

Москалец, Владислава Конфликты в нефтяной промышленности Галиции XIX века как маркер экономических изменений. В статье анализируются конфликты второй половины XIX века в нефтяной индустрии Борислава и Дрогобыча. Ставится вопрос как их исследование может продемонстрировать динамические изменения и кризисы в промышленности. Как и рабочие конфликты, так и споры между еврейскими предпринимателями обнаруживают похожие тенденции конкуренции между местным «галицийским» и «западным» бизнесом.

Ключевые слова: Галиция, нефтяная индустрия, евреи, конфликт

Moskalets, Vladyslava Conflicts in oil industry of the XIXth century Galicia as marker of economic changes. The article analyzes conflicts of the second half of the XIXth century in Boryslav and Drohobych oil industry to understand how their research can demonstrate dynamic changes and industrial crises. Both workers conflicts and clashes between Jewish entrepreneurs reveal similar tendencies of competition between local 'Galician' and 'Western' business.

Keywords: Galicia, oil industry, Jews, conflict

Репетиция капитализма?: международная коммерческая деятельность Оргкомитета «Олимпиада-80» (1975-1980 гг.)*

Алексей Попов

В статье рассматриваются основные направления и результаты деятельности Организационного комитета «Олимпиада-80», направленные на привлечение зарубежного финансирования XXII Летних олимпийских игр в СССР. Сделана попытка определить особенности «советского стиля» в решении конкретных бизнес-задач, а также оценить его эффективность в международном контексте.

Ключевые слова: международные экономические связи, переговоры, спонсорство, бизнес-история, Олимпиада-80, СССР.

В основу системы финансирования Игр [Олимпиады-80] были взяты преимущества, которые обеспечивает централизованная плановая экономика [12, л. 56]

Коммунисты превращаются в капиталистов после первых же 15 минут переговоров [3, с. 83]

Авторство высказывания о том, что «коммунисты превращаются в капиталистов после первых же 15 минут переговоров» приписывают Полу Остину (*Paul Austin*), президенту транснациональной компании «*The Coca-Cola Co.*». Эти слова якобы были его эмоциональной реакцией на ход переговоров между возглавляемой им корпорацией и представителями советской стороны по вопросу о коммерческом сотрудничестве во время проведения в СССР XXII Олимпийских игр. Несмотря на всю свою условность и образность, данное высказывание заставляет задуматься о том, чем именно советский подход к реализации бизнес-проектов отличался от западного

* Исследование выполнено при поддержке Германского исторического института в Москве.

(капиталистического) подхода. Были ли эти отличия препятствием или, наоборот, преимуществом советской стороны в процессе решения конкретных коммерческих задач? Справедливо ли вообще говорить о специфике «бизнеса по-советски», или природа коммерческой деятельности является универсальной и не зависит напрямую от общественно-политической системы? Для того чтобы попытаться ответить на все эти вопросы выбранный нами пример Олимпиады-80 представляется очень наглядным и выразительным. Осуществлявшееся в 1975-1980 гг. деловое сотрудничество Оргкомитета «Олимпиада-80» с иностранными компаниями, основная часть которых представляла именно капиталистические страны, стало едва ли не первым примером такого активного и сфокусированного взаимодействия двух конкурирующих общественно-политических систем в реалиях «холодной войны». Оно стало своеобразной «стартовой площадкой» для дальнейшего широкомасштабного коммерческого сотрудничества по линии СССР-Запад, темпы которого неуклонно возрастали на протяжении 1980-х – начала 1990-х гг. и в итоге сделали территорию бывшего Советского Союза частью глобального рынка товаров и услуг.

Решение о проведении XXII летних Олимпийских игр в Москве было принято на сессии МОК 23 октября 1974 г., что дало старт процессу подготовки Советского Союза к проведению первого в его истории спортивного мегасобытия такого высокого уровня. В феврале 1975 г. для координации работы по подготовке и проведению Игр был создан Оргкомитет «Олимпиада-80», который возглавил Игнатий Трофимович Новиков (1906-1993) – заслуженный государственный деятель и друг детства Генерального секретаря ЦК КПСС Л. И. Брежнева. Перед Оргкомитетом был поставлен очень широкий круг задач, одной из важнейшей среди которых являлась реализация олимпийской экономической программы, призванной полностью покрыть организационные расходы и хотя бы частично компенсировать капитальные затраты, связанные с проведением Игр [4, с. 12].

В структуре Оргкомитета «Олимпиада-80» направление коммерческой деятельности осуществлялось планово-финансовым управлением (1975-1977 гг.), позже переименованным в управление экономической программы (1978-1980 гг.). В 1979 г. из состава этого управления в отдельное подразделение было выделено управление билетной программы. Для эффективного выполнения поставленных задач данные структурные подразделения активно

взаимодействовали с международным управлением, хозяйственным управлением и управлением материально-технического обеспечения [2, с. 14]. Сотрудниками Оргкомитета «Олимпиада-80» были самым тщательным образом изучены финансово-экономические результаты предшествующих Игр, причем особое внимание было направлено на опыт Олимпиад в Мюнхене (1972 г.) и Монреале (1976 г.). Несмотря на декларирование советской стороной принципиальных различий между социалистической и капиталистической экономикой Оргкомитет «Олимпиада-80» использовал абсолютно те же внешнеэкономические источники олимпийских доходов, что и организаторы предшествующих Олимпийских игр в ФРГ и Канаде. Во всех этих случаях основными доходными статьями являлись: проведение олимпийских лотерей; продажа входных билетов на спортивные соревнования; реализация олимпийских сувениров, памятных монет и почтовых марок; плата за размещение рекламы и спонсорские взносы; продажа прав на осуществление телевизионной трансляции [4, с. 14; 7, с. 832].

Уже первые зарубежные поездки представителей Оргкомитета «Олимпиада-80» на международные мероприятия, проводимые под эгидой МОК, показали высокую заинтересованность в сотрудничестве со стороны западных компаний. Коммерческие предложения поступали как от флагманов международного бизнеса («*ABS*», «*Adidas AG*», «*Daimler-Benz AG*», «*Siemens AG*», «*Sony Co.*» и др.), так и от небольших компаний, рассчитывающих повысить свои доходы и увеличить узнаваемость бренда за счет статуса официального поставщика или спонсора Олимпиады [7, с. 103-104, 115-116]. Учитывая большое количество предложений от западных фирм, Оргкомитет «Олимпиада-80» своим специальным решением установил минимальный размер спонсорского взноса на уровне \$100 тыс., хотя для некоторых небольших фирм, производящих узкоспециализированную спортивную продукцию, было сделано исключение [12, л. 96].

Из-за отсутствия собственных представительств за рубежом и с целью снижения транзакционных издержек в иностранной валюте Оргкомитет активно передавал право реализации олимпийской продукции на международных рынках крупным иностранным агентам. Так, американская компания «*Occidental Petroleum Co.*» и французская компания «*Lazard Freres*» реализовывали за рубежом советские олимпийские монеты. Итальянская компания «*Bertoni S.R.L.*» получила эксклюзивное право распространять

на рынках западных стран олимпийскую сувенирную продукцию, американская компания «*Paramount International Coin Co.*» – олимпийские марки и почтовые конверты, канадская фирма «*F&M*» – олимпийские плакаты, а японской компания «*Sindzidaisy*» – анимационные фильмы на олимпийскую тематику. Каждая из этих компаний охватывала своей деятельностью по реализации олимпийской продукции более 20 стран мира [2, с. 529; 3, с. 52]. В большинстве случаев выбор партнеров осуществлялся на конкурентной основе с учетом выгоды их коммерческих предложений [см., например: 7, с. 279]. Однако также характерно активное сотрудничество с Оргкомитетом «Олимпиада-80» по непрофильному виду деятельности (реализация олимпийских монет) американской нефтяной компании «*Occidental Petroleum Co.*», президент которой Арманд Хаммер (*Armand Hammer*) имел опыт реализации бизнес-проектов в Советском Союзе ещё с 1920-х гг. [подробнее см.: 9, с. 67-69].

Интерес крупных американских, европейских и японских компаний к олимпийскому сотрудничеству с СССР, проявленный во второй половине 1970-х гг., во многом был связан с их стратегическими планами «прорыва» на советский рынок [3, с. 123]. В некоторых случаях такие ожидания действительно оправдывались. Например, именно в преддверии Олимпиады-80 транснациональная компания «*Adidas AG*», фактически сотрудничавшая со Спорткомитетом СССР ещё с 1960-х гг., подписала с советской стороной соглашение о размещении на территории Советского Союза производства лицензионной спортивной обуви с прогнозируемым объемом выпуска готовой продукции до 1 млн. пар в год [7, с. 344-346]. Однако успешность такого рода продвижения зависела не только от экономических, но и от политико-идеологических факторов. В этом контексте интересны примеры сотрудничества Оргкомитета «Олимпиада-80» с «*The Coca-Cola Co.*», «*PepsiCo Inc.*» и «*McDonald's Corporation*», товары и услуги которых в значительной степени ассоциировались с западным, несоветским стилем жизни.

Поскольку XXII Олимпийские игры проводились в летнее время, особое значение приобрел вопрос обеспечения их участников и гостей прохладительными напитками. Во второй половине 1970-х гг. на заводах в Новороссийске и Евпатории по лицензии американской компании «*PepsiCo Inc.*» уже производился безалкогольный напиток «Пепси-Кола». В то же время продукция американской компании «*The Coca-Cola Co.*», которая с 1928 г. была официальным

спонсором всех Олимпийских игр, ещё не была представлена на советском рынке. Однако на основе заключенного с Оргкомитетом «Олимпиада-80» спонсорского контракта компания «*The Coca-Cola Co.*» в 1978-1979 гг. бесплатно предоставила советской стороне значительное количество своей готовой продукции (напитки «Кока-Кола» и «Фанта»), концентрата для производства этих напитков, а также специализированное торговое оборудование. На тот момент «*PepsiCo Inc.*» имело эксклюзивный контракт с Министерством внешней торговли СССР по распространению своей продукции в Советском Союзе. Однако Оргкомитет «Олимпиада-80» нашел убедительные юридические основания для своего активного сотрудничества с «*The Coca-Cola Co.*». Напитки этой торговой марки во время Олимпиады-80 распространялись только на территории олимпийских спортивных объектов, которые согласно международному законодательству на время проведения Игр получали экстерриториальный статус под эгидой МОК, то есть с формальной точки зрения временно не являлись территорией СССР. Однако параллельно спонсорский контракт был заключен и с «*PepsiCo Inc.*», которая получила возможность открыть фирменные торговые точки в Москве и других городах страны, где проводились отдельные соревнования олимпийской программы (Киев, Ленинград, Минск, Таллин), а также на автомобильных трассах Европейской части страны, через которые следовали иностранные автотуристы [3, с. 79-84]. В отчете о финансовых итогах Олимпиады-80 отмечалось, что общая сумма доходов от сотрудничества с «*The Coca-Cola Co.*» для СССР составила свыше \$16 млн., а от «*PepsiCo Inc.*» было получено \$2,5 млн. [7, с. 115, 424-425, 574, 576-577, 830]. Присутствие в олимпийской Москве брендов-лидеров мирового рынка безалкогольных напитков привлекло пристальное внимание западных журналистов и стало одним из наглядных свидетельств экономического прорыва «железного занавеса», разделявшего биполярный мир [см., например: 10].

Похожая стратегия ведения параллельных бизнес-переговоров с крупными компаниями-конкурентами («*ABC*», «*CBS*», «*NBC*») была применена советской стороной при продаже прав на телевизионную трансляцию Олимпиады-80 в США [7, с. 124-125]. Следует отметить, что к концу 1970-х гг. Оргкомитетом были заключены контракты о продаже прав на телетрансляцию XXII Олимпийских игр с крупнейшими телевизионными компаниями Северной

Америки, Европы, Японии, Австралии, а также с телеведущими союзами Африки и Латинской Америки. Однако впоследствии из-за бойкота Олимпиады-80 американская телевизионная компания «NBS» вынуждена была отказаться от трансляции Олимпиады-80 и приостановила выплаты по своему контракту с советской стороной [7, с. 307, 574-575, 590].

В то же время, активные переговоры Оргкомитета «Олимпиада-80» с транснациональной компанией «*McDonald's Corporation*» не привели к заключению каких-либо контрактов. По воспоминаниям заместителя председателя Оргкомитета «Олимпиада-80» Владимира Ивановича Ковалева руководство этой компании неоднократно обращалось с предложением построить в Москве к лету 1980 г. три крупных ресторана быстрого питания, а также обеспечить их необходимой техникой и полуфабрикатами, обучить персонал и, кроме того, заплатить довольно крупный спонсорский взнос (\$1,5 млн.). Однако советская сторона, несмотря на очевидную выгодность таких условий, не пошла на заключение контракта с этой компанией из-за влияния консервативного лобби в высшем руководстве страны, которое увидело в этом опасность «протаскивания в страну пагубного западного образа жизни» [3, с. 84-86]. Самым активным противником заключения этого контракта называли первого секретаря Московского горкома КПСС В. В. Гришина [1]. По всей видимости, такое решение объяснялось не только консерватизмом советской номенклатуры и её желанием ограничить западное культурное влияние, но и опасением, что после появления ресторанов быстрого питания «*McDonald's*» в Москве граждане СССР смогут получить представление о лучшем качестве сервиса, нежели тот, который предлагали многие предприятия отечественного общепита.

Активное сотрудничество с западными компаниями стало своего рода испытанием для тех работников Оргкомитета «Олимпиада-80», которые курировали финансово-экономическую часть подготовки к Играм. В условиях существовавшей в СССР «экономики дефицита» многие из них не смогли избежать соблазна использовать приоритетность подготовки к Олимпиаде-80 и обилие деловых предложений от западных компаний в личных интересах. Проведенная в конце 1979 г. ревизия валютно-финансовой и хозяйственной деятельности Оргкомитета «Олимпиада-80» выявила многочисленные факты различного рода злоупотреблений, допущенных представителями этой организации. В частности,

полученная от западных спонсоров мебель, оборудование и даже автомобили безвозмездно передавалась различным советским предприятиям и учреждениям с явными нарушениями действующих правил. Выяснилось, что в ряде случаев работники Оргкомитета присваивали себе полученные от зарубежных партнеров ценные сувениры, в том числе изделия из драгоценных металлов. Кроме того, определенная часть этих сувениров передавалась должностным лицам других организаций в виде благодарности за помощь при решении вопросов личного характера. Также по собственному усмотрению руководство Оргкомитета «Олимпиада-80» распоряжалось большими партиями спортивной экипировки компании «*Adidas AG*» и прохладительных напитков компании «*The Coca-Cola Co.*», полученных в рамках спонсорских контрактов [7, с. 420-427]. Кроме того, судя по сохранившимся архивным документам, для нужд аппарата Оргкомитета «Олимпиада-80» за свободно конвертируемую валюту активно приобреталась мебель и различное неспортивное оборудование импортного производства [см., например: 13, л. 3-7].

Однако никто из работников Оргкомитета не понес серьезного наказания по фактам выявленных финансово-экономических злоупотреблений. По нашему мнению, это было связано с тесными личными контактами между Председателем Оргкомитета «Олимпиада-80» И. Т. Новиковым и Генеральным секретарем ЦК КПСС Л. И. Брежневым. Но помимо личных связей взаимодействие олимпийских функционеров и представителей высшего партийного руководства имело и вполне материальное измерение. Например, осенью 1980 г., перед ликвидацией Оргкомитета «Олимпиада-80», по специальному распоряжению И. Т. Новикова Управлению делами ЦК КПСС было безвозмездно передано 7 автобусов и 4 легковых автомобилей марки «*Mercedes-Benz*», полученных ранее в счет спонсорского взноса от западногерманской корпорации «*Daimler-Benz AG*» [7, с. 809].

Такие мегасобытия, как Олимпийские игры, традиционно привлекают в страну их проведения дополнительные потоки иностранных туристов, что приводит к увеличению валютных доходов организаторов. Генеральным агентом Оргкомитета «Олимпиада-80» по продаже олимпийских туров за рубежом, а также по реализации иностранным гражданам входных билетов на спортивные соревнования, стало ВАО «Интурист», которое через своих зарубежных партнеров осуществляло деятельность в этом направлении

на территории 78 стран мира [2, с. 442]. Если доходы от продажи олимпийских туров получало ВАО «Интурист» и его субагенты по обслуживанию на территории СССР, то выручка от реализации олимпийских билетов пополняла средства Оргкомитета «Олимпиада-80» (за исключением определенного процента отчислений в бюджет МОК).

Специальным постановлением Исполнительного бюро Оргкомитета «Олимпиада-80» была установлена квота на продажу иностранным туристам билетов на олимпийские соревнования в размере 30%, которая для наиболее популярных видов спорта (баскетбол, бокс, гимнастика, легкая атлетика, футбол) была увеличена до 35-40% [7, с. 477]. Всего иностранным гражданам было продано свыше 1,3 млн. входных билетов на спортивные соревнования олимпийской программы [2, с. 529; 17, л. 3]. При этом партнеры из ведущих капиталистических стран, спортсмены которых впоследствии бойкотировали Олимпиаду-80 или выступали на них под флагом МОК, к началу бойкота уже выкупили и оплатили большую часть выделенных им по квоте олимпийских билетов. Так, в США было реализовано 192,8 тыс. билетов (88% от выделенной квоты), в ФРГ – 91,7 тыс. билетов (58%), в Канаде – 42,2 тыс. билетов (97%), в Японии – 38,5 тыс. билетов (100%) [2, с. 531]. Несмотря на то, что спортсмены этих государств вообще не приняли участие в Играх, а большинство приобретенных их гражданами олимпийских туров в СССР было аннулировано, деньги за эти билеты не были возвращены советской стороной. Это позволило значительно снизить убытки от отмены посещения спортивных мероприятий иностранными туристами. Интересно, что после начала бойкота Олимпиады-80 советская сторона рассчитывала использовать своих крупных западных бизнес-партнеров для оказания влияния на политическую позицию правительств США и ФРГ, однако никаких положительных результатов в этом направлении не было достигнуто [см., например: 7, с. 551, 574-575]. 28 марта 1980 г. правительство США ввело ограничение на поставку товаров и перевод средств, предназначенных для Оргкомитета «Олимпиада-80», что негативно отразилось на выполнении заключительного этапа экономической программы XXII Олимпийских игр [7, с. 831].

Первоначально планировалось прибытие на XXII Олимпийские игры около 300 тыс. иностранных туристов, из которых 65-70% должны были представлять капиталистические страны [15, л. 18]. Однако согласно данным официального отчета Оргкомитета

«Олимпиада-80» непосредственно за дни её проведения в 5 олимпийских городах СССР побывало около 211,3 тыс. интуристов. Из них Москву посетило 133,6 тыс., Ленинград – 39,8 тыс., Киев – 24,2 тыс., Минск – 10,9 тыс. и Таллин – 2,8 тыс. иностранных туристов [11, л. 130-131]. При этом большинство из них составляли вояжеры из социалистических стран, удельный вес которых вместо запланированных ранее 30-35% составил более 65% олимпийского туристского потока в СССР из-за рубежа [16, л. 146-147].

Неблагоприятный общественно-политический фон «холодной войны» оказывал влияние и на другие аспекты международных экономических связей СССР в период подготовки к XXII Олимпийским играм. В документах Оргкомитета «Олимпиада-80» неоднократно говорилось о намерении обеспечить олимпийские потребности преимущественно за счет внутренних ресурсов страны и экспорта из социалистических стран [7, с. 188-189; 14, л. 62-64]. В политическом контексте это могло бы продемонстрировать всему миру самодостаточность «социалистического лагеря», а с экономической точки зрения способствовало бы сокращению расходов в свободно конвертируемой валюте. Однако на практике такая стратегия показала свою полную несостоятельность. Например, ни одна из социалистических стран не смогла обеспечить олимпийские поставки в СССР растворимого кофе и черного молотого перца в мелкой расфасовке, из-за чего эти товары пришлось импортировать из Финляндии [7, с. 384-385]. В общем списке официальных поставщиков и спонсоров Олимпиады-80, который включал 103 зарубежные компании, лишь 14 компаний представляли социалистические страны. Приведенная ниже таблица 1 показывает, что важнейшими зарубежными партнерами Оргкомитета «Олимпиада-80» были фирмы тех стран, спортсмены которых из-за антисоветского бойкота вообще не прислали свои спортивные команды в СССР (США, ФРГ, Япония, Канада) или же спортсмены которых выступали под флагом МОК.

Таблиця 1.

Результаты участия стран мира в экономической и спортивной программе Олимпиады-80 [Подсчитано по: 2, с. 526-529, 531; 7, с. 799-800]

Страна	Кол-во фирм – официальных поставщиков и спонсоров Олимпиады-80	Кол-во олимпийских медалей на Олимпиаде-80
1. Капиталистические страны		
ФРГ	21	Не принимала участия
Япония	12	Не принимала участия
Финляндия	10	8
США	8	Не принимали участия
Франция*	8	16
Швейцария*	7	2
Италия*	6	15
Великобритания*	5	21
Австрия	2	4
Бельгия*	2	1
Нидерланды*	2	3
Дания*	1	5
Испания*	1	6
Канада	1	Не принимала участия
Итого кап. страны	86 (83,5%)	81 (23,8%)
2. Социалистические страны		
ГДР	4	126
Польша	3	32
Венгрия	3	32
Чехословакия	2	14
Болгария	1	41
Югославия	1	9
Итого соц. страны	14 (13,6%)	254 (74,7%)
3. Развивающиеся страны		
Бразилия	1	4
Индия	1	1
Шри-Ланка	1	-
Итого развивающ. страны	3 (2,9%)	5 (1,5%)
ВСЕГО	103 (100,0%)	340 (100,0%)**

* Страны, спортивные команды которых выступали на Олимпиаде-80 под флагом МОК.

** Указано только общее количество олимпийских медалей, завоеванное спортсменами перечисленных в таблице стран, без учета СССР и тех иностранных государств, компании которых не были партнерами Оргкомитета «Олимпиада-80».

На основании приведенных выше данных можно сделать вывод о том, что спортивная программа Олимпиады-80 испытала на себе сильнейшее влияние политических факторов (бойкот Игр как реакция на ввод советских войск в Афганистан), в то время как её экономическая программа оказалась гораздо более рациональной и дистанцированной от биполярного противостояния эпохи «холодной войны». Несмотря на то, что спортсмены только двух развитых капиталистических стран (Австрия и Финляндия) приняли полноценное участие в XXII Олимпийских играх под национальными флагами, представители бизнес-кругов капиталистического мира самым активным образом участвовали в коммерческом сотрудничестве с Оргкомитетом «Олимпиада-80». В то же время, несмотря на триумфальные выступления спортивных команд социалистических стран, их национальные производители оказались малоинтересными партнерами для олимпийского сотрудничества, несмотря на лояльное отношение к ним со стороны СССР.

Получив значительные валютные поступления от сотрудничества с западными партнерами, Оргкомитет «Олимпиада-80» столкнулся с острой необходимостью осуществлять закупки за рубежом оборудования, материалов и различных товаров, необходимых для успешного проведения Игр. В советской литературе масштабы олимпийского импорта СССР сознательно преуменьшались. Так, в издании «СССР: 100 вопросов и ответов» сообщалось: «Организаторы Олимпиады с самого начала ориентировались в первую очередь на возможности советской промышленности, которая обеспечила три четверти всех олимпийских потребностей. Одну пятую необходимого для проведения Олимпиады взяли на коммерческих условиях другие социалистические страны и только 4–5% удовлетворялись за счет закупок в странах Запада – в основном в связи с необходимостью иметь традиционное для Олимпийских игр стандартное оборудование» [8, с. 91-92]. В качестве примеров такого специализированного импорта приводилась информация о французских гимнастических матах, польских катамаранах, итальянских велотренажерах [6, с. 138]. Однако на самом деле перечень олимпийских поставок был гораздо шире. Он включал, например, копировальную технику и барное оборудование, жевательную резинку, жидкое мыло, фольгу, бумагу и почтовые конверты [2, с. 528-529]. Парадоксально, но Советский Союз, являвшийся космической и ядерной сверхдержавой, не

смог за 5 лет олимпийской подготовки наладить достаточное по объемам производство одноразовой пластиковой посуды, необходимой для организации питания участников и гостей XXII Игр. Большую часть такой посуды пришлось закупить в Финляндии за свободно конвертируемую валюту [7, с. 373-374]. Из этой же капиталистической страны было импортировано значительное количество мелко расфасованных молочных продуктов (сливочного масла, сливок, йогурта), соков, колбасной и сырной нарезки в вакуумной упаковке, а также горчицы и кетчупа [7, с. 385; 11, л. 136]. В совместном отчете Оргкомитета «Олимпиада-80» и Министерства финансов СССР, имевшем гриф «Секретно», сообщалось, что «в ходе подготовки к Играм выявилась необходимость в закупке за рубежом некоторых товаров народного потребления и оплаты услуг на сумму 76 млн. руб.» [7, с. 829].

Говоря обобщих итогах коммерческой деятельности Оргкомитета «Олимпиада-80» можно с сожалением констатировать, что в отчетных финансово-экономических документах этой организации чаще всего давалась лишь общая сумма доходов по той или иной статье без уточнения, какая их часть получена из зарубежных, а какая – из внутренних источников. Сводные показатели по доходной части экономической программы представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Основные показатели выполнения финансово-экономической программы Оргкомитета «Олимпиада-80» [7, с. 832]

№№ пп	Наименование проекта	Поступления (млн. руб.)
1.	Лотерея «Спортлото»	140,8
2.	Лотерея «Спринт» и «Международное спортлото»	368,0
3.	Коммерческо-лицензионная работа в СССР и за рубежом	398,5
4.	Продажа прав на телевизионную трансляцию	55,7
5.	Официальные поставщики и спонсоры	7,8
6.	Марки и другая филателистическая продукция	6,2
7.	Продажа билетов на Игры	20,2
8.	Взносы участников	3,1
9.	Прочие доходы (издательская деятельность, страхование, реализация материальных ценностей)	4,2
10.	Материальные ценности, полученные от иностранных фирм	9,4
11.	Ожидаемые доходы в 1981 г. (коммерческо-лицензионная деятельность, продажа марок, задолженность от телевизионных компаний и др.)	50,1
	ВСЕГО	1064,0

Таким образом, к чисто внутренним источникам финансирования Олимпиады-80 можно отнести лишь пункт № 1 экономической программы (лотерея «Спортлото»), который обеспечил около 13,2% всех поступлений. Полностью из зарубежных источников были получены средства по пунктам №№ 4, 5, 8, 10 экономической программы (78 млн. руб. или 7,3% от общего объема программы). Что же касается доходов по пунктам №№ 2, 3, 6, 7, 9, 11, то они составляли 847 млн. руб. или 79,5% от всех поступлений и разделить эти средства на внутреннюю и внешнюю составляющую на основе имеющихся в нашем распоряжении источников не представляется возможным.

«Олимпийский казначей» В. И. Коваль в своих мемуарах очень высоко оценил эффективность реализации экономической программы Оргкомитета «Олимпиада-80» [3, с. 161]. Согласно итоговому финансово-экономическому отчету общая сумма полученных доходов Оргкомитета «Олимпиада-80» составила более 1 млрд. руб. (см. таблицу 2), что на 763 млн. руб. превысило расходы этой организации. Однако в этом же документе уточнялось, что общая сумма затрат на подготовку и проведение XXII Олимпийских игр в СССР, с учетом расходов других организаций, составила свыше 1,9 млрд. руб. [7, с. 829-833]. Оценивая экономические итоги Олимпиады-80, также следует учитывать, что привлечение значительных финансовых ресурсов из-за рубежа было во многом обусловлено монопольным использованием Советским Союзом хорошо «раскрученного» олимпийского бренда. Для советских функционеров, привыкших играть роль распорядителей в условиях т.н. «экономики дефицита» [5, с. 13], такая позиция была наиболее благоприятной. Именно исключительное право на использование бренда Олимпиады-80 позволяло представителям Оргкомитета так уверенно чувствовать себя на переговорах с «зубастыми капиталистическими акулами» в лице топ-менеджеров крупных западных компаний и использовать возможность «решающего слова» при заключении коммерческих сделок. Серьезным испытанием, способным пошатнуть такую выгодную бизнес-позицию, стал бойкот Олимпиады-80 рядом ведущих мировых держав. Однако поскольку к моменту начала бойкота (январь-март 1980 г.) основные коммерческие контракты между СССР и бойкотирующими странами во главе с США уже были юридически оформлены и в значительной мере реализованы, то основные финансовые потери понесли западные бизнес-партнеры, а не

советская сторона. С другой стороны, во время подготовки и проведения такого масштабного мегасобытия Советский Союз не смог проигнорировать бизнес-предложения западных компаний, большинство из которых было успешно реализовано, несмотря на неблагоприятный общественно-политический фон, связанный с активизацией межблокового противостояния после ввода советских войск в Афганистан.

В целом следует отметить, что международное сотрудничество Оргкомитета «Олимпиада-80» стало для советской стороны своеобразной репетицией, школой ведения бизнес-переговоров с иностранными партнерами из капиталистических стран, в которых прагматический подход все же победил политическую конъюнктуру «холодной войны». Однако проявившиеся ещё во второй половине 1970-х гг. отдельные негативные аспекты этого сотрудничества со стороны СССР, такие как коррупция, кумовство и волонтаристский способ принятия отдельных решений до сих пор наблюдаются в предпринимательской деятельности на постсоветском пространстве.

Примечания

1. Жегулев И. Москва сказала «а». Где Советский Союз добывал деньги на Олимпиаду 1980 // Ведомости. – 2007. – 23 июля.
2. Игры XXII Олимпиады. Официальный отчет Организационного комитета Игр XXII Олимпиады. – Т.2. Подготовка и проведение. – М., 1981. – 533 с.
3. Коваль В.И. Записки олимпийского казначея. 2-е изд. – М., 2010. – 180 с.
4. Коваль В.И. Олимпиада-80 (Экономический аспект). – М., 1978. – 48 с.
5. Корнац Я. Дефицит. – М.: Наука, 1990. – 607 с.
6. Московская олимпиада в цифрах и фактах / сост. Б.Н. Хавин. – М., 1982. – 159 с.
7. Пять колец под кремлевскими звездами: Документальная хроника Олимпиады-80 в Москве. – М., 2011. – 944 с.
8. СССР: 100 вопросов и ответов. – М., 1980. – 126 с.
9. Шпотов Б. М. Американский бизнес и Советский Союз в 1920-1930-е годы: Лабиринты экономического сотрудничества. – М., 2013. – 320 с.
10. Vetten H. Die Simssitzer und Pepsi // Der Spiegel. – 1980. – № 31.

11. ГАРФ. – Ф. Р-9610. – Оп. 1. – Д. 677.
12. Там же. – Д. 678.
13. Там же. – Оп. 3. – Д. 5.
14. Там же. – Д. 15.
15. Там же. – Ф. Р-9612. – Оп. 3. – Д. 1357.
16. Там же. – Д. 1450.
17. Там же. – Д. 1476.

Попов, Олексій Репетиція капіталізму?: міжнародна комерційна діяльність Оргкомітету «Олімпіада-80» (1975-1980 рр.). В статті розглянуто основні напрями та результати діяльності Організаційного комітету «Олімпіада-80» щодо залучення зарубіжного фінансування XXII Літніх Олімпійських ігор у СРСР. Зроблена спроба визначити особливості «радянського стилю» вирішення конкретних бізнес-завдань, а також оцінити його ефективність у міжнародному контексті.

Ключові слова: міжнародні економічні зв'язки, переговори, спонсорство, бізнес-історія, Олімпіада-80, СРСР.

Popov, Aleksey Rehearsal of capitalism?: international commercial activity of the Organizing Committee of «Olympiad-80» (1975-1980). The paper presents a research of basic directions and results of activity of the Organizing committee «Olympiad-80» intended for bringing of the foreign financing in the XXII Summer Olympic Games in the USSR. The author tries to define special features of «the soviet style» in solving certain business-tasks, and also to estimate its efficiency in an international context.

Keywords: international economic ties, negotiations, sponsorship, business-history, Olympiad-80, the USSR.