях Ирана и Ирака. На протяжении столетий развитие дорожного строительства в Иране искусственно тормозилось, почему к 1925 г. здесь насчитывалось всего 250 км железнодорожных

путей. Для сравнения: в Египте в это же время было проложено 4555 км, а в Турции – 4700 [44, р. 130]. Практически до конца 1924 г. американский бизнес был лишен возможности вести нормальную конкурентную борьбу на туземных потребительских и сырьевых рынках.

Конечно, был удобный и защищенный морской путь через Басру, однако этот маршрут рассматривался Великобританией как инструмент укрепления собственных позиций в Ираке. Проведя модернизацию порта и углубив его акваторию в течение 1915–1921 гг., Великобритания прочно привязала местные рынки к продукции англо-индийской промышленности. (До 1921 г. суда не могли пристать к берегу, отчего грузооборот порта равнялся всего 600 тоннам в сутки. После реконструкции порта грузооборот достиг 1200 тонн в сутки, и на Басру к 1923 г. приходилось 27,5% грузопотока всех портов Персидского залива [29, л. 99].) С приходом в 1924 г. к власти в Великобритании правительства лейбористов были предприняты протекционистские меры для создания исключительно льготных условий для британских товаров на альтернативном маршруте – сухопутном от Бейрута до Тегерана. С 1925 г. британские власти ввели провозной тариф на товары собственного производства, следующие по маршруту Бейрут – Багдад – Тегеран, в размере всего 1% от их стоимости [Там же, л. 41]. Примечательно, что впервые о возможности прокладки шоссейной дороги для транзита товаров через Багдад – Ханекен – Керманшах до Тегерана еще в 1896 г. задумались в Германии, вложив деньги в концессию г-на Моралля и приступили к ее строительству [15, л. 46 об.]. После Первой мировой войны Великобритания унаследовала это имущество.

Ответом американского бизнеса на запретительную торговую политику Лондона стал поиск контрагентов в стане британских оппонентов. После отстранения от власти Ахмад-шаха Каджара и установления фактической власти Реза-хана, новые иранские власти оказались заинтересованы в модернизации своей страны. Приоритетными были задачи восстановления сельскохозяйственного сектора экономики и практически создания заново собственной транспортной сети. Эти интересы совпадали с намерением нового советского правительства, рассчитывавшего активным участием в этом процессе восстановить разрушенные войной и революцией традиционные торговые связи. Именно на этот союз и сделали ставку американские торговые круги.

Одним из направлений советской помощи Ирану стало развитие в стране современного хлопководства, а главным поставщиком посевного материала выступили американские фирмы. Американский сорт «филестан», предложенный для масштабного проекта, оказался пригодным для иранских

климатических условий и квалификации туземных хлопководов. В самих США этот сорт давал с 1 га угодий урожай до 1 т хлопка-сырца, что считалось очень хорошим результатом. Благодаря помощи советских агротехников урожайность этого сорта в прикаспийских провинциях Ирана достигла 2,5 т, в центральных провинциях – до 2-х т, и только в провинциях, где не действовали советские специалисты и был более суровый климат, урожайность приближалась к американскому показателю в 1 т. Валовая выручка с 1 га посева хлопка давала в северных районах до 2 тыс. кран, а в центральных – 1,64 тыс. кран. Учитывая, что с посева 1 га пшеницы можно было выручить всего 600 кран, опыт использования американских семян был признан успешным как в СССР, так и в Иране, а американские производители получили надежного и крупного потребителя [18, с. 85]. В 1925 г. американский семенной товар занял прочное место в иранском хлопководстве. Смешанным советско-иранским обществом «Персхлопок» было закуплено в США и роздано в туземные хозяйства 53 892 пуда хлопковых семян, которых хватило для посева на площади в 13 077 джирибов земли (12 828,5 га) [35, с. 16].

Еще одним успешным ходом американских бизнесменов следует признать заключение с советскими хозяйственными структурами договора о поставке в Иран американской техники. Справедливости ради следует отметить, что первоначально продавать свои автомобили американцы предполагали сами. К 1924 г. заметно улучшилась обстановка в прибрежных районах Персидского залива. Подавление Реза-ханом движения шейха Хазала на юге Ирана и укрепление Великобритании на подмандатной территории Ирака открыли новые возможности для доставки грузов. Маршрутов было несколько:

- 1) по шоссе от Мохаммеры до Тегерана;
- 2) по р. Карун от Персидского залива до Шустера, с дальнейшей перегрузкой на сухопутный транспорт, позволявший доставить груз в Бергент и далее на север;
- 3) от Касри-Ширина до Багдада по железной дороге;
- 4) от Хамадана до Багдада. Причем фрахт на последнем маршруте был почти на треть дешевле, чем от Бендер-Бушира до Тегерана [39, л. 194].

Первые партии автомобилей марки «Форд-Т» стали поступать на багдадские рынки уже в 1924 г. Стоимость одного такого автомобиля в Нью-Йорке равнялась 80,85 ф. ст. (около 392 долл.), а на рынке Багдада – около 111,3 ф. ст. Всего за 1924/25 г. в Ирак было ввезено автомобилей более чем на 120 тыс. долл. Правда, из-за безденежья местного населения 75% их оказалось на рынке Тегерана [35, с. 28]. Именно это обстоятельство и побу-

дило американских поставщиков обратиться к советским органам в Иране, пользующимся поддержкой тегеранских властей и имеющим ряд льгот при поставках оборудования и техники, взять на себя посреднические функции. Кроме того, для американской автомобильной промышленности Иран, безусловно, представлял обширный и перспективный рынок.

До и во время Первой мировой войны автомобили в Иране были роскошью. Так, в 1912/13 г. автомобилей в Иране было всего 5 штук, в 1913/14 г. их число увеличилось до 42. Перипетии военных лет привели к сокращению автомобильного парка к 1915/16 г. до 3 машин. Появление американских автомобилей в свободной продаже и государственные закупки для модернизации иранской армии (Реза, правда, отдавал предпочтение французским «Ситроенам») привели к резкому увеличению показателя к 1921/22 г. до 297 единиц. Здесь уместно отметить, что в 1920/21 г. этот показатель был еще выше – 417 автомобилей [35, с. 28], но основная часть из них находилась в эксплуатации британского экспедиционного корпуса, вынужденного эвакуироваться сначала из Энзели, а затем и с большей части иранской территории. На руку американским поставщикам играла программа иранского правительства по развитию автомобильного транспорта в стране и организации автомобильных компаний. Одной из таких компаний стал «Автоиран» – совместное советско-иранское акционерное общество. Уже в январе 1924 г. из США в адрес «Автоирана» была ввезена первая партия из 60 легковых и малотоннажных грузовых (грузоподъемность 1 и 1,5 т) автомобилей марки «Форд» для осуществления грузопассажирских перевозок [41, л. 1]. В дальнейшем поставки автомобилей на иранский рынок стало осуществлять еще одно советско-иранское смешанное общество – «Шарк».

Для американских производителей использование советских структур было крайне выгодно, поскольку значительно снижало транспортные издержки. Так, самый популярный «Форд-Т» в Нью-Йорке стоил 380 туманов, его доставка в Тегеран обходилась в 411 туманов, из которых 268 туманов стоил транзит от Багдада до Тегерана. С учетом розничной наценки в тегеранском автосалоне автомобиль продавался уже по 982 тумана, что негативно сказывалось на объемах продаж [39, л. 197]. Общество «Шарк» использовало северные транзитные пути, большая часть из которых проходила по территории СССР, что, естественно, минимально увеличивало расходы советского общества. С каждого автомобиля «Шарк» имел фиксированную прибыль в 100 туманов, и, тем не менее, в Тегеране стоимость «Форда» не превышала 700 туманов [Там же, л. 196].

В конце 1924 г. была достигнута договоренность на поставку по новой схеме пробной партии в 100 машин [1, л. 182], а уже в конце января

1925 г. несколько десятков автомобилей поступили на тегеранский рынок. Из США пароходом партия автомобилей была доставлена представителю «Форда» в Париже, а оттуда по железной дороге перевезена в столицу Ирана. Часть автомобилей поступила в продажу через местный салон, а часть пополнила автопарк «Автоирана», открывшего автомобильную линию Энзели – Тегеран. В дальнейшем предполагалось довести число автомобилей на этой ветке до 100. Бонусом для американских автопромышленников стало обязательство «Шарка» организовать продажу «Фордов» в отдаленных районах Ирана [6, л. 390].

Помимо парков смешанных обществ, где эксплуатировали американские автомобили, «Форды» стали основным транспортным средством частных компаний. В 1924 г. ряд англо-индусских коммерсантов при участии французского капитала организовали в Тегеране «Восточное общество перевозки путешественников в Европу», получившее у местных обывателей прозвище «Персидский Кук». Комбинированный маршрут от Тегерана до Бейрута задействовал существующие железнодорожные пути (Ханекен – Багдад, Алеппо – Бейрут) и автомобильные дороги (Тегеран – граница Ирака (Ханекен), Багдад – сирийский Алеппо). Фирма осуществляла перевозку почты, пассажиров и грузов [42, л. 60].

К 1926 г. благодаря регулярному сбыту американской техники общее состояние автомобильного парка Ирана значительно улучшилось, и Иран по этому показателю стал постепенно приближаться к признанным на Востоке лидерам – Египту и Турции. На этот период в Иране уже насчитывалось 4450, Турции – 7500, Египте – 17 740 автомобилей [44, р. 130]. Соответственно возросли поставки шин, запасных частей и целых ремонтных мастерских из США. Только общество «Шарк» в начале 1925 г. ввезло на Гилянский, Мазандеранский, Тавризский, Хорасанский и Тегеранский рынок 105 легковых и 27 грузовых автомобилей, 5 ремонтных мастерских, запасных частей к ним на 10 789 долл., шин на 7840 долл. Общая сумма поставок исчислялась в 97 702 долл. [35, с. 28]. Как отмечали советские представители в Иране: «Персия забита автомобильными запчастями для починки “Фордов” (сколько известно, дешевых потому, что постоянно ломаются)» [40, л. 193]. Этот технический недостаток автомобиля принес американскому бизнесу дополнительные дивиденды. По сообщению российского представителя в Тегеране, вдоль всех шоссейных дорог, идущих на Багдад, были организованы ремонтные мастерские и специализированные магазины автозапчастей для ремонта «Фордов» [Там же].

Устоявшийся спрос иранского рынка на американские автомобили позволил бизнесменам США избежать торговых издержек во время

обострения советско-иранских отношений 1925–1926 гг. Кризис был вызван сложностями, возникшими в результате обсуждения советско-иранского торгового договора. Иранская сторона упорно отказывалась признать принцип монополии СССР во внешней торговле и принцип «нетто-баланса» (паритета торговых отношений между странами), заложенные в договоре. В результате практически была развязана таможенная война, серьезно ударившая по транзитным операциям смешанных обществ. Поэтому в 1926/27 г. США стали ввозить автомобили через Бушир. Общая сумма поставки составила 36 468 ф. ст. В 1927/28 было ввезено автомобилей уже на 538 878 ф. ст., что составило 26,2% от общего ввоза импортных товаров в этот порт [27, л. 294].

Параллельно концерном «Форд» в Иране был построен автомобильный завод, значительно увеличивший торговый оборот между странами. По данным журнала «Commerce reports», приведенным затем в отечественном издании «Торговля России с Востоком», торговые обороты Ирана с традиционным поставщиком потребительских товаров – Индией – заметно снизились. Объемы ввоза индийского текстиля упали на 42,7%, чая – на 24,3%, металла – на 30,5%, кожаных изделий – на 21,6%. В значительной мере это объясняется первыми итогами реформ шаха Резы Пехлеви, направленных на создание собственной промышленной базы, и первыми признаками наступающего мирового экономического кризиса. Однако Иран, несмотря на все усилия правительства, все также страдал от технической отсталости, поэтому на фоне общего замедления торговли американский автомобильный завод дал прирост в 12,3% [33, с. 14].

Еще одним доходным бизнесом для американских промышленников стала поставка на иранский рынок сельскохозяйственных машин и инструментов. Поначалу этот вид деятельности выглядел довольно бесперспективно в стране, привыкшей к ручной обработке земельных угодий. Как говорили местные крестьяне, «Наши предки работали хышом, прожили свой век, и мы не должны оскорблять память наших предков» [16, с. 28]. Изменить отношение к использованию механических приспособлений в сельском хозяйстве удалось после 1924 г. По инициативе правительства Ирана и при активном участии СССР в сентябре 1924 г. в Тегеране прошла первая Всеперсидская сельскохозяйственная выставка. На ней впервые широкой публике были продемонстрированы технические возможности различного рода механизмов. Большой успех имели плуги, бороны, молотилки, веялки, сенокосилки, жатвенные машины, произведенные в СССР. Как отмечалось в обзоре выставки, они получили «полное одобрение вследствие своей прочной и не сложной конструкции, а также сравнительно недорогой

ценой» [17, л. 39]. По результатам выставки советский трест «Сельмаш» получил в начале 1925 г. заказ от иранского правительства на 200 тыс. руб. на поставку сельскохозяйственного оборудования [Там же].

Востребованность на иранском рынке сельскохозяйственных механизмов привела к первым поставкам аналогичной продукции из США. Спустя всего месяц после окончания выставки в Тегеране, в октябре 1924 г., в Иран поступила первая партия таких механизмов. Партия была небольшая – всего 40 ящиков, но включала все необходимые в хозяйстве образцы техники. Для более успешного завоевания рынка предполагалось в течение года предоставлять их в бесплатное пользование с последующей продажей в рассрочку [32, л. 84 об.]. Однако успеха предоставленные льготы американским бизнесменам не принесли. Российские товары оказались более дешевыми, как по изначальной стоимости, так и по стоимости их доставки. Для американских машиностроителей выход нашелся в связи с началом деятельности советско-иранского общества «Персхлопок» в туркменских степях. Здесь было организовано опытное поле, на котором действовали специальные тракторные отряды, демонстрирующие возможности машинной обработки земли [31, с. 32]. В адрес «Персхлопка» в 1925 г. американцы ввезли 8 тракторов, а еще 2 трактора нашли частного владельца [35, с. 28]. Доставка была осуществлена «Шарком» по проверенному маршруту. Тогда же в адрес строящихся «Персхлопком» по заказу иранского правительства шести заводов стали ввозиться американские коттон-джини (машины для переработки хлопка-сырца) [14, л. 5].

С появлением американской техники на иранском рынке состав импортеров данной продукции заметно изменился. Если в 1924/25 г. главными поставщиками были Германия и СССР, то впоследствии США в этом сегменте обошли всех своих конкурентов. Так, в 1925/26 г. из всего ввоза в порты Персидского залива в размере 470 тыс. руб. на американский импорт приходилось всего 50 тыс. (лидировали Великобритания и СССР). В 1926/27 г. из общего ввоза в 318 тыс. руб. американский импорт составил 115 тыс. руб. (вторые), а в 1927/28 г. американские сельхозмашины вышли на первое место – 87 тыс. руб. из общего импорта в 240 тыс. руб. [11, с. 37]. Главная проблема, с которой столкнулись американские производители на рынке сельскохозяйственных машин, – это не конкуренция, а безденежье местного населения. Иранские потребители предпочитали агрегаты не полностью механические, а более простые – на конной тяге. Поэтому, несмотря на усилия иностранных поставщиков, включая американских, завезших в 1924–1930 гг. тракторов и механизмов на сумму в 1,7 млн руб., все равно на 400–500 га пашни приходился всего 1 плуг [Там же, с. 39–40].

Несмотря на ряд объективных трудностей, с которыми пришлось столкнуться американскому бизнесу в регионе Персидского залива, ему удалось преодолеть негативные тенденции, которые здесь существовали, как в области ведения торговых дел (нечестная конкуренция и протекционизм), так и в специфике туземного рынка. Особенно успешно удалось приспособиться к потребностям и возможностям иранского рынка. Общий импорт из США (по данным иранских таможен) достиг к концу 1927 г. 20 669 тыс. кран, что составило 2,6% иранского ввоза из зарубежных стран. Если говорить о динамике развития торговых отношений США с Ираном в сравнении последнего предвоенного и последнего предкризисного года, то статистика выглядит еще более впечатляюще: ввоз из США в Иран возрос в 92,7 раза, а вывоз – в 7,5 раз [36, л. 9–10].

Единственная доходная область, где США не удалось достичь существенного успеха, – это торговля нефтепродуктами. Даже несмотря на багдадские договоренности 1925 г., предполагавшие совместные разработки Великобританией, Турцией, Францией и США 24 иракских нефтяных участков [5, л. 240], обрести право самостоятельного ведения дел американскому бизнесу не удалось. Образованная в 1928 г. компания «Тюркиш Петролеум Компани» (Turkish Petroleum Co., с 1929 г. – «Ирак Петролеум» (Iraq Petroleum Co.)), стала коллективным детищем АПНК, англо-голландской компании «Ройял Датч-Шелл» (Royal Dutch Shell), французской «Компани франсез де петроль» (Compagnie Francaise des Petroles) и американской «Низр Истерн Дивелопмент Корпорейшн», куда вошли «Стандард Ойл (Нью-Джерси)» и «Сокони Вакуум» [7, с. 353]. Учитывая объемы добываемой АПНК нефти, которые к 1925 г. по неточным оценкам достигали 4,5–5 млн тонн [25, л. 2], конкурировать с таким монополистом американский бизнес был не в состоянии, и американский керосин и бензин не смогли закрепиться ни на иранском, ни, тем более, на соседних рынках Ирака, Кувейта и Бахрейна. Отдельным успехом американских нефтепромышленников можно считать заключение контрагентского соглашения «Стандард ойл» со стамбульским отделением «Аркоса» (All Russian Cooperative Society Limited) на комиссионерские услуги в реализации нефтепродуктов с бакинских и грозненских промыслов СССР. В итоге, весь советский керосин продавался «Стандард ойл» под собственной маркой [34, л. 67]. Если самостоятельно «Аркос» в 1922–1923 г. сумел продать на турецком рынке чуть более 2,1 тыс. пудов, то благодаря комиссионерам – 995 тыс. пудов в 1923–1924 г. [9, л. 68]. В дальнейшем американские бизнесмены при поддержке английских и французских коллег вытеснили конторы «Аркоса» из Сирии, Ливана и Палестины.

Можно констатировать, что, столкнувшись с жесткой конкуренцией на нефтяных рынках Персидского залива, американский бизнес предпочел уйти от прямого столкновения с британскими и французскими конкурентами и сосредоточился на поставках продукции, не имеющей европейских аналогов, и обладающих всеми шансами избежать конкурентной борьбы на местном рынке. Благодаря такому подходу, США к началу мирового экономического кризиса превратились в одного из крупнейших поставщиков оборудования, автомобилей и сельскохозяйственных машин на рынках Ирана и Ирака, а также в одного из крупнейших импортеров иранских ковровых промыслов.

Библиографический список

1. Аванесов В.А. Письмо Г.В. Чичерину. 12.12.1924 г. // Российский государственный архив экономики. Ф. 413 (Народный комиссариат внешней торговли (НКВТ) СССР). Оп. 2. Д. 1840.
2. Айдогдыев М. Установление и развитие советско-иранских торговых связей (1917–1937 г.). Ашхабад. 1986.
3. Бельгов В.П. Доклад уполномоченного НКВТ в Персии. Октябрь 1921 г. // Российский государственный архив экономики. Ф. 413. Оп. 2. Д. 575.
4. Бюллетень торгпредства СССР в Персии за январь 1923 г. // Российский государственный архив экономики. Ф. 413. Оп. 2. Д. 1679.
5. Бюллетень ИНО РОСТА. Лондон. 16.03.1925 г. // Государственный архив Российской Федерации. Ф. 391 (Российское телеграфное агентство (РОСТА)). Оп. 2. Д. 78.
6. Бюллетень ИНО РОСТА. Тегеран. 27.01.1925 г. // Государственный архив Российской Федерации. Ф. 391 (Российское телеграфное агентство (РОСТА)). Оп. 2. Д. 75.
7. Васильев А.М. История Саудовской Аравии (1745–1973). М., 1982.
8. Ведомость о движении торговли в портах Персидского залива Бендер-Бушира, Бендер-Абаса и Бендел-Линга в 1887 г. // Архив внешней политики Российской империи. Ф. 194 (Миссия в Персии (1809–1913)). Оп. 3. Д. 355.
9. Выписка из турецкой газеты «Джимуриет». 24.07.1925 г. // Российский государственный архив экономики. Ф. 5240 (Народный комиссариат внешней и внутренней торговли СССР (Наркомторг)). Оп. 19. Д. 1860.
10. Германские торговые фирмы (Обзор НКВТ в Персии). 17.11.1924 г. // Российский государственный архив экономики. Ф. 413. Оп. 3. Д. 1726. Л. 14.
11. Глинка Б. Сельскохозяйственные машины в странах Востока // Импортные рынки стран Востока: Сб. ст. М.-Л., 1933. С. 37–42.
12. Дербенев А.С., Никонов О.А. Аравийский регион во внешней политике США. М., 2018.
13. Докладная записка о внешней торговле Персии за 1925 г. // Российский государственный архив экономики. Ф. 7590 (Банк для внешней торговли (Внешторгбанк) СССР). Оп. 2. Д. 41.

14. Доклад Главного хлопкового комитета в НКИД Ф.А. Ротштейну. 23.03.1925 г. // Архив внешней политики Российской Федерации. Ф. 04 (Фонд Г.В. Чичерина (архив Чичерина)). Оп. 18. Д. 210. Л. 5.
15. Донесение Генерального консула Российской империи в Багдаде В. Машкова первому секретарю Миссии в Тегеране А.Н. Щеглову. 10.04.1896 г. // Архив внешней политики Российской империи. Ф. 194. Оп. 1. Д. 1443.
16. Информационный бюллетень торгового представительства СССР в Персии. Тегеран. 1924. Июль. № 4.
17. Карлсберг В. Письмо Торгпредства СССР в Персии в НКВТ. 08.08.1925 г. // Российский государственный архив экономики. Ф. 413. Оп. 10. Д. 333.
18. Киперман А.Р. Персидское хлопководство // Экспортные ресурсы стран Востока: Сб. ст. М.-Л., 1933. С. 78–85.
19. Колобов О.А. Ближневосточная политика великих держав и арабо-израильский конфликт. Т. I. Закономерности и особенности (часть первая). Нижний Новгород, 2008.
20. Краткий экономический обзор за ноябрь 1923 г. (Казвинский рынок) // Российский государственный архив экономики. Ф. 413. Оп. 3. Д. 1678.
21. Лактионов. Выписка из доклада Торгпредства СССР в Турции. Июнь 1924 // Российский государственный архив экономики. Ф. 413. Оп. 3. Д. 1724. Л. 2.
22. Места в общем торговом обороте Персии (1913–1923 гг.) // Российский государственный архив экономики. Ф. 7590. Оп. 3. Д. 9.
23. Никонов О.А. Эволюция колониальной политики Великобритании на Востоке (вторая половина XIX – первая половина XX вв.) // Локус: люди, общество, культуры, смыслы. 2017. № 1. С. 32–45.
24. Обзор рынка Бендер-Бушир за февраль 1924 г. // Российский государственный архив экономики. Ф. 413. Оп. 3. Д. 1678.
25. Обзор состояния и развития экономических связей и отношений СССР с Персией по материалам комиссии НК РКИ (январь–март 1925) // Российский государственный архив экономики. Ф. 413. Оп. 3. Д. 1728.
26. Письмо генерального консула Российской империи в Хорасане в МИД К.Э. Аргиропуло. 16.02. 1902 г. // Архив внешней политики Российской империи. Ф. 194. Оп. 3. Д. 363.
27. Протокол заседания правления Русско-иранского банка. 20.02.1930 г. // Российский государственный архив экономики. Ф. 7932 (Русско-иранский банк (Русперсбанк) и его отделения). Оп. 1. Д. 121.
28. Протокол совещания Российско-восточной торговой палаты (РВТП) с представителями трестов по вопросу об экспедиции в Персию. 26.05.1923 г. // Российский государственный архив экономики. Ф. 7770 (Всесоюзный текстильный синдикат ВСНХ СССР). Оп. 2. Д. 126.
29. Отчет Торгпредства СССР в Персии. 11.02.1925 г. // Российский государственный архив экономики. Ф. 413. Оп. 10. Д. 330.
30. Родригес А.М., Киселев К.А., Закаурцева Т.А., Белоусова К.А. Актуальные проблемы социально-политического и этно-конфессионального развития Запада и Востока. М., 1997.
31. Северная Персия. Консульские доклады. М., 1933.
32. Телеграмма Торгпредства в Персии в «Сельмашсиндикат». 21.10.1924 г. // Российский государственный архив экономики. Ф. 413. Оп. 10. Д. 331.

33. Торговля России с Востоком. 1928. № 3–4.
34. Торговля нефтепродуктами в Турции // Российский государственный архив экономики. Ф. 413. Оп. 3. Д. 1995.
35. Торговый бюллетень. Ежемесячный орган Торгового Представительства СССР в Персии. Тегеран. 1925. Октябрь. № 1.
36. Участие в товарообороте Персии (по данным таможен Персии) // Российский государственный архив экономики. Ф. 3429 (Высший Совет народного хозяйства СССР (ВСНХ СССР)). Оп. 3. Д. 2129.
37. Фурсенко А.А. Нефтяные войны (конец XIX – начало XX в.). Л., 1985.
38. Шеин И.И. Сельскохозяйственные машины и орудия СССР в Персии // Информационный Бюллетень Торгового представительства СССР в Персии. Тегеран. 1926. № 4.
39. Шумяцкий Б.З. Письмо в НКВД. Декабрь 1924 г. // Российский государственный архив экономики. Ф. 413. Оп. 2. Д. 1840.
40. Шумяцкий Б.З. Письмо начальнику экономическо-правового управления НКВД М.Я. Кауфману // Российский государственный архив экономики. Ф. 413. Оп. 3. Д. 1724.
41. Шумяцкий Б.З. Телеграмма в НКВД. 20.01.1924 г. // Российский государственный архив экономики. Ф. 413. Оп. 2. Д. 1221.
42. Шумяцкий Б.З. Письмо заместителю НКВД В.А. Аванесову. 27.07.1924 г. // Архив внешней политики Российской империи. Ф. 04. Оп. 18. П. 118. Д. 50768.
43. Fahad M. The origins of Saudi-American relations: From recognition to diplomatic representation. Washington, 2009.
44. Iran under the Pahlavis. G. Lenczowski (ed.). Stanford (California), 1978.

Никонов Олег Александрович – доктор исторических наук; профессор кафедры новой и новейшей истории Института истории и политики, Московский педагогический государственный университет

E-mail: Nikonov100@mail.ru

O. Nikonov

The US trade policy in the Persian Gulf region in the first quarter of the XXth century

Conditions and mechanisms of a formation of the US trade policy in the Persian Gulf region in the first quarter of the XXth century are analyzed in the article. The search of consumer markets for American industry outside its traditional spheres in the beginning of the XXth century resulted in turning of the USA into the leading producer of manufactory goods and a making of a new international conception. In Iran and Iraq markets the US economic expansion had to deal with serious competition from Great Britain and Russia (later on, the USSR), which made American business concentrate on delivery of such products that had no European analogs on the local markets. Lack of their own counteragents, sale and transport net, as well as a complicated logistics became a refraining fact for the US barter operations. However, the organization of the business

on dealer conditions made it possible for the USA to widen their assortment of goods. Moreover, a flexible transit policy let the USA become a main supplier of agriculture machinery and automobiles to the Iran market in a moment of the world economic crisis.

Key words: the Persian Gulf, the US trade policy, foreign trade, Iran market, Iraq, economic expansion.

Nikonov Oleg A. – Dr. History Hab.; professor at the Modern and Contemporary History Department of the Institute of History and Politics, Moscow Pedagogical State University