

Главный редактор научного журнала  
«Известия Волгоградского государственного технического университета»  
академик РАН, профессор, доктор химических наук,  
президент Волгоградского государственного технического университета (ВолгГТУ)  
*И. А. НОВАКОВ*

**Редакционная коллегия:**

*Анциферов В. Н.*, академик РАН, д-р физ.-мат. наук, проф.,  
Научный центр порошкового материаловедения (г. Пермь, Россия)  
*Байбурин В. Б.*, д-р физ.-мат. наук, проф., академик РАЕН, засл. деятель науки РФ,  
Саратовский государственный технический университет (г. Саратов, Россия)  
*Безъязычный В. Ф.*, д-р техн. наук, проф.,  
Рыбинский государственный авиационный технический университет им. П. А. Соловьева (г. Рыбинск, Россия)  
*Бодров В. Н.*, д-р, проф., Университет прикладных наук (г. Берлин, Германия)  
*Бребельс А.*, PhD, доцент факультета инженерных наук университета г. Левена (г. Левен, Бельгия)  
*Буренин А. А.*, чл.-корр. РАН, Институт машиноведения и металлургии ДВО РАН  
(г. Комсомольск-на-Амуре, Россия)  
*Голованчиков А. Б.*, д-р. техн. наук, проф. ВолгГТУ  
*Гринберг Б. А.*, д-р физ.-мат. наук, Институт физики металлов УрО РАН (г. Екатеринбург, Россия)  
*Гуревич Л. М.*, д-р техн. наук, доц. ВолгГТУ  
*Добрушин Л. Д.*, д-р техн. наук, Институт электросварки им. Е. О. Патона НАН Украины (г. Киев, Украина)  
*Злотин С. Г.*, д-р хим. наук, проф., Институт органической химии им. Н. Д. Зелинского РАН (г. Москва, Россия)  
*Иванов А. М.*, д-р техн. наук, проф.,  
Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ, г. Москва, Россия)  
*Иващенко Н. А.*, д-р техн. наук, проф., засл. деятель науки РФ, МГТУ им. Н. Э. Баумана (г. Москва, Россия)  
*Камаев В. А.*, д-р техн. наук, проф., засл. деятель науки РФ, ВолгГТУ  
*Королев А. В.*, д-р техн. наук, проф., Саратовский государственный технический университет (г. Саратов, Россия)  
*Кузьмин С. В.*, д-р техн. наук, проф. ВолгГТУ  
*Кураев А. А.*, д-р физ.-мат. наук, проф., Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
(БГУИР, г. Минск, Республика Беларусь)  
*Лысак В. И.*, чл.-корр. РАН, засл. деятель науки РФ, д-р техн. наук, проф. ВолгГТУ  
*Марков В. А.*, д-р техн. наук, проф., Московский государственный технический университет  
(МГТУ) им. Н. Э. Баумана (г. Москва, Россия)  
*Мертен Клеменс*, д-р техн. наук, проф. Universität Stuttgart Institut für Chemische Verfahrenstechnik  
(г. Штутгарт, Германия)  
*Навроцкий А. В.*, д-р хим. наук, проф. ВолгГТУ  
*Нижегородцев Р. М.*, д-р экон. наук, главный научный сотрудник,  
Институт проблем управления им. В. А. Трапезникова РАН (г. Москва, Россия)  
*Пай В. В.*, д-р физ.-мат. наук, Институт гидродинамики им. М. А. Лаврентьева СО РАН (г. Новосибирск, Россия)  
*Полянчиков Ю. Н.*, д-р техн. наук, проф. ВолгГТУ  
*Пустовойт В. Н.*, д-р техн. наук, проф., засл. деятель науки РФ, Донской государственный технический университет  
(г. Ростов-на-Дону, Россия)  
*Ревин А. А.*, д-р техн. наук, проф. ВолгГТУ  
*Русинов В. Л.*, чл.-корр. РАН, Химико-технологический институт Уральского федерального университета  
(ХТИ УрФУ, г. Екатеринбург, Россия)  
*Рыбин В. В.*, чл.-корр. РАН, д-р физ.-мат. наук, проф.,  
Санкт-Петербургский политехнический университет (г. Санкт-Петербург, Россия)  
*Трюэль Жан-Луи*, д-р экон. наук, проф., Университет «Париж-12», Сорбонна, Франция,  
вице-президент Международного клуба экономистов «Круг Кондратьева»  
*Тхай Куанг Винь*, д-р философии, Институт информационных технологий (г. Ханой, Вьетнам)  
*Федянов Е. А.*, д-р техн. наук, проф. ВолгГТУ  
*Фролов В. А.*, д-р техн. наук, проф., МАТИ – Российский государственный технологический университет  
им. К. Э. Циолковского (г. Москва, Россия)  
*Шаритов В. М.*, д-р техн. наук, проф.,  
Московский государственный технический университет (МАМИ, г. Москва, Россия)  
*Шаховская Л. С.*, д-р экон. наук, проф. ВолгГТУ  
*Шеин А. Г.*, д-р физ.-мат. наук, проф. ВолгГТУ  
*Яковлев И. В.*, д-р техн. наук,  
Институт гидродинамики им. М. А. Лаврентьева СО РАН (г. Новосибирск, Россия)

Серия  
«АКТУАЛЬНЫЕ  
ПРОБЛЕМЫ  
РЕФОРМИРОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ  
ЭКОНОМИКИ  
(теория, практика,  
перспектива)»

# ИЗВЕСТИЯ



ВОЛГОГРАДСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
ТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

*Журнал входит в перечень утвержденных ВАК РФ изданий для публикации трудов соискателей ученых степеней*

## РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

Председатель  
Шаховская Л. С., д.э.н., проф.  
Гусатиных В. Н., д.э.н., проф.  
(СГСЭУ Академии народного хозяйства  
при Правительстве РФ, г. Саратов)  
Гущина Е. Г., д.э.н., доцент  
Данилова О. В., д.э.н., проф. (Финансо-  
вый университет при Правительстве РФ,  
г. Москва)  
Искренко Э. В., д.э.н., проф. (универси-  
тет св. Георга, Лондон, Великобритания)  
Калинина А. Э., д.э.н., проф.  
(ВолГУ, г. Волгоград)  
Ларионов В. Г., д.э.н., проф.  
(МГТУ им. Н. Э. Баумана, г. Москва)  
Миленкович И., проф. экономики  
(университет Приштины, Сербия)  
Митрофанова И. В., д.э.н., проф.  
(ВолГУ, г. Волгоград)  
Морозова И. А., д.э.н., проф.  
Московцев А. Ф., д.э.н., проф.  
Нижнегородцев Р. М., д.э.н. (Институт  
проблем управления РАН, г. Москва)  
Сингх Н., проф. (ф-т экономики  
Западно-Чешского университета,  
г. Пльзень, Чехия)  
Партычки С., проф. (Люблинский като-  
лический университет им. Иоанна Павла II,  
г. Люблин, Польша)  
Петренко Е. С., д.э.н., профессор  
(университете «Болашак», г. Караганда,  
вице-президент Национальной Палаты  
предпринимателей Казахстана)  
Перехуда К., проф. (Вроцлавский эконо-  
мический университет, г. Вроцлав, Польша)  
Погребинская В. А., д.э.н., проф.  
(МГУ, г. Москва)  
Попкова Е. Г., д.э.н., проф.  
Терелянский П. В., д.э.н., проф.  
Тэртри Д., проф. (Исследовательский  
Центр Европа-Евразия (СРЕЕ) Института  
Восточных языков и цивилизаций  
(INALCO), университет Сорбонны,  
Париж, Франция)  
Трюэль Ж.-Л., проф. вице-президент  
Международного клуба экономистов  
«Круг Кондратьева», Университет  
«Париж-12», (университет Сорбонны,  
Париж, Франция)  
Шевченко И. В., д.э.н., проф.  
(КубГУ, г. Краснодар)  
Хрысьева А. А., к.э.н., доцент  
(ответственный секретарь)  
Волков С. К., к.э.н., доцент  
(ответственный за выпуск)  
Международный индекс журнала ISSN  
1990-5297.

Журнал распространяется по подписке.  
Индекс журнала по каталогу  
Агентства «Роспечать» для Российской  
Федерации – 80811(ОК+ЭК). По вопросам  
подписки обращаться в издательство.

Тел. издательства ВолГТУ:  
(8442) 24-84-06  
Факс (8442) 24-84-06  
otr@vstu.ru

© Волгоградский государственный технический университет,  
«Известия Волгоградского государственного технического университета», 2016

Научный журнал  
Издается с января 2004 г.  
Выходит двенадцать раз в год

№ 1 (180)  
Март  
2016

УЧРЕДИТЕЛЬ:  
ФГБОУ высшего образования  
«Волгоградский государственный технический университет»

Адрес редакции:  
Волгоград, пр. В. И. Ленина, 28.  
Телефон: гл. редактор – (8442) 24-80-00  
E-mail: president@vstu.ru

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи,  
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-61113 от 19 марта 2015 г.

Печатается по решению редакционно-издательского совета  
Волгоградского государственного технического университета

**Авторское право на журнал в целом принадлежит Учредителю,  
на отдельные статьи – сохраняется за автором**

*Перепечатка из журнала «Известия Волгоградского государственного технического  
университета» категорически запрещена без оформления договора  
в соответствии с действующим законодательством РФ*

*При перепечатке материалов ссылка на журнал «Известия Волгоградского  
государственного технического университета» обязательна*

Head Editor of the scientific journal “Izvestiya VSTU”:

**Novakov I. A.** – Academician of RAS, Prof., Doctor of Chemistry, President of VSTU

**Editorial board:**

*Anziferov V. N.*, Academician of RAS, D. Sc. (Physical and Mathematical Sciences), Prof., The Department for Powder Material Science (Perm, Russia)

*Baiburin V. B.*, D. Sc. (Physical and Mathematical Sciences), Prof., Academician of RAS, Honored Scientist of the Russian Federation, State Technical University of Saratov (Saratov, Russia)

*Bezyazychny V. F.*, D. Sc. (Engineering), Prof., Rybinsk State Aviation Technical University named after P.A. Solovyov (Rybinsk, Russia)

*Bodrov V. N.*, D. Sc., Prof., University of Applied Sciences (Berlin, Germany)

*Brebels A.*, PhD, Associate Prof., Faculty of Engineering Science of University of Leuven (Leuven, Belgium)

*Burenin A. A.*, Corresponding Member of RAS, Institute of Machinery and Metallurgy of the FEB RAS (Komsomolsk-on-Amur, Russia)

*Golovanchikov A. B.*, D. Sc. (Engineering), Prof. of VSTU

*Grinberg B. A.*, D. Sc. (Physical and Mathematical Sciences), Institute of Metal Physics, Ural Division of RAS (Ekaterinburg, Russia)

*Gurevich L. M.*, D. Sc. (Engineering), Associate Prof. of VSTU

*Dobrushin L. D.*, D. Sc. (Engineering), E.O. Paton Electric Welding Institute of the National Academy of Sciences of Ukraine (Kiev, Ukraine)

*Zlotin S. G.*, D. Sc. (Chemistry), Prof., N.D. Zelinsky Institute of Organic Chemistry Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

*Ivanov A. M.*, D. Sc. (Engineering), Prof., Moscow Automobile and Road Construction University (MADI) (Moscow, Russia)

*Ivashchenko N. A.*, D. Sc. (Engineering), Prof., Honored Scientist of the Russian Federation, Bauman Moscow State Technical University (Moscow, Russia)

*Kamaev V. A.*, D. Sc. (Engineering), Prof., Honored Scientist of the Russian Federation, VSTU

*Korolev A. V.*, D. Sc., Prof., State Technical University of Saratov (Saratov, Russia)

*Kuzmin S.V.*, D. Sc. (Engineering), Prof. of VSTU

*Kurayev A. A.*, D. Sc. (Physical and Mathematical Sciences), Prof., Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics (BSUIR) (Minsk, Republic of Belarus)

*Lysak V. I.*, Corresponding Member of RAS, Honored Scientist of the Russian Federation, D. Sc. (Engineering), Prof. of VSTU

*Le Kvet Tan*, PhD, Kanto University (Kanto, Vietnam)

*Markov V. A.*, D. Sc. (Engineering), Prof., Bauman Moscow State Technical University (Moscow, Russia)

*Merten K.*, D. Sc. (Engineering), Prof., Institute of Chemical Process Engineering (Stuttgart, Germany)

*Navrotskiy A. V.*, D. Sc. (Chemistry), Prof. of VSTU

*Nizhegorodtsev R. M.*, D. Sc. (Economy), Chief research worker, Institute of Control Sciences V. A. Trapeznikov Academy of Sciences (Moscow, Russia)

*Pai V. V.*, D. Sc. (Physical and Mathematical Sciences), Lavrentyev Institute of Hydrodynamics of SB RAS (Novosibirsk, Russia)

*Polyanchikov Y. N.*, D. Sc. (Engineering), Prof. of VSTU

*Pustovoit V. N.*, D. Sc. (Engineering), Prof., Honored Scientist of the Russian Federation, Don State Technical University (Rostov-on-Don, Russia)

*Revin A. A.*, D. Sc. (Engineering), Prof. of VSTU

*Rusinov V. L.*, Corresponding Member of RAS, Institute of Chemical Technology of Ural Federal University (Ekaterinburg, Russia)

*Rybin V. V.*, Corresponding Member of RAS, D. Sc. (Physical and Mathematical Sciences), Prof., St. Petersburg Polytechnic University (St.Petersburg, Russia)

*Truel J.-L.*, D. Sc. (Economy), Prof., University Paris Est Créteil, Sorbonne, France, Vice-president of International economists club «Kondratiev Circle»

*Fedyanov E. A.*, D. Sc. (Engineering), Prof. of VSTU

*Frolov V. A.*, D. Sc. (Engineering), Prof., «MATI Russian State Technological University named after K.E. Tsiolkovsky» (Moscow, Russia)

*Sharipov V. M.*, D. Sc. (Engineering), Prof., Moscow State Technical University “MAMI” (Moscow, Russia)

*Shakhovskaya L. S.*, D. Sc. (Economy), Prof. of VSTU

*Sheyin A. G.*, D. Sc. (Physical and Mathematical Sciences), Prof. of VSTU

*Yakovlev I. V.*, D. Sc. (Economy), Lavrentyev Institute of Hydrodynamics of SB RAS (Novosibirsk, Russia)

SERIES

«ACTUAL PROBLEMS  
OF REFORMING  
RUSSIAN ECONOMY  
(the theory, practice  
and perspective)»

# IZVESTIA



VOLGOGRAD STATE TECHNICAL  
UNIVERSITY

*The Journal is included to the list of peer-reviewed scientific journals and publications of the Higher Attestation Commission (HAC) of the RF for publishing of results of candidates for scientific degrees .*

Editorial board:

Head Editor

*Shakhovskaya L. S.*, Dr. of Economy, prof.  
*Gusyatnikov V. N.*, Dr. of Economy, prof.  
(SSSEU, Academy of National Economy under  
the Government of the Russian  
Federation, Saratov)

*Gushina E. G.*, Dr. of Economy, Docent  
*Danilova O. V.*, Dr. of Economy, prof.  
(Financial University under the Government of  
the Russian Federation, Moscow)

*Iskrenko E. V.*, Dr. of Economy, prof.  
(University of St. George, London, UK)  
*Kalinina A. E.*, Dr. of Economy, prof.  
(VSU, Volgograd)

*Larionov V. G.*, Dr. of Economy, prof. (Bauman  
Moscow State Technical University, Moscow)

*Milenkovic I.*, Ph.D. in Economics, prof.  
(University of Pristina, Serbia)

*Mitrofanova I. V.*, Dr. of Economy, prof.  
(VSU, Volgograd)

*Morozova I. A.*, Dr. of Economy, prof.

*Moskovtsev A. F.*, Dr. of Economy, prof.

*Nizhegorodtsev R. M.*, Dr. of Economy, prof.  
(Institute of Management Problems RAS ,  
Moscow)

*Singh N.*, Ph.D. in Economics, prof.  
(Department of Economics of the University of  
West Bohemia, Pilsen, Czech Republic)

*Partyski S.*, Ph.D. in Economics, prof.  
(Lublin Catholic University. John Paul II,  
Lublin, Poland)

*Petrenko E. S.*, Dr. of Economy, prof.  
(University of «Bolashak» Karaganda, vice  
president of the National Chamber of Entrepre-  
neurs of Kazakhstan)

*Perehuda K.*, Ph.D. in Economics, prof. (Wroclaw  
University of Economics in Wroclaw, Poland)

*Pogrebinskaya V. A.*, Dr. of Economy, prof.  
(MSU, Moscow)

*Popkova E. G.*, Dr. of Economy, prof.

*Terehlyansky P. V.*, Dr. of Economy, prof.

*Tertri D.*, Ph.D. in Economics, prof.  
(Research Centre Europe-Eurasia (CREE) of  
the Institute of Oriental Languages and Civiliza-  
tions (INALCO), the University of Sorbonne,  
Paris, France)

*Truel J.-L.*, Ph.D. in Economics, prof., vice  
president of the International Club of economists  
«Circle Kondratieff», University «Paris-12»  
(University of Sorbonne, Paris, France)

*Shevchenko I. V.*, Dr. of Economy, prof.  
(Kuban State University, Krasnodar)

*Hryseva A. A.*, Candidate of Economics sci-  
ence, Docent (Executive Secretary)  
*Volkov S. K.*, Candidate of Economics science,  
Docent (Responsible for the release)

International index of the journal  
ISSN 1990-5297.

The journal is distributed by subscription.  
Index of the journal in the catalogue of the  
Agency «Rospechat» for the Russian Federa-  
tion – 80811(OK+OK).

Concerning subscription turn to the editorial  
office.

**Tel. Of VSTU editorial office:**

(+7 8442) 24-84-06

Fax: (+7 8442) 24-84-06; otr@vstu.ru

Scientific journal

Published since January 2004

12 times a year

**№ 1 (180)**  
**March**  
**2016**

**FOUNDER:**

**FSBEI of Higher Education**  
**“Volgograd State Technical University”**

**Editorial office address:**

Volgograd, Lenin avenue, 28.

Tel.: Head Editor – (+7 8442) 24-80-00

**E-mail:** president@vstu.ru

The journal is registered at the Federal Service on Control in the Sphere of Communication,  
IT and Mass Communications (Roscomnadzor)  
Registration certificate ПИ № ФС77–61113 of March 19, 2015

Is printed according to the decision of editorial-review board of  
Volgograd State Technical University

*The copyright for the journal in general belongs to the Founder,  
for separate articles – to authors.*

*Reprint from the journal “Izvestia VSTU” is strongly forbidden without conclusion of an  
agreement in accordance with the legislation of the RF  
When reprinting the materials, the citation to the journal “Izvestia VSTU” is obligatory*

## АВТОРСКИЙ УКАЗАТЕЛЬ

- Альпидовская М. Л. 13  
Аракелова И. В. 90  
Баженова В. С. 102  
Баранова И. В. 77  
Беляйцева К. А. 143  
Бельских И. Е. 37  
Болдырева Т. В. 48  
Вишневский В. С. 116  
Вуйменков С. А. 95  
Глазова М. В. 30  
Головина Ю. И. 37  
Горбунова М. А. 90  
Джинджолия А. Ф. 168  
Евстратов А. В. 64  
Егоров А. 70  
Егорова И. Е. 156  
Иванова Т. Б. 116  
Калинина В. В. 131  
Кириллова Т. К. 102  
Конторович О. И. 25  
Коротеев М. В. 143  
Котов Е. В. 122  
Костикова А. В. 156  
Кочетов Э. Г. 166  
Кублин И. М. 48  
Кузлаева И. М. 82  
Мельникова Е. В. 70  
Мельников А. С. 70  
Митрофанова И. В. 122  
Морозова И. А. 8, 30  
Мысин М. Н. 8  
Лукьяненко Н. А. 40  
Ляшенко В. И. 122  
Павлов К. В. 122  
Паунович И. 56  
Петрова Е. А. 131  
Перехожева Е. В. 95  
Попкова Е. Г. 82  
Раюшкина А. А. 48  
Решетникова И. И. 40  
Рябова Г. А. 64  
Самсонов Е. А. 137  
Стомпелева Е. С. 13  
Сидунов И. А. 43  
Соколов Д. П. 19  
Солдатов И. В. 48  
Терелянский П. В. 156  
Хафизов Р. Р. 108  
Хоперская О. В. 108  
Шевандрин А. В. 131  
Цвирко С. Э. 147

## СОДЕРЖАНИЕ

---

---

Обращение к читателям.....	7
ТЕМА НОМЕРА.....	8
<i>Морозова И. А., Мысин М. Н.</i> Анализ мирового опыта использования механизмов государственно-частного партнерства: проблемы тенденции.....	8
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ: МИКРОЭКОНОМИКА – МАКРОЭКОНОМИКА – МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА.....	13
<i>Альпидовская М. Л., Стомпелева Е. С.</i> Принципы организации и функционирования системы экономических интересов в современной экономике.....	13
<i>Соколов Д. П.</i> Трансформация отношений собственности в современной России: мобилизация или архаизация?.....	19
<i>Конторович О. И.</i> Роль интеллектуального капитала в инновационной деятельности промышленных предприятий в условиях становления экономики знаний.....	25
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ: МЕНЕДЖМЕНТ – МАРКЕТИНГ – ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	30
<i>Морозова И. А., Глазова М. В.</i> Качество управленческих решений и устойчивое развитие бизнес-структур.....	30
<i>Бельских И. Е., Головина Ю. Е.</i> О некоторых особенностях реализации экономических интересов участников дистрибутивных процессов в сфере FMCG в условиях современного кризиса.....	37
<i>Решетникова И. И., Лукьяненко Н. А.</i> Поведенческие технологии как современный тренд в интернет-маркетинге.....	40
<i>Сидунов И. А.</i> Развитие интрапренерства через систему мотивирующего стимулирования.....	43
<i>Болдырева Т. В., Кублин И. М., Солдатов И. В., Раюшкина А. А.</i> Повышение результативности хозяйственной деятельности и конкурентоспособности железных дорог на отечественном рынке транспортных перевозок.....	48
<i>Паунович И.</i> Сербский городской туризм: бенчмаркинг показателей устойчивого туризма для конкурентоспособного и устойчивого развития.....	56
<i>Евстратов А. В., Рябова Г. А.</i> Процесс импортозамещения на фармацевтическом рынке РФ: возможности и перспектива.....	64
<i>Мельникова Е. В., Егоров А., Мельников А. С.</i> Влияние оптимизации процесса поставок на повышение конкурентоспособности.....	70

<i>Баранова И. В.</i> Факторы развития рынка образовательных услуг в регионах России.....	77
<i>Попкова Е. Г., Кузлаева И. М.</i> Специфика развития интернет-бизнеса в РФ: проблемы и перспективы.....	82
<i>Горбунова М. А., Аракелова И. В.</i> Информационные маркетинговые коммуникации: основные аспекты и современные тенденции.....	90
РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА.....	95
<i>Вуйменков С. А., Перехожьева Е. В.</i> Специализированная организация территориального кластера как орган управления кластерной инициативой в субъекте РФ.....	95
<i>Баженова В. С., Кириллова Т. К.</i> Формирование трансграничного мезорегиона сопредельных территорий на основе сотрудничества.....	102
<i>Хафизов Р. Р., Хоперская О. В.</i> Участие субъектов малого и среднего предпринимательства в реализации программ развития инновационных территориальных кластеров.....	108
<i>Иванова Т. Б., Вишневский В. С.</i> К вопросу о формировании стратегии пространственного развития сельских территорий России.....	116
<i>Павлов К. В., Ляшенко В. И., Котов Е. В., Митрофанова И. В.</i> Методика оценки развития постиндустриальной и неиндустриальной моделей региональной модернизации (на примере Донбасса Украины).....	122
<i>Петрова Е. А., Калинина В. В., Шевандрин А. В.</i> Оценка интерактивности органов исполнительной власти в регионах РФ.....	131
МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ В ЭКОНОМИКЕ.....	137
<i>Самсонов Е. А.</i> Модернизация использования инструментария в налоговом планировании в организации.....	137
<i>Коротеев М. В., Беляйцева К. А.</i> Теоретико-игровое моделирование проявлений информационной асимметрии на рынке труда.....	143
<i>Цвирко С. Э.</i> Моделирование управления суверенными фондами.....	147
<i>Костикова А. В., Егорова И. Е., Терелянский П. В.</i> Комплексная методика исследования социально-экономических показателей региона на базе интеграции субъективных и объективных данных.....	156
КНИЖНАЯ ПОЛКА.....	167
<i>Кочетов Э. Г.</i> Оберегатели. Интеллектуальная среда, взлелеявшая парадигму мирового преобразования (фрагменты новой книги).....	167
Анонсы.....	167

## *Дорогие читатели!*

Темой первого в 2016 году номера журнала «Известия ВолгГТУ» серии «Актуальные проблемы реформирования российской экономики: теория, практика, перспектива» стала совместная статья профессора нашего университета Ирины Анатольевны Морозовой и докторанта Михаила Николаевича Мысина о государственно-частном партнерстве (ГЧП), в которой анализируется мировой опыт использования его механизмов в различных странах. Членам редакционного совета экономической серии наших «Известий» сама тема статьи показалась весьма актуальной, особенно для тех условий, в которых сегодня оказалась российская экономика.

И в самом деле: конъюнктура на мировых рынках энергоносителей в современных условиях для России крайне не благоприятна ввиду крайне низких цен на «черное золото»; наша страна оказалась в условиях экономических санкций, что сужает возможности доступа российского бизнеса к дешевым кредитным ресурсам на мировом финансовом рынке, а значит ограничивает инвестиционные возможности российских предпринимателей; глобализация мировой экономики породила не просто ее непредсказуемость, а крайнюю турбулентность, в том числе и из-за того, что такие экономические рычаги, как конкуренция, все более подменяются диктатом отдельных стран. Что делать России в таких мало предсказуемых условиях? Как развивать свою национальную экономику? На чей экономический опыт ориентироваться? Сегодня совершенно очевидно, что традиционные рычаги кейнсианского регулирования экономики не срабатывают, да и сама теория Джона Мейнарда Кейнса, 80-летие книги которого «Общая теория занятости, процента и денег» мы будем отмечать в этом году, все более подвергается ревизии со стороны современных экономистов.

Наш собственный российский опыт планирования развития экономики в чрезвычайных ситуациях времен СССР (нэп, индустриализация, коллективизация, организация производства за Уралом в годы Великой Отечественной войны) дает ответы на многие вопросы сегодняшнего дня. Те условия, в которых оказалась сейчас Россия, можно считать чрезвычайными. И в этих условиях особую актуальность приобретают все формы взаимодействия государства и бизнеса, а ГЧП является не просто одной из наиболее эффективных форм этого взаимодействия, а тем механизмом, который будет наиболее адекватен для нашей страны в той чрезвычайной ситуации, которая была сознательно спровоцирована глобализацией всех мирохозяйственных связей. Изучив опыт использования механизмов ГЧП в различных странах и в различных условиях, можно сказать насколько он приемлем для РФ и как его адаптировать к российским условиям. Это тем более важно, что сегодня экономика нашей страны находится под ручным управлением, в котором государственно-частное партнерство является связующим звеном между государством и бизнесом при реализации очень важных, с точки зрения всего населения страны, социально-значимых проектов.

Помимо федерального законодательства, которое формализует институт ГЧП, многие регионы РФ разрабатывают и принимают собственные законы о ГЧП в их регионах, которые помогают адаптировать российское законодательство под социально-экономическую специфику каждого конкретного региона. Такие законодательные акты приняты во многих регионах РФ, в том числе и в Волгоградской области. Сегодня мы просто обязаны использовать и собственный, и зарубежный опыт ГЧП для развития российской экономики в столь непростых экономических условиях, где возможности бизнеса соединялись бы с возможностями государства гарантировать предпринимательскому сообществу устойчивое конкурентоспособное развитие их бизнеса, ориентированного не только на получение прибыли, но еще и на социальную ответственность бизнеса перед обществом.

*Л. С. Шаховская,*  
д-р экон. наук профессор, редактор серии  
«Актуальные проблемы реформирования российской экономики  
(теория, практика, перспектива)»

# ТЕМА НОМЕРА

УДК 378

*И. А. Морозова<sup>1</sup>, М. Н. Мысин<sup>2</sup>*

## АНАЛИЗ МИРОВОГО ОПЫТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕХАНИЗМОВ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА: ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ

<sup>1</sup>Волгоградский государственный университет

<sup>2</sup>Самарская государственная академия культуры и искусств

Авторы статьи проводят анализ основных мировых тенденций в формировании и исполнении проектов ГЧП. Эволюция и становление ГЧП в разных странах обладает своими специфическими чертами, что позволяет определить взаимосвязь между уровнем развития страны и отраслью, которая является наиболее интересной для привлечения в нее инвестиций с помощью инструмента ГЧП.

*Ключевые слова:* государственно-частное партнерство, модернизация, мировые тенденции, инвестиции, ГЧП-проект.

*I. A. Morozova<sup>1</sup>, M. N. Mysin<sup>2</sup>*

## ANALYSIS OF THE WORLD EXPERIENCE IN THE USE OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS: ISSUES AND TRENDS

<sup>1</sup>Volgograd State Technical University

<sup>2</sup>Samara State Academy of Culture and Arts

The authors analyze the main global trends in the development and implementation of PPP projects. The evolution and the formation of PPPs in different countries has its own specific features that allows you to define the relationship between the level of development of the country and the industry, which is the most interesting to attract investment into it with a tool of PPP.

*Keywords:* public-private partnerships, modernization, global trends, investments, PPP project.

В Российской Федерации, несмотря на достаточно обширный пласт теоретических исследований, посвященных ГЧП, данный вид сотрудничества государства и бизнеса часто носит декларативный или усеченный характер. Не все модели и формы государственно-частного партнерства пока удалось адаптировать под требования отечественной законодательной системы. К таким формам, распространенным в мировой практике, но пока мало используемым в российской действительности, относятся контракты жизненного цикла «BOOT», «ВТО», «ВОО», «ВОТ», «ВОМТ».

Ключевым системообразующим звеном в понятии ГЧП выступает факт сотрудничества, когда действия государства и частного бизнеса взаимно дополняют друг друга, демонстрируя равноправие партнерства. За рубежом выделяются следующие формы участия частного капитала в осуществлении инфраструктурных проектов (рис. 1).

Ключевым системообразующим звеном в понятии ГЧП выступает факт сотрудничества, когда действия государства и частного бизнеса взаимно дополняют друг друга, демонстрируя равноправие партнерства. За рубежом выделяются следующие формы участия частного капитала в осуществлении инфраструктурных проектов (рис. 1).



Рис. 1. Формы взаимоотношений участников государственно-частного партнерства в области инфраструктуры [2]

Характеризуя общемировые тренды развития рынка государственно-частного партнерства, стоит отметить следующие интересные факты. За весьма короткий срок ГЧП, разработанное учеными и практиками в Великобритании, превратилось в модную международную тенденцию. Если в 1992–2008 годах доля Великобритании составляла более 60 % всех европейских проектов государственно-частного партнерства, то с 2008 года этот процент падает и сегодня уже менее 50 %. В 2012 году активность стран по количеству выполненных и запущенных проектов ГЧП распределилась следующим образом. Лидером стала Канада, на втором месте Великобритания, третью позицию занимает Бенилюкс (интегральный показатель для Бельгии, Нидерландов, Люксембурга), продолжает список Франция и замыкают пятерку лидеров 2012 года Соединенные Штаты Америки. В целом за последние 20 лет в Европе было реализовано свыше 1400 проектов ГЧП общей капитализацией 260 млрд. евро.

Согласно статистическому исследованию,

проведенному аналитиками «Deloitte» в среде европейских крупных частных инвесторов, наиболее привлекательная модель современного государственно-частного партнерства действует в Канаде – 55 % опрошенных, Великобритании – 26 % опрошенных, Нидерландах – 10 % опрошенных, Франции – 4 % опрошенных, Австралии – 3 % опрошенных. Наиболее сложным с точки зрения институциональной организации и законодательной базы, по мнению европейских инвесторов, сегодня являются модели ГЧП Великобритании – 50 %, США – 26 %, Польши – 9 %, России – 9 %, Греции – 4 % [4].

Из материалов Всемирного банка, описывающих активность ГЧП в различных мировых регионах, очевидно, что наиболее стремительно развивающиеся в рамках государственно-частного партнерства страны – государства Латинской Америки, Восточной Азии и Тихого океана (табл. 1). Отчасти это объясняется регистрацией частного партнера в этих государствах, зачастую предоставляющих льготные налоговые условия.

Таблица 1

**Рейтинг регионов по количеству проектов и объему инвестиций в 1990–2011 гг. [5]**

Регион	Количество проектов	Общий объем инвестиций (млрд. долл. США)
Латинская Америка и Карибский бассейн	1586	672494
Восточная Азия и Океания	1564	336753
Южная Азия	771	320744
Европа и Центральная Азия	742	289129
Южная Африка	436	121138
Ближний Восток и Северная Африка	139	85944

Совокупные затраты на инфраструктуру в указанных выше регионах в период 1990–2011 гг. по секторам распределены неравномерно. Следует заметить, что из общего списка исключены страны Северной Америки, данные по ним в соответствующем исследовании Всемирного банка отсутствуют. По количеству реализованных в 1990–

2011 гг. проектов и интегральному объему инвестиций лидирует по-прежнему сектор энергетики, замыкает четверку самых значимых секторов инфраструктуры для проектов ГЧП водоснабжение и очистные сооружения. Но, как уже отмечалось ранее, в ближайшем будущем ситуация в секторальном распределении резко изменится (табл. 2).

Таблица 2

**Рейтинг секторов инфраструктуры по количеству проектов и объему инвестиций в 1990–2011 гг. [5]**

Сектор	Количество проектов	Общий объем инвестиций (млрд. долл. США)
Энергетика	2283	820622
Транспорт	1371	630414
Телекоммуникации	822	310002
Водоснабжение	762	65164

В 2012 году стоимость сделок ГЧП, достигших стадии финансового закрытия, на европейском рынке составила 11,7 млрд евро. Это пред-

ставляет собой 35 %-ный спад по сравнению с 2011 г. (17,9 млрд евро), и самый низкий показатель рыночной стоимости с 2003 года (рис. 2).

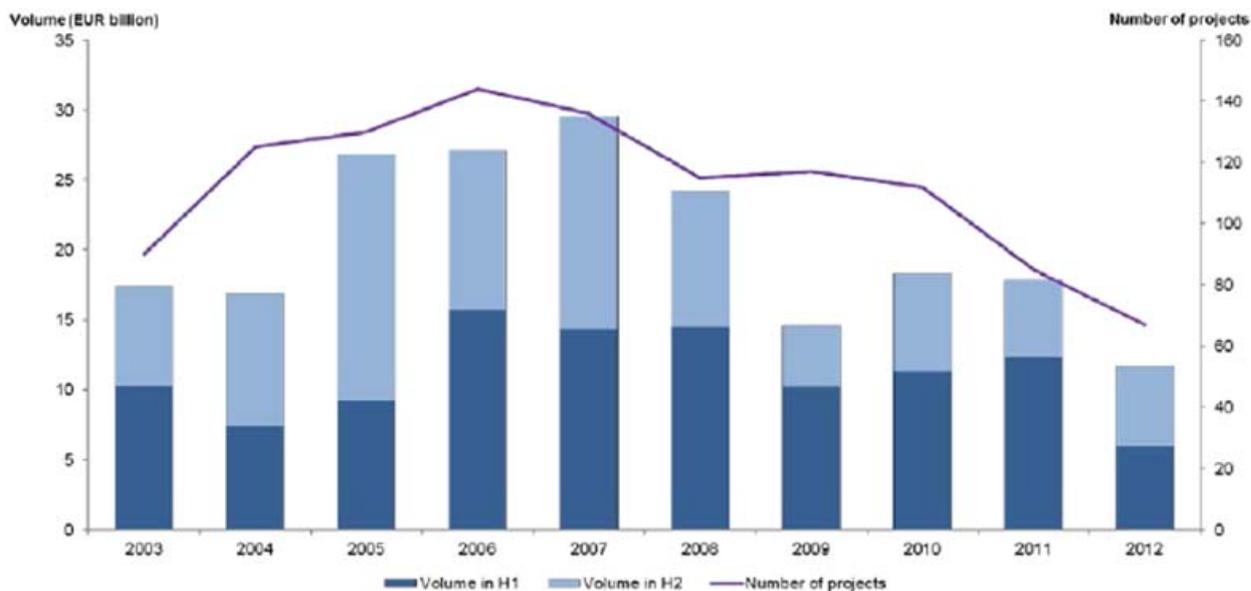


Рис. 2. Динамика европейского рынка проектов ГЧП в 2003–2012 годах по объему общей рыночной стоимости и числу проектов [6]

Всего 66 ГЧП проектов достигли стадии финансового закрытия в Европе в 2012 году, что на 21 % меньше, чем в 2011 году (84 проекта). Заметное снижение показателей наблюдалось практически по всем параметрам европейского рынка ГЧП. Так, средняя стоимость сделки также сократилась до 177 млн евро, в то время как в 2011 году она составляла 213 млн евро.

В 2012 году было закрыто четыре крупнейших международных ГЧП проекта, по сравнению с семью в 2011 году. Такими проектами стали:

- международная экспресс-программа в Великобритании (3,2 млрд евро);
- ветка высокоскоростной железной дороги Ним–Монпелье во Франции (1,8 млрд евро);
- строительство огромного шлюза и обновление порта в Роттердаме в Нидерландах (720 млн евро);
- здание высшего конституционного суда в Париже во Франции (563 млн евро).

Совокупная стоимость этих проектов составила 52 % от общего объема рынка. На одну международную экспресс-программу в Великобритании пришлось 27 % рыночного объема.

В 2012 году на европейском рынке ГЧП доминировала Великобритания, обогнавшая Францию – локомотива ГЧП в 2011 году. Только британские проекты аккумулируют более 48 % общей рыночной стоимости сделок ГЧП в Европе. С 26 ГЧП проектами, исполненными в 2012 году,

Великобритания также остается лидером рынка по количеству сделок. За ней следует Франция (22 сделки ГЧП), Германия (6 сделок), Бельгия, Нидерланды, Испания (по 3 сделки в каждой) [6].

Только 9 стран в 2012 году закрыли хотя бы по одному проекту ГЧП в связи с его исполнением, в 2011 году таких стран было 10. Финляндия, Дания, Люксембург на время выпали из европейского рынка ГЧП, в то время как Португалия и Ирландия впервые с 2010 года завершили по одному масштабному проекту.

Следует отметить, что в 2012 году самым активным сектором на рынке ГЧП в Европе стало образование (18 проектов), хотя это меньше, чем в 2010 и в 2011 годах (38 и 23 проекта соответственно). По объему образовательный сектор в 2012 году вырос на 63 %. Но из-за преобладания малых проектов образование в целом занимает только 10 % европейского рынка ГЧП.

В транспортном секторе за прошедший год было реализовано 13 проектов, по сравнению с 12 проектами в 2011 году. Транспорт остается самым значимым по объему сектором европейского рынка ГЧП, занимая 59 % от общей капитализации. Восемь ГЧП инициатив достигли стадии финансового закрытия в секторе здравоохранения. Совокупная капитализация сделок данного сектора, однако, снизилась на 33 % по сравнению с 2011 годом до 405 млн евро.

В 2012 году на европейском рынке ГЧП не был завершен ни один проект в сфере связи и телекоммуникаций.

Насколько продуктивной может быть политика государства в сфере ГЧП демонстрирует опыт Китая. В 1996 году китайским Правительством была одобрена программа по проектированию и сооружению национальной магистральной системы скоростных дорог, на начальном этапе которой (1996–2003 гг.) предполагалось построить 17000 км скоростных магистралей, на втором (2004–2010 гг.) – 18000 км, а к 2020 году совокупная протяженность НМССД по плану должна достигнуть 70000 км, связав все крупные города с населением свыше 200 тысяч человек [7]. Главным приоритетом стало также строительство 130000 км провинциальных дорог, примыкающих и строящихся параллельно с НМССД для сокращения периода окупаемости инвестированных в нее средств.

В итоге к завершению 2002 г. в Китае было закончено строительство 25 тысяч километров скоростных автобанов, а среднегодовой темп прироста дорожной сети установился на уровне 7 %. Фундаментом для привлечения зарубежных инвестиций выступил гибкий налоговый режим. Так, в Китае компании с долей иностранного капитала более 25 % в первые пять лет своей работы освобождаются от налога на прибыль, а в следующие пять лет уплачивают его в объеме 7,5 % вместо стандартной ставки в 33 % [3].

Эволюция и становление ГЧП в разных странах обладает своими специфическими чертами. Например, в некоторых странах отраслевые министерства организуют специализированные структуры по развитию проектов ГЧП. В уже упомянутой неоднократно Великобритании в Министерстве здравоохранения и ряде других министерств при поддержке Министерства финансов учреждены собственные департаменты ГЧП. В следствии этого на сегодняшний день в Соединенном Королевстве проектируются или находятся в стадии исполнения более 600 ГЧП проектов.

В Нидерландах, начиная с сентября 2006 г., функционирует Общий пул проектов ГЧП, ориентированный на изучение и распространение передового опыта в данной сфере, содействие всестороннему анализу и экспертной оценке проектов ГЧП [8].

В 2008 году был учрежден Европейский экспертный центр оценки проектов ГЧП, целью которого стала не только экспертиза отдельных

проектов, но и выработка общей политики в сфере ГЧП стран Европейского Союза. Необходимость унифицированной политики обусловлена, в частности, тем, что с внедрением практики ГЧП в ряде стран с континентальной правовой системой требуется серьезное изменение юридической и законодательной базы. Напротив, в Австралии или в Великобритании активное использование ГЧП почти не потребовало корректировки действующего законодательства.

Государство и бизнес в развитых странах Запада уже стали достаточно опытными партнерами, которые не претендуют на самостоятельные сферы жизнедеятельности друг друга и оберегают до известной степени свою независимость. Однако все это не меняет тот факт, что государство и в западных странах играет роль главного и ведущего контрагента в сотрудничестве с бизнесом.

Несмотря на всю успешную практику использования ГЧП, все же очень мало внимания отводится управляемости конкретного проекта. Даже в странах с достаточно богатым портфолио ГЧП-проектов можно наткнуться на существенные нарушения. Например, Счетная палата Франции в 1997 г. внезапно открыла тот факт, что в Меце частный партнер в области водоснабжения не предоставлял мэрии какой-либо финансовой отчетности в течение 20 лет, а в местечке Бандоль-Савари близ Тулона фирма «Вивенди» ежегодно выставляла мэрии двойной счет за одни и те же оказанные услуги.

Одним из наиболее показательных неудачных примеров ГЧП является строительство больницы в Паддингтоне. Финансовое обоснование проекта, сделанное в 2000 году, оценивало стоимость проекта в 300 млн ф. ст. Проект должен был завершиться в 2006 году. Однако в процессе его выполнения стоимость постепенно повысилась до 894 млн ф. ст., а срок его окончания продлен до 2013 года. В большом числе случаев частные компании экономят на инфраструктурной составляющей проекта (водоснабжение, канализация, очистные сооружения, вентиляция, фильтрация). Так, окружная больница в г. Хартфорд затоплялась три раза в течение 18 месяцев после окончания ее строительства, в том числе дважды неочищенными сточными водами. Плохое водопроводное снабжение и канализационная очистка были характерны для больниц в городах Камберленде и Карлайле. Электрические системы в приходской больнице г. Окленд пришли в негодность сразу после

окончания ее модернизации. Отсутствие вентиляции в кухне больницы городов Норфолк и Норидж вынуждало персонал работать при температуре до 44 градусов. Бойлерная в больнице Хартфорда была открыта без очистной установки для воды [1].

Естественно, что в странах, не имеющих большого опыта ведения рыночной экономики, дела с исполнением ГЧП проектов обстоят еще хуже. В Эстонии все инвестированные международными вкладчиками средства при передаче водоканала в частные руки были израсходованы за два года, а возведение должной инфраструктуры не завершено и наполовину. В Израиле частные структуры, финансировавшие крупный проект в области водоснабжения под государственные гарантии, по завершении строительства установили настолько завышенные цены, что не смогли найти достаточного числа потребителей, и турецкое правительство было вынуждено выплатить несколько миллионов евро из бюджета страны.

Однако, несмотря на все трудности в реализации, государственно-частное партнерство с разной степенью интенсивности, эффективности и отраслевой направленностью динамично прогрессирует в большинстве стран мира. При этом наибольшего распространения концепция ГЧП достигла в странах с зрелой рыночной экономикой и устоявшимися клише взаимодействия государства и частного сектора. Анализ мировых тенденций в формировании и исполнении проектов ГЧП позволяет сформулировать следующий тезис: существует некая корреляция между уровнем развития страны и отраслью, которая является наиболее интересной для привлечения в нее инвестиций с помощью ГЧП. В связи с высоким уровнем социально-экономического развития стран «Большой се-

мерки» и стран, относящихся к группе «другие развитые страны», очевидна приоритетность социально значимых отраслей (здравоохранения и образования) в привлечении частных инвестиций при реализации инвестиционных проектов, что объясняется в первую очередь приоритетом развития данных отраслей, инновационной политикой указанных государств и вектором их социально-экономического развития.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Варнавский, В. Г. Государственно-частное партнерство в здравоохранении / В. Г. Варнавский. – Режим доступа: <http://ppp-lawrus.ru/publics.php?art=12>
2. Морозова, И. А. Разработка и реализация стратегии развития транспортной инфраструктуры / И. А. Морозова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008. – С. 142–159.
3. Рожкова, С. Анализ мирового опыта использования государственно-частного партнерства в различных отраслях экономики / С. Рожкова // Рынок ценных бумаг. – 2008. – № 1. – С. 50–55.
4. Deloitte: Partnerships Bulletin, The Global PPP Market 2012: статистические материалы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.deloitte.com/assets/Dcom-UnitedKingdom/Local%20Assets/Documents/Industries/uk-icp-global-ppp-market-2012-report.pdf>
5. The World Bank Group: Private Participation in Infrastructure Database: статистические материалы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ppi.worldbank.org/explore/ppi\\_exploreRankings.aspx](http://ppi.worldbank.org/explore/ppi_exploreRankings.aspx)
6. Epec: Review of the European PPP Market in 2012: статистические материалы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.eib.org/epec/resources/epec\\_market\\_update\\_2012\\_en.pdf](http://www.eib.org/epec/resources/epec_market_update_2012_en.pdf)
7. Официальный сайт отдела развития ГЧП Всемирного банка: статистические материалы [Электронный ресурс]. – [2009]. – Режим доступа: <http://ppi.worldbank.org/>
8. European PPP Expertise Centre (EPEC) [Electronic resource]: статистические материалы [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: Mode of access : <http://www.eib.org/epec/>. – P. 37.

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ: МИКРОЭКОНОМИКА – МАКРОЭКОНОМИКА – МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 330.161

*М. Л. Альпидовская, Е. С. Стомпелева*

## ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

**Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации**

В статье рассматриваются теоретические и практические вопросы организации и функционирования системы экономических интересов. Основываясь на методологии системного анализа и рассмотрении экономического интереса как общественного отношения, выделяются общие характеристики системы экономических интересов и особенности ее функционирования в современной экономике.

*Ключевые слова:* система экономических интересов, объективные экономические потребности, эффективность общественного воспроизводства.

*M. L. Alpidovskaya, E. S. Stompeleva*

## THE FOUNDATIONS OF ORGANIZATION AND OPERATION OF ECONOMIC INTERESTS SYSTEM IN A MODERN ECONOMY

**The Financial University under the Government of the Russian Federation**

In the article we research theoretical and practical organization and operation aspects of economic interests system. Based on the system analysis methodology and researching economic interests as a social relation, we offer to define general description of economic interests system and its operation in a modern economy.

*Keywords:* system of economic interests, objective economic requirements, efficiency of public reproduction.

Экономические интересы, как важнейшие мотивы хозяйственной деятельности людей, выступают неизменным и актуальным предметом научного исследования на протяжении всего развития мысли и социально-экономической системы в целом. Это связано не только со значимой ролью в хозяйственной практике и ее анализе самих экономических интересов. Познание экономических интересов хозяйствующих субъектов выступает важным этапом исследования взаимодействия людей в процессе общественного воспроизводства. Как было отмечено академиком Л. И. Абалкиным еще 40 лет назад: «Недостаточное исследование механизма использования экономических законов в значительной мере связано с недооценкой экономической наукой проблемы интересов. Наши знания о них не проникают далее обыденных представлений, нам не известны в полной мере ни их структура, ни их соподчиненность» [1, с. 192].

Актуальность проблематики экономических интересов усиливается в периоды возникнове-

ния новых объективных требований к развитию социально-экономических систем, повышению их эффективности функционирования, в том числе за счет согласованности входящих в них разнородных интересов. Однако, как отмечается в научной литературе, имеются явные признаки кризиса методологии исследования экономической наукой проблем согласования разнородных интересов, методология объяснения реальности сводится к отысканию правильного понятия оптимальности, благодаря распространенной гипотезе оптимальных механизмов невидимой руки рынка [2, с. 53–54].

В настоящее время проблема использования знаний о функционировании экономических интересов в хозяйственных системах отечественной экономики предстает на качественно более высоком уровне, в том числе в связи с обострившимися внешними экономическими факторами. Увеличилась практическая значимость использования научного подхода при целеполагании экономических систем, повышении общ-

ности экономических интересов отдельных хозяйственных агентов в целях достижения синергетических эффектов их реализации.

Однако за последние 25 лет в отечественных экономических исследованиях категории «экономический интерес» как побудительной силы экономической деятельности людей уделяется недостаточно внимания. При рассмотрении сущности экономических интересов для многих научных работ по данной проблематике характерно смешение экономического интереса с идеологическими, политическими, морально-этическими и прочими субъективными интересами, представляющими собой надстроечные отношения.

По мнению автора, следует выделить экономический интерес как особую, базисную экономическую категорию, отличную от элементов надстройки. Но объективное содержание экономических интересов не дает оснований считать их никак не связанными с сознанием человека. Реальные интересы не существуют сами по себе, абстрактно, вне тех лиц, которые выступают их носителями. Однако важно не уходить от сущности экономического интереса как политэкономической категории, рассматриваемой как общественное отношение, согласно которой экономические интересы могут проявляться лишь в экономических отношениях между несколькими субъектами.

Экономические отношения находят свое проявление не в лице отдельно взятых интересов, а лишь в общей совокупности интересов, находящихся в определенных отношениях и связях друг с другом, образующих целостность, единство, иначе говоря, систему. Понятие системы экономических интересов широко используется в научной литературе. Однако здесь необходимо отметить следующие недостатки исследований.

Во-первых, анализ системы интересов приводится, как правило, исключительно в привязке к конкретным экономическим отношениям. Предметом рассмотрения исследователей выступают отдельно взятый тип системы интересов применительно к конкретной экономике, что не позволяет уйти в исследованиях от частных и перейти на уровень рассмотрения системы интересов в качестве общей экономической категории, выявления общих признаков и принципов функционирования системы экономических интересов как особого класса явлений.

Классики экономической теории в своих исследованиях уделяли значительное внимание вопросам особенности организации и функцио-

нирования системы экономических интересов в капиталистической экономике в периоды ее становления и развития. Отечественные авторы советского периода, следуя проблематике исследования советской экономики, предметом рассмотрения ставили проблемы организации и функционирования социалистической системы экономических интересов. Работы современных экономистов посвящены системе экономических интересов в развитой рыночной экономике, рассмотрение которой в большинстве своем основывается на неоклассических теоретических основах и поведенческой парадигме объяснения экономического поведения людей.

На взгляд авторов, рассмотрение любой системы экономических интересов требует обращения исследователя прежде всего к установлению общих характеристик ее организации и функционирования как особой научной категории.

Во-вторых, несмотря на значительную совокупность обращений к исследованию системы интересов, следование системной методологии и ее принципам не является строгим, методологически выдержанным, а зачастую опора на системный анализ остается лишь в качестве декларации.

Следует рассмотреть эти вопросы более подробно.

С позиции системного подхода система экономических интересов, как и любая другая система, характеризуется прежде всего такими понятиями, как целостность, структура, связи и отношения между ее элементами [3, с. 19]. Эти характеристики выражают сущность системы, основные принципы ее организации и функционирования.

*Целостность* – одна из главных характеристик любой системы, в том числе рассматриваемой системы экономических интересов, подразумевающая принципиальную несводимость свойств системы к сумме свойств составляющих ее элементов и невыводимость из последних свойств целого, а также зависимость каждого элемента, свойства и отношения системы от его места внутри целого.

*Структурность* системы означает определенную иерархию элементов системы и возможность описания системы через определение ее структуры, то есть через установление ее элементов, существующих связей и отношений между ними, а также обусловленность поведения системы свойствами ее структуры и поведением отдельных ее элементов.

Наличие устойчивых связей и отношений между элементами системы и их свойствами является ее неотъемлемой характеристикой. Связи и отношения между элементами системы превосходят связи и отношения между элементами системы с внешними элементами. Связи и отношения позволяют функционировать различным элементам системы как единому целому, проявляя в этом взаимодействии те или иные свойства системы.

Функционирование системы интересов с позиции системного подхода характеризуются следующими ее свойствами:

1. Синергичность – однонаправленность действий (содействие) элементов системы усиливает эффективность функционирования системы, позволяет наиболее полно достичь общую цель системы.

2. Эмерджентность – цели элементов, входящих в систему, не всегда совпадают с общей целью системы.

3. Приоритетность интересов системы – устойчивость и успешность развития системы достигается в случае функционирования системы на основе приоритета общих целей системы перед целями ее элементов.

4. Мультипликативность – и позитивные, и негативные эффекты функционирования отдельных элементов системы обладают свойством умножения, а не сложения.

Следуя системному анализу и политэкономическому подходу к экономическому интересу как общественному отношению, на взгляд авторов, можно выделить следующие общие характеристики системы экономических интересов:

1) Исходя из указанного выше понятия целостности, система экономических интересов как форма проявления производственных отношений не является отражением простой суммы экономических интересов входящих в нее субъектов. Сущностная черта системы экономических интересов заключается в наличии общего экономического интереса ее элементов, содержание которого будет раскрыто ниже.

2) Система экономических интересов носит исторический характер: ее структура и содержание, связи и отношения определяются формой исторически сложившихся социально-экономических отношений. Очевидно, что структуру и сущностное содержание системы экономических интересов задают производственные отношения, отношения собственности. Исторический же характер связей и отношений между

участниками системы во многом, согласно неинституциональному экономическому подходу, определяется совокупностью как формальных, так и неформальных институтов, сформировавшихся в данной конкретной социально-экономической системе.

Отсюда можно сделать вывод об относительной стабильности структуры системы экономических интересов и ее элементов в пределах неизменности экономического положения экономических агентов в системе производственных отношений.

Таким образом, можно говорить о характерной для каждого исторического этапа развития социально-экономических отношений (в особенности способа производства или исторически сложившегося социально-экономического уклада) системы экономических интересов.

3) В основе экономических интересов субъектов системы лежат не просто цели экономической деятельности в виде конечных потребительских благ, а экономическая потребность, отражающая необходимые условия для воспроизводства конкретного экономического субъекта и их совокупности при заданных общественных производственных отношениях. То есть в основе системы экономических интересов объективные экономические потребности, не зависящие от личностных, индивидуальных потребительских предпочтений носителей интересов.

4) В своем содержании система экономических интересов включает как сами экономические цели в форме экономических потребностей, так и (возможные) способы их достижения, удовлетворения. То есть в экономических интересах субъектов системы интересов заключены и цель деятельности, и представление относительно допустимых общественных условий ее достижения в рамках имеющихся отношений. Необходимо отметить, что способы достижения экономических интересов подразумевают как возможности, так и имеющиеся ограничения действий субъекта по реализации своего экономического интереса.

5) Система экономических интересов отражает объективные связи и отношения между экономическими субъектами воспроизводства в процессе удовлетворения системы экономических потребностей. Отсюда можно сделать вывод об относительной стабильности связей и отношений элементов системы экономических интересов в пределах неизменности структуры самой системы.

6) Связи и отношения внутри системы экономических интересов находятся в диалектической взаимосвязи. С одной стороны, существует целостность элементов системы, зависимость каждого элемента от его места внутри целого и от отношений с другими элементами системы. С другой стороны, объективные противоречия отношений связаны с противоречием самих экономических интересов элементов системы с разнонаправленными целями.

7) Несмотря на указанную выше относительную стабильность системы экономических интересов, ее структуры, связей и отношений, она имеет объективную тенденцию к развитию.

Поскольку, как было указано выше, в основе системы экономических интересов лежат объективные экономические потребности, то неизбежное изменение в системе потребностей требует соответствующего изменения и в содержании системы экономических интересов.

В свою очередь лишь постоянное развитие общественных производительных сил обеспечивает удовлетворение и расширение системы экономических потребностей. А развитие производительных сил требует соответствующего развития производственных отношений, развития экономических отношений внутри системы интересов. Соответственно развитие системы экономических интересов связано с объективным развитием производительных сил и производственных отношений, выступает фактором развития для первых и формой развития последних.

Очевидно, что гармоничный рост экономических потребностей всех элементов системы экономических интересов возможен только при условии достижения стабильных темпов общего экономического роста социально-экономической системы и социально-экономической эффективности функционирования системы интересов в целом. Замедление же темпов экономического роста и развития производства затрудняет решение не только задач общего развития производительных сил, но и создает стимулы для удовлетворения возросших экономических потребностей одних субъектов системы за счет уменьшения удовлетворения потребностей других субъектов системы интересов. Уменьшаются общие показатели эффективности функционирования хозяйственных субъектов как системы интересов, обостряются противоречия между экономическими интересами субъектов производственных отношений, возникает социальная напряженность в обществе в целом.

Таким образом, экономические интересы субъектов социально-экономической системы из фактора развития превращаются в фактор сдерживания общественных производительных сил и дестабилизации экономических отношений. Это свидетельствует о необходимости регулирования процессов эффективного функционирования систем экономических интересов как на микро-, так и на макроуровне путем создания стимулов для содействия различных экономических субъектов достижению общей цели системы, которая может и не совпадать с их интересами.

При исследовании эффективности функционирования системы экономических интересов возникает вопрос, что же собой должен представлять общий экономический интерес системы. На взгляд авторов, следует разделять объективную, нормативную и институциональную целевые функции системы экономических интересов.

А) *Объективная функция* представляет собой общий интерес системы, ее участников, складывающийся из общности экономических отношений при совместной деятельности хозяйственных субъектов. Общие интересы обладают специфическими характеристиками, вытекающими из свойств целостности социально-экономических систем, а не из простого суммирования свойств ее составных частей. В этом проявляется особенность фирмы как социально-экономической системы, обладающей устойчивыми связями и взаимодействием между его элементами, объединенными совместной деятельностью.

Общие интересы существуют как взаимная обусловленность в рамках единого общественного производства. Общий интерес объективно существует и реализуется как совместная экономическая деятельность людей. Объективная целевая функция любого хозяйствующего субъекта как системы экономических интересов должна заключаться в воспроизводстве экономических благ с целью удовлетворения экономических потребностей, а, в конечно счете, в воспроизводстве национальной экономики в целом, обеспечивающем в ней экономическую эффективность и социальную справедливость.

Б) *Нормативная целевая функция* – установленная и закреплённая правовыми нормами и формальными институтами. Очевидно, что для предпринимательских субъектов она заключается в цели получения прибыли, закреплённой в законе.

ленной законодательством. Диалектика нормативной целевой функции заключается в том, что следование цели получения прибыли не всегда приводит к удовлетворению объективного общего интереса всех заинтересованных сторон хозяйствующего субъекта как системы экономических интересов.

В) *Институциональная целевая функция* представляет собой цели, закрепленные для социально-экономической системы формальными и неформальными институтами. Именно институты определяют социально-экономические требования к целям хозяйствующих субъектов как системы экономических интересов, создают институциональные условия для реализации одних и ограничения для удовлетворения других интересов.

Такой институционально закрепленный доминирующий экономический интерес определяет господствующую в экономической системе цель.

Развитые институты призваны способствовать достижению системой экономических интересов объективной целевой функции, указанной выше. Незрелость же институтов приводит к отклонению от объективной цели системы экономических интересов и создает возможности для удовлетворения одних интересов системы за счет неполной реализации других.

Чем сильнее закреплены права одних участников системы на доминированное удовлетворение своих экономических интересов, тем больше другие участники системы будут проявлять склонность к выбору стратегии конфронтации в совместной деятельности, к оппортунистическому поведению в реализации общей целевой функции системы экономических интересов. Если же права на реализацию экономического интереса недостаточно институционально защищены, то экономический субъект может изменить свое экономическое положение в системе интересов путем получения экономических выгод для себя за счет недополучения аналогичных выгод другой стороной, в том числе путем преследования личного экономического интереса с использованием коварства.

При этом на каждом этапе развития социально-экономических отношений и производительных сил должно происходить формирование соответствующей им институциональной среды, подходящей для достижения объективной целевой функции. Требования к институциональной среде повышаются в условиях эконо-

мического спада, в условиях которого вопросы ограничения действий экономических агентов в личных интересах и стимулированию следования объективной целевой функции – достижению общего интереса национальной экономики [4; 5].

Очевидно, что современной экономике нужна вовсе не конкуренция частных интересов, а стратегическая реализация общего интереса на основе приоритета общественных, а не индивидуальных целей воспроизводства.

Система интересов в отечественной экономике характеризуется противоречивостью. Нет единства в системе экономических интересов, отвечающих базовым условиям общественных воспроизводственных процессов в экономике. Рассогласованность экономических интересов собственников, менеджеров, работников предприятий приводит к конфликтам интересов внутри хозяйствующих субъектов как систем интересов и неэффективности функционирования самих предприятий. Наблюдается резкая стратификация экономических агентов в макроэкономической системе российской экономики на интересы богатых и бедных; интересы элиты и остальной части населения; интересы центра и периферии и т. п.

В отечественной экономике сохраняется высоко концентрированная структура капитала в частных компаниях, где менеджмент действует в интересах крупного акционера либо в собственных интересах. По данным исследований отечественных компаний, доля крупнейшего акционера в капитале промышленного предприятия в начале 2000-х годов составляла около 30–50 %, а удельный вес акционерных обществ с акционером, владеющим блокирующим пакетом, достигал 40–65 % от числа обследованных компаний [6, с. 85]. Исходя из этого, существующая институциональная система направлена на регулирование конфликтов, связанных с защитой интересов миноритарных акционеров, а также, в меньшей степени, с проблемой агентских отношений.

Данные, демонстрирующие склонность инвесторов к неукротимому желанию обладать контрольным участием в компаниях, наряду со свидетельствами, что крупные акционеры являются одновременно менеджерами 45,6 % обследованных акционерных обществ, позволяют говорить об отсутствии гармоничного удовлетворения экономических интересов всех заинтересованных сторон российской компании. Со-

гласно этому же исследованию, в 58,8 % российских компаний согласование управленческим персоналом ключевых решений по развитию ни с кем другим помимо основных акционеров не осуществляется, на 55,2 % компаний нет практики согласования ключевых решений по развитию бизнеса с поставщиками и покупателями [7].

Более актуальными для современного российского бизнеса становятся проблемы согласования не внутрифирменных интересов, а учет экономических интересов традиционно считавшихся внешних заинтересованных лиц, вовлеченных в систему интересов современных производственных структур, прямо и косвенно участвующих в производственном процессе.

Вместе с тем уже во второй половине XX века западными экономистами была сформулирована проблема необходимости согласования интересов не только непосредственных внутрифирменных участников производственного процесса (Р. Эдвард Фримен, Дж. Пост, Л. Престон, С. Сакс) [8–10]. Сложилась концепция, названная «теорией интересов» (теорией стейкхолдеров), рассматривающая современную компанию с акционерным капиталом как поле взаимодействия интересов множества заинтересованных лиц, их групп – стейкхолдеров. Согласно данному подходу, в число заинтересованных групп корпораций стали включать: поставщиков, покупателей, местное сообщество и органы власти. Внимание стало уделяться не только внутренним противоречиям системы экономических интересов современных компаний, но и экономическим интересам внешнего окружения производства, и общества в целом.

Правомерность такого подхода связана с существенной организационно-технологической сложностью современного производства, усилением хозяйственной взаимозависимости его элементов и их влияния на общие воспроизводственные процессы. С другой стороны, данный подход видится единственно возможным с точки зрения общественного контроля над влиянием техногенных факторов на экологическую ситуацию в мире, ценность которой для современного человечества выходит на первый план.

Современные концепции теории фирмы, основанные на системной парадигме Я. Корнаи, рассматривают ее как целостную многомерную систему, в рамках которой интегрируются ментальные, культурные, институциональные, когнитивные, технологические и поведенческие процессы, а также окружающая их среда [11; 12].

При этом, институциональная, поведенческая, ментальная, культурная и прочие подсистемы отражаются в экономических интересах агентов как мотивах их хозяйственной деятельности. Таким образом, система экономических интересов современных производственных структур представляет собой сложную социально-экономическую систему, состоящую в свою очередь из нескольких подсистем.

Вышесказанное обуславливает потребность в функционировании современных компаний на основе сбалансированной системы экономических интересов путем формирования соответствующей ей институциональной среды, при которой фирмы будут социально ответственными, эффективными с точки зрения общественного воспроизводства. Данный подход видится единственно возможным для качественно нового этапа развития российской экономики и восстановления ее воспроизводственных процессов.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Абалкин, Л. И.* Политическая экономия и экономическая политика / Л. И. Абалкин. – М.: Мысль, 1970.
2. *Полтерович, В. М.* Кризис экономической теории / В. М. Полтерович // Экономическая наука современной России. – 1998. – № 1. – С. 46–66.
3. *Философская энциклопедия* / гл. редактор Ф. В. Константинов. – М.: Советская энциклопедия, 1970. – Т. 5. – 740 с.
4. *Альпидовская, М. Л.* Естественный аттрактор экономических интересов в общественном воспроизводстве / М. Л. Альпидовская, В. И. Корняков // Развитие современной России: проблемы воспроизводства и созидания: сб. науч. тр. / под ред. Р. М. Нуреева, М. Л. Альпидовской. – М.: Финансовый университет, 2015. – С. 624–632.
5. *Альпидовская, М. Л.* Национальные экономические интересы как приоритет в программе модернизации национальной экономики / М. Л. Альпидовская, А. А. Свистич // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2011. – № 20. – С. 2–5.
6. *Долгопятова, Т. Г.* Концентрация акционерной собственности и развитие российских компаний (эмпирические свидетельства) / Т. Г. Долгопятова // Вопросы экономики. – 2007. – № 1.
7. *Долгопятова, Т. Г.* Исследование российской компании: первые итоги совместного российско-японского проекта: препринт WP1/2006/01 / Т. Г. Долгопятова, И. Ивасаки. – М.: ГУ ВШЭ, 2006.
8. *Благов, Ю. Е.* Бизнес и общество: новая парадигма исследований / Ю. Е. Благов // Российский журнал менеджмента. – 2003. – № 2. – С. 151–159.
9. *Белоусов, К. Ю.* Эволюция взглядов на роль управления заинтересованными сторонами в системе устойчивого развития компании: проблема идентификации стейкхолдеров / К. Ю. Белоусов // Проблемы современной экономики. – 2013. – № 4 (48). – С. 418–422.
10. *Петров, М. А.* Теория заинтересованных сторон: пути практического применения / М. А. Петров // Вестник СПбГУ. – Сер. 8. – 2004. – Вып. 2 (№ 16). – С. 51–68.
11. *Корнаи, Я.* Системная парадигма / Я. Корнаи // Вопросы экономики. – 2002. – № 4. – С. 4–22.
12. *Клейнер, Г. Б.* Системная парадигма и теория предприятия / Г. Б. Клейнер // Вопросы экономики. – 2002. – № 10. – С. 47–69.

УДК 330.111.62

*Д. П. Соколов***ТРАНСФОРМАЦИЯ ОТНОШЕНИЙ СОБСТВЕННОСТИ  
В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: МОБИЛИЗАЦИЯ ИЛИ АРХАИЗАЦИЯ?****Финансовый университет при Правительстве РФ**

В настоящей работе на основе категориального аппарата классической политической экономии, концепций периферийного развития и мир-системного анализа разработана модель трансформации отношений собственности в современной России с применением диалектического и синергетического методов исследования сложных систем.

В ходе исследования сделан вывод о том, что условием интенсивного развития национального хозяйства является системный выбор национально-ориентированного вектора трансформации отношений собственности через повышение взаимной ответственности ключевых субъектов социально-экономической системы – государства, бизнеса и общества – по следованию национальным интересам и ограничению частных экономических интересов.

*Ключевые слова:* собственность, отношения собственности, периферийный капитализм, интенсификация экономического роста.

*Dmitry P. Sokolov***TRANSFORMATION OF RELATIONS OF THE PROPERTY  
IN MODERN RUSSIA: MOBILIZATION OR ARCHAIZATION?****The Financial University under the Government of the Russian Federation**

In the present research on a basis of classical political economy categories, concepts of peripheral development and the world-system analysis the model of transformation of property relations in modern Russia with application of dialectic and synergetic methods of research of difficult systems is developed.

The following conclusion is drawn that the system choice of the national-focused vector of transformation of property relations through increasing mutual responsibility of key actors of social and economic system – the state, business and society – in pursuing national interests and limiting private economic interests intensifies development of a national economy.

*Keywords:* the property, property relations, peripheral capitalism, an intensification of economic growth.

Социально-экономические отношения собственности – диалектическое единство общественных отношений присвоения и отчуждения средств производства, рабочей силы и результатов труда во всех сферах общественного воспроизводства [1] – являются фундаментом любой социально-экономической системы. Когда приоритетом развития экономики становится мобилизация, на передний план выходит соответствие логики преобразования системы отношений собственности национальным интересам. Таким образом, перспективы трансформации отношений собственности в значительной степени определяют саму возможность интенсивного социально-экономического развития России.

Под трансформацией отношений собственности понимается процесс преобразования системы отношений собственности, ее элементов и связей между ними как результат воздействия внутренних источников развития и внешней среды. Состояние системы, к которому стремится та или иная система отношений собственности, предлагается обозначить вектором трансформации отношений собственности. Ис-

ходя из этого, выделено два типа трансформации: перманентная, осуществляемая в рамках выбранного вектора трансформации отношений собственности, и дискретная, в основе которой лежит смена вектора трансформации отношений собственности. Перманентная трансформация отношений собственности осуществляется исходя из экономических интересов ключевых субъектов (групп субъектов) данной социально-экономической системы. Дискретная трансформация основой своей имеет разрешение накопленных противоречий системы отношений собственности.

Социально-экономическая система Российской Федерации развивалась под действием периферийного вектора трансформации отношений собственности. Так, в результате реставрации капиталистических отношений в позднем СССР и нелиберальной экономической политики российских реформ отечественная экономика вернулась на свое историческое (конца XIX – начала XX века) место периферии глобальной капиталистической системы. В связи с этим экономику России можно условно разде-

лить на два полюса, к которым тяготеют те или иные субъекты экономических отношений и элементы институциональной структуры: 1) периферия глобальной экономики (встроенная в международное разделение труда в качестве поставщика сырья и товаров с малой до-

бавленной стоимостью, а также в качестве производственной площадки крупных компаний центра); 2) суверенная национальная экономика, выступающая конкурентом глобальной и других национальных экономик как на отечественном, так и на мировом рынках (рис. 1).

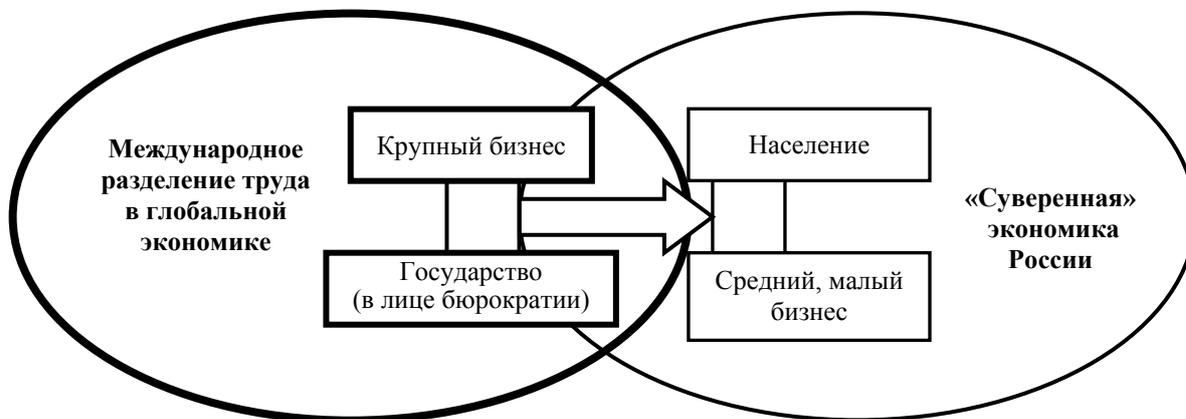


Рис. 1. Модель двухполюсного строения российской экономики в рамках центрo-периферийных отношений

Внутренняя и внешняя экономическая политика России оказалась в подчиненном положении по отношению к экономическим интересам крупного бизнеса, ориентированного на экспорт сырья и товаров с низкой добавленной стоимостью, а также аффилированной с ним части бюрократии, выступающих элементом глобальной капиталистической системы [2]. Зависимость отечественной национальной экономики от крупного бизнеса является системной, агрегирующей в себе различные группы социально-экономических отношений.

Основной составляющей системной зависимости национального хозяйства от крупного бизнеса стало рентоизвлечение в различных формах (природной, экспортной, монопольной, бюрократической). Так, формой природной ренты является горная рента, основанная на высокой цене ресурсов, право на добычу которых государство предоставляет крупным компаниям в обмен на определенные платежи в бюджет. Часть сверхдоходов корпораций переносится в бюрократическую ренту.

Бюрократическая рента представляет собой результат применения чиновником определенного ресурса, неразрывно связанного со статусом данного чиновника и являющегося следствием приватизации и монополизации властных полномочий в условиях неопределенности нормативной правовой базы. В данных отношениях преимущественное значение имеет бюрократическая рента в денежной форме, то есть

взятка, в том числе доходы от предоставления участия в спекулятивных операциях, в приватизации, а также откаты в отношении распределения государственных финансов. Бремя выплаты чиновничеству бюрократической ренты лежит на среднем и малом бизнесе и населении. В отношении крупного бизнеса бюрократическая рента представляет собой форму дележа сверхдоходами, возникшими вследствие получения монополистической или природной ренты, а также своеобразной оплаты предоставленных (и охраняемых государством) преференций крупным собственникам.

Генезис экспортной ренты заключается в понижении курса национальной валюты с целью максимизации выручки при международной торговле ресурсами. Монопольная рента возникает в результате превышения цены товара над его стоимостью, что реализуется в условиях концентрации производства тех или иных ресурсов на крупных предприятиях и соответствующего ценового диктата на рынке сырья, материалов, электроэнергии.

Примером отрасли, прибыль в которой обрывается прежде всего за счет извлечения ренты, является нефтяная промышленность. В отличие от других отраслей народного хозяйства СССР, нефтяная промышленность в ходе приватизации не была раздроблена по функциональному признаку, ее разделение произошло по территориальному признаку. В результате этого был сформирован ряд концернов полного

цикла добычи, переработки, транспортировки сырья и продуктов, крупнейший из которых («Роснефть») находится в настоящее время под контролем государства. Стоит отметить, что нефтегазовая отрасль обеспечивает 47 % доходов федерального бюджета (по итогам 2014 г. [3]), однако определенная часть ренты поглощается самими нефтяными компаниями в результате оптимизации налогообложения, заниженных цен внутрикорпоративных сделок, завышения себестоимости продукции (заработная плата, административные расходы). Вместе с тем российская нефтедобыча является одной из самых грязных в мире, а нефтепереработка осуществляется преимущественно первичная.

Изъятие ренты из национального хозяйства препятствует накоплению капитала, необходимого для его модернизации: средства направляются не на внутренние инвестиции (как могли бы), а перетекают в страны капиталистического центра – непосредственно в форме оттока капитала и опосредованно через оплату высокотехнологичного импорта или зарубежных услуг (туризм, образование, здравоохранение). Сфера национального хозяйства отчуждается от средств к технологическому развитию, а крупный бизнес оказывается лишенным стимулов к нему, в результате чего деградируют институты такого развития: прикладная и фундаментальная наука, опытные производства, сфера воспроизводства человеческого потенциала. Особенно пострадала в результате либеральной экономической политики 1990–2000-х гг. сфера науки: единая разветвленная система образования, науки, опытного производства и промышленного производства оказалась раздробленной, в результате отсутствия финансирования практически полностью утрачена прикладная наука, судьба частично сохранившейся фундаментальной науки находится в подвешенном состоянии в результате последних реформ Российской академии наук. При этом именно сфера науки носит первостепенное значение при необходимости вступления экономики в VI технологический уклад. Отсутствие заинтересованности крупного бизнеса и институциональные препоны в технологическом развитии среднего бизнеса (за редким исключением) приводят к игнорированию научно-технического развития отечественной экономики и к утрате институтов такого развития.

Рентоизвлечение как основа сверхприбыли становится причиной конкурентного давления

со стороны кризиса безотносительно поставки сырья и материалов, сугубо за счет повышенной нормы прибыли в среднем по экономике, под которую подстраиваются рыночные цены на товары и услуги, процентные ставки по кредитам и займам. Это обстоятельство приводит к завышению себестоимости продукции национального хозяйства, конкурирующей с продукцией международного разделения труда и иных национальных экономик. Ярким примером является функционирование отечественного сельского хозяйства: в условиях вступления России во Всемирную торговую организацию отечественный производитель оказывается неконкурентоспособным ввиду как большей государственной поддержки в европейских странах, так и высокой себестоимости отечественной продукции (прежде всего за счет затрат на горюче-смазочные материалы и электроэнергию при отсутствии дешевых кредитов). Результатом является чрезмерная доля импорта сельскохозяйственной продукции (четырёхкратное превышение импорта над экспортом).

Стоит отметить, что преимущественное положение крупного бизнеса в отечественной социально-экономической системе, а также связанные с этим негативные явления получают и институциональное оформление в виде государственной налоговой, социальной, внешнеэкономической политики.

Исходя из вышеперечисленного, второй полюс экономики России, собственно национальное хозяйство, претерпевает структурную деградацию – сокращение производства реального сектора и сужение воспроизводства человеческого потенциала, а следовательно, и постепенную утрату источников возможного интенсивного развития.

Объектом вывоза в капиталистическую систему являются преимущественно невозобновляемые ресурсы. В добывающих отраслях остается высоким процент износа основных фондов, не совершенствуются технологии добычи и сокращаются запасы в результате превышения объемов добычи над объемами ресурсов, разведанных геологоразведочными службами. Деградация национальной экономики и отсутствие стимулов к развитию крупного бизнеса приводят к сокращению источников ренты для крупного бизнеса и связанной с ним части бюрократии, что станет причиной усиления экономического давления на национальное хозяйство (в виде ужесточения налоговой политики,

ценовой политики на сырье и горюче-смазочные материалы и т. п.). Долгосрочной перспективой действия периферийного вектора трансформации отношений собственности в России является либо отложенная смена вектора трансформации отношений собственности на национально-ориентированный, либо утрата суверенитета отечественной экономики и государства в целом, падение уровня жизни населения и другие негативные социально-экономические потрясения.

Однако продолжением следования периферийному вектору варианты трансформации отношений собственности в современной России не исчерпываются. Периферийный капитализм (а также докапиталистические формы экономической зависимости) не являются характерной чертой отечественной социально-экономической системы, исторически обособленной и самостоятельной. К тому же мировая капиталистическая система, в которую Россия включается на протяжении последних 30 лет (начиная с повышения роли экспорта полезных ископаемых в позднем СССР), имеет ряд внутренних противоречий, реализация которых способна изменить вектор трансформации. Эти противоречия выступают в качестве внешних факторов трансформации отечественной системы отношений собственности.

Внешние факторы можно разделить на геоэкономические и геополитические, причем последние выступают скорее как концентрированное выражение геоэкономических, заключающихся в кризисном состоянии мировой капиталистической системы. Способом существования капиталистической системы является расширение, появление новых рынков сбыта, новых источников средств для обеспечения оттока капитала с периферии к ключевым игрокам центра. Основной составляющей системного кризиса капитализма является достижение пределов расширения системы: территориальная экспансия и уничтожение альтернативных систем разделения труда (в котле Второй мировой войны и в результате распада СССР) в совокупности с глубокой товаризацией социально-экономических отношений и финансированием. Нестабильность глобальной капиталистической системы, составной частью которой является значимая часть отечественной экономики, обуславливает необходимость развития национальной экономики, то есть воссоздания альтернативной региональной системы разде-

ления труда для минимизации рисков системного кризиса капитализма. Важным шагом на пути создания региональной системы разделения труда с Россией в качестве ядра стало подписание 29 мая 2014 года в Астане Договора о Евразийском экономическом союзе.

Создание Евразийского экономического сообщества и его эволюция в Евразийский экономический союз к 1 января 2015 года далеко не учитывает перспективы регионализации мировой экономики и предусматривает создание крупного регионального объединения с Россией во главе. Самостоятельность такого объединения обеспечивается за счет замыкания в его пределах определенной доли цепочек добавленной стоимости в наиболее прибыльных отраслях, а также посредством превышения суммарным притоком капитала в региональную систему разделения труда его суммарного оттока. Однако ЕАЭС как полноценная региональная система разделения труда возможен лишь при системной модернизации экономики России и ее выходе на фазу роста VI технологического уклада.

На сегодняшний день страны Центральной Азии (в том числе и Казахстан) более заинтересованы в экономическом сотрудничестве с Китаем, что находит отражение в заключении новых соглашений между Китаем и, в частности, Казахстаном, о свободной торговле и совместных инфраструктурных и энергетических проектах. В то же время Белоруссия находится в орбите «Восточного партнерства», и между РФ и РБ восстановлена таможенная граница в результате действия санкционной политики на продукты питания. Как следствие, возникает угроза поглощения ЕАЭС с Россией во главе более развитой технологической зоной, что влечет за собой воспроизводство периферийных отношений зависимости, но уже на региональном уровне.

Глобальные противоречия и порожденные ими кризисы приводят к обострению геополитической ситуации прежде всего на Ближнем Востоке и на территориях бывшего советского экономического влияния. Последние события на Украине также во многом обусловлены противоречиями глобального капитализма и особенностями периферийного капитализма на постсоветском пространстве. Применительно к России геополитические угрозы становятся причиной доминирования (над частными интересами максимизации прибыли – основы периферий-

ного вектора развития) национальных интересов в части обеспечения национальной безопасности и обороноспособности.

Ключевым звеном обороноспособности государства является конкурентоспособное вооружение, для оснащения армии которым требуется высокий уровень развития различных отраслей промышленности. Военно-промышленный комплекс является технологической и промышленной вершиной народного хозяйства. В условиях кризисного состояния отечественной обрабатывающей промышленности в целом на передний план выходит необходимость обеспечения производственной базы для обеспечения нужд ВПК, что подразумевает в первую очередь производство средств производства. Вместе с тем базисом для расширенного воспроизводства военно-промышленного комплекса (а значит, и целого ряда высокотехнологичных отраслей хозяйства) выступают два ключевых элемента: производство кадрово-технологического потенциала (сфера образования и науки) и ресурсное обеспечение.

Внешние факторы являются средой, в которой осуществляется процесс трансформации отношений собственности, подчиненный логике собственного развития, основанной на диалектическом единстве частных (личных) и общественных экономических интересов субъектов отношений собственности. Источником развития является противоречие между национальным хозяйством и крупным бизнесом в связи с бюрократией. Механизмом развития является переход количественных изменений в качественные: количественное возрастание противоречий в отечественном хозяйстве, приводящее к выходу системы за пределы меры. В терминах синергетики момент достижения

меры – состояние разветвления векторов трансформации, точка бифуркации системы.

Постбифуркационное развитие может иметь два ключевых вектора: усугубление деградации (периферийный вектор развития) и интенсивное развитие (национально-ориентированный вектор) (рис. 2). Периферийный вектор развития может быть осуществлен как в рамках глобальной экономики, так и в пределах региональных систем разделения труда (вероятнее всего, китайской). Национально-ориентированный вектор предполагает ограничение частного (личного) присвоения в угоду реализации общественных интересов комплексного развития и обеспечения национальной безопасности. На выбор пути развития (определяющего аттрактора внутри системы) воздействуют следующие факторы: единство и борьба разноуровневых интересов; внешняя среда трансформации; роль личности в общественных процессах; случайные факторы. Согласно логике диалектического развития, на направление развития указывает действие закона отрицания отрицания. Российской системе собственности на протяжении всей истории было присуще значительное общественное начало, являвшееся становым хребтом отечественной экономики (общины, артели, колхозы, трудовые коллективы). Оно было разрушено в ходе рыночных преобразований и насаждения индивидуализма, ставшим отрицанием общественного хозяйствования. Следовательно, можно говорить об отрицании отрицания хозяйствования на основе коллективов разных уровней, а значит, о возвращении к нему в иной форме на новом витке развития производственных отношений и под воздействием новых внешних и внутренних угроз и предпосылок.

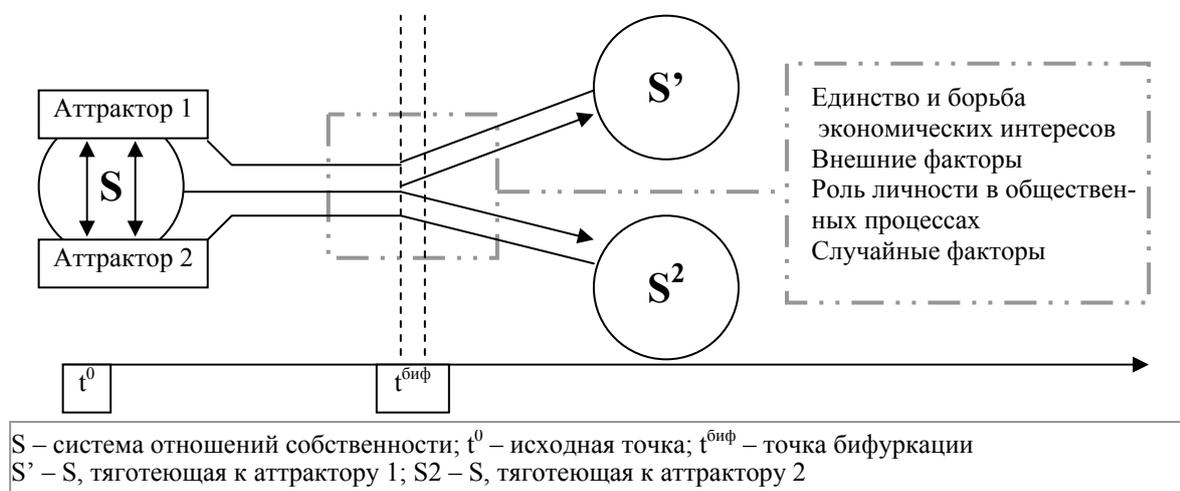


Рис. 2. Модель трансформации отношений собственности в современной России

Частная собственность в ее современном виде не может быть источником изменений. Частная собственность как предоставление ограниченному числу лиц действовать в своих личных экономических интересах несовместима со значительными объемами национального богатства, природного или созданного ранее общественным трудом, при отсутствии какого-либо контроля за результатами деятельности. Новый собственник, так называемый «эффективный частный собственник», действует исходя из своих личных представлений об эффективности: нетрудовое происхождение собственности запускает механизм максимизации прибыли не столько от расширения производства, сколько от текущей производственной деятельности предприятий.

Основной импульс позитивного развития предполагается исходящим из двух других ключевых субъектов экономики: государства (в лице национально-ориентированной бюрократии) и общества путем воссоздания утраченного в последние четверть века механизма ответственности применительно к ключевым субъектам социально-экономической системы: государству, бизнесу и обществу. Определяющее значение имеет ответственность государства в обеспечении как внешнего контроля (преимущественно финансового), так и внутреннего (предполагающего соответствие государственной политики и характеру ее реализации национальным интересам России).

В качестве повышения ответственности бизнеса предполагается исключение коррупционной составляющей контроля за хозяйственной деятельностью, ценовое регулирование производителей сырья, развитие стратегических отраслей на основе частно-государственного партнерства и борьба с оттоком капитала за рубеж в пользу реинвестирования на территории России.

Ответственность российского общества заключается в развитии общественного контроля и общественной инициативы с целью интенсификации процессов хозяйственной трансформации. Процессы внедрения институтов ответственности подразумевают ограничение частной собственности (в первую очередь крупной экспортноориентированной и связанной с ней бюрократии) со стороны государства, общества и национально-ориентированного бизнеса (посредством общественных институтов). Цель ограничения – приведение интересов частных собственников, а также топ-менеджмента пред-

приятий к национальным интересам, то есть движение в сторону общественного начала в отечественной экономике.

Ближайшей альтернативой современной частной собственности в России является замена ее монопольного положения в системе экономических интересов (с учетом определенного сращения с бюрократическим аппаратом) своеобразным триумvirатом национально-ориентированного бизнеса, государства и общества – создание институциональной среды соответствия частнособственнических интересов интересам национальным. Первоочередными задачами такого триумvirата является изменение отношений присвоения в сфере топливно-энергетического комплекса и добычи полезных ископаемых в части распределения произведенного продукта, большей частью являющего собой национальное достояние, а значит, должно идти на нужды развития национальной экономики: обрабатывающей промышленности и сферы воспроизводства человеческого капитала.

Национально-ориентированный вектор трансформации отношений собственности предусматривает ограничение частного присвоения в угоду расширения общественного и трудового присвоения на микро-, макро-, мезоуровне социально-экономической системы России. Справедливое распределение и перераспределение становится драйвером развития национального хозяйства, имеющего значительный потенциал роста. Следствием является отказ от периферийной зависимости в угоду создания региональной системы разделения труда с Россией в качестве научно-технологического и интеграционного стержня.

Несмотря на внешнюю и внутреннюю предрасположенность отечественной системы отношений собственности к развитию общественного присвоения, такая трансформация является лишь одним из четырех вариантов развития. Следование по пути частной собственности как основы производственных отношений сопряжено с периферийной зависимостью либо в рамках капиталистической системы, либо относительно региональных систем разделения труда (например, китайской).

Общественная собственность как основа производственных отношений также предполагает два варианта развития. Первый вариант (наиболее вероятный) предполагает существование коллективного субъекта отношений общенациональной собственности в лице бюро-

кратии – такая система тяготеет к реставрации частно-собственнических отношений. Второй вариант, наиболее трудоемкий в реализации и поддержании, предполагает подлинно общенациональное присвоение при обеспечении механизмов контроля за соответствием личных интересов бюрократии общественным интересам. При недостаточном контроле (системном или общественном) общественное присвоение вырождается в коллективное присвоение правящей элитой общественной собственности, которое устремляется, в свою очередь, к установлению частного присвоения как господствующей формы собственности (что и произошло в СССР с уничтожением контроля за классовым состоянием элиты).

При этом периферийный вариант развития общественного воспроизводства приведет к зна-

чительным издержкам в части утраты национального богатства и государственного суверенитета и представляет собой отложенный вариант реализации национально-ориентированного вектора трансформации отношений собственности, ведущего к ограничению частного (личного) присвоения в пользу присвоения общественного (трудового).

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Соколов, Д. П. Эволюция системы взглядов на сущность отношений собственности / Д. П. Соколов // Философия хозяйства. – 2013. – № 2 (86). – С. 144–152.
2. Альпидовская, М. Л. Содержание и тенденции преобразований отношений собственности в современной России / М. Л. Альпидовская, Д. П. Соколов // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2014. – № 2 (239). – С. 20–32.
3. Федеральный закон от 05.10.2015 №276-ФЗ «Об исполнении федерального бюджета за 2014 год».

УДК330.342

*О. И. Конторович*

### РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Статья посвящена рассмотрению роли интеллектуального капитала в процессе осуществления инновационной деятельности промышленных предприятий и влияния их в целом на становление экономики знаний. На фоне вызовов современной эпохи и реальном состоянии экономики России возрастает актуальность перехода ее к новому технологическому укладу, что невозможно без формирования экономики знаний. Основной целью исследования является выявление наиболее важных ресурсов формирования экономики знаний, к числу которых в первую очередь относятся человеческий и интеллектуальный капитал.

*Ключевые слова:* экономика знаний, информационное общество, инновации, инновационная деятельность, человеческий капитал, интеллектуальный капитал.

*O. I. Kontorovich*

### ROLE OF INTELLECTUAL CAPITAL IN THE IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE ACTIVITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES AND ESTABLISHMENT OF KNOWLEDGE ECONOMY

The Financial University under the Government of the Russian Federation

Article is devoted to consideration of a role of the intellectual capital in the course of implementation of innovative activity of the industrial enterprises and their influence in general on formation of economy of knowledge. Against calls of a modern era and real state of the economy of Russia relevance of formation of economy of knowledge increases. A main objective of research is identification of the most important resources, namely the human capital and the intellectual capital forming economy of knowledge.

*Keywords:* knowledge economy, information society, innovations, innovation activity, human capital, intellectual capital.

Развитие глобальной мировой социально-экономической системы носит циклический характер. Цикличность как объективная закономерность по своей природе весьма многогранная. Можно выделить множество циклов: аграр-

ные, финансово-экономические, промышленные, строительные, демографические и т. д. Любые циклы характеризуются своей продолжительностью. Циклы при определенной длительности колебаний могут перерасти в кризисы.

Мировой кризис, начавшийся в 2008 году, можно назвать системным, связанным с трансформацией многих общественных и экономических процессов. Экономика осуществила переход от индустриального общества к информационному.

В настоящее время нет почти ни одного сектора и субъекта хозяйствования в экономике, которых не затронули бы качественные изменения, связанные с новыми условиями развития информационного общества. Стержнем данного типа общества являются накопленные

знания, их приращение и усовершенствование, что невозможно без формирования интеллектуального капитала. Интеллектуальный капитал в настоящее время является основой развития всей экономической системы, основанной на новом инновационном технологическом укладе. На уровне предприятия интеллектуальный капитал играет ключевую роль в повышении производительности труда и росте стоимости компании [1]. На рис. 1 представлена структура интеллектуального капитала.

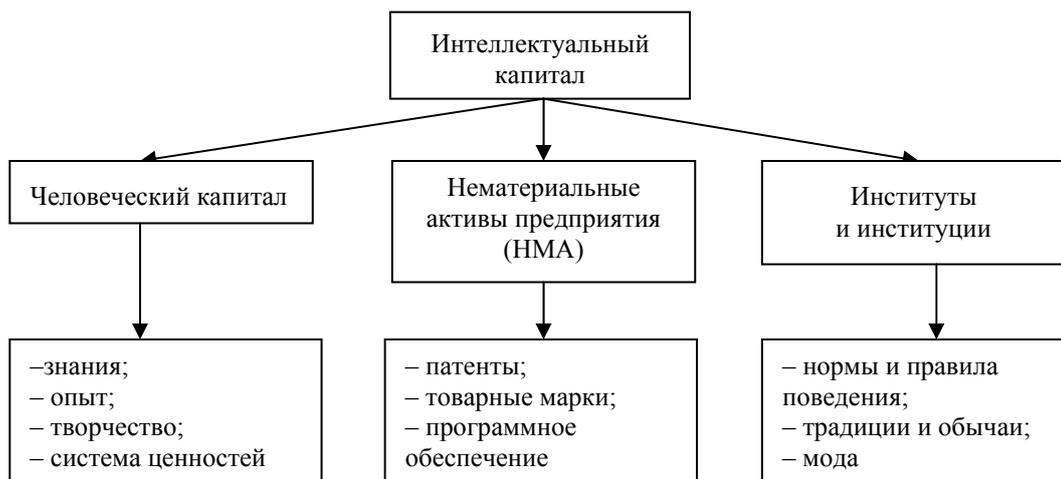


Рис. 1. Структура интеллектуального капитала

Источники: составлено автором.

Таким образом, к интеллектуальному капиталу относятся: человеческий капитал, нематериальные активы предприятия (НМА), институты и институты.

В настоящее время предприятия как хозяйствующие субъекты производят не только товары и услуги, но и знания, которые очень часто имеют большую ценность, чем материальные активы (рис. 2).

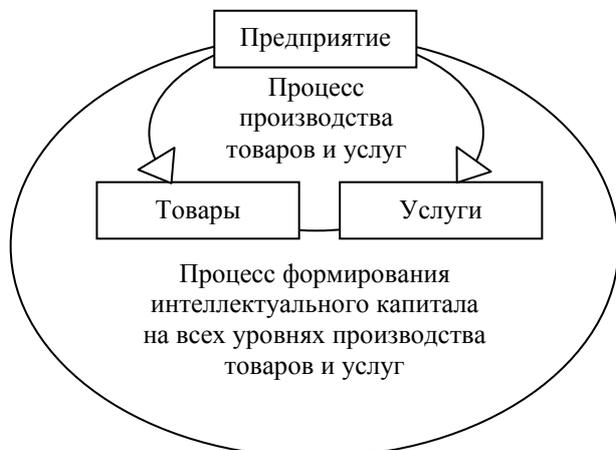


Рис. 2. Результат деятельности предприятий

Источники: составлено автором.

Та часть интеллектуального капитала, которая формируется в результате производственной деятельности предприятия, образует инновации. Именно инновации играют доминирующую роль в экономике знаний, что позволяет в широком смысле понимать ее как инновационную экономику. Кроме того, появление в результате производственной деятельности в секторе реальной экономики различных инициатив, как со стороны самих участников экономических процессов, так и государства, направленных на поощрение инновационной активности, свидетельствует о новом понимании того, как следует модернизировать национальную экономику и сделать ее более конкурентоспособной как на внутреннем, так и на глобальном рынках.

Наглядным примером этого можно считать создание в феврале 2011 года Правительством РФ и научным сообществом на базе НИУ ВШЭ и РАНХиГС экспертных групп по самым разным направлениям социально-экономического развития страны до 2020 года – «Стратегия 2020», в число которых вошли меры по переходу от стимулирования инноваций к росту на их основе [7]. Стратегия акцентирует внимание на том,

что развитие инновационных процессов в России находится на низком уровне, несмотря на определенный потенциал в сфере человеческого капитала и научных достижений.

Успешное функционирование и дальнейшее процветание промышленных предприятий в современных экономических условиях напрямую зависит от их инновационной активности. По данным Федеральной службы государственной статистики, доля инновационных товаров, работ и услуг, в общем объеме отгруженных организациями промышленного производства в России в 2014 году, составляет 8,2 % [8]. Одновременно доля организаций, осуществляющих технологические инновации, представляет всего 9,9 % от общего числа организаций. В 2013 году удельный вес организаций, осуществляющих технологические, маркетинговые или организационные инновации, в Германии составил 79,3 %, в Канаде – 66,8 %, в Италии – 56,3 %, во Франции – 53,5 % в общем числе организаций [2, с. 58] (рис. 3).



Рис. 3. Процентное соотношение организаций, осуществляющих технологические, маркетинговые и организационные инновации в РФ в 2014 г.

Все виды инноваций тесно взаимосвязаны и играют существенную роль в развитии производственных сил и повышении эффективности производства. Промышленные предприятия все больше склонны рассматривать внедрение инноваций как один из самых главных способов повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции, достижения и поддержания высоких темпов развития и уровня доходности. С 2010 года показатель удельного веса организаций, осуществляющих именно технологические инновации, постепенно рос с начальной отметки в 7,9 % и пиком в 2012 году – 9,1 %. Новые технологии для промышленности предстают в качестве вспомогательного материала для использования их в производстве продукции. Темпы роста инновационной активности в России оставляет желать лучшего, по сравнению с закономерностями развития рыночной экономики в индустриальных странах, занимающих лидирующие позиции в мировой экономике.

Серьезным барьером для организации продуктивной инновационной деятельности на промышленных предприятиях является высокие капиталовложения на финансирование самого процесса обновления. Структура затрат на технологические инновации в России в 2014 году состояла практически на 45 % из затрат на исследование и разработку новых продуктов, услуг и методов производства; на 35 % из затрат на приобретение машин и оборудования, связанных с техническими инновациями; и всего лишь на 0,12 % из денежных средств, вложенных в обучение и подготовку персонала, связанных с инновациями [5]. В таблице представлены и другие составляющие затрат.

**Структура затрат на технологические инновации организаций по видам инновационной деятельности в РФ в 2014 году [8]**

Элемент затрат	Размер от общего объема затрат, %
1. Производственное проектирование, дизайн и другие разработки (не связанные с научными исследованиями и разработками) новых продуктов, услуг и методов их производства (передачи), новых производственных процессов	5,98
2. Приобретение новых технологий	1,63
3. Патенты, лицензии на использование изобретений, промышленных образцов, полезных моделей	0,58
4. Приобретение программных средств	1,05
5. Другие виды подготовки производства для выпуска новых продуктов, внедрения новых услуг или методов их производства (передачи)	7,22
6. Маркетинговые исследования	0,1
7. Прочие затраты на технологические инновации	6,05

По данным статистического сборника Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», в 2013 году размер

внутренних затрат на исследования и разработки в России составил 38 829,5 миллиона долларов США, что в три раза меньше, чем в Германии,

в 4 раза, чем в Японии, в 8 раз, чем в Республике Корея и в 11 раз, чем в США [2, с. 29].

По мнению автора, именно столь малый вклад в человеческую составляющую в осуществление инновационной деятельности является прямым доказательством ее не эффективности. Интеллектуальный капитал является жизненно важным активом для любой организации и позволяет ей быть инновационной за счет зна-

ний, опыта и навыков ее сотрудников. Сюда следует так же отнести мотивацию со стороны высшего руководства к осуществлению стратегической и инновационной деятельности.

Трудовые ресурсы, занятые в сфере науки и техники, могут быть использованы как индикатор развитости экономики, основанной на знаниях, и ее потенциала к инновациям непосредственно в сфере производства (рис. 4).

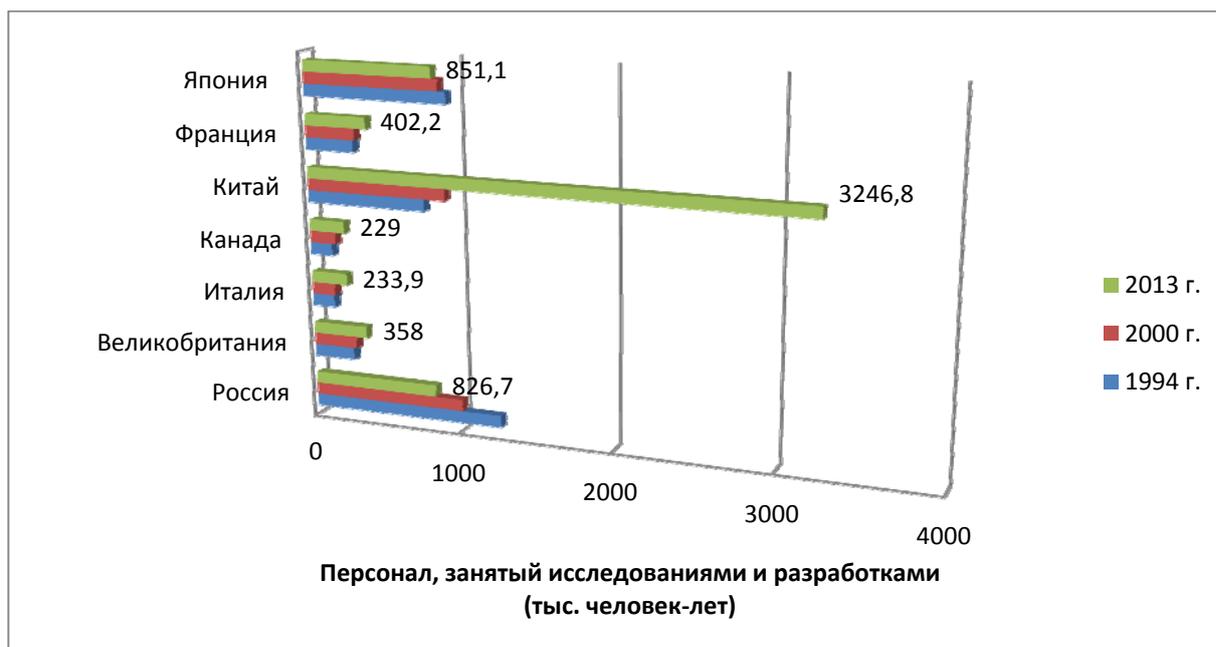


Рис. 4. Динамика изменений численности персонала, занятого исследованиями и разработками, по странам в период с 1994 по 2013 г. с интервалами [2, с. 18]

На рисунке наглядно представлено падение численности сотрудников, занимающихся НИОКР, в России на 437 тыс. человек-лет в период с 1994 по 2013 г. Данная тенденция в меньшей степени характерна для Японии, так как все остальные страны показывают умеренный рост за эти годы и Китай резкое, в трехкратном размере, приумножение за последние три года исследования.

Существует значительное количество различных систем рейтингов, индексов и индикаторов, которые используются для сопоставления различных стран мира по эффективности формирования в них информационного общества и экономики знаний. В целом, Россия занимает 84 место среди 140 стран мира, по данным индекса Глобальной конкурентоспособности 2015–2016 гг. по показателю потенциала страны к инновациям [3]. На 10-м месте самых потенциальных к инновациям странах расположилась Великобритания, Япония занимает

14-е место, Франция – 20-е, Италия – 37-е и Китай – 49-е. Лидерство в мире принадлежит Швейцарии как самой конкурентоспособной национальной экономике и наиболее инновационно-способной стране. По данным Глобального инновационного индекса, показателями которого являются наличие инновационного потенциала в стране и условия для его воплощения, позволяющие успешно развивать национальную экономику в той или иной стране, Россия в 2015 году занимает 48-е место из 141 страны и 60-е место в отдельной категории «Индекс эффективности инноваций» [4].

Можно утверждать, что Россия находится на этапе становления создания пространства для разработки инноваций. Существует необходимость активизации деятельности российских промышленных предприятий по получению, созданию и экономическому использованию новых знаний с формированием интеллектуального капитала как мягкой основы для их

развития [6, с. 36]. Однако не стоит недооценивать способности России в развитии и накоплении интеллектуального капитала и формировании экономики знаний.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Федотова, М. А. Оценка человеческого капитала в инновационной деятельности / М. А. Федотова, О. В. Лосева, В. А. Дресвянников, Ю. М. Цыгалов. – М.: Финансовый университет при Правительстве РФ, 2014. – 233 с.
2. Наука. Инновации. Информационное общество: 2014: краткий статистический сборник. – М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2014. – 80 с.
3. The Global Competitiveness Report 2015-2016: full data edition [Электронный ресурс]. The World Economic Forum. – 2015. – Режим доступа: [http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global\\_Competitiveness\\_Report\\_2015-2016.pdf](http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf)
4. Cornell University, INSEAD, and WIPO (2015): The Global Innovation Index 2015: Effective Innovation Policies for Development, Fontainebleau, Ithaca, and Geneva [Электронный ресурс] / Geneva, Switzerland: World Intellectual Property Organization. – 2015. – Режим доступа: <https://www.globalinnovationindex.org/content/page/gii-full-report-2015/>
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>;
6. Дресвянников, В. А. Концепция развития организаций на основе теории интеллектуального капитала / В. А. Дресвянников // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2015. – № 1 (123). – С. 36–41.
7. <http://strategy2020.rian.ru/news/20120314/366267326.html>
8. [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/science\\_and\\_innovations/science/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/#)

# ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ: МЕНЕДЖМЕНТ – МАРКЕТИНГ – ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 338.242.2

*И. А. Морозова<sup>1</sup>, М. В. Глазова<sup>2</sup>*

## КАЧЕСТВО УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ БИЗНЕС-СТРУКТУР

<sup>1</sup>Волгоградский государственный технический университет  
<sup>2</sup>ООО «ЛУКОЙЛ-ЭНЕРГОСЕТИ»

Устойчивое ведение бизнеса является новой радикальной парадигмой, которая обеспечивает стратегическое развитие бизнеса с учетом потребностей не только современного общества, но и будущих поколений. Концепция устойчивого развития предпринимательских структур требует эффективной гармонизации трех аспектов ведения бизнеса: экологических, экономических и социальных, что значительно усложняет процесс принятий управленческих решений и усиливает ответственность менеджмента компаний. Статья посвящена проблемам учета совокупности экономических, экологических и социальных показателей при принятии управленческих решений.

*Ключевые слова:* управленческие решения, устойчивое развитие, экологический менеджмент, социально-ответственный бизнес, социальные индикаторы.

*I. A. Morozova<sup>1</sup>, M. V. Glazova<sup>2</sup>*

## THE QUALITY OF MANAGEMENT SOLUTIONS AND SUSTAINABLE BUSINESSES

<sup>1</sup>Volgograd State Technical University  
<sup>2</sup>LLC "LUKOIL-ENERGOSETY"

Sustainable business is new, "radical" paradigm, which provides strategic business development to meet the needs not only of modern society, but also of future generations. The concept of sustainable development of enterprise structures requires an effective harmonization of the three aspects of business: environmental, economic and social, which greatly complicates the process of management decision-making and strengthens the responsibility of management companies. The article is devoted to the problems of aggregate economic, environmental and social indicators in management decisions.

*Keywords:* management solutions, sustainable development, environmental management, socially responsible business, social indicators.

В начале XX века в связи с запуском конвейерного производства произошел колоссальный скачок в промышленном производстве. На протяжении следующих нескольких десятилетий индустриальные державы наращивали объемы производства, нанося непоправимый ущерб экологической ситуации, пока не стало очевидным противоречие интересов промышленности и сохранения окружающей среды.

Кислотные дожди, засухи, наводнения и эрозия почвы – это ряд экологических последствий последних десятилетий. Хотя экономический рост, безусловно, способствует повышению уровня и качества жизни населения, у него есть

естественный предел, обусловленный определенным биофизическим пределом – ограниченной способностью природы поддерживать жизнь человека.

Чтобы полностью не отказываться от экономического роста, были предприняты активные меры по уравниванию интересов ведения бизнеса и защиты окружающей среды. С конца 1990-х годов, компании начали систематически учитывать экологические проблемы в различных аспектах предпринимательской деятельности, к примеру, при разработке дизайна продукции, разработке стратегий ее реализации и утилизации и т. д. [14].

В 2000 году Международная организация по стандартизации (ИСО) опубликовала ISO 14001 – стандарт экологического менеджмента, основная цель которого заключалась в предоставлении помощи всем видам организаций в разработке и внедрении системы защиты окружающей среды путем систематического проведения экологической политики [2].

После этого количество организаций, организующих свою деятельность на основе ISO 14001, по всему миру быстро увеличилось с 129031 в декабре 2000 года до 13368 в декабре 2006 года. Это способствовало обновлению данного стандарта [3]. Однако для решения усиливающихся экологических проблем предприятия должны пойти еще дальше, чем внедрение системы экологического менеджмента и полностью интегрировать все компоненты устойчивого развития в новый способ ведения бизнеса.

По мере распространения идеи экологически ответственного бизнеса росло число и увеличивалось разнообразие заинтересованных сторон, таких как правительство, «зеленые» потребители, и «зеленые» инвесторы, которые также мотивируют предприятия на включение в свои системы управления идею защиты окружающей среды в свою деловую практику и концепцию устойчивого развития в процесс принятия решений.

В связи с этим возникла объективная потребность в реализации практики устойчивого ведения бизнеса для удовлетворения этих потребностей заинтересованных сторон в области корпоративной экологической ответственности. Для эффективного внедрения методов устойчивого бизнеса предприятиям необходимо знать и учитывать в своей деятельности различные показатели устойчивости бизнеса.

В настоящее время единого определения устойчивого бизнеса не существует, что является серьезной проблемой, так как определение является фундаментальным инструментом для проведения организационной политики и реализации действий в данной области. Предлагается рассмотреть некоторые из существующих определений.

Фундаментальные основы понятийного аппарата управления устойчивым развитием предпринимательских структур были заложены Эвергрин групп (Evergreen Group) в 2008 г., ко-

торая определила устойчиво развивающийся бизнес как тот, который проводит экологически чистые бизнес-процессы без негативных экологических последствий, связанных с производственной деятельностью, продукцией и услугами [5].

Sustainable business.Com в 2009 г. дала следующее определение: «устойчивый бизнес – это бизнес, который способствует установлению и успешному функционированию справедливой и экологически устойчивой экономики» [10]. На основании этих примеров определений устойчивого бизнеса можно сделать вывод, что идея устойчивого развития бизнеса предлагает производство таких товаров и услуг, которые удовлетворяют потребности общества, одновременно способствуя обеспечению благосостояния жителей всей земли.

Устойчивое ведение бизнеса является новой радикальной парадигмой, которая рассматривает экологические, социальные и экономические последствия таким образом, чтобы идти на компромисс потребностям будущих поколений. Концепция устойчивого развития предпринимательских структур требует эффективной гармонизации трех аспектов ведения бизнеса: экологических, экономических и социальных.

Экологические аспекты состоят из экологических воздействий, связанных с различными видами деятельности, производством продукции и оказанием услуг организацией. Эти экологические показатели должны быть определены на всех этапах полного жизненного цикла организации, потому что они используются для отслеживания влияния деятельности предприятия на окружающую среду и необходимы для разработки и своевременной корректировки экологической политики и информирования общественности.

Примерами экологических индикаторов являются объем потребления энергии и воды, загрязнение воздуха, выбросы твердых и опасных отходов производства и т. д. В 2011 г. отделом исследований окружающей среды SUNY College of Environmental and Science and Forestry (США) было проведено исследование, направленное на выделение различных индикаторов устойчивости предприятий и анализ статистики их отражения в корпоративных отчетах американских предприятий. Информация по экологическим индикаторам приведена в табл. 1.

Таблица 1

**Виды экологических индикаторов устойчивости предприятий и статистика их отражения в корпоративных отчетах [8]**

Индикаторы	Отражение в корпоративных отчетах, % предприятий	
	отражают	не отражают
Общее количество используемой воды	26	74
Сумма использованных материалов для упаковки	21	79
Объем используемых в производстве материалов	23	77
Объем использования возобновляемых ресурсов	33	67
Объем использования невозобновляемых ресурсов	20	80
Количество повторно использованных материалов	12	88
Использование возобновляемых источников энергии	27	73
Использование невозобновляемых источников энергии	31	69
Объем выбросов в атмосферу (SO <sub>x</sub> , NO <sub>x</sub> )	35	65
Общая сумма твердых отходов	20	80
Общая сумма опасных отходов	10	90
Общее количество экологических нарушений	7	93

Экономические аспекты включают в себя экономические ценности организации и производительность, которые объясняются экономическими показателями. Экономика обеспечивает решения и методы инвестирования в защиту окружающей среды и сохранение природных

ресурсов общества. Примерами экономических индикаторов устойчивости бизнеса являются годовая прибыль и объем продаж, объем инвестиций в охрану окружающей среды, штрафы, инвестиции в основной капитал, стоимость акций или годовые отчеты и т. д. (табл. 2).

Таблица 2

**Виды экономических индикаторов устойчивости предприятий и статистика их отражения в корпоративных отчетах [8]**

Индикаторы	Отражение в корпоративных отчетах, % предприятий	
	отражают	не отражают
Объем производства экологически чистой продукции	23	77
Объем продаж экологически чистой продукции	18	82
Эксплуатационные расходы (на основе EHS*)	30	70
Капитальные расходы (экологические)	14	86
Ресурсоемкость производства	8	92
Энергоемкость производства	15	85
Штрафы	24	76
Инвестиции в устойчивое развитие (на основе EHS)	19	81
Пожертвования	37	63

\* EHS – это окружающая среда, здоровье и безопасность

Социальные аспекты связаны с более широкими обязанностями, которые бизнес выполняет для общества. Поскольку важность социальных и этических обязанностей компании постепенно увеличивается, корпоративная социальная ответственность стала составным элементом ожиданий общества от

носителем бизнеса. Несколько международных организаций и учреждений, таких как Европейская комиссия, разработали и запустили разнообразные стандарты, относящиеся к корпоративной социальной ответственности и этическим вопросам ведения бизнеса во всем мире (табл. 3).

Таблица 3

**Виды социальных индикаторов устойчивости предприятий и статистика их отражения в корпоративных отчетах [8]**

Индикаторы	Отражение в корпоративных отчетах, % предприятий	
	отражают	не отражают
Процент женщин на предприятии	26	74
Процент инвалидов на предприятии	21	79
Расширение прав и возможностей сотрудников	23	77
Среднее количество часов обучения на одного работника	33	67
Создание новых рабочих мест	20	80
Количество связанных с работой смертельных случаев	12	88
Инвестиции в образование сотрудников	17	83

Например, в 1997 г. был создан стандарт корпоративной социальной ответственности 8000 (SA 8000), направленный на решение социальных и этических вопросов ведения предпринимательской деятельности [9]. Следует отметить, что социальные показатели предпринимательской деятельности не так легко выразить количественно, как экономические и экологические показатели. Тем не менее многие фирмы создали собственные методики для непрерывного измерения этих показателей сопоставимым образом среди различных организаций, используя качественные социальные показатели.

Эти наборы качественных социальных показателей используются для оценки устойчивого бизнеса, встроенного в концепцию устойчивого развития. Примерами социальных показателей являются: развитие и благосостояние че-

ловека (например, образование и обучение, здоровье и безопасность); капитальные показатели (например, заработная плата, равные возможности, и недискриминация), а также этические соображения (например, права человека и отмена детского труда) [1].

Как видно из табл. 1–3, экологические, экономические и социальные индикаторы находят отражение в корпоративных отчетах некоторых предприятий, их включают в свою отчетность 22 %, 20 % и 21 % американских предприятий. Также существуют индикаторы, сочетающие в себе элементы различных групп показателей. Так, социально-экологические индикаторы отражают вклад каждого работника предприятия в обеспечение его экологической ответственности. Примеры таких индикаторов и статистика их отражения в корпоративной отчетности американских предприятий приведена в табл. 4.

Таблица 4

**Виды социально-экологических индикаторов устойчивости предприятий и статистика их отражения в корпоративных отчетах [8]**

Индикаторы	Отражение в корпоративных отчетах, % предприятий	
	отражают	не отражают
Срок обучения / общее количество твердых отходов	3	97
Время обучения одного работника / общее количество используемой энергии	2	98
Общее количество твердых отходов, приходящееся на одного работника	5	95
Общий объем энергии, используемой одним работником	1	99

Социально-экономические индикаторы отражают вклад каждого работника в экономическую эффективность его деятельности, а также

социальные направления расходования прибыли. Примеры таких индикаторов и статистика их включения в отчетность приведены в табл. 5.

Таблица 5

**Виды социально-экономических индикаторов устойчивости предприятий и статистика их отражения в корпоративных отчетах [8]**

Индикаторы	Отражение в корпоративных отчетах, % предприятий	
	отражают	не отражают
Отношение прибыли к сроку обучения одного работника	2	98
Объем продаж на одного работника	1	99
Отношение прибыли к простоям на одного работника	0	100
Отношение расходов на благотворительность к прибыли / объему продаж	0	100

Индикаторы эко-эффективности характеризуют отношение экологического ущерба к экономическим показателям деятельности предприятия (табл. 6).

Таблица 6

**Виды индикаторов эко-эффективности, отражающих уровень устойчивости предприятий и статистика их отражения в корпоративных отчетах [8]**

Индикаторы	Отражение в корпоративных отчетах, % предприятий	
	отражают	не отражают
Общая стоимость использования материалов / объем продаж	3	97
Общий объем твердых отходов / доходы	1	99
Общая стоимость используемой энергии / объем продаж	4	96
Общий объем образующихся токсичных материалов / прибыль	0	100
Общая сумма многократно и повторно используемых материалов / объем продаж	0	100

Как видно из табл. 4–6, социально-экологические, социально-экономические и эко-экономические показатели намного реже встречаются в корпоративных отчетах американских предприятий, в среднем 3 %, 1 % и 2 % соответственно. Также существуют интегральные индикаторы устойчивости предприятий, которые отражают общий вывод по корпоративной социальной и экологической ответственности, по мнению самих предприятий (табл. 7).

Таблица 7

**Виды интегральных индикаторов устойчивости предприятий и статистика их отражения в корпоративных отчетах [8]**

Индикаторы	Отражение в корпоративных отчетах, % предприятий	
	отражают	не отражают
Внедрение систем добровольного экологического управления (ISO 14001, LCA, и т.д.)	28	72
Ведение экологического учета	29	71
Принятие решений на основе концепции устойчивого бизнеса и целей долгосрочного развития	27	73
Предъявление требований концепции устойчивого развития бизнеса к поставщикам	14	86

Как видно из табл. 7, несмотря на то, что большинство американских предприятий не включает отдельные индикаторы социальной и экологической ответственности в свои корпоративные отчеты, многие из них (в среднем 24 %) предоставляют информацию об общих индикаторах. Вероятно, это вызвано нежеланием большинства предприятий демонстрировать количественные показатели своей деятельности и стремлением избежать возможности само-

стоятельного составления общего впечатления об их корпоративной социальной и экологической ответственности.

В то же время предприятия заинтересованы в положительном отношении потребителей к ним и предоставляют самостоятельно определенные качественные индикаторы. Если рассматривать российские предприятия, то следует ожидать еще меньшего отражения различных индикаторов социальной и экологической ответственности в их корпоративных отчетах.

Из-за очевидности экологических проблем существует консенсус о необходимости управлять ими. Однако мнения ученых расходятся по поводу того, кто должен осуществлять данное

управление и нести ответственность. В то время, как С. Л. Харт указывает, что ответственность за экологическую устойчивость падает в основном на плечи «экономических двигателей будущего», то есть глобальных компаний [7], М. Фридман считает, что единственная социальная ответственность бизнеса – это повышение прибыли [6].

По этой причине следует привести обзор основных идей, касающихся того, как управлять современными экологическими проблемами и управлять экологическими проблемами, которые определили существование следующих основных подходов: рыночного, нормативного и устойчивого (табл. 8).

Таблица 8

Сравнительный анализ подходов к решению экологических проблем

Критерии сравнения	Подходы		
	Рыночный	Нормативный	Устойчивый
Год возникновения	1950-е гг.	1970-е гг.	1990-е гг.
Основная идея	Найти оптимальный уровень загрязнения	На государственном уровне установить норму загрязнения	Добровольная экологическая ответственность бизнеса
Преимущества	Минимизация расходов на решение экологических проблем	Законодательное закрепление необходимости решения экологических проблем	Сочетание интересов общества, бизнеса и государства
Недостатки	Провалы рынка: отрицательные внешние эффекты, скрытый характер проблем	Возможности лоббирования интересов бизнеса, несовершенство законодательства	В настоящее время недостатки данного подхода не выявлены

Как видно из таблицы, согласно рыночному подходу, вопросы защиты окружающей среды являются экономическими проблемами, поэтому им нужны экономические решения путем установления свободного, эффективного, конкурентного рынка и измерения соотношения затрат и выгод. Основная идея в рамках рыночного подхода к решению экологических проблем состоит в том, чтобы найти оптимальный уровень загрязнения. Недостатки этой модели могут быть найдены в нескольких провалах рынка.

Во-первых, экологическое бремя (расходы) обычно ложится на те стороны, которые не участвуют в экономическом обмене (например, будущие поколения).

Во-вторых, экологические товары, как правило, не торгуются на открытых рынках и не имеют установленной рыночной цены (например, чистый воздух, океан и т. д.).

В-третьих, индивидуальные решения, как правило, не учитывают последствия их коллективной реализации. Например, когда отдельное предприятие примет решение о превышении

нормы вредных выбросов, это, скорее всего, не вызовет серьезных последствий, но если такое решение примет несколько крупных предприятий, последствия могут быть катастрофическими.

В-четвертых, провалы рынка могут только быть устранены только в том случае, если они становятся очевидными. Поэтому первое поколение пострадавших от провалов рынка всегда приносится в жертву. Итак, рыночный подход не представляется достаточным для решения проблемы управления устойчивого развития предпринимательских структур.

В рамках нормативного подхода, начиная с 1970-х гг., правительствами различных стран были созданы минимальные правовые требования к предприятиям в области их экологических обязанностей. Например, были выдвинуты некоторые задачи по поддержанию качества воздуха и воды. Несмотря на очевидные преимущества, нормативный подход не учитывает некоторые обстоятельства, что делает его непригодным для решения сегодняшних экологических проблем.

Во-первых, предприятия могут лоббировать свои интересы, оказывая давление на правительственные органы. Примером такого явления является компромисс по ограничению объема выбросов CO<sub>2</sub> для автомобилей [4]. Во-вторых, предприятия могут использовать маркетинговый инструментарий для управления сознанием потребителей, также защищая свои интересы в ущерб окружающей среде. В-третьих, политические решения принимаются под влиянием краткосрочного мышления от выборов к выборам. В-четвертых, законодательство показывает проблемные географические несоответствия. Экологические проблемы имеют глобальный характер, но законы различных стран учитывают их индивидуальные интересы.

Из-за обозначенных недостатков первых двух подходов возник устойчивый подход, в рамках которого понятие устойчивости предлагается использовать в качестве решения для сегодняшних и будущих задач. В рамках данного подхода наиболее часто используется определение Всемирной комиссии по окружающей среде и развитию при ООН: «устойчивое развитие – это развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, при этом сохраняя способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности в перспективе. Данная концепция включает в себя два ключевых понятия:

– понятие «потребности», в частности основные потребности наименее защищенных слоев населения и жителей стран третьего мира, которым необходимо отдавать приоритет;

– понятие «ограничения», налагаемые состоянием технологии и социальной организации на способность окружающей среды удовлетворять нынешние и будущие потребности» [12].

Устойчивая концепция способствовала дальнейшей реализации инициативы ООН, известной как «саммит Рио», в итоговом документе которого под названием «Повестка дня на XXI век» в 1992 году сделан акцент на решение экологических проблем, таких как изменение климата и сохранение биоразнообразия [11].

На основании вышеизложенного можно выделить следующие основные принципы управления устойчивым развитием предпринимательских структур, отражающие его сущность:

– преобладание интересов долгосрочного развития над текущими интересами бизнеса;

– преобладание коллективных (общественных) интересов над индивидуальными (корпоративными) интересами;

– принятие корпоративной социальной ответственности и ведение бизнеса в соответствии с общепринятыми этическими нормами;

– принятие экологической социальной ответственности и ориентация на защиту окружающей среды при ведении бизнеса.

Организациями с различными возможностями, организационными структурами и функционирующими в различных средах, необходимо управлять. Менеджеры должны принимать эффективные решения, чтобы обеспечить процветание бизнеса в настоящем и будущем. Пока необходимо управление, существует проблема того, как лучше управлять современным бизнесом. Попытки ответов на этот вопрос настолько многочисленны, что каждый менеджер привносит свой индивидуальный подход к данной задаче.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Azapagic, A.* (2003). Systems approach to corporate sustainability: A general management framework. – Vol. 81. – № 8. – P. 303–316.
2. Corporate Risk Management Company. (2000). The number of ISO 14001/EMAS registration of the world., Available from <http://web.archive.org/web/20000305163812/http://www.ecology.or.jp/isoworld/english/analy14k.htm>.
3. Corporate Risk Management Company. (2007). The number of ISO 14001/EMAS registration of the world. Available from: <http://www.ecology.or.jp>.
4. Corporate Europe (2007) Car industry flexes its muscles, Commission bows down. Available from: [www.corporateeurope.org/carlobby.html](http://www.corporateeurope.org/carlobby.html)
5. Evergreen Group. (2008). What is a sustainable business. Available from: <http://www.theevergreengroup.com/sustainable-business.htm>.
6. *Friedman, M.* (1970) The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. New York: The New York Times Magazine
7. *Hart, S.L.* (1997) Beyond Greening: Strategies for a Sustainable World, Harvard Business Review 75 (1), pp67–76
8. Hyunkee Bae and Richard S. Smardon (2011). Indicators of Sustainable Business Practices, Environmental Management in Practice, Dr. Elzbieta Broniewicz (Ed.), ISBN: 978-953-307-358-3, InTech, Available from: <http://www.intechopen.com/books/environmental-management-in-practice/indicators-of-sustainable-business-practices>
9. Social Accountability 8000. Council on Economic Priorities Accreditation Agency, 1997. Available from: <http://www.mallenbaker.net/csr/CSRfiles/SA8000.html>
10. Sustainablebusiness.Com, 2009. Available from: <http://www.sustainablebusiness.com>.
11. UNCED (1992). UN Conference on Environment and Development. Available from: [www.un.org/geninfo/bp/enviro.html](http://www.un.org/geninfo/bp/enviro.html)
12. UN Documents (1987). Our Common Future, Chapter 2: Towards Sustainable Development, The Concept of Sustainable Development. Available from: [www.un-documents.net/ocf-02.htm#1](http://www.un-documents.net/ocf-02.htm#1)
13. UN Documents (1987). Our Common Future, Chapter 2: Towards Sustainable Development, The Concept of Sustainable Development. Available from: [www.un-documents.net/ocf-02.htm#1](http://www.un-documents.net/ocf-02.htm#1)
14. *Welford, R.* (2000). Corporate environmental management 3: Toward sustainable development, Earthscan Publications Ltd, London, UK Wharton Research Data Service, Available from <http://wrds.wharton.upenn.edu>.

УДК 330.16, 338.124.4

*И. Е. Бельских<sup>1</sup>, Ю. Е. Головина<sup>2</sup>***О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ  
УЧАСТНИКОВ ДИСТРИБУТИВНЫХ ПРОЦЕССОВ В СФЕРЕ FMCG  
В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО КРИЗИСА**<sup>1</sup>Волгоградский государственный технический университет<sup>2</sup>Пятигорский государственный лингвистический университет

В статье рассмотрены проблемы и перспективы развития экономических интересов в сфере FMCG (сектор товаров повседневного спроса) на внутреннем рынке.

К основным результатам работы целесообразно отнести определение системных проблем/возможностей дистрибуции в условиях кризиса: процессы импортозамещения, освобождение полочного пространства, снижение доходности сектора, сужение ассортимента и др.

*Ключевые слова:* дистрибутивный процесс, экономические интересы, реализация интереса, экономический кризис, FMCG.

*I. E. Belskikh<sup>1</sup>, J. E. Golovina<sup>2</sup>***SOME FEATURES OF REALIZATION OF ECONOMIC INTERESTS  
OF PARTICIPANTS DISTRIBUTIVE PROCESSES IN FMCG IN TODAY CRISIS**<sup>1</sup>Volgograd State Technical University<sup>2</sup>Pyatigorsk State Linguistic University

The article is based on the use of such methods as an empirical analysis of the research and marketing tools. We used the methods of expert assessments and analytical generalizations.

The main results of the work it is advisable to include the definition of the systemic problems / distribution capabilities in a crisis: the processes of import substitution, the release of shelf space, reducing the yield sector, narrowing the range and others.

*Keywords:* distribution process, economic interests, promote the interests of the economic crisis, FMCG.

Дистрибутивные процессы в любой из сфер обмена предполагают наличие двух или более участников. Относительно сферы розничной торговли справедливым будет выделение таких участников обменных процессов, как производители, продавцы (собственно, дистрибьюторы), покупатели (и/или потребители) и, что очевидно для современных экономических отношений, государство, являющееся так или иначе организатором, координатором, контролером реализации воспроизводственного процесса в целом и его отдельных фаз (в данном случае – обмена) в частности [5]. Очевидно, что успех и эффективность любого процесса полностью зависит от степени реализации интересов всех его участников и наличия или отсутствия различного рода противоречий в сложившемся комплексе интересов. Можно справедливо заявить, что экономические интересы являются первопричиной экономической деятельности индивида и общества, которая охватывает все ипостаси экономических отношений: производство, распределение, обмен и потребление материальных благ и услуг [4]. В рамках исследуемой проблематики в данной статье целесообразным будет определение структуры интересов участников дистрибутивных процессов (кроме государства – дан-

ный вопрос требует отдельной тщательной проработки) и их (интересов) основные характеристики и особенности проявления, а затем обратиться к проблеме трансформации показателей, присущих интересам участников исследуемой сферы, предприняв при этом попытку определить причинно-следственные связи происходящих изменений в условиях кризисной экономики и возможные последствия для сферы дистрибуции в целом.

Итак, товаропроизводитель и потребитель на рынке взаимосвязаны. Они не могут совершить сделки купли-продажи и реализовать свой индивидуальный интерес, не вступая в экономические взаимоотношения. Их интересы противоположны: продавец хотел бы с минимальными издержками получить самую высокую цену за свой товар, покупатель – самую низкую, при этом максимально удовлетворив свои потребности [6]. Однако здесь возникает экономический интерес дистрибьютора, который, по сути, состоит в том, чтобы получить самую низкую цену у производителя и реализовать товары по самой высокой цене покупателю. Очевидно, что наличие подобных интересов у дистрибьютора противоречит экономическим интересам как производителя, так и потребителя.

В сфере интересов производителя находятся цена, качество, а также ассортимент производимых товаров. К тому же зачастую издержки производства во многом зависят от удаленности ресурсов производства или сырья, а потому и данный момент можно отнести к сфере интересов производителя, потому как производитель обеспокоен проблемой месторасположения относительно первичных средств производства и конечного потребителя (в сложных цепях – относительно дистрибьютора).

Что касается интересов дистрибьютора, то необходимо отметить, что основной задачей дистрибуции является максимальная экономия всех ресурсов в цепях поставок «производитель – потребитель» при обеспечении требуемого уровня качества готовой продукции и сервиса. Из этого следует, что к сфере интересов дистрибьютора относится сокращение издержек, а, значит, и цена на товар, а также качество готовой продукции, потому как от данных показателей напрямую зависит конечный сбыт товаров потребителям, а в итоге – скорость и масштабы фазы обращения и всего воспроизводственного процесса.

Логично, что к интересам потребителей авторы также относят цену, качество, ассортимент готовой продукции. В отдельных случаях, как, например, в ситуации сезонности потребления того или иного товара, к области интересов потребителя можно отнести и сроки поставки товара.

Обращаясь непосредственно к вопросу экономического кризиса, необходимо отметить его основные характеристики: падение цены на нефть; падение курса национальной валюты; значительный рост цен на импортные товары; сопутствующий общий рост цен на товары различного происхождения ввиду повышения стоимости логистических, транзакционных и иных инфраструктурных процессов; падение уровня реальных доходов населения, ведущее в целом к снижению покупательской способности и уровня жизни населения; ограничение ассортимента импортных товаров в некоторых товарных категориях как следствие экономических санкций и т. д.

Обозначенные выше характеристики стали во многом причиной трансформации характеристик экономических интересов участников дистрибуции в сфере розничной торговли в секторе FMCG – секторе товаров повседневного спроса.

Необходимо обратиться к анализу изменения системы интересов каждого из участников. С позиции производителей можно отметить изменения по двум направлениям. Во-первых, некоторые производители оказались в ситуации ограниченного или же вовсе запрещенного ввоза в РФ ресурсов, необходимых для производства тех или иных товаров, что привело к приостановке производственных процессов, а, значит, к полному или частичному отсутствию показателей реализации их экономических интересов. С позиции иностранных производителей, продукция которых была ориентирована на экспорт в РФ, можно говорить о полном отсутствии реализации экономических интересов на российском направлении экспорта. Однако те же санкции привели и к позитивным изменениям. Так, российские производители, действия которых можно считать достаточно проактивными, смогли вовремя сориентироваться и занять опустевшие ниши и сегменты своими товарами, попав тем самым в поток импортозамещения и повысив при этом уровень реализации своих экономических интересов. Следует также отметить, что некоторые предприниматели благодаря активной адаптивной позиции в это же время организовали производство отечественных импортозамещающих товаров с нуля, обеспечив тем самым себе достаточно высокий уровень рентабельности и ликвидности ввиду возросшего спроса на производимую ими продукцию. При этом общие политические и экономические настроения способствовали формированию так называемого "потребительского патриотизма", что также способствовало и продолжает способствовать на сегодняшний день усилению реализации экономических интересов производителей. Потребительский патриотизм (иногда используют термин «экономический патриотизм») – это поддержка отечественного производителя товаров и услуг покупателями [3].

Следует обратиться далее к рассмотрению изучаемого вопроса с позиции посредников (дистрибьюторов). Они, по сути, являются пассивной стороной, если можно так сказать, своеобразными жертвами изменений в производственной сфере, а также заложниками инфляционных показателей. Повышение цен на отдельные импортные и российские товары, а также резкое исчезновение отдельных товарных категорий на полках дистрибьюторов не могли не отразиться на уровне реализации экономиче-

ских интересов последних. Многие торговые сети вынуждены были сузить ассортимент представленных товаров ввиду отсутствия поставок, что привело к необходимости поиска товаров-заменителей для сохранения категориального предложения своим покупателям, а, значит, сохранения их лояльности. Это вызвало определенные сложности и временную потерю прибыли. Кроме того, повышение цен на отдельные товары, особенно не первой необходимости, повлекло за собой определенное снижение спроса на них из-за перехода покупателей в более низкую, выгодную для них ценовую категорию, что опять-таки не могло не повлечь за собой снижение уровня доходов дистрибьюторов и ограничение реализации их главного экономического интереса – повышения прибыли. Вместе с тем и здесь не обошлось без позитивных последствий (как и в кризисной ситуации 2008–2009 гг. [1]), торговые сети-дискаунтеры сумели расширить рынок сбыта за счет перехода на их уровень покупателей из сегмента супермаркетов, желающих сэкономить на приобретении более дешевых товаров и брендов, реализовав тем самым свой потребительский интерес. Кроме того, дискаунтеры гораздо легче предоставляют полочное пространство для малоизвестных брендов или вовсе небрендинговых товаров, что способствует реализации также и интересов отечественных производителей, особенно на региональном уровне [2]. И, конечно, все тот же потребительский патриотизм так или иначе становится причиной роста спроса на российские торговые сети, как и на товары российских производителей, позволяя данным игрокам усиливать свои позиции на рынке FMCG и реализовывать тем самым комплекс своих экономических интересов.

Обращаясь к вопросу потребительских/покупательских интересов, необходимо отметить, что, с точки зрения оперативного и тактического рассмотрения, данные игроки в период развития кризисной ситуации больше других в исследуемой цепочке «производитель – дистрибьютор – потребитель» вынуждены были испытывать снижение уровня реализации их интересов. Так, резкое падение во второй половине 2014 года стоимости национальной валюты привело к обесцениванию как конечных, так и промежуточных денежных доходов потребителей, что привело к вынужденным изменениям потребительских предпочтений с позиций цены, качества, количества и ассортимента

(в частности, предлагаемого различными странами-производителями) потребляемых товаров в сторону падения всех вышеперечисленных показателей. Однако с учетом сложившихся экономических реалий и политических настроений потребители постепенно выбирают для себя товары-субституты отечественного производства, которые, что немаловажно, зачастую сполна реализуют ценовую и качественную характеристики потребительских интересов на достаточно достойном уровне, усиливая уже упомянутый ранее потребительский патриотизм.

Таким образом, наличие кризисных явлений в современных экономических и политических реалиях, безусловно, имеет негативное влияние на все сферы жизни общества. Сфера розничной торговли товарами повседневного спроса в условиях продолжающегося кризиса оказалась в этом плане одной из наиболее чувствительных: все участники дистрибутивных процессов вынуждены были изменить принципы своего поведения на данном рынке в сторону снижения степени реализации их экономических интересов. Однако краткий анализ показал, что и в сложившихся кризисных условиях возможен хотя бы частичный оптимистичный сценарий трансформации структуры экономических интересов и показателей, их характеризующих.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Авшаров, А. Г.* Государственная внешнеэкономическая политика российской федерации : учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / А. Г. Авшаров [и др.] ; под ред. А. Г. Авшарова. – СПб. : Питер, 2012. – 528 с.
2. *Бельских, И. Е.* Кризис региональной экономики 2015–2017 гг. в России: поиск альтернатив развития / И. Е. Бельских // Региональная экономика: теория и практика. – 2014. – № 26. – С. 2–9.
3. *Бельских, И. Е.* Стратегия развития потребительского патриотизма в России на основе деловой этики предпринимателей / И. Е. Бельских // Дайджест–финансы. – 2013. – № 7. – С. 47–52.
4. *Головина, Ю. Е.* Согласование экономических интересов участников процессов дистрибуции на потребительском рынке: дис. ... канд. экон. наук / Ю. Е. Головина; ВолгГТУ. – Волгоград, 2012. – 162 с.
5. *Головина, Ю. Е.* Тенденции государственного регулирования процесса дистрибуции в современной экономике России и трудности их реализации / Ю. Е. Головина // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. – 2011. – № 2. – С. 365–369.
6. *Кузнецов, Н. Г.* Единство противоположностей в методологии анализа соотношения и взаимозависимости интересов субъектов рыночного хозяйства / Н. Г. Кузнецов, Э. А. Исраилова // Региональная логистика: новые вызовы информационно-сетевой экономики: материалы научно-практич. конф. (IV Южно-Российский логистический форум) / Ростовский государственный экономический университет «РИНХ». – Ростов н/Д, 2007. – С. 202–206.

УДК 339.138

*И. И. Решетникова<sup>1</sup>, Н. А. Лукьяненко<sup>2</sup>***ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ТРЕНД  
В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГЕ**<sup>1</sup>Московский технологический институт<sup>2</sup>Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В статье рассматриваются возможности применения поведенческих технологий в интернет-рекламе. Данные технологии (ремаркетинг, ретаргетинг, товарный бумеранг) позволяют осуществлять поиск новых возможностей коммуникации с целевой аудиторией для обеспечения роста продаж, возврата клиентов, повторных продаж при эффективном вложении инвестиции в рекламную кампанию.

*Ключевые слова:* поведенческая технология, маркетинг, ремаркетинг, таргетинг, ретаргетинг, интернет-реклама, товарный бумеранг, брендированная витрина, возврат инвестиций на рекламу.

*I. I. Reshetnikova<sup>1</sup>, N. A. Lukyanenko<sup>2</sup>***BEHAVIORAL TECHNOLOGIES AS A MODERN TREND  
IN INTERNET-MARKETING**<sup>1</sup>Moscow Technological Institute<sup>2</sup>Financial University under the Government of the Russian Federation

The article considers the potential of behavioral technologies in the Internet advertising. These technologies (remarketing, retargeting, trademark boomerang) allow searching for new possibilities of communication with the target audience to ensure sales growth, return customers, re-sales including effective return on investments in the advertising campaign.

*Keywords:* behavioral technology, marketing, remarketing, targeting, retargeting, Internet advertising, trademark boomerang, brand showcase, ROI (return of investments).

Стремительное развитие среды Интернет приводит к тому, что с каждым годом тренды интернет-маркетинга и интернет-рекламы непрерывно меняются и совершенствуются. На смену вчерашним контекстным технологиям приходят новые поведенческие технологии, которые на сегодняшний день являются наиболее эффективными инструментами интернет-маркетологов [3].

Ключевой принцип поведенческих технологий заключается в том, что интернет-маркетологи хотят анализировать поведения пользователя, определять его предпочтения и демонстрировать ему именно тот контент (товары, баннеры, предложения), которые интересны ему в данный момент, а сделать это возможно применяя поведенческие технологии. Данные технологии пользуются повышенным интересом со стороны экспертов: они обсуждаются на отраслевых конференциях, в профессиональных сообществах в сети [2; 6; 8].

В данной статье рассматриваются актуальные поведенческие технологии в современном интернет-маркетинге: ремаркетинг, поисковый и персонализированный ретаргетинг (товарный бумеранг), а также брендированные витрины с применением технологий ремаркетинга. По-

веденческая технология – ремаркетинг – в последнее время получила широкое применение для самых различных проектов в интернете. На Западе ремаркетинг используется уже почти 10 лет. Американские zappos.com, Amazon.com, 416 Nordstorm, B&N Photo и даже Барак Обама со своей предвыборной кампанией уже давно наслаждаются результатами, полученными с внедрением ремаркетинга [1; 3].

В России компания Google начала тестирование этой технологии в 2009 г. В Рунете ремаркетинг стал одним из главных трендов 2012 года и занимает лидирующее место до сих пор, набирая обороты и получая развитие благодаря сочетанию с различными видами интернет-маркетинга, например, с контекстными технологиями, баннерами и брендированными витринами. Ремаркетинг (используется также термин поведенческий ретаргетинг) – это рекламный механизм, посредством которого онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт, посетив сайт рекламодателя, но не совершили покупку.

Цель ремаркетинга – увеличение продаж, а для современных интернет-маркетологов главная цель – увеличение прибыли, так как для них интернет – это виртуальный рынок, на

котором продавцы ищут своих покупателей, рекламируют и продвигают свои товары и услуги и таргетируют их на конечного потребителя. Цель любого продавца – вернуть клиента повторно и совершить повторную продажу, в этом и помогает ремаркетинг интернет-маркетологам. Технология ремаркетинга позволяет осуществлять поиск новых возможностей коммуникации с целевой аудиторией для обеспечения роста продаж, возврата клиентов, повторных продаж [5; 6]. Например, уже сделавшим заказ клиентам рекламодатель может показать рекламу других товаров и услуг, а ушедших без покупки вернуть на сайт с помощью дополнительной рекламы.

Для того, чтобы подключить ремаркетинг в вашей рекламной кампании, необходимо разметить аудиторию сайта и подключить целевые аудитории в рекламной кампании. Первым этапом подключения ремаркетинга можно считать техническую составляющую, а именно: установку специального счетчика на ваш сайт. После установки счетчика перейти ко второму этапу – выбору целевых аудиторий, только после этого начнется сбор данных о посещениях страниц вашего сайта. Целевая аудитория – это пользователи, которые заходили на определенные страницы вашего сайта или достигали каких-либо заданных целей, либо не достигали страниц или целей (зависит от выбранного таргетинга).

Далее идет последний этап – подключение целевых аудиторий в рекламной кампании. Настраивается рекламная кампания таким образом, чтобы реклама показывалась не всем подряд, а выбранной целевой аудитории. При запуске рекламной кампании с технологией ремаркетинг объявление или баннер будет показан только размеченной аудитории. Это позволяет эффективно проводить рекламные кампании.

Современные маркетологи, прежде чем вложить деньги в рекламу, считают возврат вложенных инвестиций (return of investments). Для них важно вкладывать с максимальной отдачей, поэтому они готовы вкладывать в актуальные технологии интернет-рекламы свои маркетинговые бюджеты, так как вложенные инвестиции приносят прибыль, увеличивают продажи товара или услуги, повышают лояльность покупателя и побуждают его к повторной покупке.

В современной интернет-рекламе выделяют, кроме ремаркетинга, поисковый и персона-

лизированный ретаргетинг. Поисковый ретаргетинг – одна из форм поведенческого ретаргетинга, когда таргетирование осуществляется по поисковым запросам пользователей в поисковом сайте. Поисковый ретаргетинг применяется для привлечения на сайт рекламодателя новых пользователей, которые еще не были на его сайте. Персонализированный ретаргетинг позволяет рекламодателям показывать свой баннер, созданный на лету для конкретного пользователя на основании особенностей его поведения в сети [7]. Например, если пользователь посещает сайт рекламодателя и просматривает определенные детские товары, то в дальнейшем этот пользователь видит баннеры, на которых изображены недавно просмотренные им продукты.

Для осуществления персонализированного ретаргетинга могут быть использованы данные о пользователе, хранящиеся в CRM или Retention CRM рекламодателя [5].

Подвидом персонализированного ремаркетинга является товарный бумеранг.

На российском рынке в 2013 г. компания «Бегун» активно использовала данный вид ремаркетинга и сочетала его с медийной рекламой. Продукт назывался «брендированные витрины с технологией ремаркетинг», то есть витрина генерировалась на ходу и в ней показывались те товарные позиции, которыми пользователь интересовался на сайте рекламодателя. Коммуникация ремаркетинга осуществляется на основе переосмысливания ранее применявшегося маркетингового приема с применением иных методов, каналов и мест коммуникации, неожиданной для целевой аудитории. Ремаркетинг с помощью иных средств, методов коммуникации позволяет продолжить контакт целевой аудитории с товаров, брендом. Например, ремаркетинг предоставляет пользователю возможность увидеть рекламу новой брендовой сумки после того, как он покинул сайт, и информировать его о том, что новую сумку можно приобрести с дополнительным дисконтом.

Еще одно преимущество ремаркетинга – возможность обеспечить допродажи и кросс-продажи. Например, ремаркетинг делает возможным использовать интерес покупателя к приобретенному товару. Ремаркетинг позволяет напомнить ему о необходимости купить аксессуар, дополнительные товары.

Для того, чтобы на практике оценить эффективность рекламной кампании с примене-

нием технологии, можно привести пример успешного кейса одного известного интернет-магазина модной обуви и аксессуаров. Ключевой задачей рекламной кампании было разработать стратегию ремаркетинга и добиться увеличения количества заявок на покупку при стоимости конверсии (CPO-costperorder), не превышающей заданное значение. Решением поставленной задачи для данного интернет-магазина стала разработка следующего сценария ремаркетинга: возвращать потенциальных клиентов, которые посетили целевые страницы, но ничего не купили.

Сегментация была произведена по двум категориям пользователей: мужской и женской. При этом для каждой категории было собрано по две целевые аудитории:

- аудитория А: посетили целевую страницу, но ничего не купили;
- аудитория В: пользователи, совершившие покупку на сайте.

Далее была составлена пользовательская комбинация: Аудитория А – Аудитория В. Созданной комбинации (пользователям, посетившим целевую страницу, но ничего не купившим) показывался баннер с товарами, которыми они недавно интересовались.

Результаты кейса показали эффективность данной рекламной кампании, а именно:

- +34 % прирост в количестве конверсий из сети GoogleAdwards;
- стоимость конверсии (CPO – costperorder) на 15 % ниже установленной планки;
- возврат инвестиций на рекламу (ROI – returnofinvestments) показал результат выше 100 %.

Мировое сообщество, и российские эксперты в частности, единогласно говорят о том, что использование технологии ремаркетинга в современной интернет-рекламе – актуальный тренд, который окупает вложенные в него средства. Директор компании «Magnetic», специализирующейся на поисковом ретаргетинге, Джеймс Грин в докладе за ноябрь 2011 г. [2] предполагает, что будущее маркетинга лежит в соединении поисковых данных и баннерной рекламы, называемом поисковым ретаргетингом [4]. В отчете приводятся тенденции рекламного бизне-

са, подкрепленные исследованиями различных 418 компаний и мнениями специалистов.

Теренс Кавайя, основатель «CEO LUMA Partners», утверждает: «Высочайшая окупаемость инвестиций для маркетологов лежит в поиске, а следующий по окупаемости – это ретаргетинг, основанный на поведении» [9].

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Лукьяненко, Н. А. Эффективные инструменты современного интернет-маркетолога / Н. А. Лукьяненко // Научные труды Вольного экономического общества. – 2014. – Т. 188. – С. 448.
2. Лукьяненко, Н. А. Современные тенденции интернет-маркетинг / Н. А. Лукьяненко // Предпринимательство в России. Взаимодействие государства и бизнеса: материалы Междунар. научно-практич. конф. – Саратов: ООО «Центр профессионального менеджмента "Академия Бизнеса"», 2014.
3. Лукьяненко, Н. А. Использование поведенческих технологий в современной интернет-рекламе / Н. А. Лукьяненко // Современное маркетинговое мышление: сб. науч. ст. / под общ. ред. С. В. Карповой, отв. ред. Р. Ю. Стыцук. – М.: Финансовый университет, 2014. – 228 с.
4. Решетникова, И. И. «Экономика участия» как основа формирования репутационного капитала организации / И. И. Решетникова // Предпринимательство. – 2010. – № 1. – С. 88–91.
5. Решетникова, И. И. Основы формирования репутационной стратегии компании / И. И. Решетникова // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 22. – С. 47–50.
6. Решетникова, И. И. Современные инструменты формирования репутационных активов компании: ко-брендинг / И. И. Решетникова // Известия ВолгГТУ : межвуз. сб. науч. ст. № 4 (77) / ВолгГТУ. – Волгоград, 2011. – Т. 11. – С. 130–135.
7. Стыцук, Р. Ю. Маркетинг постмодерна и формирование новой реальности / Р. Ю. Стыцук, Я. Б. Мотагали // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2010. – Т. 130. – С. 285–295.
8. Лукьяненко, Н. А. Ремаркетинг как явления в современной интернет-рекламе / Н. А. Лукьяненко // Научные труды вольного экономического общества России. – М.: Издательство: Общественная организация "Вольное экономическое общество России".
9. Шаховская, Л. С. Loyalty program as a formal institute of pussian small and medium-sized businesses WTO adjustment / Л. С. Шаховская, И. В. Празян // Business & Economics Society International. 2007 Conference: progr., abstr., directory of. participants, Antibes-French Riviera (France), July 16–20, 2007. – [France], 2007. – P. 80. - Англ.

УДК 334.72

*И. А. Сидунов***РАЗВИТИЕ ИНТРАПРЕНЕРСТВА ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ  
МОТИВИРУЮЩЕГО СТИМУЛИРОВАНИЯ**

ООО «Агат-МБ»

Рассмотрен жизненный цикл развития интрапренерства через модель влияния мотивирующего стимулирования на данный процесс в предпринимательских структурах.

*Ключевые слова:* интрапренерство, предпринимательская структура, мотивирующее стимулирование, жизненный цикл развития интрапренера.

*I. A. Sidunov***DEVELOPMENT of INTRAPRINER THROUGH A SYSTEM OF MOTIVATING INCENTIVE**

LLC «Agat – MB»

The life cycle of the intrapreneurship model through motivational incentives influence within business structures is researched in this article.

*Keywords:* intrapreneurship, entrepreneurial structure, motivational incentives, the life cycle of intrapreneur.

Необходимость дифференцированного подхода к внутриорганизационным новаторам продиктована временем и необходимостью наличия эффективного менеджмента в деятельности предпринимательских структур. О. В. Чистякова утверждает, что «можно констатировать следующую закономерность: фирмы с развитыми предпринимательскими инициативами демонстрируют более высокий уровень результативности, имеют большую прибыль, повышенные темпы роста» [1, с. 89]. Именно данные цели обычно становятся перед персоналом руководителем предпринимательских структур.

В Толковом словаре интрапренерство определяется как «деятельность творческого работника-новатора по внедрению своей идеи, научно-технической разработки, изобретения до практических результатов. Данная деятельность интрапренера связана с преодолением сопротивления «всего старого» в стремлении добиться того, чтобы новые идеи были приняты» [2].

Типизация интрапренеров способствует более эффективной мотивации и их стимулирования. Чаще всего встречаются технологические, информационные, управленческие, производственные и рыночные интрапренеры. Но на практике данные интрапренеры могут встречаться не в чистом виде, а сочетать в себе несколько типов.

Интрапренеры растут по службе обычно быстрее, чем их коллеги. Но для этого необходимо понимать, что стимулирование интрапренера должно быть мотивационным, то есть стимулировать необходимо результат или условие предпринимательской деятельности.

Для новаторов мотивационное стимулирование должно предоставить, например, доступ к спе-

циализированным публикациям; возможность включения их в списки рассылки различной информации; расширить возможность участия в семинарских занятиях и конференциях, целевых группах по разработке инновационных продуктов; возможность участия в принятии решения развития предпринимательской структуры [3].

Большое значение для интрапренеров имеет материальное стимулирование. В. Н. Якимов выделяет следующие эффективные формы стимулирования: заработная плата, бонусы участия в акционерном капитале, участие в прибылях, планы дополнительных выплат [4, с. 63]. Наиболее эффективным в данном случае может быть участие в прибылях. Результативность стимулирования во многом определяется степенью совпадения данной системы с мотивацией интрапренера. Мотив – это внутренняя потребность человека, связанная с его интересами и определяющая его поведение в организации. Стимул оказывает определенное воздействие на человека для корректировки его поведения в организации. Соотношение мотива и стимула для работника приведены в виде матрицы на рис. 1.

Данная матрица является имитацией процесса стимулирования и предназначена для моделирования происходящих процессов в предпринимательских структурах в области мотивации и стимулирования. На горизонтальной оси моделируется мотивация сотрудника предпринимательской структуры от отрицательной степени ее наличия (обозначается «-») (минусом)) до максимальной степени ее проявления, обозначенной знаком «+» (плюс). На вертикальной оси располагается «стимулирование» от его отсутствия со знаком «-» до максимально



Рис. 1. Матрица соотношения «мотив-стимул»

И с т о ч н и к : разработано автором

эффективного проявления со знаком «+». В данной матрице выделены четыре чаще всего встречающиеся в чистом виде области эффективности взаимодействия мотива и стимула. Первая область – область предпочтения действия стимулирования, характеризуемая высокой эффективностью стимулирования при отсутствии мотивации у сотрудника. Опасность данной зоны для предпринимательской структуры выражается в том, что необходимо тратить огромные усилия (затраты) для стимулирование низкомотивируемых сотрудников. Вторая область – область мотивирующего стимулирования определяется высокой мотивацией сотрудников и эффективной системой стимулирования. Именно данная область способствует высокой степени развития интрапренерства (плотность точек в данной об-

ласти). Третья область – область предпочтения действия мотива характеризуется высокой мотивацией персонала при низких критериях стимулирования. Поэтому, высокая эффективность деятельности сотрудников предпринимательской структуры определяется только высокой мотивацией (заинтересованностью) на результат. Четвертая область – область нейтрального воздействия мотива и стимула характерна для случайных работников данной предпринимательской структуры, которые, очевидно, долго не задержатся в данной структуре. Исходя из вышесказанного, интрапренерство эффективно развивается во второй области матрицы при мотивирующем стимулировании. Чтобы понять, как работает данный механизм, следует рассмотреть рис. 2.

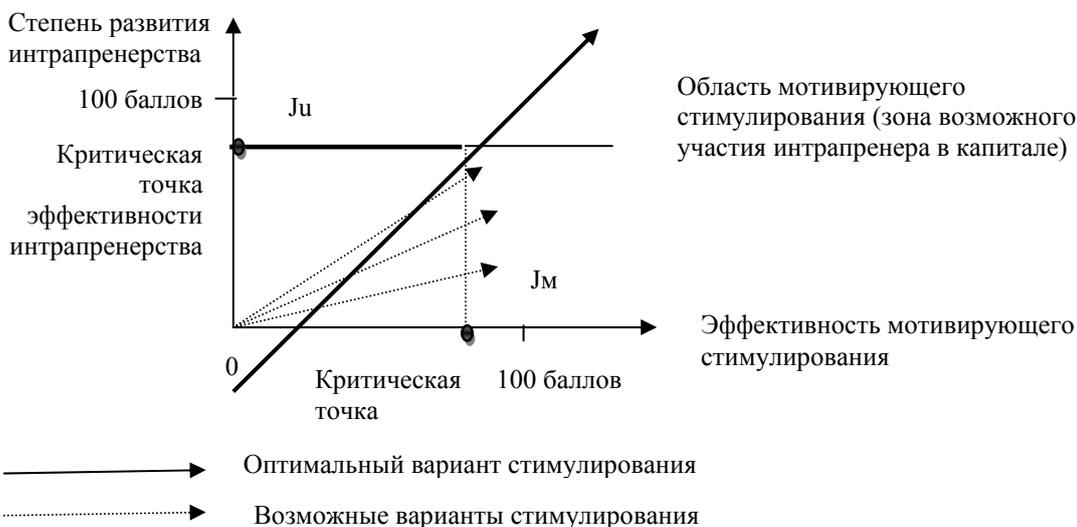


Рис. 2. Модель влияния мотивирующего стимулирования на развитие интрапренерства

И с т о ч н и к : разработано автором.

Как видно из рисунка, область мотивирующего стимулирования (на рис. 1 соответствует области мотивирующего стимулирования) определяется критической точкой эффективности интрапренерства (Jи) и критической точкой эффективности мотивирующего стимулирования (Jм). Критическая точка эффективности интрапренерства определяется топ-менеджерами в баллах индивидуально для каждой предпринимательской структуры и при необходимости мо-

жет меняться. Интрапренеры, попавшие в данную область, могут стать партнерами по бизнесу и участвовать в капитале компании. Это позволяет интрапренеру стать полноценным предпринимателем и реализовать свой основной мотив в карьере.

Следует рассмотреть применение данной теории соотношения мотива и стимула деятельности специалиста на примере торговых предпринимательских структур для продавцов (рис. 3).

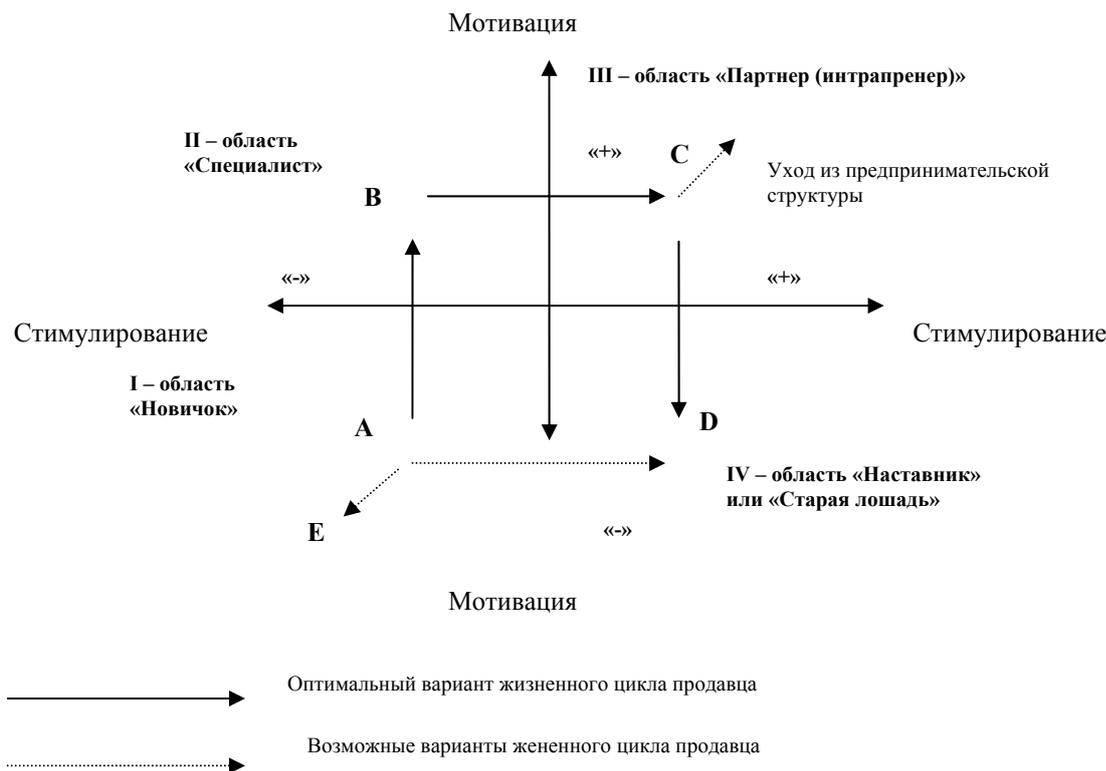


Рис. 3. Матрица особенностей жизненного цикла продавцов в торговых предпринимательских структурах

Источник: разработано автором.

Первая область (область «Новичок») определяется минимальным мотивом и минимальной степенью стимулирования, характерна для новичка, то есть продавца, только что устроившегося в предпринимательскую структуру и находящегося в начале жизненного цикла своей карьеры.

Чтобы перейти во вторую область – область «Специалист», мотивация новичка должна быть направлена на то, чтобы быстро нарастить компетенции именно для данного бизнеса и данной предпринимательской структуры. На отрезке АВ жизненного цикла развития торговца должна максимально работать самомотивация данного работника, чтобы стать специалистом. Напрямую

стимулировать на данном отрезке жизненного цикла сложно, так как не известны еще мотивы новичка и присутствует минимальный набор компетенций у данного работника. Если у новичка недостаточный уровень самомотивации, то он уходит из данной компании (отрезок АЕ).

Следующий этап жизненного цикла уже специалиста – это переход в область «Партнер». Данный переход (отрезок ВС) нельзя смотивировать, это процесс сильной самомотивации. Но если работник проявляет качества интрапренера и максимально эффективно использует систему стимулирования данной предпринимательской структуры, то он может стать партнером по бизнесу, реализуя свой основной мотив – стать вла-

дельцем части капитала, то есть он становится полноправным предпринимателем. Такой переход возможен только при инновационном стиле управления, характерном для предпринимательской структуры. И если предпринимательская структура не заинтересована в новых партнерах, то, получив определенный опыт, интрапренер уходит из данной структуры.

Жизненный цикл развития интрапренера может перейти в четвертую область, так называемую область «Старой лошади» или «Наставника» (отрезок CD). Ситуация может развиваться по двум направлениям. У работника с очень сильно развитыми компетенциями и отсутствием мотивации стать партнером может возникнуть возможность стать наставником, используя максимально систему стимулирования. Второе направление развития ситуации характеризуется тем, что при очень высоких компетенциях у «Старой лошади» для данной предпринимательской структуры появляется усталость к данному бизнесу и он самотивирован уйти в другой.

Понимая мотив каждого продавца на различных точках жизненного цикла его продвижения в предпринимательской структуре, менеджер может использовать оптимальную систему стимулирования для эффективной деятельности конкретной структуры. В данном случае следует помнить, что мотив первоначален.

В. Н. Якимов выделяет следующие эффективные формы стимулирования: заработная плата, бонусы участия в акционерном капитале, участие в прибылях, планы дополнительных выплат [4, с. 63]. Инновационный стиль управления предполагает совпадение ценностей предпринимателя, компании и работника, не говоря уже о сотрудниках руководящего состава. Наиболее эффективным является труд интрапренера. В этом случае работа руководителя должна быть нацелена на проявлении мотивации сотрудников; используемые инструменты должны создать благоприятную среду для развития сотрудников, инициативы и идей по повышению эффективности деятельности. Данную деятельность предлагается называть мотивирующим стимулированием.

Мотивирующее стимулирование – влияние руководителя на сотрудника, направленное на реализацию мотивов различных уровней потребностей сотрудника, соответствующих ценностям и целям предприятия. Безусловно данный метод управления персоналом не является

догмой и подходит не для всех организаций, а также в разной степени применим к различным должностям.

Сочетание стимулирования и мотивации сотрудников предпринимательской структуры изменяется с увеличением масштабов бизнеса: по параметру количества сотрудников и с увеличением временного и количественного интервалов бизнес-процессов.

В случае малой предпринимательской структуры и достаточно простым бизнес-процессом (к примеру, продажа автомобилей на стоянке), когда очевидна их результативность, специалисты напрямую видят формирование прибыли и затрат в предпринимательской структуре, а также трудозатраты каждого отдельного специалиста. В данном случае деятельность менеджера в идеале должна быть направлена на мотивацию персонала. Материальная мотивация сотрудника должна быть направлена на получение части чистой прибыли, пропорциональной его труду, а ошибки одного из специалистов, которые увеличат затраты предприятия, должны напрямую отражаться на доходе каждого. В этом случае коллектив с высокой самомотивацией сможет самостоятельно лечить свои слабые места.

С увеличением бизнеса (имеется в виду предпринимательская структура средней величины) количество сотрудников вырастет и усложнятся процессы. Например, в работе отдельно взятого автосалона формируются отдельные подразделения, которые функционально обслуживают отдельный процесс. В этом случае специалист, занятый приемом товара, может сильно повлиять на результативность деятельности предпринимательской структуры, но он не представляет себе, каким образом формируется чистая прибыль как конечный результат деятельности. Вносить в его систему стимулирования определенный процент от прибыли не целесообразно.

С укрупнением бизнеса выделяются условно два типа сотрудников по отношению к основному бизнесу: обслуживающий персонал и основной персонал. В такой предпринимательской структуре работа по формированию самосознания необходимости повышения качества работы уборщицы – не рациональный труд, да и работа с каждым сотрудником обслуживающего процесса – непосильная задача для одного и нескольких менеджеров предпринимательской структуры среднего размера, а увеличи-

вать штат руководителей достаточно затратно для бизнеса и ведет к искажению информации между самим процессом и топ-менеджментом. В данном случае возрастает необходимость использования системы стимулирования. На практике это обозначает появление прописанных процедур стандартов работы, появление листов оценки выполнения этих процедур и стандартов, которые могут повлиять на заработную плату персонала. В этом случае необходимо помнить, что обслуживающий персонал достаточно не сложно и не затратно можно заменить. Для данного персонала проще всего применять систему стимулирования не предпринимательского характера, не ориентированную на конечный результат деятельности предпринимательской

структуры на прибыль и инновации.

Вторая часть сотрудников – основной персонал, который напрямую влияет на увеличение прибыли и реализации инновационных программ. Их самомотивация так же снижается с укрупнением бизнеса. В этом случае крайне важно проводить работу, направленную именно на мотивацию сотрудников с точки зрения их самосознания. Но необходимо учитывать то, что при увеличении самосознания сотрудника его мотивация направлена не только на величину денежного вознаграждения, так как потребности такого сотрудника не сводятся только к материальным. Амбиции таких сотрудников составляют основу мотивационного стимулирования предпринимательского характера.

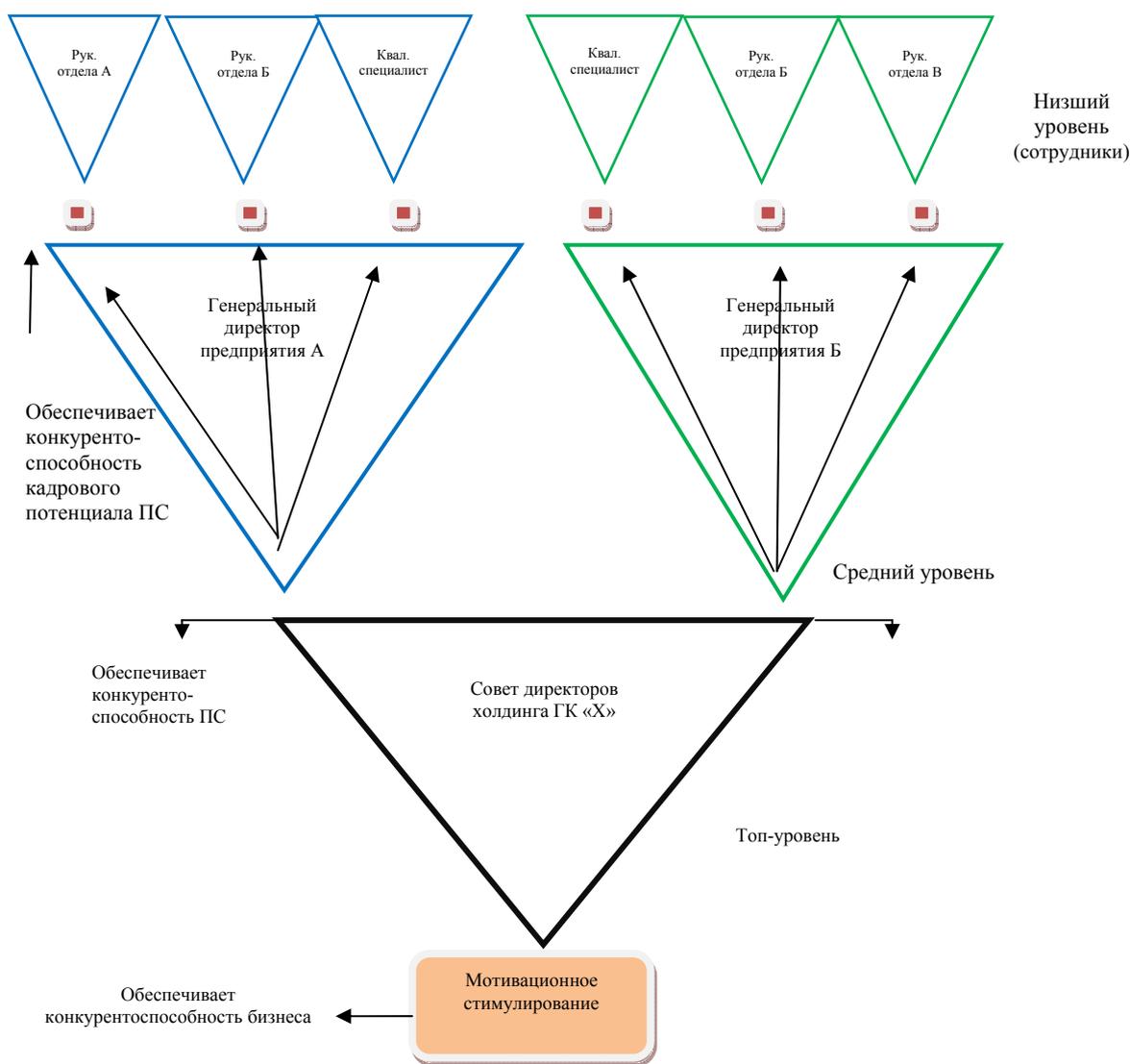


Рис. 4. Модель инновационной предпринимательской структуры и интеграции процесса мотивирующего стимулирования: – процесс мотивирующего стимулирования; – информационные потоки; – перевернутая пирамида ценностей

И с т о ч н и к : разработано автором.

Исходя из вышесказанного, эффективным стимулированием можно добиться изменения мотивации сотрудника. Также стоит обратить внимание на то, что в современной бизнес-среде уже устоялось мнение, что создать идеальную систему стимулирования или мотивации не возможно, а особенно материальную. Ее необходимо периодически изменять, чтобы специалисты, адаптировавшись к ней, не ухудшали показатели деятельности предпринимательской структуры, так как сотрудники могут стремиться к получению максимального подхода при минимальных усилиях, нередко пренебрегая интересами бизнеса.

Если рассматривать мотивацию и стимулирование как процесс, можно сделать вывод, что оба процесса применимы в современном бизнес-обществе, и часто целесообразно использовать их сочетание для решения различных кадровых вопросов. Идеального соотношения «мотив – стимул», как и форм применения не существует. Данные формы необходимо разрабатывать исходя из текущей ситуации, целей и состава сотрудников предпринимательской структуры.

Для того, что выделить место и роль мотивирующего стимулирования в деятельности предпринимательской структуры, на рис. 4 представлена схематически модель предпринимательской структуры с точки зрения осуществления процесса управления предприятием.

- Топ-уровень управления – формирование основных пластов ценностей предприятия, нацеленных на получение, в конечном счете, в длительном интервале максимальной прибыли;

- Средний уровень управления – настройка процесса деятельности предприятия, соответствующего основным ценностям холдинга, но направленного на прибыль в текущем периоде;

- Низший уровень управления – работа подразделения в рамках существующих стандартов и процедур с целью получения максимальных показателей, установленных руководством предприятия (не всегда материальных).

Для формирования рациональной системы мотивирующего стимулирования необходимо соединить существующие формы стимулирования, ценности компании и виды мотивации персонала.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Чистякова, О. В. Сущностные аспекты интрапренерства / О. В. Чистякова // Известия ИГЭА. – 2011. – № 1(75).
2. Толковый словарь «Инновационная деятельность» / отв. ред. В. И. Сулов. – 2-е изд., доп. – Новосибирск, 2008. – 224 с.
3. Сидунов, И. А. Обеспечение конкурентоспособности предпринимательских структур на основе мотивационно-инновационного механизма управления ими: автореф. дис. ... канд. экон. наук / И. А. Сидунов. – Волгоград: ВолгГТУ, 2013. – 31 с.
4. Якимов, В. Н. Стимулирование и мотивация труда в организации / В. Н. Якимов // Государственное и гражданское общество: политика, экономика, право. – 2012. – № 4.

УДК 338.45:625.1

*Т. В. Болдырева<sup>1</sup>, И. М. Кублин<sup>1</sup>, И. В. Солдатов<sup>1</sup>, А. А. Раюшкина<sup>2</sup>*

### ПОВЫШЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЖЕЛЕЗНЫХ ДОРОГ НА ОТЕЧЕСТВЕННОМ РЫНКЕ ТРАНСПОРТНЫХ ПЕРЕВОЗОК

<sup>1</sup>Саратовский социально-экономический институт

<sup>2</sup>Волгоградский государственный технический университет

Важнейшей чертой современного бизнеса стало внедрение и развитие на рынке транспортных услуг комплекса маркетинговых мероприятий. В статье отмечается, что с применением маркетинговых принципов железнодорожный транспорт начал ориентироваться на потребности потенциальных потребителей с целью более полного их удовлетворения по установленным видам и качеству предоставляемых транспортных услуг. Конкурентоспособностью железнодорожного транспорта на рынке перевозок грузов занимается система фирменного транспортного обслуживания, задачей которой выступает устранение или сглаживание недостатков транспортного обслуживания. В статье авторы предлагают комплекс мероприятий по закреплению компании на рынке грузовых перевозок, повышающих как эффективность работы предприятия, так и уровень конкурентоспособности российских железных дорог.

*Ключевые слова:* конкурентоспособность предприятия, продукта и услуг, организация маркетинговой деятельности, методы продвижения услуг, транспортный рынок, эффективность реализации маркетинговых мероприятий.

*T. V. Boldyreva<sup>1</sup>, I. M. Kublin<sup>1</sup>, I. V. Soldatov<sup>1</sup>, A. A. Rayushkina<sup>2</sup>*

## IMPROVING THE PERFORMANCE OF OPERATIONS AND COMPETITIVENESS OF RAILWAYS IN THE DOMESTIC TRANSPORTATION MARKET

<sup>1</sup>Saratov Socio-Economic Institute

<sup>2</sup>Volgograd State Technical University

The most important feature was the introduction of modern business and development in the transport market of the complex of marketing activities. The article notes that the application of marketing principles to rail transport began to focus on the needs of potential customers in order to better meet them on the specified type and quality of transport services. The competitiveness of rail transport in the freight market has been firm transportation service system, the task of which is the elimination or smoothing deficiencies of transport services. The authors propose a set of measures to consolidate the company in the market of freight traffic, increasing the efficiency of the enterprise as well as the competitiveness of the Russian railways.

*Keywords:* competitiveness of enterprises, products and services that the organization of marketing activities, methods of promotion services, transport market, the effectiveness of the implementation of marketing activities.

Система маркетинга на железнодорожном транспорте является важнейшим фактором повышения прибыльности дороги в условиях конкуренции на рынке транспортных услуг. С применением маркетинговых принципов железнодорожный транспорт начал ориентироваться на потенциальных клиентов с целью их удовлетворения по определенным видам и качеству предоставляемых транспортных услуг, стараясь при этом функционировать рационально, оптимально и эффективно. В этой связи маркетингу отводится роль объединения интересов транспортных предприятий РЖД и их клиентов, создания условий эффективного продвижения качественных транспортных услуг.

На взгляд авторов, маркетинговый комплекс применительно к рынку транспортных услуг должен состоять из следующих взаимосвязанных элементов:

- комплексный анализ транспортного рынка, обследование экономики районов тяготения железных дорог;
- исследование нужд и потребностей грузовладельцев, прогнозирование спроса на услуги железнодорожного транспорта и планирование ассортимента выпускаемой продукции;
- разработка условий грузовых и пассажирских перевозок, соответствующих интересам грузоотправителей и грузополучателей, населения и создание предпосылок для их реализации;
- установление оптимальных тарифов на услуги железнодорожного транспорта;
- формирование спроса и стимулирование сбыта продукции (услуг) железнодорожного транспорта, в том числе с помощью рекламного воздействия, формирования благоприятного общественного имиджа, проведение специальных рекламных акций и кампаний, направленных на создание привлекательного образа (паблисити) железнодорожного транспорта.

Стержневой чертой современных рыночных отношений является внедрение и развитие на железнодорожном транспорте информационных технологий на основе применения единых баз данных и крупных серверов [6].

Для решения перспективных проблем руководством РЖД перед Приволжским ТЦФТО поставлены для решения сложные комплексные задачи, а именно: добиться, чтобы увеличивающиеся объемы производства промышленной продукции в максимальной степени были использованы на железнодорожном транспорте. С этой целью ТЦФТО разрабатывает перечень возможных новых услуг, которые должны влиять на комплекс транспортно-экспедиционного обслуживания, включающего в себя как собственно организацию грузовых перевозок, перевалку грузов на складах временного хранения, так и экспедиторские услуги и услуги по управлению подвижным составом и приватным вагонным парком.

В этой связи основной потенциал маркетинговых исследований в ТЦФТО должен сосредоточиться на анализе и прогнозировании качественных и количественных характеристик внешнего спроса на услуги, в частности:

- анализе информации от подразделений сети продаж о планируемых и фактически выполненных объемах перевозок, реальных потребностей клиентов;
- анализе динамики и перспектив развития отраслей промышленности, их потребности в транспортных услугах, в том числе услугах железнодорожного транспорта;
- прогнозировании объемов и направлений грузовых перевозок железнодорожным транспортом;
- анализе положения железнодорожного транспорта в целом и ОАО «РЖД» в частности относительно конкурирующих видов транспорта и направления грузопотоков;

– разработке маркетинговой стратегии по усилению конкурентного положения ОАО «РЖД»;

– анализе международного опыта и оценки его применимости и его методологической адаптации к российским условиям;

– проведении маркетинговых исследований и анализе потребностей клиентов, разработке рекомендаций по совершенствованию различных видов перемещения грузов в коммерческом и технологическом разрезах;

– разработке комплексных транспортных схем для удовлетворения внешнего спроса и оптимизации эксплуатационной деятельности компании;

– разработке и ведении ассортиментной, ценовой и тарифной политики ОАО «РЖД».

Известно, что железнодорожное обслуживание при перемещении больших объемов груза от места отправления до места назначения включает в себя комплекс услуг, оказываемых потребителю при организации погрузочных и разгрузочных работ и транспортировке:

а) консультирование по вопросам, связанным с перемещением грузов и расчетом цен на оказываемые услуги;

б) формирование заявок и грузоперевозочных документов;

в) консультирование по дополнительным и сопутствующим услугам;

г) осуществление силами РЖД погрузочно-разгрузочных работ;

д) предоставление информационного сопровождения перевозки.

При этом организация предоставления большей части дополнительных и сопутствующих услуг, оказание которых не регламентируется государственным и антимонопольным законодательством, должна находиться в компетенции подразделений железных дорог, отделений, станций.

Для эффективной работы подразделений железнодорожной операторской компании особое место отводится грамотной четкой постановке задач.

При этом существенным направлением деятельности ТЦФТО будет являться формирование ассортиментной политики ОАО «РЖД», удовлетворяющей нижеперечисленным требованиям:

- наличие Единого Перечня услуг в части товарных, пассажирских и грузовых перевозок;
- комплексное удовлетворение потребностей потребителей в сервисном обслуживании;

• гибкое реагирование на флуктуационные изменения на рынке;

• разработка и продвижение востребованных и новых видов транспортных услуг;

• формализация и стандартизация оказываемых услуг;

• обеспечение контроля качества на всех этапах предоставляемых услуг.

Стоимость оказываемых услуг является одним из основных факторов выбора потребителем вида транспорта, перевозчика или экспедитора, разработки и определения схем транспортирования груза [5].

Проведенные обследования показали, что текущая ситуация с ценообразованием в ОАО «РЖД» характеризуется следующим образом:

– жесткое регулирование тарифов на перевозку грузов;

– регулирование стоимости дополнительных услуг, находящихся в сфере действия антимонопольного законодательства;

– отсутствие системного подхода к управлению стоимостью дополнительных и сопутствующих услуг;

– затруднительный процесс предоставления гибких тарифных условий [3].

В этой связи работа по оптимизации тарифной политики в области регулируемых тарифов должна быть выстроена по следующим направлениям:

1) мониторинг действующих тарифных условий и разработка предложений по их совершенствованию ценовой политики с учетом интересов РЖД и пользователей услуг железнодорожного транспорта в соответствии с требованиями государственного регулирования тарифов;

2) разработка предложений по реализации гибкой тарифной политики в рамках действующего положения о государственном регулировании тарифов по запросам железных дорог и пользователей с учетом антимонопольного законодательства;

3) подготовка заключений и экспертных оценок по предложениям потребителей, поступившим из регулирующих органов.

Клиентов, интересующихся тарифами или сомневающийся в необходимости пользования услугами перевозки грузов, сотрудники и агенты территориального центра фирменного транспортного обслуживания обязаны проинформировать обо всей необходимой информации. В этой связи следует отметить, что При-

волжский ТЦФТО является одним из важнейших структурных подразделений ОАО «РЖД».

Проведенный мониторинг показал, что общая площадь территории, обслуживаемой отделением Приволжской железной дорогой, составляет 258,2 тыс. квадратных километров, наибольшую часть которой составляет инфраструктура автомобильного и железнодорожного транспорта Саратовской и Волгоградской областей.

Узловыми преимуществами автомобильного транспорта являются: маневренность в выборе маршрутов движения, дающая возможность в короткий временной период осуществить перемещение грузов от склада до места назначения; гибкая ценовая политика, учитывающая габариты автомобильного транспорта; быстрая скорость доставки грузов для продукции с ограниченным сроком хранения, особенно при перевозках на небольшие расстояния; упрощенное оформление перевозочной документации; гибкая система цен за тоннаж и перемещение грузов.

Проведенные исследования показали, что на расстояние до 300 км груз можно доставить автомобильным транспортом в 12 раз быстрее, чем железнодорожно-автомобильным и смешанным сообщением, и в 5 раз быстрее, чем прямым железнодорожным сообщением. Однако с увеличением дальности транспортирования подобное преимущество автомобильного транспорта перед железнодорожным теряется [1].

Например, при перевозке овощных и бахчевых культур из Астраханской области существует сильная конкуренция между предпринимателями со стороны предприятий автомобильного транспорта. Автомобильный транспорт предлагает заказчику перевозку грузов по схеме с поля до места реализации, что упрощает оборот скоропортящейся сельскохозяйственной продукции и удешевляет процесс доставки грузов до локального места реализации. Так, перевозка от Астрахани до Москвы железной дорогой обходится в 1,6 раза дороже, чем грузовым автомобильным транспортом. Кроме того, скорость доставки овощей автомобильным транспортом превышает скорость доставки железнодорожным транспортом.

На расстояние в 1548 км (от Астрахани до Москвы) груз автомобильным транспортом доставляется в среднем за 36 часов, а железнодорожным – за 7 суток. Еще одним фактором высокой конкурентоспособности автомобиль-

ного транспорта в указанном сегменте рынка является его оперативность: если при перевозке железнодорожным транспортом грузоотправитель обязан подать заявку на перевозку как минимум за трое суток, то при перевозке крупнотонажными и крупногабаритными автомобилями широко практикуется отгрузка по предъявлению.

К недостаткам автомобильного транспорта, отмечаемым всеми из грузоотправителей, относится величина тарифов за перевозки. Тариф за перевозку груза автомобильным транспортом не зависит от рода груза, а тариф за перевозку железнодорожным транспортом зависит (с 1 августа 1995 года все грузы Единой тарифно-статистической номенклатуры грузов (ЕТСНГ) распределены на три класса, при этом первому классу соответствуют самые низкие тарифы (на 30–35 % ниже, чем тарифы для грузов второго класса), а третьему – самые высокие (на 74 % выше, чем тарифы для грузов второго класса). Поэтому для корректности анализа следует рассмотреть один из самых дорогих грузов – черные металлы и один из самых дешевых – строительные материалы и конструкции.

При перевозке грузов на короткие расстояния себестоимость железнодорожных перевозок возрастает в среднем в четыре-пять раз, так как подобные перевозки осуществляются, как правило, сборным подвижным составом, имеющим меньшую массу и участковую скорость из-за определенного числа остановок на промежуточных станциях, а также высоким удельным весом расходов на начально-конечные перевалочные операции при подобных перевозках. Как отмечает Л. В. Канторович, уже при перевозке на 200 км автомобильный тариф превышает железнодорожный [4].

В таблице приведен пример сравнительного анализа тарифных условий при перевозке грузов автомобильным и железнодорожным транспортом в зависимости от дальности перевозок за 2012 год.

Анализ данных таблицы показывает, что, начиная с расстояния в 200 километров и более, перевозки автомобильным транспортом становятся экономически менее эффективными, чем перевозки железной дорогой.

Другим конкурентом железнодорожного транспорта является водный транспорт. Грузооборот и погрузка водного транспорта в исследуемом регионе за анализируемый период обнаруживала тенденцию к сокращению, но на-

чиная с 2012 года, благодаря увеличению парка судов, роль водного транспорта возросла в на-

вигационный период. Увеличилась и его доля на рынке транспортных услуг.

**Сравнительный анализ тарифных условий при перевозке автомобильным и железнодорожным транспортом в зависимости от дальности перевозок за 2012 год [7]**

Расстояние, км	Автомобильный тариф, руб./т	Железнодорожный тариф (для строительных грузов), руб./т	Железнодорожный тариф (для черной металлургии), руб./т
50	37,5	51,7	101,4
100	75,0	60,3	120,9
200	150,0	76,8	157,8
250	187,5	86,0	178,5
500	375,0	122,5	260,2
750	562,5	156,3	335,5
1000	750,0	187,3	404,6
1250	937,5	215,0	471,3
1500	1125,0	242,8	540,1

Изучение показывает, что основными преимуществами водного транспорта являются:

а) невысокий тариф, который меньше железнодорожного (например, тариф за перевозку нефтепродуктов водным транспортом от Волгограда до Санкт-Петербурга на 15–20 % ниже, чем железнодорожным, а по некоторым направлениям транспортировки грузов речным транспортом по внутренним водным судосудным артериям обходится в два-три раза дешевле, чем по параллельным железным дорогам);

б) возможность перевозки груза в качественном подвижном составе без дополнительных затрат на его отчистку, ремонт со стороны грузоотправителей;

в) высокая степень сохранности груза;

г) большая провозная способность (по водным путям возможно передвижение транспортных средств с большей грузоподъемностью, чем на наземных видах транспорта);

д) сравнительно невысокая себестоимость грузовых перевозок (себестоимость грузовых перевозок по рекам в среднем на 20–30 % ниже, чем по железной дороге, а перевозки по водному бассейну реки Волга – на 40 % ниже, чем по параллельной железнодорожной ветке).

Кроме того, водный транспорт, осуществляя перевалку грузов по схеме «борт-борт», освобождается от портовых сборов за перемещение и хранение, имеющих особенно большое значение для экспортно-импортных перевозок. К недостаткам водного транспорта относятся:

1) невысокая скорость перевозок (4–13 км/ч по реке и до 17 км/ч – по морю, тогда как ско-

рость, например, автомобильного транспорта во внутреннем сообщении в среднем 17–20 км/ч, в международном – 35–40 км/ч);

2) ограниченность сферы его использования;

3) необходимость преодоления из-за извилистости рек больших, чем на других видах транспорта расстояний между одними и теми же пунктами (в среднем на 15–20 %).

К тому же конкурентоспособность водного транспорта ограничивается также сезонным характером перевозок. Период навигационного режима в районе действия Приволжской железной дороги длится в среднем с середины апреля по октябрь, то есть всего шесть-семь месяцев в году речники могут осуществлять перевозку грузов на сухогрузах. За время навигации они должны перевезти такой объем грузов и получить такую прибыль, чтобы обеспечить покрытие расходов в течение всего календарного периода. Это заставляет их удерживать нижнюю границу тарифа на довольно высоком уровне. Однако верхняя граница тарифа должна быть ниже, чем у железнодорожников.

Скорость доставки водным транспортом, как правило, ниже, чем железнодорожным. Однако в отдельных случаях доставка водным транспортом осуществляется быстрее, чем железнодорожным. Так например, доставка нефтепродуктов от Волгограда до Санкт-Петербурга водным транспортом осуществляется за 3,5 суток, а железнодорожным – за 6 суток.

Основными преимуществами железнодорожного транспорта перед другими видами транспорта являются:

1) большой объем перемещения грузов и достаточно высокая провозная способность железнодорожных путей (до 90–100 млн тонн по двухпутной или 25–35 млн тонн по однопутной линии в год);

2) регулярность перемещения грузов независимо от периода времени года, времени суток и погодных условий;

3) универсальность железнодорожного транспорта с позиции его использования для перемещения различных грузовых потоков и возможность доставки грузов с большой скоростью;

4) потенциал формирования прямых связей между крупными промышленными хозяйствующими субъектами;

5) относительно умеренная себестоимость перемещения грузовых потоков по сравнению с автомобильным транспортом (например, если средняя себестоимость на транспорте 100 %, то себестоимость транспортировки по железной дороге составит практически 80 %, а автомобильным – 1600 %). В этой связи в сегменте перемещения грузов на дальние расстояния железнодорожный транспорт является доминирующим среди остальных видов транспорта.

Следует отметить, что недостатками железнодорожного транспорта являются: а) невысокая по сравнению с автомобилями скорость перемещения грузов; б) достаточно низкий уровень исполнения сроков доставки (от 18 до 24 % осуществляемых отправок доставляются с превышением сроков); в) низкая степень сохранности транспортируемых грузов (потери грузов на отечественном железнодорожном транспорте в десятки раз превышают установленные нормы убыли на перемещение 1 тонны груза, например, нормативные потери угля определяются в 0,7 %, а фактически составляют 3 %, рудного сырья – соответственно 0,9 и 3,5 %, строительного цемента – 1,2 и 4,0 %, зерновых культур – 0,1 и 0,2 %, различного вида кирпича – 1,3 и 7,0 %).

Следует отметить, что несовершенство железнодорожного транспорта в меньшей степени ощутимо при перемещении массовых объемов груза, а именно их, в основном, перемещают по железной дороге. К тому же массовое перемещение грузов определяет доминирующее положение железнодорожного транспорта на рынке транспортных услуг, так как спрос на их перевозку не обладает достаточной степенью эластичности для перемещения высоких объемов грузов на альтернативные виды транспорта.

Конкуренентоспособностью железнодорожного транспорта на рынке перевозок грузов занимают предприятия системы фирменного транспортного обслуживания. Задачами данной системы является, во-первых, устранение или, при невозможности устранения, сглаживание недостатков, связанных с железнодорожным перемещением грузов. Во-вторых, важнейшим направлением работы системы фирменного транспортного обслуживания должно стать упрощение технологии оформления пакета разрешительной документации для отправителя груза, снижение административных барьеров в этой сфере деятельности, что позволит усилить позиции железнодорожного транспорта на рынке грузовых перевозок.

Пример. Данные по перемещению грузов за 2012 год показывают, что идет, пусть и медленное, наращивание объемов транспортировки грузов и, следовательно, восстановление экономики региона, которое было вызвано, помимо всего прочего, антикризисными мероприятиями со стороны Приволжского ТЦФТО. Вместе с тем, несмотря на кризисные явления, грузообразующие предприятия, относящиеся к зоне действия Приволжской железной дороги, принимали усилия по нормализации работы и восстановлению объемов промышленного производства. Поэтому в период 2012–2014 годов в Приволжском ТЦФТО проводилась детальная и предметная работа с каждым грузоотправителем. Для повышения конкурентоспособности Приволжской железной дороги на транспортном рынке использовались новые методы и формы взаимодействия с клиентами.

К тому же за анализируемый период в Приволжском ТЦФТО налажен непрерывный мониторинг динамики погрузки по грузоотправителям, анализировалась ценовая и сбытовая политика существующих и потенциальных клиентов. С руководством промышленных предприятий региона, министерствами экономики областей в зоне обслуживания дороги поддерживался непрерывный контакт, проводились рабочие совещания по улучшению работы предприятий железнодорожного транспорта. Это позволило учесть влияние экономических факторов на стабильность перемещения грузов и улучшить качество планирования объемных и финансовых показателей.

В кризисных условиях центр реализовал переход от технологии помесячного прогнозного планирования к ежедекадному, что оказало

положительное влияние на эксплуатационную работу железной дороги и на ее финансовый результат.

Также подразделения и секторы финансового блока зоны ответственности Приволжского ТЦФТО проводили непрерывную работу с клиентами по обеспечению ритмичности платежей за грузоперевозки, контролировали исполнение финансовых показателей работы.

С целью оперативного и удобного обслуживания клиентов внедрена система электронного документооборота, которая дает возможность грузоотправителю оформлять заявки на перемещение грузов с рабочего места. При этом набор перевозочных документов оформляется по безбумажной технологии. На данный момент 22 % всех документов, оформляемых клиентами при перевозке грузов, оформляются с использованием электронной цифровой подписи (ЭЦП), прирост оформляемых таким образом документов в 2012 году составил 14 %.

Внедрение электронного документооборота стало предпосылкой для организации контакт-центров. На сегодняшний день контакт-центры обеспечивают обслуживание клиентов в территориально удаленном режиме. На удаленное оформление перевозочных документов через единый контакт-центр переведена 31 малодеятельная станция.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что положительный итог 2012 года на рынке перевозок грузов железнодорожным транспортом на Приволжской железной дороге является результатом значительных сплоченных усилий Приволжского ТЦФТО и основных грузообразующих предприятий, чьи совместные действия в период экономического кризиса смогли сначала замедлить темпы спада объемов перевозок грузов и помочь остановить нежелательную тенденцию, а затем начать постепенное восстановление и дать определенную положительную динамику развитию экономики региона.

Существующий правовой статус ОАО «Российские железные дороги», миссия и стратегические цели организации подразумевают пересмотр приоритетов в организации работ федерального железнодорожного транспортного сообщения. При этом базовые цели реформирования – это работа в жестких конкурентных условиях, повышение инвестиционной привлекательности для данной отрасли.

Конкурентная устойчивость и финансовое благополучие ОАО «РЖД» могут быть достигну-

ты только при условии соблюдения баланса интересов самой компании и потребителей услуг.

Проведенное обследование показало, что клиентами в основном востребованы следующие виды услуг: постоянный доступ к инфраструктуре ОАО «РЖД» и организации транспортировки различных объемов грузов.

На сегодняшний день ОАО «РЖД» является естественным монополистом и не несет особых рисков при деятельности, связанной с развитием и содержанием инфраструктуры, обеспечением транспортировки на равных условиях, разработкой графиков и управлением железнодорожным движением, взиманием инфраструктурной составляющей тарифного плана. При реализации данных функций необходима внятная и добросовестная работа в базисе законодательных и нормативных документов, утвержденных правил и инструкций.

Перевозчик ОАО «РЖД» реализовывает транспортировочную деятельность в конкурентном секторе экономики наравне с прочими перевозчиками (пока практически нет), операторами (собственниками) подвижного состава, экспедиторскими организациями. Следует отметить, что предметом деятельности в этом секторе также является привлечение потенциальных клиентов, четкая договорная работа, развитие сервисных и внедрение дополнительных видов услуг, направленных на улучшение перевозок, работа со смежниками и соисполнителями, претензионная работа и т. п.

Организация перевозок, помимо четкости, добросовестности и законопослушания, требует коммерческой активности, гибкости, умения мгновенно ориентироваться в обстановке и принимать решения без права на ошибку. Медлительность, нерешительность, инертность при работе в конкурентном секторе может привести не только к снижению доходов, но и к потере самого источника доходов.

Рынок предъявляет достаточно жесткие требования к организации обслуживания. К тому же в сфере грузовых железнодорожных перевозок недостаточно только доставить груз от одной станции до другой. Существуют требования, которые определяются внешним спросом, а именно: высоким уровнем сервисного обслуживания, широким пакетом дополнительных и сопутствующих услуг, доставкой груза «от двери до двери» и «точно и во время», экспедированием грузов при транспортировке, информационным сопровождением, страховым и таможенным оформлением.

Обследование показало, что при прочих сопоставимых условиях ОАО «РЖД» проигрывает в конкурентной борьбе за потенциального клиента. При этом проигрыш компании обусловлен множеством следующих факторов:

- получаемая прибыль не является доминирующей целью компании;
- инертность и неуклюжесть организационной структуры;
- отсутствие единого центра, несущего ответственность за экономический эффект;
- государственное регулирование тарифов;
- износ и дефицит собственного грузового вагонного парка и т. п.

Из вышесказанного следует, что независимые перевозчики, при прочих равных условиях, будут выигрывать в конкурентной борьбе за счет:

- нацеленности на получение большего объема прибыли;
- гибкости и свободы при принятии управленческих решений;
- возможности оперативного регулирования тарифного плана (в пределах вагонной составляющей и собственной наценки);
- гибкости в системе расчетов с клиентами (поэтапная оплата, отсрочка платежа, кредитование и т. д.).

Таким образом, должен быть разработан комплекс организационно-технических программ по закреплению конкурентных преимуществ компании на рынке грузовых железнодорожных перевозок, так как отсутствие единой сбытовой политики, инертная позиция компании в вопросах развития сервиса, внедрения новых и повышения качества имеющихся услуг приводят к тому, что потенциальные клиенты вынуждены создавать собственные подразделения по обеспечению железнодорожных перевозок, занимаясь непрофильной деятельностью, отвлекая финансовые и трудовые ресурсы от основной производственной деятельности.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аракелова, И. В. Актуальные вопросы формирования потребительской экономики России / И. В. Аракелова // Научное обозрение. – 2014. – № 6. – С. 125–131.
2. Болдырева, Т. В. Маркетинговый анализ конкурентной позиции промышленного предприятия / Т. В. Болдырева // Актуальные вопросы экономических наук. – 2010. – № 11–1. – С. 155–160.
3. Галабурда, В. Г. Маркетинг на транспорте: учеб. пособие / В. Г. Галабурда. – М.: МИИТ, 2004.
4. Гордашников, О. Ю. Развитие системы менеджмента качества на машиностроительных предприятиях / О. Ю. Гордашников // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2007. – № 15. – С. 10–13.
5. Ильин, Ю. Свободные тарифы: уроки прошлого / Ю. Ильин // РЖД-Партнер. – 2007. – № 8.
6. Канторович, Л. В. Проблемы эффективного использования и развития транспорта / Л. В. Канторович. – М.: Наука, 2004.
7. Кублин, И. М. 9.2. Особенности инвестирования в проекты по управлению информационными бизнес-процессами на предприятиях электронной промышленности / И. М. Кублин, А. Ж. Е. Махметова // Аудит и финансовый анализ. – 2014. – № 1. – С. 269–271.
8. Морозова, И. А. Перспективы и проблемы использования механизмов концессии в транспортной инфраструктуре / И. А. Морозова // Современная экономика: проблемы и решения. – 2010. – № 11. – С. 59–67.
9. Морозова, И. А. ГЧП как условие и фактор модернизации и развития транспорта и его инфраструктуры / И. А. Морозова // Поволжский торгово-экономический журнал. – 2011. – № 4. – С. 53–58.
10. Морозова, И. А. Modelling of the Virtual Macroregions in the Volga Region: Transport Aspect / И. А. Морозова, А. А. Раюшкина, Я. С. Матковская // World Applied Sciences Journal. – 2013. – Vol. 27, № 9. – С. 1183–1187.
11. Морозова, И. А. Маркетинговые исследования как инструмент повышения конкурентоспособности предприятий на рынке транспортных услуг / И. А. Морозова, А. А. Раюшкина // Предпринимательство. – 2014. – № 3. – С. 98–108.
12. Ладыженский, К. Б. Управление маркетингом при диверсификации предприятия / К. Б. Ладыженский, И. М. Кублин // История и перспективы развития транспорта на севере России. – 2013. – № 1. – С. 90–100.
13. Хусаинов, Ф. И. Маркетинговое исследование грузоборазующих предприятий и транспортного рынка на Приволжской железной дороге / Ф. И. Хусаинов // Вестник транспорта. – 2011. – № 9.

УДК 338.486

*И. Паунович***СЕРБСКИЙ ГОРОДСКОЙ ТУРИЗМ: БЕНЧМАРКИНГ ПОКАЗАТЕЛЕЙ  
УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА ДЛЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО  
И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ****Университет Сингидунум, Белград, Сербия**

Современная политика устойчивого туризма города носит сложный и фрагментарный характер. Для формирования и мониторинга подобной политики есть потребность в разработке методологии, которая будет одновременно носить междисциплинарный характер (основы устойчивого развития) и будет легкодоступной для представителей территориального менеджмента (веб-инструмент бенчмаркинга). Предлагается комплексная и стратегическая основа для городского туризма, на основе значений устойчивого развития. До сих пор отсутствуют исследования по устойчивому развитию городского туризма в Сербии, и в глобальном масштабе существует дефицит научной литературы по вопросам устойчивого развития туристических территорий. Автором предложен новый методологический подход к сбору и интерпретации данных по развитию туризма, который сочетает в себе показатели трех измерений устойчивого развития (экономическое, социально-культурное и экологическое) и бенчмаркинг в качестве инструмента стратегического управления. Исследование основано на сочетании первичного анализа рынка с использованием статистических данных (Статистическое бюро Республики Сербии) с целью создать теоретическую основу устойчивому туризму для сербских территорий.

*Ключевые слова:* устойчивый туризм, городской туризм в Сербии, туристическая политика, менеджмент туристической территории, показатели устойчивого туризма.

*I. Paunovic***SERBIAN CITY TOURISM: BENCHMARKING INDICATORS OF SUSTAINABLE  
TOURISM FOR COMPETITIVE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT****Singidunum University, Belgrade, Serbia**

Contemporary sustainable city tourism policy is complex and fragmented. In order for such a complex policy to be created and monitored, there is a need for methodology that is both interdisciplinary (through sustainable development framework), and easy to comprehend by local destination managers (through web based benchmarking tool). An integrated, strategic benchmark framework for sustainable city tourism is proposed, based on the values of sustainable development. There is no previous research on the sustainable development of city tourism in Serbia, and globally there is a lack of literature on sustainable development of destinations which are not directly related to nature. New methodological approach in collection and interpretation of tourism development data is presented which combines indicators from three sustainable development dimensions (economic, sociocultural and environmental) with benchmarking as a tool of strategic management. The research combined primary research market data with other official sources of data (Statistical office of the Republic of Serbia) to create a sustainable tourism benchmark framework for Serbian city destinations.

*Keywords:* Sustainable tourism, city tourism in Serbia, tourism policy, destination management, indicators of sustainable tourism.

**Introduction**

There is a lack of recognition of the sustainable tourism development issues throughout Serbia, especially regarding city tourism. Besides political will, one of the major obstacles in implementing the sustainable tourism strategies in mainstream Serbian city tourism, is the limited availability of information sources. There are virtually no relevant and regular tourism market research data for use as market sustainable development indicators. On the other hand, the information on broader city sustainability issues are regularly published by Statistical bureau of the republic of Serbia, but cover only small por-

tion of issues relevant to city tourism and/or the reach and relevance of the data is limited.

The major goal of the paper is the creation of an integrated framework for sustainable city tourism development in Serbia, that would utilize the power of new web based IT technology. The focus was therefore not purely on benchmarking the sustainability of major city destinations in Serbia, but also on establishing an integrated indicators framework for benchmarking, and policy creation purposes. Thus, the focus is not only measurement, but also practical (indicators benchmarking which leads to policy recommendations).

The paper also researches the possibilities for the use of new web-based Information Technology (such as web based Management Information Systems and Geographic Information systems) in sustainable tourism policy creation.

#### Theoretical basis

Economic development of the cities needs to be linked with environmental sustainability, because of the highest potential for affecting the environment (R. Fuchs, 2012). The challenge of sustainable city tourism is how to utilize contemporary sustainable policy instruments and indicators in tracking and responding to change in one of the fastest growing tourism products globally. City tourism is, according to IPK (2013), an absolute champion in driving global tourism growth. City holidays had an increase of 47% in the period 2009-2013 from emerging markets. Dunne et al. (2011) similarly acknowledge that city administrators are increasingly realizing the importance and economic value of city break tourism.

Tourism, as an economic activity is much more dependent on the environment and the society than the traditional industries. It depends largely on quality environments, cultural distinctiveness, social interaction, security and wellbeing (Office for National Statistics UK, 2011). Modern cities have a unique challenge of harnessing the benefits of concentrated economic activity, while at the same time trying to stay in tune with the nature. UNWTO (2012) sees contemporary city tourism policy as directed towards competitiveness and quality of life of citizens through overcoming economic, social and environmental challenges. This new concept is called "smart city", and conceptualizes urban destinations which implement sustainable development policies and harness innovative technology. Although sustainability is one of the major issues in contemporary destination management (Buhalis & Costa, *Tourism Business Frontiers*, 2006; Hall C. M., 2008), which is being promoted by international organizations (Fazenda, Nunes da Silva, & Costa, 2010), there is a lack of literature on identification of environmentally friendly tourists which are not directly related to nature-based tourism (Dolnicar, Crouch, & Long, *Environment-friendly Tourists: What Do We Really Know About Them?*, 2008). Moreover, there is no agreement in the academic and practitioner community regarding the question: on which types of tourism/types of destinations sustainable development can be applied to. Although David

(2011) hypothesizes that key aspects of sustainable tourism are natural area tourism, eco-tourism and rural tourism, UNWTO (2000; 2010), recommends application of sustainability principles to all types of tourism destinations, products, and activities in general. Dolnicar supports the view of UNWTO in the sense that tourism marketing has to shift its focus to attracting tourists with smaller environmental footprint, and especially in the tourism destinations which are not directly related to nature (Dolnicar, 2010).

Barber and Pareja Eastway (2010) call for new leadership approaches in city regeneration, which move property market intervention and physical development only, as a thing of the past. There is a need for more complex and networked place-shaping, which does not only include flagship projects and their immediate surroundings. The new, sustainable approaches can include: spaces for companies operating in the new economy, housing and community infrastructure, public space and cultural amenities. The most important attributes of the new urban regeneration project "Belgrade on water" should be Belgrade tower, Aquarium, Hotels, and a Shopping center (Babić, 2014), which is what Barber and Pareja Eastway (2010) identified as the era of urban entrepreneurialism, characteristic for European cities in the 1980's and 1990's.

On the other hand, there is much more powerful ICT technology available for decision-making today, compared to the time of the beginning of 1980's, when there were even no PC's. In the literature on ICT use in tourism, there is an identified need for the ICT to expand further from its current focus on web marketing, distribution, social networking, virtual communities and customer's technology use (Ali & Frew, 2014). This process is important because ICT has a strong potential to facilitate sustainable destination/tourism development by providing the needed strategic tools for the destinations (Buhalis, *Information Technology as a Strategic Tool for Economic, Social, Cultural and Environmental Benefits Enhancement of Tourism at Destination Regions*, 1997; Go & Govers, 1999; Buhalis, *Strategic use of Information Technology for Strategic Tourism Management*, 2003; Liburd, *Sustainable Tourism and Innovation on Mobile Tourism Services*, 2005; Ali & Frew, *ICT for Sustainable Tourism Development-an Emergent Framework*, 2008). However, decision makers should not only be aware of the ICT strategic tools for sustainable development, but rather develop their own custom solutions to the problems they are facing (Ali & Frew, 2014).

### Indicators of sustainable development

Indicators as a managing and/or governance tool are important because as Buhalis and Costa (2006) emphasize sufficient knowledge and management capacity are essential for using the competitive advantage of the destination effectively, which only destinations with professional management are able to do. UNWTO (2004) sees tourism as a source of development, which needs to be steered, in order to bring benefits to the destinations. On the other hand, if not steered properly, it can be a source of destination degradation. This is why, it is in the interest of the tourism industry, in each destination, to maintain and sustain the basis for its further development. Indicators of sustainable development facilitate improved destination planning and management. They are also a central tool which helps managers and decision makers make informed decisions about sustainable development of destination. UNWTO develops and implements indicators of sustainable development for tourism destinations for over 20 years, and they proved very successful in aiding decision-makers in anticipating and preventing damage to their tourism product.

European Union DG Enterprise and Industry (2013) agrees that sustainability influences tourism sector's competitiveness. This means that the quality of the tourism destinations can be affected if natural and cultural environment, along with local community, are not taken into consideration. In order to tackle this challenges, useful information is needed to make informed decisions. Gossling et al. (2008) support the diversification of, as they call it, measurements of socio-economic development, because using tourist arrivals numbers as the only indicator omits the complexity of the tourism generated income. According to the UNWTO (2004), the most important feature setting indicator apart from other forms of measurement is that it deals with the measurement of change or difference, in this case related to the relevant factors important to the sustainable development of the destination. In that sense, the change and difference can be observed in time and/or between destinations.

Porter and Linde (2008) note that contemporary competitive environment urges managers to measure their direct and indirect environmental impact through improved information and evaluation methods, in order to reduce environmental impact. The authors also urge managers to recognize the opportunity cost of underutilized resources through analyzing the true cost of toxicity, waste, discarded

items, and how that affects the company and the community. Hence, indicators of sustainable development are important as a measure of change of sustainable development, and serve as the basis for policy makers/managers to formulate and adjust the policy/strategic response. The whole society is in a dynamic process of constant changes and so should be the environmental regulation. The authors further explain that if properly designed, environmental regulation can in effect lower the cost of a product or add value to it, through initiating innovation. In that sense, the authors emphasize that the static view of environmental regulation is incorrect.

### Market indicators of sustainable tourism

Important consideration regarding application of indicators of sustainable development is the choice of indicators. UNWTO (2004) sees marketing as a central element that can support destination sustainability as well as overall success of the destination. Researchers in the field of marketing are also applying marketing tools and indicators in order to improve the sustainability of the destinations. Dolnicar et al. (2008) recommend identification of environmentally friendly tourists, and more generally the use of demand side measures, to complement the supply-side measures in reducing the ecological footprint of tourism. In that context, marketing has to shift its focus to attracting tourists with smaller environmental footprint, especially in tourism destinations that are not directly related to nature. UNWTO (2004) also recommends using marketing for sustainable tourism through using indicators like: percentage of visitors who seek environmentally friendly and culturally sensitive experiences, or percentage of clients who self-identify as "green" or eco tourists.

Although traditionally considered an enemy of sustainability, marketing can play a role in implementing sustainable tourism (Pomeroy, Noble, & W. Johnson, 2011). The use of marketing indicators, as important sustainable development indicators in tourism, is present in all major frameworks of sustainable development indicators. EU sustainable development indicators (European Union DG Enterprise and Industry, 2013) include marketing tools such as: number of same day visitors in high season and low season, daily spending per same day visitor, daily spending per tourist (accommodation, food and drinks, other services), average length of stay of tourists, etc. (Same day visitors are those that do not stay overnight on the destination.) UNWTO (2004) sustainable development

indicators include marketing tools such as: level of tourist satisfaction including key activities and attractions, percentage of return visitors, brand image held by current tourists.

#### Using ICT for sustainable tourism benchmarking

Although ICT has revolutionized the contemporary tourism industry, very little research or practical application has been done in the field of ICT for sustainable tourism development (Touray & Jung, 2010). More specifically, some contemporary destinations use high quality ICT solutions for strategic benchmarking, like T-MONA (Tourism Monitor Austria) and German quality monitor (Kratochvil & Neumann, 2011), but these approaches lack the sustainability, interdisciplinary component and are more market oriented. In order for the ICT in tourism to achieve broader social and environmental impact, frameworks and tools should be based on the indicators of sustainable development, which include all the aforementioned aspects. However, for this change to really happen tourism ICT must first reorient its values, because as Liburd (2010) notices, sustainable development represents a specific value system. The biggest obstacle in implementing all ICT in the destination planning process (like the T-mona and German quality monitor), according to Ali and Frew (2010), is getting the funding for such activities. The priority funding for tourism organizations is marketing, promotion and PR, while other areas get severely underfunded. Moreover, all tourism professionals give the number one priority to ICT in field of Information management, compared to other fields of ICT use. However, it should be said that information management section in the case of Ali and Frew (2010) included measuring changes in variety of indicators like monitoring emissions, solid waste, tourist statistics, and not just market indicators.

Putting together benchmarking as a strategic management tool and sustainable tourism values and priorities, through adopting sustainable tourism indicators framework, can be a potent tool for creating a sustainable destination competitive advantage. Porter (1996) is somewhat critical of the many strategic management tools used (benchmarking, total quality management, reengineering, change management, etc.) and emphasizes that these tools are not a substitute for strategy and strategic positioning. The successful company needs both operational efficiency and strategic positioning in order to be successful. Operational efficien-

cy means that things are done better than the competition, while the strategic positioning means that things are done in a different way. Masic (2001) agrees with Porter's view, and emphasizes that benchmarking is not about copying and imitation, but the goal is to induce innovative and creative capabilities. The author sees benchmarking as a tool that assists in the process of core competencies creation, and as an essential part of the strategy. Also, ICT technology is identified as one of the major tools for conducting the strategic analysis and decision-making, as well as for strategy implementation.

#### Methodology

The central question of the research was: How to build an integrated benchmark framework of sustainable development indicators, and apply it to sustainable development of city destinations in Serbia?

An important consideration in building the indicators was how to interpret the data collected. Jovicic and Ilic (2010) recommend using the threshold values for all indicators where that is possible. The authors propose green, yellow and red zone values to be determined in order to indicate how critical the situation is. However, Custance and Hillier (1998) note that in many areas no targets or reference values exist, or it is hard to interpret the threshold values. UNWTO (2004) therefore recommends benchmarking the results in time and between regions. EU DG Enterprise and Industry (2013) on the other hand recommends that each destination sets its own targets and monitors performance. The approach recommended by the UNWTO was utilized in this case, because benchmarking the same type of tourism destination, such as city destinations within the same country is suitable in the situation where data for several years in a row are not available for some of the indicators. Also, setting the threshold values or targets is always subject to consultative processes with different stakeholders, where power and politics play a significant role.

The research was designed to use 19 indicators of sustainable development for benchmarking. The indicators 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, and 17 were proposed as indicators of sustainable development by UNWTO (2004), while the indicators 1, 2, 18 and 19 were proposed by EU DG Enterprise and Industry (2013), indicator 7 by Jovicic and Ilic (2010), and indicators 3, 8, 15 were added in order to expand the indicators list.

Indicator 3 (age of tourists) has been included because it is one of the most important marketing indicators, as it reveals the demographic make-up of the tourist population. This is important for every campaign concerning, for example, the issues of raising of awareness about sustainability issues on the destinations. It is an important part of every sustainable tourism policy. Indicator 8 (percentage of tourist that arrived by train) is similar to and supplements the indicator 7 (percentage of tourists that arrived by car) that was proposed by Jovicic and Ilic(2010 ). In that sense, the indicator 8 deals with the percentage of tourists that arrive to the destination through a mode of transportation that minimally pollutes the environment, unlike the indicator 7 which deals with the percentage of tourists that arrive to the destination through a mode of transportation that significantly pollutes the environment (a car). Indicator 15 supplements the indicator 7, and it deals with the number of tourists per km of modern roads, as a primary mode of transport on the destination Serbia. In that sense, it is important to emphasize that the higher the number of tourists per km of modern roads, the higher the pollution of the environment, and the bigger the traffic problems. If, in the future, the trains and the subway would take a considerable share in the terrestrial transport in thee destinaions in Serbia, a new ratio could be used, such as the number of tourists per km of roads and trains/subways together. However, considering the current state of the railway infrastructure in Serbia it has been decided that this indicator would not be useful. Indicators 18 and 19 were built in accordance with the indicator C 4.1 of the EU publication on indicators (European Tourism Indicator System Toolkit for Sustainable Destinations, 2013), but instead of the surface of the protected area, the number of protected items according to the degree of protection has been used, because it is a better indicator of the value of the protected cultural heritage. Some of the very valuable immovable cultural heritage locations do not occupy a very big surface, but are still of outmost importance for the cultural offer. At the end of the indicators justification, it is important to point out that the availability of the data in this, for the institutions in the Republic of Serbia, new discipline, is considerably limited. Therefore, the market data were used from the Serbia guest Survey 2011 (Grabler & Mamula, 2011), while the other data were used from the reports of the Statistical Office of the Republic of Serbia for the last available year: 2011, 2012 or 2013, as well

as from the publication of the Office for monuments preservation of the Republic of Serbia.

The survey Serbia Guest Survey 2011 was conducted as a component of the EU financed project: "Support to implementation of the National Strategy for tourism" 07SER01/23/11. The questionnaire was filled in by tourist themselves, with the instruction and help of the interviewers. The interviewers were positioned on central locations on each tourist destination. Target group were domestic and foreign tourists in Serbia, aged over 14 years, staying overnight, but no longer than 30 days (holiday trip), or 90 days (business trip). The database was weighted by overnight stays and country cluster (Western Europe and the rest of the world, CEE, Western Balkans, Serbia) based on official statistics.

Overall research sample size was 1500 respondents throughout Serbia. The sample used in this research paper was 401 respondent: 216 respondents in Belgrade, 73 respondents in Novi Sad and 112 respondents in Nis. The fieldwork was done only for the summer season: from July 11 2011 to September 5 2011.

The focus of the paper was not purely on benchmarking the sustainability of major city destinations in Serbia, but also establishing an integrated indicators framework for benchmarking, and policy creation purposes. Thus, the focus is not only measurement, but also practical (indicators benchmarking which leads to policy recommendations). The reason why the three Serbian cities were researched in this paper is that the paper takes a strategic approach to development of city destinations in Serbia.

Since the regular statistical information for several years in a row is not available for most of the used indicators in Serbia, that methodology was abandoned early in the research planning process.

## Results

The integrated indicators framework included data for indicators 1 to 19. Additionally for indicators 1,2,3 and 6, ANOVA statistical significance test at the 0.05 level was conducted in SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). It was then included in the table as an additional benchmark.

Belgrade indicators show that it can be compared to other Serbian cities, but only with caution, because it is a destination without competition inside Serbia: statistically significant shorter stays and higher daily spending, several times higher percentage of first time visitors and tourists that

travel by train, as well as considerably lower ratio of peak month to low month, and considerably higher ratio of tourist overnights to local population. However, besides the obvious qualitative difference in the tourist offer of Belgrade, compared to both Novi Sad and Nis, there are aspects where

Belgrade is less competitive: lower tourist satisfaction level from both Novi Sad and Nis, many times higher number of days exceeding air quality standards, regarding image it is considered more overrun, which is supported both by ratio of tourist arrivals as well as overnights to local population.

**Integrated model of indicators for sustainable development of Serbian city tourism**

Research question	Source of data	Indicators	Belgrade	Novi Sad	Nis	ANOVA at 0.05 level
RQ 1	EU PROJECT 07SER01/23/11	Length of stay (in days)	5.95	7.03	7.32	Yes
RQ 2		Daily spending level (in EUR)	64.50	33.01	30.35	Yes
RQ 3		Age (in years)	33.27	29.31	36.47	Yes
RQ 4		Percentage of tourists that visit several times a year	31%	42.2%	33.4%	-
RQ 5		Percentage of first time visitors	17.5%	13%	4.8%	-
RQ 6		Satisfaction level (scale 1-6)	5.02	5.20	5.03	No
RQ 7		Percentage of tourists that arrived by car	26.9%	34.6%	64.7%	-
RQ 8		Percentage of tourists that arrived by train	17.1%	4%	1.4%	-
RQ 9	Statistical office of the republic of Serbia	Peak month share in annual arrivals	11.14 %	13.72 %	13.81 %	-
RQ 10		Peak quarter share in annual arrivals	31.67 %	33.95 %	32.26 %	-
RQ 11		Ratio peak month to lowest month arrivals	2.46	3.29	3.09	-
RQ 12		Number of visitors per square kilometre	0.22	0.18	0.10	-
RQ 13		Ratio of tourist arrivals to local population	0.43	0.36	0.23	-
RQ 14		Ratio of tourist overnights to local population	0.90	0.74	0.36	-
RQ 15		Number of visitors per km of modern roads	231	326	152	-
RQ 16		Air pollution-Total number of days exceeding standards in a year	25.5	1	52	-
RQ 17		Percentage of waste water discharged through the sewage systems	81.03 %	80.42 %	76.22 %	-
RQ 18		Stat. office and Office for monuments preserv. of the Republic of Serbia	Number of immovable cultural assets of outstanding importance per 10 km <sup>2</sup>	0,34	0,4	1
RQ 19		Number of immovable cultural assets of very high importance per 10 km <sup>2</sup>	1,1	2	1	-

Source of data: (Grabler & Mamula, 2011), Statistical office of the republic of Serbia, Statistical Office for monument preservation of the republic of Serbia

Novi Sad has a the strongest base of loyal tourists, who visit several times a year, highest tourist satisfaction level, and practically no air pollution-only one reported day exceeding standards in a year. However, it also has the higher peak quarter (summer months) share in annual arrivals, which is due to the very strong festival season during the summer, including the EXIT festival, and it has much higher number of visitors per kilometer of modern roads.

Nis has the least developed tourism from the three cities, and the most potential for future development: it has the least tourists per square kilometer, the lowest ratios of tourist arrivals and overnights to local population, as well as the least tourists per km of modern roads. However, Nis has the oldest tourists, and the longest average stay on the destination, due to the fact that it has a state-managed spa/hospital center, and tourists mostly arrive by car. The infrastructure is a major obstacle in

attracting more tourists, especially first time foreign visitors. Nis has 52 days in total which exceed the air quality standards and only 76.22% of wastewater is discharged through the sewage system, while in other destinations it is a little above 80%.

### Discussion

The national level policy recommendations were given for all three major city destinations, in order to create a knowledge base for separate sustainable development policy changes in each one of the cities. Serbia is a UN member, and a candidate for EU membership, which is why it has to implement most of the recommendations made by specialized agencies of the 2 institutions. However, in the poorer countries such as Serbia, there is not enough awareness of the importance of the sustainability issues, because of the more pressing economic problems. This is the reason that, in Serbia, sustainability issues are approached in more of

a top-down approach, rather than bottom-up, and more through technical assistance, financed through international development help. This is also the reason that the research has not focused its attention on the attitudes of the residents of the cities, because of the citizenship currently not being concerned primarily with environmental, but rather economic issues. However, future studies on sustainable tourism indicators, should without question look into the attitudes of the residents. The integration of the local community is one of the very crucial issues in promoting sustainable destination planning and development.

The reason why all three cities in Serbia were researched, is that the problems of sustainable city tourism development are shared by all three major cities. This is because there is a poor recognition of the sustainable tourism development issues throughout Serbia. The evidence of smaller cities already implementing sustainable development strategies, demonstrates there are positive signals for the future. However, these initiatives are still small scale, and are not mainstreamed into the policies of the three major cities. Once there is a political will to implement sustainable city tourism strategies in mainstream Serbian city tourism, the limited availability of information sources will be a major obstacle in applying an integrated sustainable development indicators framework. There are virtually no relevant and regular tourism market research data for use as market sustainable development indicators. On the other hand, the information on broader city sustainability issues are regularly published by Statistical bureau of the republic of Serbia, but cover only small portion of issues relevant to city tourism and/or the reach and relevance of the data is limited.

A similar research of tourism sustainability indicators has been done before on isolated case studies (Schianetz & Kavanagh, 2008; Jovicic & Ilic, 2010), as well as on comparing the spa destinations in Serbia using the threshold value approach (Pavlović & Belij, 2012), however none of the approaches used the benchmarking approach to compare the city destinations sustainable tourism indicators. This is particularly important as city tourism has the highest impact on the environment, and is identified to be one of the fastest growing type of tourism destinations in the future. Also, only authors Ali and Frew (Ali & Frew, ICT and its role in Sustainable Tourism Development, 2010; Ali & Frew, ICT and sustainable tourism development: an innovative perspective, 2014) consider an integ-

ration of the sustainable tourism indicators framework (including marketing, energy monitoring, waste management and communication) with the ICT (web) technology in order to diffuse the information and knowledge about the sustainability of the city destinations among the destination managers.

### Conclusion

The papers offers an overview of the sustainability issues in the 3 major Serbian tourism destinations. On the other hand it also goes further to propose the development of the ICT (web) based system which builds on the sustainable development value orientation of the proposed indicators framework. Integrating the researched data and the whole sustainable tourism indicators framework (model) into the available technology of web based Management Information Systems and Geographic Information systems, can significantly enhance the sustainable tourism destination management, as well as facilitate sustainable tourism policy implementation. It can be a very potent national level policy tool, for diffusing novel and innovative destination management practices and building competitiveness on the values of sustainable development.

Regarding the sustainability of the city tourism in Serbia, in all three major Serbian cities, the key to successful (sustainable) city destination is infrastructure development. Belgrade should invest more in expanding the public transport, like trains, metro trains, as well as responsible use of cars in the city center in order to deal with air quality issues. Belgrade should research in more detail the reasons for low tourist satisfaction with the destination, and invest in decentralizing the urban fabric of the city, because centralization leads to a feeling of overcrowding and the city looks overrun. Novi Sad main issue are more quality roads to support the growing tourism industry. It is especially important make alternative roads to Belgrade airport, to be able to receive growing number of tourists for Exit and other international festivals. Nis has to invest substantially in modern heating systems, sewage systems, as well public transport in order to be able to attract more visitors.

### REFERENCES

- Ali, A., & Frew, A. J. (2008). ICT for Sustainable Tourism Development-an Emergent Framework. In S. Marianna, *Proceedings of the 2nd International Scientific Conference of the e-Business Forum: E-business in Travel, Tourism and Hospitality*. Athens: University of Aegean.
- Ali, A., & Frew, A. J. (2010). ICT and its role in Sustainable Tourism Development. In U. Gretzel, R. Law, &

- M. Fuchs, *Information and Communication Technologies in Tourism* (S. 479-491). Vienna: Springer.
- Ali, A., & Frew, A. J. (2014). ICT and sustainable tourism development: an innovative perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 5(1), 2-16.
- Babić, M. (2014). Beograd na vodi-turistička top destinacija budućnosti. *Turistički svet*, 65, 14-16.
- Barber, A., & Pareja Eastway, M. (2010). Leadership challenges in the inner city: planning for sustainable regeneration in Birmingham and Barcelona. *Policy Studies*, 31(4), 393-411.
- Bhalachandran, G. (2011). Kautylya's model of sustainable development. *Humanomics*, 27(1), 41-52.
- Buhalis, D. (1997). Information Technology as a Strategic Tool for Economic, Social, Cultural and Environmental Benefits Enhancement of Tourism at Destination Regions. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 3, 71-93.
- Buhalis, D. (2003). *Strategic use of Information Technology for Strategic Tourism Management*. London: Prentice Hall.
- Buhalis, D., & Costa, C. (2006). *Tourism Business Frontiers*. Norfolk: Elsevier.
- Chhabra, D. (2010). *Sustainable Marketing of Cultural and Heritage Tourism*. Abingdon: Routledge.
- Chiabai, A., Paskaleva, K., & Patrizia, L. (2013). e-Participation Model for Sustainable Cultural Tourism Management: a Bottom-Up Approach. *International Journal of Tourism Research*, 35-51.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. (2003). *The competitive destination: A sustainable Tourism Perspective*. Cambridge: Cabi Publishing.
- Custance, J., & Hillier, H. (1998). Statistical issues in developing indicators of sustainable development. *Journal of the Royal Statistical Society: Series A*, 161(3), 281-290.
- David, L. (2011). Tourism Ecology: Towards the Responsible, Sustainable Tourism Future. *Worldwide Tourism and Hospitality Themes Vol. 3 No. 3*, 210-216.
- Dinica, V. (2009). Governance for Sustainable Tourism: a Comparison of International and Dutch Visions. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(5), 583-603.
- Dolnicar, S. (2010). Identifying Tourists With Smaller Environmental Footprint. *Journal of Sustainable Tourism Vol. 18 No. 6*, 717-734.
- Dolnicar, S., Crouch, G. I., & Long, P. (2008). Environment-friendly Tourists: What Do We Really Know About Them? *Journal of Sustainable Tourism Vol. 16 No. 2*, 197-210.
- Dunne, G., Flanagan, S., & Buckley, J. (2011). Towards a decision making model for city break travel. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 5(2), 158-172.
- Elakovic, S. (2006). *Sociology of free time and tourism*. Belgrade: SPEKTRA.
- European Union DG Enterprise and Industry. (2013). *European Tourism Indicator System Toolkit for Sustainable Destinations*. European Union.
- Fazenda, N., Nunes da Silva, F., & Costa, C. (2010). Douro Valley Tourism Plan. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(4), 428-440.
- Go, F. M., & Govers, R. (1999). Integrated quality management for tourist destinations: A European perspective of an achieving competitiveness. *Tourism Management*, 21(1), 79-88.
- Gossling, S., Peeters, P., & Scott, D. (2008). Consequences of Climate Policy for International Tourist Arrivals in Developing Countries. *Third World Quarterly Vol. 29 No. 5*, 873-901.
- Government of the Republic of Serbia. (2008). *Nacionalna Strategija Odrzivog Razvoja*. Belgrade: Official Gazette of the Republic of Serbia.
- Government of the Republic Serbia. (2005). *Nacionalna Strategija Odrzivog Razvoja*. Belgrade: Official Gazette of the Republic of Serbia.
- Grabler, K., & Mamula, T. (2011). *Serbia Guest Survey*. Belgrade: Project Support to Implementation of the National Strategy for Tourism.
- Green, D. D., & McCann, J. (2011). Benchmarking a Leadership Model for Green Economy. *Benchmarking: An International Journal Vol. 18 No. 3*, 445-465.
- Gretzel, U., & Hanyoung, G. (2009). Role of Community Informatics in Heritage Tourism Development. In W. Höpken, U. Gretzel, & R. Law, *Information and Communication Technologies in Tourism* (S. 1-11). Vienna: Springer.
- Hall, C. M. (2008). *Tourism Planning-Policies, Processes and Relationships* (2nd Ausg.). Dorchester: Pearson Education Limited.
- Hall, M. C. (2010). Policy Learning and policy failure in sustainable tourism governance: from first and second order to third order change? *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 649-671.
- Holmes, K., Jones, P., Lockwood, A., Miller, G., Szivas, E., & Tribe, J. (2007). An Eclectic Agenda for Tourism and Hospitality Research. *Tourism and Hospitality Research*, 7(1), 76-82.
- IPK International. (2013). *ITB World Travel Trends Report 2013/2014*. Berlin: Messe Berlin.
- Jovicic, D., & Ilic, T. (2010). Indicators of Sustainable Tourism. *Bulletin of the Serbian Geographical Society*, Vol. 1 (No. 1), 277-305.
- Kratochvil, P., & Neumann, A. (2011). Case study: T-MONA as an example for applied destination benchmarking. In M. Kozak, & S. Baloglu (Hrsg.), *Managing and Marketing Tourist Destination* (S. 126-129). New York: Routledge.
- Liburd, J. J. (2005). Sustainable Tourism and Innovation on Mobile Tourism Services. *Tourism Review International*, 9, 272-289.
- Liburd, J. J. (2010). Introduction to Sustainable Tourism Development. In J. J. Liburd, & D. Edwards (Hrsg.), *Understanding the Sustainable Development of Tourism* (S. 1-18). Oxford: Goodfellow Publishers Ltd.
- Lubell, M., Feiock, R., & Handy, S. (2009). City Adoption of Environmentally Sustainable Policies in California's Central Valley. *Journal of the American Planning Association*, 75(3), 293-308.
- Mašić, B. (2001). *Strategijski menadžment* (Treće izdanje Ausg.). Beograd: Univerzitet Braća Karić.
- Milne, S., Speidel, U., Goodman, T., & Clark, V. (2005). Tourism, ICT and Regional Economic Development: The Case of Kiwi Trails. In A. J. Frew, *Information and Communication Technologies in Tourism* (S. 114-124). Vienna: Springer.
- Office for National Statistics UK. (2011). Sustainable Tourism: a Review of Indicators. *Economic & Labour Market Review*, 1-19.
- Orlovic-Lovren, V., Crncevic, T., & Milijic, S. (2013). Tourism Development in Serbia-on the Way to Sustainability and European Integration. *SPATIUM International Review No. 30*, 47-53.
- Pavlović, S., & Belij, M. (2012). Kulturni indikatori održivosti turizma u banjama Srbije. *Glasnik srpskog geografskog društva*, 95-108.
- Pomeroy, A., Noble, G., & W. Johnson, L. (2011). Conceptualizing a contemporary marketing mix for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(8), 953-969.
- Porter, M. E. (1996). What is Strategy? In M. E. Porter, & M. E. Porter (Hrsg.), *On Competition* (S. 37-71). Boston, Massachusetts: Harvard Business School Publishing Corporation.

- Porter, M. E., & Linde, C. v. (2008). Green and Competitive. In M. E. Porter, *On Competition* (S. 347-371). Cambridge, Massachusetts: Harvard Business School Publishing Corporation.
- Portney, K. (2005). Civic Engagement and Sustainable Cities in the United States. *Public Administration Review Vol. 65 No. 5*, 579-591.
- R. Fuchs, E. (2012). Governing the Twenty-First-Century City. *Journal of International Affairs*, 65(2), 43-56.
- Schianetz, K., & Kavanagh, L. (2008). Sustainability Indicators for Tourism Destinations: A Complex Adaptive Systems Approach Using Systemic Indicator System. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(6), 601-628.
- The City of Nis. (2007). *City of Nis Development Strategy*. Nis: The City of Nis.
- The City of Nis. (2009). *Revizija Strategije razvoja Grada Nisa za period 2009.-2020*. Nis: The City of Nis.
- The Municipality of Apatin. (2009). *Strategija održivog razvoja opštine Apatin 2009-2019*. The Municipality of Apatin: The Municipality of Apatin.
- The Municipality of Becej. (2013). *Strategija održivog razvoja opštine Becej 2013-2020*. Becej: The Municipality of Becej.
- The Municipality of Ivanjica. (2009). *Strategija održivog razvoja opštine Ivanjica 2009.-2014*. Ivanjica: The Municipality of Ivanjica.
- Touray, K., & Jung, T. (2010). Exploratory Study on Contributions of ICTs to Sustainable Tourism Development in Manchester. In U. Gretzel, R. Law, & M. Fuchs, *Information and Communication Technologies in Tourism* (S. 493-505). Vienna: Springer.
- Tribe, J., & Airey, D. (2007). *Developments in Tourism Research*. Oxford: Elsevier.
- United Nations Environment Programme. (2011). *Towards a green economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication*. UNEP.
- United Nations World Tourism Organization. (2000). *Sustainable Development of Tourism A Compilation of Good Practices*. Madrid: UNWTO.
- United Nations World Tourism Organization. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations*. Madrid: UNWTO.
- United Nations World Tourism Organization. (2006). *The Future of City Tourism in Europe*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.
- United Nations World Tourism Organization. (2010). *Joining Forces-Collaborative Processes for Sustainable and Competitive Tourism*. Madrid: UNWTO.
- UNWTO. (2012). *Global Report on City Tourism*. Madrid: UNWTO.
- Urbanisticki zavod Beograd i Palgo centar. (2011). *Strategija razvoja grada Beograda*. Belgrade: The City of Belgrade.
- Weaver, D. (2011). Can sustainable tourism survive climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(1), 5-15.
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future (the Brundtland Report)*. Oxford: Oxford University Press.

УДК 339.13.017

**А. В. Евстратов, Г. А. Рябова**

**ПРОЦЕСС ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВА**

**Волгоградский государственный технический университет**

В статье рассматриваются факторы, влияющие на реализацию политики импортозамещения на фармацевтическом рынке Российской Федерации. На основе данных анализа конъюнктуры фармацевтического рынка Российской Федерации сделан вывод о тотальной зависимости от импортированных лекарственных средств, в результате чего авторами предложен механизм государственного стимулирования и поддержки импортозамещения в фармацевтической промышленности, включающий в себя меры административного и экономического содержания.

*Ключевые слова:* импортозамещение, фармацевтический рынок, фармацевтическая промышленность.

**A. V. Evstratov, G. A. Ryabova**

**IMPORT SUBSTITUTION PROCESS OF THE PHARMACEUTICAL MARKET  
OF THE RUSSIAN FEDERATION: OPPORTUNITIES AND PROSPECTS**

**Volgograd State Technical University**

The article examines the factors affecting the implementation of the policy of import substitution in the pharmaceutical market of the Russian Federation. Based on the analysis of the Russian pharmaceutical market conditions, it concluded that total dependence on imported drugs, resulting in the authors proposed a mechanism for the state to encourage and support import substitution in the pharmaceutical industry, including the administrative measures and economic content.

*Keywords:* import substitution, pharmaceutical market, pharmaceutical industry.

Характерной чертой российского фармацевтического рынка является его импортозависимость, которая на протяжении длительного

периода показывает устойчивую тенденцию к доминированию импортных лекарственных препаратов. За последние пятнадцать лет доля

импортных лекарственных средств в целом по фармацевтическому рынку Российской Федерации составляла около 76 % в стоимостном выражении, что подтверждается статистическими данными и аналитическими статьями [9, с. 144; 10, с. 18; 14, с. 65]. На основе данных ЦМИ «Фармэксперт» проанализировано наличие импортных и отечественных лекарственных средств по 1569 международным непатентованным наименованиям, входящим в перечень жизненно необходимых и важнейших. Было выявлено, что в 730 наименованиях отсутствуют отечественные торговые наименования, в 488 наименованиях присутствуют только отечественные торговые наименования, а в 351 международном непатентованном наименовании представлены и отечественные, и иностранные торговые наименования. В разных сегментах рынка существуют свои отличительные особенности. Для этого необходимо оценить степень импортозависимости секторов российского фармацевтического рынка. В секторе производства лекарственных средств только 15 % отечественных препаратов производится из фармацевтических субстанций [15]. Необходимо отметить, что к началу 80-х гг. XX века производство субстанций в СССР находилось на высоком уровне [6, с.44]. Уровень производства и организационная структура, которая специализируется на выпуске фармацевтических субстанций, высококвалифицированный персонал, контакты с учеными и специалистами в области производства позволяли выпускать продукцию, соответствующую мировым стандартам. Отечественное производство обеспечивало субстанциями свои заводы по выпуску лекарственных средств, а также экспортировало фармацевтические субстанции в страны СЭВ. В начале 1990-х годов выпуск фармацевтических субстанций стал стремительно сокращаться: за период 1992–2014 гг. объемы производства субстанций в Российской Федерации сократились более чем в 20 раз [3]. В настоящее время российский фармацевтический рынок использует около 8 тысяч тонн фармацевтических субстанций в год, из них около 2 тысяч тонн производят российские предприятия. Промышленный выпуск фармацевтических субстанций осуществляют менее 20 предприятий по достаточно ограниченному перечню.

Как показывает мировой опыт, осуществляя процесс импортозамещения, необходимо изучать теоретические и практические аспекты,

в том числе с учетом методологии проблем экономического развития и экономического роста. В качестве основных исследований, в которых изучаются теоретические аспекты и практические вопросы по импортозамещению, необходимо выделить труды Н. Картера, П. Линдберга, Х. Ченер. С учетом изучения специфики фармацевтического рынка, вопросами импортозамещения на зарубежных рынках занимались Х. Сэдласек и М. Смит. Среди российских ученых, которые занимались вопросами фармацевтического рынка, а именно: изучением тенденций развития и лекарственного обеспечения населения, необходимо выделить таких, как: А. И. Балашов, А. М. Битерякова, М. П. Денисова, В. В. Дорофеева, Н. Б. Дремова, А. М. Измайлов, А. А. Лин, А. С. Орлов, С. Ю. Папанова, О. Н. Пушкарев, М. С. Румянцева, Д. М. Слепнев, Б. И. Соколов, А. С. Степанов, Е. А. Третьякова, И. Н. Тюренков, С. Г. Халатян, Л. С. Шаховская, А. Ю. Юданов и др.

Отсутствие инновационных разработок на российском фармацевтическом рынке является проблемой для развития рынка. Основную часть продуктовой портфелей отечественных производителей составляют дженериковые препараты, что не позволяет производителям выделять на исследования и разработки более 2 % от своей выручки. На фармацевтических рынках США и Западной Европы на данные цели выделяют до 15 % от выручки компании, и это позволяет формировать более половины своих продуктовой портфелей за счет инновационных препаратов. На разработку нового лекарственного средства расходуются большие средства, а период от разработки препарата до его выхода на рынок составляет около 10 лет, в то время как для дженерика необходимо 3 млн. долларов и около двух лет [11]. Очевидно, что создание высокоэффективных инновационных российских препаратов ведется продолжительное время. В сегменте высокоэффективных дорогих препаратов лекарственные средства отечественного производства занимают невысокую долю. По приведенному ниже рис. 1 также можно сделать вывод о преобладающем количестве фармацевтической продукции в стоимостном выражении. В настоящий момент в Российской Федерации не существуют компании, выпускающие оборудование для фармацевтического производства, а внутренняя потребность в оборудовании удовлетворяется за счет импортных поставок.



Рис. 1. Соотношение импортных и отечественных ГЛС в стоимостном выражении на фармацевтическом рынке РФ

И с т о ч н и к : составлено на основании данных [5, с. 34; 6, с. 42]

Как следует из рисунка, на протяжении длительного периода доля отечественных лекарственных средств на фармацевтическом рынке Российской Федерации в стоимостном выражении не достигала 26 %. Процесс импортозамещения на фармацевтическом рынке Российской Федерации предполагает выпуск на территории нашей страны, которая будет обладать высоким уровнем конкурентоспособности не только на внутреннем рынке, но и на мировом рынке, в соответствии с существующим требованиями GMP. Необходимо выделить группы факторов, которые способны влиять на успешность политики импортозамещения, которая необходима для фармацевтического рынка Российской Федерации:

- конъюнктурные особенности мирового фармацевтического рынка, которые способны воздействовать на уровень экономической активности инвесторов;

- координацию и согласованность мероприятий, проводимых финансовыми институтами, для обеспечения предпосылок к увеличению темпов промышленного производства;

- всестороннюю поддержку со стороны государственных органов управления и регулирования, включающую в себя налоговую политику, для стимулирования инновационной активности;

- участие в процессах создания и продвижения политики и определенных механизмов импортозамещения общественных организаций и структур, заинтересованных в коллективных интересах производителей фармацевтической продукции;

- степень научного и технологического развития фармацевтического рынка в Российской Федерации, готовность к освоению высокоэффективных иностранных технологий производства;

Стратегия импортозамещения на фармацевтическом рынке Российской Федерации позволит повысить уровень конкуренции отечественных производителей и обеспечивать национальную лекарственную безопасность, что приведет к росту доли инновационных отечественных лекарственных препаратов на внутреннем и внешнем рынках.

Присоединение Российской Федерации к ВТО обусловило необходимость создания переходного периода относительно видов лекарственных средств и изделий медицинского назначения, на которые планируется снижение таможенных пошлин. На значительное количество видов лекарственных средств и изделий медицинского назначения ввозные пошлины к концу переходного периода снизятся не менее чем вдвое (рис. 2).

Опираясь на данные соглашения с ВТО, по лекарственным средствам и изделиям медицинского назначения переходный период заканчивается не позднее 2016 года, а по большинству из них не позднее 2015 года. Можно предположить, что, опираясь на вопрос эффективности реализации политики импортозамещения, в ближайшей перспективе стимулирующие программы государства должны быть сосредоточены на сегментах фармацевтического рынка, которые подвергаются давлению со стороны иностранных компаний, за счет ввозимых лекарст-

венных средств на территорию Российской Федерации. К таким сегментам можно отнести производство следующих видов продукции: подавляющее количество вакцинных препаратов, а также группы антибиотиков, гемоглоби-

нов и сывороточных глобулинов, по которым в 2015 году произошло более чем трехкратное сокращение. В 2016 году ожидается четырехкратное снижение таможенных пошлин на ряд других товарных позиций.

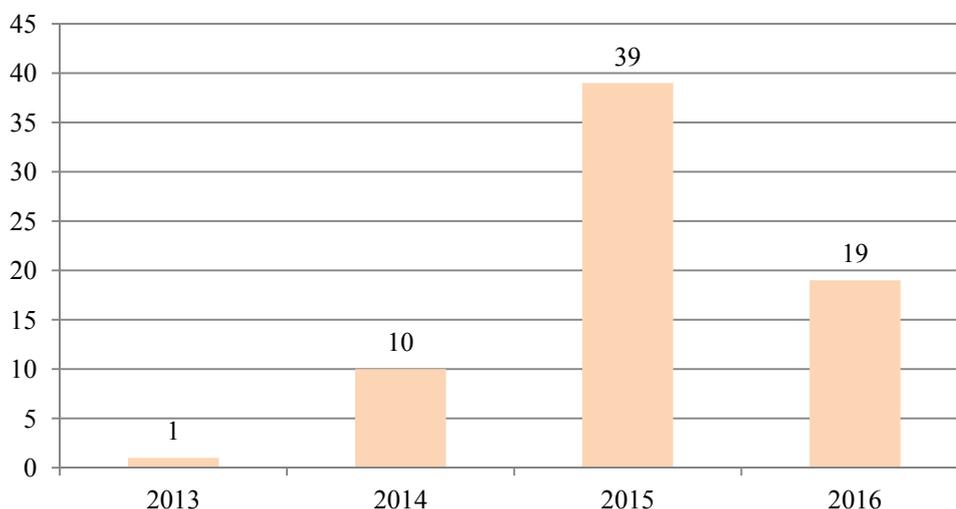


Рис. 2. Виды фармацевтической продукции по снижению ввозных пошлин на них в Российской Федерации к 2016 году (шт.)

Источники: составлено авторами на основе [19].

С развитием импортозамещающих производств наиболее перспективным являются сегменты фармацевтического рынка, в которых присутствуют отечественные аналоги или инновационные разработки, улучшающие конкурентоспособность производства лекарственных средств и изделий медицинского назначения внутри страны и за ее пределами [14]. Планируя процесс импортозамещения, невозможно полагаться на снабжение внутреннего рынка только лишь препаратами отечественного производства, а именно: о необходимости в короткие сроки пройти этапы развития, при которых отрасль должна выйти из состояния неконкурентоспособности на внутреннем рынке и осуществить экспансию на мировой фармацевтический рынок.

Протекционистская защита фармацевтического рынка Российской Федерации должна сочетаться со стимулированием эффективности производства и экспорта. Достижение этих целей требует применения законодательных, организационных и экономических механизмов. После принятия в 2009 году курса на импортозамещение в стране произошли различные изменения, потребовавшие развития механизмов

поддержки и стимулирования импортозамещения на фармацевтическом рынке Российской Федерации. В проекте Стратегии «Фарма 2020» отмечалось, что предпосылки для импортозамещения создаются за счет девальвации рубля. Значение данного фактора усиливается или ослабевает вследствие волатильности курса рубля. Кроме того, к настоящему моменту возникли такие важные факторы, как присоединение России к ВТО и создание Таможенного Союза с Казахстаном и Беларусью, которые могут повлиять на реализацию стратегии импортозамещения [5]

Исходя из проанализированного зарубежного и российского опыта, авторами статьи предложен механизм государственного стимулирования и поддержки импортозамещения на фармацевтическом рынке Российской Федерации, который включает в себя элементы административного и экономического содержания:

1) В качестве административных мер – принятие решения о необходимости:

– развития системы, которая позволит планировать потребности в лекарственных средствах на основе системы государственных закупок;

– определения критериев относительно страновой принадлежности производителя лекар-

ственных средств и изделий медицинского назначения;

– имиджевой поддержки отечественного производителя и регулярности проведения маркетинговых кампаний, направленных на изучение рыночной конъюнктуры;

– упрощения регистрации лекарственных средств отечественного производства, а также порядка выпуска их на фармацевтический рынок;

– поддержания инициативы создания организаций саморегулирования, для поддержания конкурентоспособности отечественных производителей лекарственных средств.

2) В качестве экономических мер – принятое решение о необходимости:

– поддержки со стороны государства тех направлений деятельности производителей, которые нацелены на инновации, а также на научно-исследовательские разработки;

– стимулирования процессов, направленных на объединение научных исследований с бизнес-процессами, а также стимулирования отдельных проектов по выведению новых лекарственных средств на фармацевтический рынок;

– создания благоприятного делового климата для привлечения инвесторов на фармацевтический рынок Российской Федерации.

Присоединение Российской Федерации к Всемирной торговой организации и создание Таможенного союза требуют внесения изменений для проведения целенаправленной государственной политики, направленной на импортозамещение лекарственных средств. Прежде всего должна быть решена задача сопоставимости членства в ВТО и обязательств по национальной программе импортозамещения. В рамках Всемирной торговой организации от Российской Федерации требуется создание условий для иностранных производителей, схожих с теми, в которых работают российские производители, а создание барьеров для импорта недопустимо, что влечет за собой определенную ответственность по международным договорам.

В соответствии с правилами Всемирной торговой организации, действия государства, направленные на производителей, классифицируются на запрещенные меры и некорректные меры. К некорректным мерам, которые направлены на производителей, необходимо отнести следующие:

– совместное участие государства и производителей в финансировании научно-исследо-

вательских разработок, направленных на получение оригинальных лекарственных средств;

– кредитование проектов создания фармацевтических производств на льготных условиях, по сравнению с другими участниками рынка кредитования;

– осуществление покрытия расходов по образовательным программам на обучение кадров или просто поддержка образовательных программ государственными органами.

К запрещенным мерам, которые направлены на производителей, необходимо отнести субсидирование отечественных производителей с использованием компонентов, которые были произведены на территории Российской Федерации.

С учетом правил Всемирной торговой организации необходимо разрабатывать новые способы осуществления государственной поддержки и субсидирования деятельности фармацевтических производителей. Необходимо осуществить процессы, которые позволили бы усовершенствовать способы государственного регулирования, направленные на поддержку отечественных производителей, а также на облегчение доступа иностранных производителей на фармацевтический рынок Российской Федерации. Кроме того, очень важным обстоятельством является то, что осуществлять указанные меры необходимо системно, в зависимости от вида импортозамещения (например, разработка оригинальных лекарственных средств, процесс клинических испытаний, лицензионная деятельность, создание производственных мощностей, процесс распределения произведенных лекарственных средств и др.) в соответствии с существующими потребностями отдельных групп производителей.

Таким образом, исходя из проанализированных данных по процессу импортозамещения на фармацевтическом рынке Российской Федерации, а также с учетом возможностей и перспектив развития рынка, авторами статьи предложен механизм государственного стимулирования и поддержки импортозамещения на фармацевтическом рынке Российской Федерации, который включает в себя элементы административного и экономического содержания. Фармацевтический рынок – один из важнейших элементов системы здравоохранения, находящийся в состоянии формирования своей структуры. В наибольшей степени эти изменения должны быть связаны с формированием инно-

вационной составляющей, развитием импортозамещения и ростом производительности труда. Конечной целью политики импортозамещения является создание конкурентоспособных производств на фармацевтического рынке Российской Федерации, обеспечивающих население страны доступными, эффективными и безопасными лекарственными средствами и изделиями медицинского назначения в необходимых количествах. Важнейшим элементом механизмом государственного стимулирования и поддержки импортозамещения должна являться направленность на создание нового поколения инновационных лекарственных средств.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Архив новостей фармацевтического рынка Российской Федерации. DSM Group. – Режим доступа: // <http://www.dsm.ru/marketnews/> (дата обращения: 02.12.15.).
2. *Воронцова, Н. А.* Проблемы лекарственного обеспечения населения на региональном уровне (на примере Иркутской области) / Н. А. Воронцова // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2013. – № 1. – С. 56–59.
3. *Евстратов, А. В.* Основные тенденции и перспективы развития фармацевтического рынка Российской Федерации / А. В. Евстратов, Г. А. Рябова // Молодой ученый. – 2014. – № 19. – С. 299–304.
4. *Евстратов, А. В.* Фармацевтический рынок Российской Федерации: основные структурные параметры развития в 2001–2013 годах / А. В. Евстратов // Современные технологии управления. – 2015. – № 2 (50). – С. 27–36.
5. *Евстратов, А. В.* Структурные параметры фармацевтического рынка Российской Федерации в 2001–2014 годах: закономерности формирования и тенденции развития / А. В. Евстратов // Известия ВолгГТУ : межвуз. сб. науч. ст. № 3 (158) / ВолгГТУ. – Волгоград, 2015. – С. 31–43.
6. *Евстратов, А. В.* Структурные параметры развития фармацевтического рынка Российской Федерации: закономерности формирования и основные тенденции / А. В. Евстратов // Экономика: теория и практика. – 2014. – № 4 (36). – С. 39–46.
7. *Евстратов, А. В.* Основные субъекты фармацевтического рынка Российской Федерации и их роль в повышении эффективности его функционирования / А. В. Евстратов, В. С. Игнатъева. // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2015. – № 9 (131). – С. 94–100.
8. *Измайлов, А. М.* Особенности конкуренции и проблемы отечественного фармацевтического рынка / А. М. Измайлов // Актуальные вопросы экономических наук. – 2012. – № 25–2. – С. 233–237.
9. *Лин, А. А.* Тотальная импортозависимость фармацевтического рынка – угроза национальной безопасности России / А. А. Лин, Д. М. Слепнев, М. С. Румянцева // Экономическое возрождение России. – 2014. – № 1 (39). – С. 141–149.
10. *Лин, А. А.* Российский фармацевтический рынок: состояние и тенденции развития / А. А. Лин, И. А. Наркевич, В. А. Плотников, Е. О. Трофимова // Ученые записки Санкт-Петербургского университета управления и экономики. – 2009. – № 4. – С. 16–23.
11. Медленно, но уверенно: производство субстанций лекарственных средств в России. – Режим доступа: URL: <http://www.fcprfarma.ru/doc.aspx?DocId=763> (дата обращения 12.12.2015).
12. *Папанова, С. Ю.* Маркетинговые аспекты управления ассортиментом товаров аптечных организаций: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / С. Ю. Папанова. – Белгород, 2007.
13. *Пушкарев, О. Н.* Некоторые особенности комплекса продвижения фармацевтической продукции на рынке России / О. Н. Пушкарев, А. В. Грачева // Вестник экономики, права и социологии. – 2011. – № 4. – С. 97–101.
14. *Рябова, Г. А.* Регулирование деятельности отечественных и зарубежных компаний на фармацевтическом рынке в РФ / Г. А. Рябова, А. В. Евстратов // Международный научно-исследовательский журнал. – 2014. – № 3–3 (22). – С. 64–66.
15. Стратегия развития фармацевтической промышленности Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс] // Стратегия «Фарма 2020». – Режим доступа: <http://pharma2020.ru/strategy.html> (дата обращения: 17.12.2015).
16. *Степанов, А. С.* Подходы к проведению сравнительной оценки уровня цен на лекарственные средства в розничных аптечных организациях / А. С. Степанов // Практический маркетинг. – 2011. – № 11. – С. 56–61.
17. *Степанов, А. С.* Прогнозирование фармацевтических продаж: сезонный аспект / А. С. Степанов, М. В. Щекин, А. А. Сапожников // Новая аптека. – 2006. – № 2. – С. 31–35.
18. *Халатян, С. Г.* К вопросу об управлении цепями поставок в фармацевтической отрасли России / С. Г. Халатян // Вестник института дружбы народов Кавказа. – 2012. – № 1 (21). – С. 148–152.
19. *Щапов, А. Ф.* Перспективы российской фармацевтической отрасли на мировой арене [Электронный ресурс] / А. Ф. Щапов // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. – 2012. – Режим доступа: <http://jurnal.org/articles/2012/ekon47.html>.
20. *Evstratov, A. V.* Mergers and acquisitions of companies in the global pharmaceutical market in 1999–2012 / A. V. Evstratov // World Applied Sciences Journal. – 2014. – № 32 (7). – P. 1400–1403.

УДК 338.12

*Е. В. Мельникова, А. Егоров, А. С. Мельников***ВЛИЯНИЕ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ПОСТАВОК  
НА ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ****Волгоградский государственный технический университет**

В статье рассматриваются вопросы, касающиеся особенностей макроэкономического положения России. Авторы связывают дальнейшее развитие экономики России с повышением конкурентоспособности. На примере компании сектора ритейла показана необходимость оптимизации процесса поставок с целью повышения конкурентоспособности на рынке.

*Ключевые слова:* повышение конкурентоспособности, устойчивое развитие, инновационное развитие, оптимизация поставок.

*E. V. Melnikova, A. Egorov, A. S. Melnikov***INFLUENCE OF PROCESS OPTIMIZATION OF PROCUREMENT PROCESS  
ON THE INCREASE OF THE COMPETITIVENESS****Volgograd State Technical University**

The article deals with the features of the macroeconomic situation in Russia. The authors attributed the further development of the Russian economy more competitive. On the example of the retail sector is a need to streamline the procurement process in order to enhance market competitiveness.

*Keywords:* improving of the competitiveness, sustainable development, innovation development, optimization of supply.

Понятие устойчивого развития часто рассматривают в непосредственной связи с кризисами и возможностью их преодоления.

Однако на практике содержание понятия «устойчивое развитие» в России и мире существенно различаются. В нашей стране устойчивость соотносится прежде всего с развитием экономики, экономическим ростом. В мире трактовка устойчивого развития (с англ. – sustainable development) гораздо шире (это следует из концептуальных документов, подготовленных в последние 20 лет ООН, Всемирным банком, ОЭСР, ЕС и др.) – устойчивость трактуется как единая система социальных, экономических и экологических процессов. В противном случае корректно измерить устойчивое развитие невозможно [1].

Исходя из широкой трактовки устойчивости, можно сделать вывод о набирающих силу нестабильных тенденциях в развитии России.

В последние десятилетия наша страна под влиянием деградации физического, природного и институционального капиталов уходила с траектории устойчивого развития, несмотря на ряд позитивных тенденций в докризисные годы. Кризис 2008–2009 гг. продемонстрировал проблемы для устойчивости экономики страны и потребовал разработки мер, направленных не только на кратковременный рост ВВП, но и фор-

мирование новых стратегических ориентиров развития.

При планировании бюджета 2014 года среднегодовая цена на нефть была принята равной 101 долл./барр., а рост экономики ожидался на уровне 3,0 %.

Присоединение Крыма к России в марте 2014 г. резко изменило ситуацию. Экономическая ситуация оказалась под сильным воздействием геополитических событий, наиболее значимыми проявлениями которых стали санкции, введенные США и странами ЕС. Основные из этих санкций можно условно разделить на две категории: технологические, ограничивающие поставки в Россию определенного оборудования и технологий, и финансовые, запрещающие кредитование определенных российских банков и компаний.

Прямые иностранные инвестиции снизились на 37 млрд долл., портфель государственных облигаций нерезидентов – на 18 млрд долл. В целом валовый приток капитала снизился на 163 млрд долл. (почти 11 % ВВП).

Огромный дополнительный отток капитала компенсируется в основном за счет использования Банком России своих золотовалютных резервов (ЗВР) и в меньшей степени сокращения импорта. При этом следует отметить, что относительная стабильность была достигнута дорогой

ценой: к концу 2014 года собственные международные резервы ЦБ (за вычетом управляемых им средств бюджетных фондов) составляли лишь 240 млрд долл. Таким образом, если бы не потра-

ченные в 2014 году 107,5 млрд долл., объем ЗВР был бы почти в полтора раза больше, что существенно повысило бы доверие к рублю и снизило волатильность обменного курса (табл. 1).

Таблица 1

## Сопоставление прогнозных и фактических показателей 2014 г. [3]

	Прогноз	Факт
Темпы роста ВВП, %	3,0	0,6
Темпы роста производительности труда, %	3,3	0,5
Темпы роста инвестиций в основной капитал, %	3,9	-2,7
Изменение стоимости экспорта товаров, %	-1,0	-4,9
Изменение стоимости импорта товаров, %	2,9	-9,8
Счет текущих операций (млрд долл.)	19,0*	58,4
Чистый отток частного капитала (млрд долл.)	20,0*	153,0
Изменение золотовалютных резервов (млрд долл.)	5,0*	-107,5
Индекс потребительских цен (дек. к дек.), %	5,0*	11,4
Среднегодовой курс доллара (руб./долл.)	33,4	38,0
Реальный рост средней зарплаты, %	4,0	1,3
Изменение числа занятых, %	-0,3	-0,1
Уровень безработицы, %	5,7	5,4
Баланс федерального бюджета, % ВВП	-0,5	-0,5

Примечание: в строках, отмеченных знаком \*, даны прогнозы или целевые показатели ЦБ, в остальных – прогнозы правительства, использованные в бюджетном планировании.

Изменения внешних и внутренних условий, произошедшие в конце 2014 года, означали, что Россия вступила в 2015 год в условиях, кардинально отличающихся от тех, что ожидалось еще сравнительно недавно. Прежде всего это потребовало срочной коррекции бюджетной политики. Падение цен на нефть и спад ВВП лишь отчасти компенсировались повышенной инфляцией и ослаблением рубля.

Таким образом, усугубление геополитического положения и рост экономических санкций в отношении России в 2014 году привели к увеличению неопределенности и резкому ухудшению бизнес-уверенности. Ужесточение денежной политики вызвало негативные последствия для инвестиционного спроса и потребительских настроений, увеличив отток капитала и спровоцировав бурный рост инфляции.

Продолжительное снижение рыночной цены нефти и осложнение внешнеэкономической ситуации не способствуют созданию благопри-

ятных условий для экономического роста. Однако нельзя просто переждать сложившиеся условия, надеясь на восстановление рынка. Необходимо пересмотреть устаревшие принципы существующей модели экономики, базирующейся на росте потребления.

Особое место в такой ситуации занимает инновационное развитие предприятий, которое обеспечит конкурентоспособность и станет залогом устойчивого и эффективного развития. В связи с этим следует обратить внимание на оценку состояния конкуренции в различных сферах экономики, данных представителями малого и среднего бизнеса.

Наибольшую конкуренцию испытывает бизнес, работающий в текстильной промышленности (89 %), пищевой промышленности (75 %), секторе торговли (71 %), сфере услуг (80 %), в строительном секторе (69 %) [3].

В то же время часть респондентов этих секторов указала на сокращение числа конкурен-

тов за последние три года. Снижение числа конкурентов в пищевой промышленности всеми респондентами объяснялось уходом иностранных участников. В секторе металлургии на уход иностранных конкурентов указали 33 % бизнеса, в машиностроении – 60 %, в сфере услуг – 11 % и в торговле – 10 % [3].

Такие результаты могут отражать основные тенденции государственной политики в течение последнего года – импортозамещение и обеспечение продовольственной безопасности. Наиболее сильное негативное влияние на деятель-

ность российского бизнеса оказывают высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам: на данный фактор указало более половины всех респондентов (52 %). Помимо этого, респонденты отметили существенное отрицательное влияние на бизнес таких факторов, как высокие налоги (47 % респондентов), коррупция (36 %), нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий (33 %), недостаток квалифицированных кадров (32 %), а также конкуренция со стороны теневого сектора (20 %).

#### ОЦЕНКА БИЗНЕСОМ СОСТОЯНИЯ КОНКУРЕНЦИИ<sup>2</sup> В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

доля ответивших в общем числе респондентов в соответствующей сфере, %



Рис. 1. Состояние конкуренции в сферах экономической деятельности [3]

Несмотря на напряженную социально-экономическую обстановку, российский бизнес все же рассматривает возможности выхода как на новые географические, так и на новые продуктовые рынки. Наибольшую активность при расширении своего бизнеса намерены проявить

представители металлургии, 90 % которых планируют выход на новые рынки. Такая активность объясняется экспортоориентированностью отрасли и более высокой конкуренцией на мировых рынках (табл. 2).

Таблица 2

Оценка бизнесом планов выхода на новые рынки [3]

	Планируют выход на новые рынки*			Не планируют выход на новые рынки**
	и продуктовые, и географические	только продуктовые	только географические	
Торговля	27 (52)	33 (23)	40 (25)	29 (29)
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство, рыболовство и рыбоводство	55 (82)	27 (9)	18 (9)	35 (35)
Услуги	40 (52)	25 (24)	35 (24)	30 (19)
Пищевая промышленность	30	60	10	23
Текстильное и швейное производство	42	29	29	22
Деревообрабатывающая промышленность	29	29	42	30
Металлургия	56	22	22	10
Производство машин и оборудования	47	20	33	21
Строительство	34	29	37	31
<b>Всего***</b>	<b>34</b>	<b>31</b>	<b>35</b>	<b>27</b>

Примечание: \* Доля ответивших в общем числе респондентов в соответствующей сфере, планирующих выход на новые рынки, %.

\*\* Доля ответивших в общем числе респондентов в соответствующей сфере, %.

\*\*\* По всем сферам экономической деятельности, представленным респондентами.



\* Доля ответивших в общем числе респондентов в соответствующей категории бизнеса, %

Рис. 2. Способы повышения конкурентоспособности, применяемые российским бизнесом в течение последних трех лет [3]

На рис. 2 предоставлены способы повышения конкурентоспособности, применяемые российским бизнесом в течение последних трех лет. Наиболее популярным способом повышения конкурентоспособности продукции и услуг российского бизнеса остается снижение затрат на их производство и реализацию.

Низкую цену как ключевой фактор конкурентоспособности отметили представители деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности (55 %), сектора торговли (48 %), сектора строительства (46 %).

Для представителей сферы услуг и торговли наиболее актуальными способами повышения конкурентоспособности их продукции являются использование новых маркетинговых стратегий по продвижению товаров (работ, услуг).

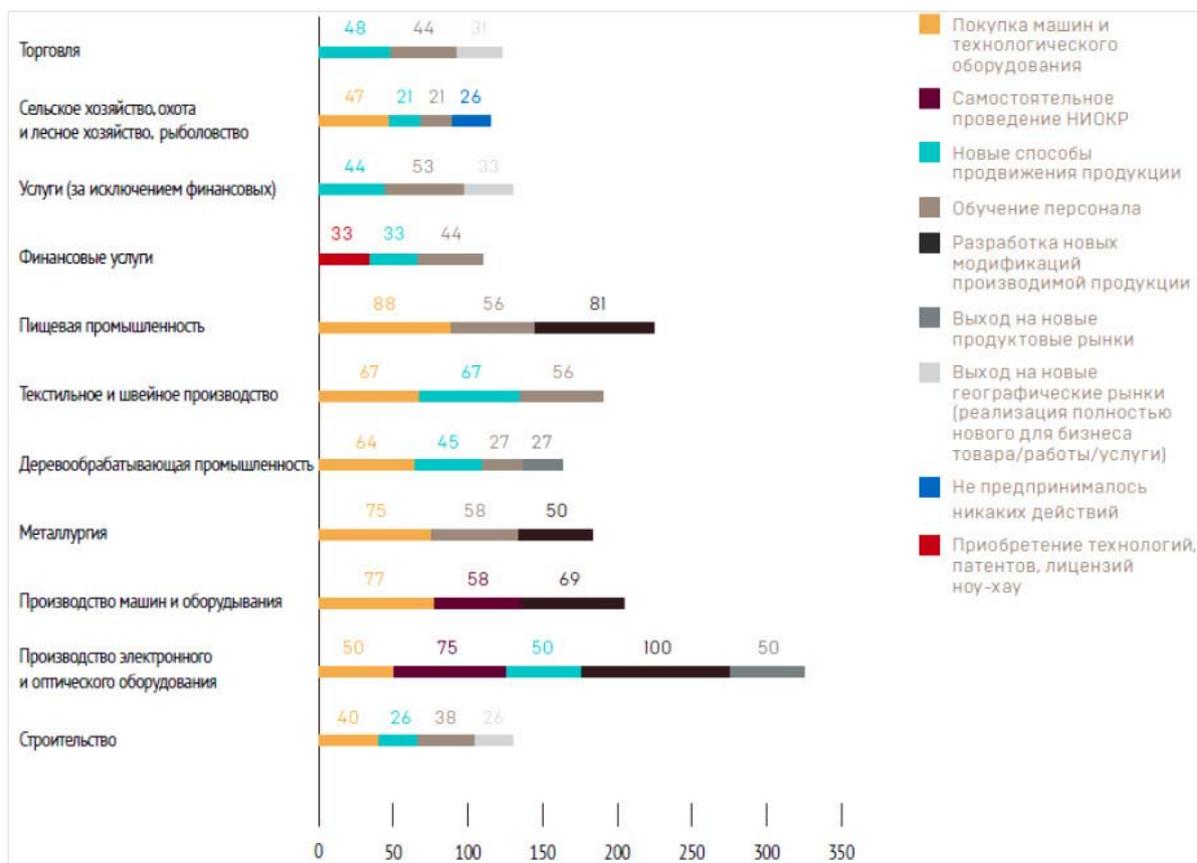
Такой способ повышения конкурентоспособности применили 44 % респондентов из сферы услуг и 48 % представителей торговли, обучение персонала отметили 53 % и 44 % представителей, а сокращение затрат 55 % и 54 % представителей бизнеса соответственно, тогда как НИОКР и приобретение лицензий, технологий и ноу-хау более

популярны среди представителей более технологичных и наукоемких отраслей.

Лишь 5 % опрошенного бизнеса ничего не предпринимали для повышения конкурентоспособности их продукции (товаров, услуг) в течение последних трех лет, тогда как 95 % респондентов прибегали как минимум к одному способу повышения конкурентоспособности. При этом 7 % респондентов только сокращали затраты на производство и реализацию продукции, а 79 % респондентов использовали как минимум два направления повышения конкурентоспособности.

Самую низкую активность в части повышения конкурентоспособности своей продукции показал сектор сельского хозяйства. Исключением стало приобретение машин и технологического оборудования, которое осуществили 47 % представителей данной отрасли, 26 % респондентов указали, что они не предпринимали никаких действий в течение последних трех лет.

На рис. 3 представлены наиболее распространенные способы повышения конкурентоспособности продукции, применяемые в последние три года.



\*Доля респондентов, использовавших соответствующий способ, в общем числе представителей соответствующей сферы деятельности, %.

Рис. 3. Наиболее распространенные способы повышения конкурентоспособности продукции, применяемые в последние три года [3]

Существенный вклад в обеспечение конкурентоспособности вносит повышение эффективности деятельности компании за счет оптимизации товарных запасов и системы поставок. К наиболее значимым результатам оптимизации поставок можно отнести следующие:

- дает возможность для наиболее эффективного удовлетворения спроса конечного покупателя;
- обеспечивает проведение адаптации и реконструкции цепей поставок в условиях кризиса;
- позволяет улучшить качество поставляемых продуктов;
- способствует выстраиванию процесса поставок с учетом сезонных факторов (то есть на какие временные периоды открывать, закрывать или ремонтировать объекты), а также пересмотру их функций;
- позволяет изменить ассортимент продукции для целевой группы потребителей с учетом сезонности;

- способствует эффективному решению проблем, связанных с замедлением скорости оборачиваемости;
- позволяет минимизировать запасы;
- способствует максимизации прибыли;
- обеспечивает повышение эффективности деятельности предприятия.

Таким образом, оптимизация поставок влияет как на отдельные элементы, так и на эффективность деятельности целого предприятия.

На примере ООО «Тамерлан» (зарегистрированная торговая марка «Покупочка») можно увидеть объем перевозимой продукции, которая поступает для розничной продажи.

На территории области и города Волгограда расположено 77 магазинов торговой марки «Покупочка». Подвижной состав компании представлен в виде современных грузовых автомобилей грузоподъемностью от 5 до 20 тонн в количестве 77 единиц.

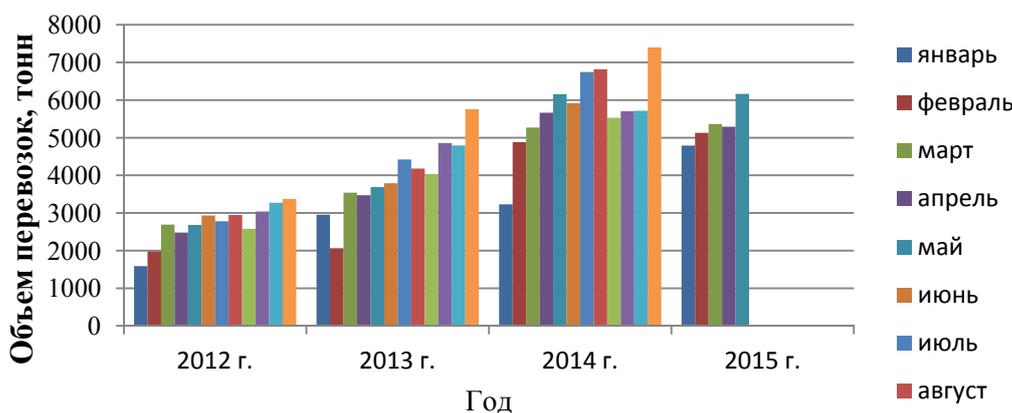


Рис. 4. Изменение объема перевозок по области и в г. Волгограде

Из рис. 4 видно, что существует сезонная закономерность, наблюдаемая на протяжении нескольких лет. Так, традиционно падает объем продаж в сентябре, некоторое снижение наблюдается в апреле (за исключением 2014 года), при этом значительный рост продаж фиксируется в декабре. Минимальный объем про-

даж приходится на январь (за исключением 2013 года).

Несмотря на некоторое снижение объемов продаж 2015 года, связанных, очевидно, со снижением покупательской активности, в целом можно обнаружить повышательный тренд по продажам.

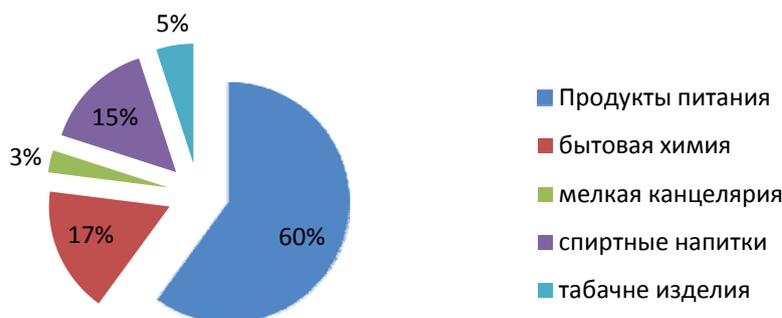


Рис. 5. Структура перевозимых грузов

Структура перевозимых грузов выглядит следующим образом: наибольшая доля перевозимых грузов приходится на продукты питания

(60 %), далее следуют бытовая химия (17 %) и спиртные напитки (15 %) (рис. 5).

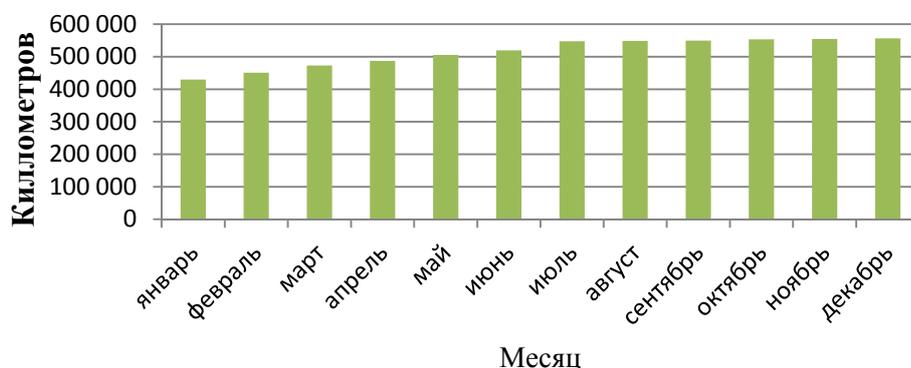


Рис. 6. Фактический пробег по области и городу Волгограду по месяцам за 2014 г.

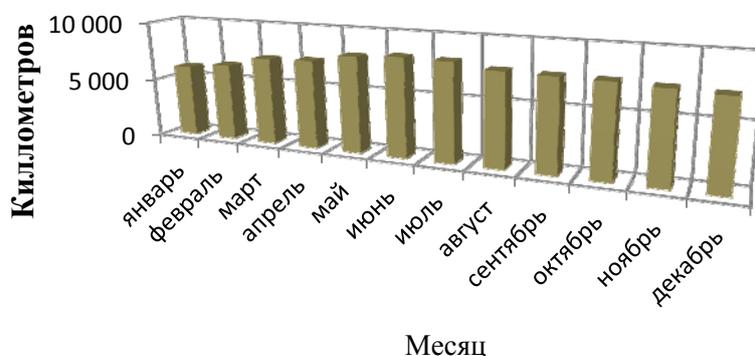


Рис. 7. Средний пробег одной машины по области и городу Волгограду по месяцам за 2014 г.

Соотнеся графики фактического пробега (рис. 6) и среднего пробега (рис. 7) с объемом перевозок, можно отметить, что между ними не наблюдается прямой корреляции. Так, рост объема перевозок в декабре не приводит к соответствующему росту фактического и среднего пробега на одну машину.

«Покупочка» обладает в Волгоградской области широкой сетью магазинов. Безусловно, доставка товаров для такой крупной сети требует взвешенного анализа затрат, а также шагов, направленных на оптимизацию процесса поставок. Это позволит компании существенно снизить затраты, повысить эффективность работы и усилить свои конкурентные преимущества на целевом рынке.

Таким образом, общая ситуация социально-экономического состояния России демонстрирует ряд проблем, которые не дают уверенности в дальнейшем поступательном развитии страны. На передний план выходит острая необходимость формирования новых ориентиров движения, в основе которых лежит конкурентоспособность и эффективность деятельности.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Человеческое развитие в условиях спада экономики // Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. – Режим доступа: URL: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/7198.pdf> (дата обращения: 20.12.2015).
2. Сухарев, О. С. Структурная политика в экономике России: интересы формирования / О. С. Сухарев // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2014. – № 3. – С. 2–8.
3. Оценка состояния конкурентной среды в России // Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. – Режим доступа: URL: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/5623.pdf> (дата обращения: 20.12.2015).
4. Россия в цифрах - 2015: Краткий статистический сборник / Росстат. – М., 2015.
5. Бобылев, С. Н. Вызовы кризиса: как измерять устойчивость развития? / С. Н. Бобылев, Н. В. Зубаревич, С. Соловьева // Вопросы экономики. – 2015. – № 1.
6. Мельников, А. С. Миграционные процессы как проблема устойчивого развития агломерации / А. С. Мельников, Н. В. Казанова, Е. В. Мельникова // Известия ВолгГТУ : межвуз. сб. науч. ст. № 8 (171) / ВолгГТУ. – Волгоград, 2015. – (Серия «Проблемы социально-гуманитарного знания»; вып. 22). – С. 38–41.
7. Коница, О. В. Информационные продукты как фактор повышения конкурентоспособности / О. В. Коница, Е. В. Мельникова, А. С. Мельников // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2014. – № 9. – С. 16.

УДК 338.5

*И. В. Баранова***ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В РЕГИОНАХ РОССИИ****ГБПОУ «Михайловский профессионально-педагогический колледж  
имени В. В. Арнаутова»**

В статье автор проводит комплексный анализ влияния различных факторов на развитие рынков образовательных услуг в регионах России. При рассмотрении политических факторов автор определяет драйверы государственного регулирования рынка образовательных услуг в регионах. Исследуя экономические факторы, автор изучает последствия глобализации и интеграции экономики России для региональных рынков образовательных услуг. В процессе анализа технологических факторов автор определяет последствия внедрения информационных и коммуникационных технологий для региональных рынков образовательных услуг. При исследовании социальных факторов автор выявляет влияние демографической ситуации и ситуации на рынке труда на развитие региональных рынков образовательных услуг. В результате проведения исследования автор приходит к выводу, что факторы оказывают как позитивное, так и негативное влияние на развитие рынков образовательных услуг в регионах России.

*Ключевые слова:* факторы развития, рынок образовательных услуг, регионы России, государственное регулирование, глобализация.

*I. V. Baranova***FACTORS OF DEVELOPMENT OF MARKET OF EDUCATIONAL SERVICES  
IN THE REGIONS OF RUSSIA****GBPOU "Mihailovka vocational training college named after V. V. Arnautov"**

The author carries out a comprehensive analysis of the impact of various factors on the development of the market for educational services in the regions of Russia. When considering the political factors, the author identifies the drivers of state regulation of the market of educational services in the regions. Exploring the economic factors, the author examines the effects of globalization and integration of the Russian economy for the regional market for educational services. The analysis of technological factors, the author defines the consequences of the introduction of information and communication technologies for the regional market for educational services. In the study of social factors, the author reveals the impact of the demographic situation and the situation on the labor market on the development of regional market of educational services. As a result of research the author concludes that the factors have both positive and negative effects on the development of the market for educational services in the regions of Russia.

*Keywords:* factors of development, educational servicesmarket, Russia's regions, state regulation, globalization.

Высшее образование в России переживает период значительных перемен. Это обеспечивается за счет ряда факторов: политических, экономических, технологических и социальных. Данные факторы являются глобальными по своим масштабам и долгосрочными по своему воздействию. Они влияют на каждый аспект развития рынка образовательных услуг в регионе, формируя среду, в которой функционируют образовательные учреждения, характер финансирования их деятельности, а также способы и технологии, используемые в процессе оказания образовательных услуг.

В периоды быстрых изменений, к числу которых относится современный период развития российской экономики, руководители образовательных учреждений сосредоточивают усилия на краткосрочной стратегии удержания рыночных позиций. Тем не менее данные усилия также имеют долгосрочные последствия, потенциально изменяя форму и характер системы высшего образования в России. Для того, чтобы

составить представление о будущем рынка образовательных услуг в регионах, необходимо проанализировать текущие факторы его развития, чему посвящено данное исследование.

Влияние политических факторов на развитие рынка образовательных услуг в регионе обусловлено снижением степени государственного регулирования и повышением уровня самостоятельности образовательных учреждений. Это обеспечивает равномерное развитие национального рынка образовательных услуг в условиях высокой степени регионализации экономики России.

Существует ряд драйверов государственного регулирования рынка образовательных услуг в регионе. Они могут приводить к большей или меньшей автономии региональных рынков образовательных услуг, а также к их большей или меньшей однородности. Четыре основных драйвера представлены в центре диаграммы на рис. 1, а соответствующие эффекты от действия этих драйверов – по краям диаграммы.



Рис. 1. Драйверы государственного регулирования рынка образовательных услуг в регионе

Как видно из рисунка, преследование рациональных целей предполагает высокую степень самостоятельности региональных рынков образовательных услуг при условии соответствия стратегическим направлениям их развития и общенациональным приоритетам. Открытая система предполагает минимальное количество или полное отсутствие единых стандартов, благодаря чему региональные рынки образовательных услуг свободны от вмешательства извне и делают акцент на инновациях и конкуренции.

Подотчетность государству предполагает прямой государственный контроль регионального рынка образовательных услуг и установление универсальных требований для всех регионов. Самоуправление предполагает высокую степень самостоятельности региональных рынков образовательных услуг с упором на общие интересы и ценности. Если для более ранних периодов российской экономики была характерна подотчетность государству, то сегодня происходит переход к самоуправлению на основе общих ценностей и стратегий национального развития [8].

Наиболее важными экономическими факторами развития рынка образовательных услуг в регионе являются глобализация и интеграция экономики России в мировое хозяйство, в результате чего на российские региональные рынки образовательных услуг пришли иностранные конкуренты [11]. Глобализация – это процесс свободного передвижения людей, услуг, капитала, товаров, идей и знаний через нацио-

нальные границы, охватывая весь земной шар.

Вопросам влияния глобализации на сферу образования уделяется пристальное внимание со стороны современных ученых. Так, З. И. Иванова отмечает, что образование стало основным средством глобализации и ее инкубатором [7]. Н. А. Суворов утверждает, что национальные системы образования были изменены весьма заметно под воздействием процесса глобализации, и что большинство изменений, происходящих в последнее время в сфере образования, можно отнести к воздействию и ответам на глобализацию [13]. Е. А. Ярушкина утверждает, что ни одна система образования в глобальном масштабе не может оставаться независимой от влияния глобализации [15].

Действительно, глобализация оказала сильное влияние на развитие региональных рынков образовательных услуг. Под воздействием глобальной тенденции предоставления образовательных услуг на рыночных условиях в России ежегодно возрастает число частных образовательных учреждений. Приход иностранных поставщиков образовательных услуг усиливает конкуренцию на российском рынке (рис. 2).

Как видно из рисунка, число образовательных организаций в России выросло более чем в полтора раза за последние два десятилетия с 626 шт. в 1993/94 уч. г. до 950 шт. в 2014/15 уч. г. в основном за счет увеличения числа частных образовательных учреждений, число которых выросло более чем в пять раз за данный период с 78 шт. в 1993/94 уч. г. до 402 шт. в 2014/15 уч. г.

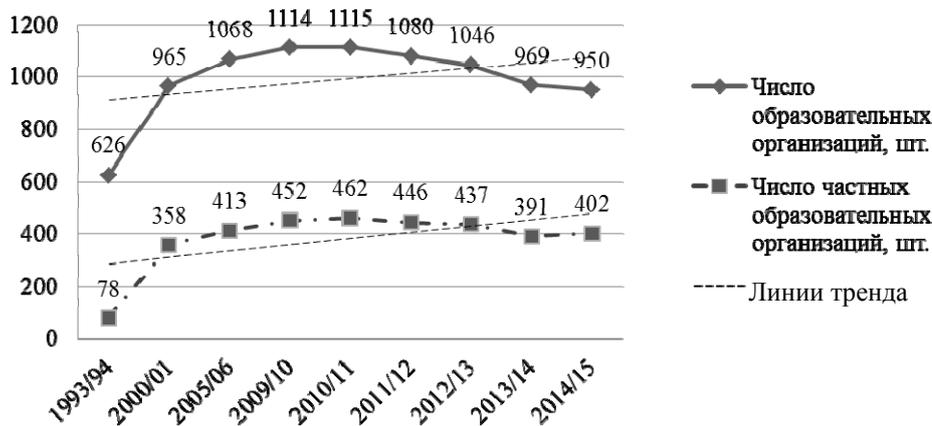


Рис. 2. Динамика числа образовательных организаций всего и частных в отдельности в 1993/94–2014/15 уч. г., [9]

Данная тенденция является противоречивой. С одной стороны, увеличение конкуренции на рынке способствует снижению цен на образовательные услуги [4]. Однако, с другой стороны, частные образовательные учреждения практически не контролируются государством и самостоятельно составляют образовательные программы, которые зачастую не соответствуют российским стандартам и не обеспечивают формирование у студентов необходимых знаний и навыков, что приводит к снижению качества образовательных услуг [5].

Глобализация также открывает возможности для экспорта российских образовательных услуг [6]. Отечественные образовательные учреждения активно используют данную возможность, что подтверждает положительная численности иностранных студентов, обучающихся в российских вузах (рис. 3).

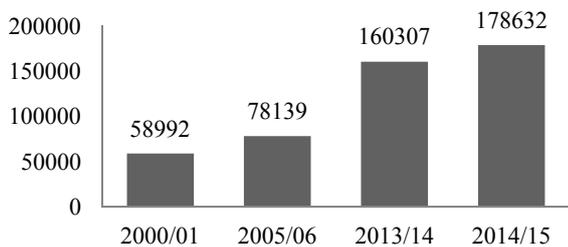


Рис. 3. Динамика численности иностранных студентов, обучающихся в российских вузах в 2000/01–2014/15 уч. г., чел. [9]

Как видно из рисунка, за последние 15 лет численность иностранных студентов, обучающихся в российских вузах, выросла более чем в три раза с 58992 чел. в 2000/01 уч. г. до 178632 чел. в 2014/15 уч. г. Данная тенденция свидетельствует о росте интереса иностранных студентов к обучению в России. Этому способствует высокая степень толерантности россиян

к иностранцам, обусловленная многонациональностью российской экономики.

Более низкая стоимость образовательных услуг в российских регионах за исключением столичного из-за более низкого уровня доходов в России по сравнению с развитыми странами при высоком качестве образования делает инвестиции в получение образования в нашей стране более эффективными и более привлекательными для иностранных студентов [3].

Несмотря на это, серьезными барьерами на пути к расширению экспорта отечественных образовательных услуг и привлечению иностранных студентов являются сложность получения визы, теоретическая направленность образовательных программ и их некоторая оторванность от практики, а также низкий уровень владения иностранными языками в России, что препятствует успешной коммуникации с иностранцами и не позволяет оказывать образовательные услуги иностранным студентам на их родном языке или на английском языке.

Технологические факторы развития рынка образовательных услуг в регионе связаны с развитием информационных и коммуникационных технологий, в результате чего появились новые способы оказания образовательных услуг, среди которых дистанционное обучение в любом образовательном учреждении мира, представление информации с помощью мультимедийных технологий и др. [1].

Переход к цифровой эре требует новых подходов к образованию, которые включают технологии из повседневной жизни студентов, чтобы привлечь и вдохновить студентов занять более активную роль в процессе обучения [2]. Новые технологии открывают больше возможностей для творчества и самовыражения обучающихся [10].

В мире, где географические границы размыты, студентам также необходима гибкость, чтобы сотрудничать с людьми в любом месте в любое время, представляя информацию более динамичным и интересным образом [12].

Влияние социальных факторов на развитие рынка образовательных услуг в регионе связано с изменением демографической ситуации в 1990-х гг. в связи с кризисными явлениями в переходной экономике России в тот период и снижением численности выпускников школ,

что обуславливает снижение емкости рынка высших образовательных услуг (рис. 4).

Как видно из рисунка, на протяжении 1993–2014 гг. наблюдается отрицательная динамика численности выпускников общеобразовательных организаций. Их численность сократилась на 35 % за исследуемый период с 1878 тыс. чел. в 1993 г. до 1223 чел в 2014 г. Однако в ближайшее время ожидается увеличение численности выпускников общеобразовательных организаций в связи с демографическим подъемом, начавшемся в 1990-х гг.

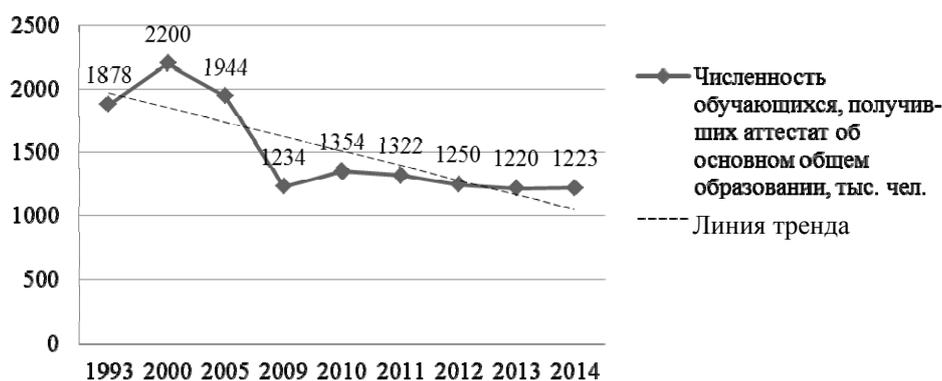


Рис. 4. Динамика численности выпускников общеобразовательных организаций в 1993–2014 гг. [9]

В то же время высокая конкуренция на рынке труда делает уровень образования важным фактором конкурентоспособности специалистов. В связи с этим в России становится все более востребованной популярная во всем мире концепция обучения в течение всей жизни. В рамках данной концепции предполагается, что не стоит останавливаться на получении первого образования – для продвижения по карьерной лестнице необходимо постоянное саморазвитие, предполагающее периодическое повышение квалификации, прохождение образовательных курсов и получение дополнительного образования.

Такой подход к образованию расширяет границы первоначально полученной специальности и позволяет переквалифицироваться в соответствии с новыми условиями, сложившимися на рынке труда. В России эти условия кардинально изменились за последние десятилетия. Переход к рыночной экономике ознаменовал появление множества новых профессий, в то время как востребованность некоторых старых профессий сократилась или вовсе исчезла из-за возникновения новых технологий и замены ручного труда автоматизированными технологиями.

Если первоначально большинство советских специалистов сохраняло свои рабочие места, то в условиях кризиса, начавшегося в 2008 г. и продолжающегося до сих пор, по России прошла волна массовых банкротств предприятий, что вы-

звало резкий скачок безработицы, в том числе среди таких специалистов [14]. Образование является ключом к их успешной адаптации к новым условиям хозяйствования. Сводные результаты проведенного анализа влияния различных факторов на развитие рынков образовательных услуг в регионах России приведены в таблице.

Как видно из таблицы, все факторы оказывают как позитивное, так и негативное влияние на развитие рынков образовательных услуг в регионах России. В целом условия функционирования рынка образовательных услуг в регионах России можно охарактеризовать как благоприятные. Это обусловлено, во-первых, сочетанием государственной поддержки и финансирования с высоким уровнем самостоятельности образовательных учреждений и, во-вторых, повышением спроса в настоящее время и в перспективе как со стороны отечественных, так и со стороны иностранных потребителей.

Таким образом, можно сделать вывод, что на процесс развития рынка образовательных услуг в регионе оказывают влияние различные факторы. Политические факторы обеспечивают дерегулирование рынков образовательных услуг в регионах России и установление общих ориентиров развития. Экономические факторы приводят к формированию глобальной конкуренции на рынках образовательных услуг в регионах России и развитию их экспорта и импорта.

## Анализ влияния различных факторов на развитие рынков образовательных услуг в регионах России

Факторы	Влияние на развитие рынков образовательных услуг в регионах России	
	Позитивное влияние	Негативное влияние
Политические факторы	Усиление свободы, благодаря чему рынки образовательных услуг в регионах в состоянии самостоятельно определять стратегические направления своего развития	Усиление согласованности действий из-за чего региональные рынки образовательных услуг должны развиваться в одинаковых стратегических направлениях, несмотря на разные условия
Экономические факторы	Возможность экспорта образовательных услуг и привлечения иностранных студентов для обучения в образовательных учреждениях регионов России	Усиление конкуренции со стороны иностранных поставщиков образовательных услуг, снижение качества образовательных услуг из-за распространения частных образовательных учреждений
Технологические факторы	Больше возможностей для творчества и самовыражения обучающихся, повышение интереса к получению образования Со стороны студентов	Возможность дистанционного получения образования в любом образовательном учреждении мира, что усиливает конкуренцию на рынках образовательных услуг в регионах России
Социальные факторы	Высокая конкуренция на рынке труда способствует увеличению спроса на образовательные услуги для поддержания конкурентоспособности специалистов	Снижение емкости рынка из-за сокращения численности выпускников общеобразовательных учреждений под воздействием неблагоприятной демографической ситуации

Технологические факторы способствуют модернизации образовательных программ и методик преподавания с учетом новых технологий. Под воздействием социальных факторов происходит снижение спроса на высшие образовательные услуги со стороны выпускников общеобразовательных учреждений и одновременно с этим увеличение спроса на данные услуги со стороны опытных специалистов, уже имеющих высшее образование, но оказавшихся безработными в связи с ростом безработицы и конкуренции на рынке труда.

Во всем мире образование играет важную роль в развитии стран и рассматривается как центральный элемент экономического роста и социального развития. Эта роль объясняется тем, что образование способствует повышению качества и уровня жизни. Повышение уровня образования в стране не только ускоряет процесс развития, но и обеспечивает связь экономического развития с потребностями населения.

Поэтому перспективным направлением проведения дальнейших исследований в данной области является разработка инструментария для управления выявленными факторами с целью достижения целевого уровня и качества развития рынка образовательных услуг в регионах России для повышения качества и доступности образовательных услуг, а также расширения их экспорта.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гущина, Ю. И. Образование в условиях информационного и коммуникационного прогресса / Ю. И. Гущина // Креативная экономика. – 2014. – № 9 (93). – С. 162–166.

2. Горбунова, Ю. И. Инвестиции в сферу информационно-коммуникационных технологий, анализ основных показателей развития информационно-коммуникационного сектора / Ю. И. Горбунова, О. Н. Горбунова, А. В. Гладышева, Ю. В. Шестакова // Экономика. Инновации. Управление качеством. – 2014. – № 3 (8). – С. 4–8.

3. Горяинова, Л. В. Привлечение частных инвестиций в образование как фактор развития экономики знаний / Л. В. Горяинова // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2015. – № 3. – С. 51–57.

4. Денисова, О. В. Тенденции развития системы высшего образования России в условиях формирования экономики, основанной на знаниях / О. В. Денисова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. – 2012. – № 1. – С. 39–44.

5. Зарицкая, В. Н. Современные тенденции инновационной деятельности в образовании в контексте экономики знаний / В. Н. Зарицкая // Молодой ученый. – 2014. – № 8–1 (11). – С. 105–108.

6. Зелинская, М. В. Российская система образования на пути к экономике знаний / М. В. Зелинская, Я. Б. Матюшин // Креативная экономика. – 2012. – № 8. – С. 45–50.

7. Иванова, З. И. Глобализация и интернационализация образования как условие формирования экономики знаний / З. И. Иванова, Н. В. Самотесова, И. Л. Пичугин // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 6–3 (59–3). – С. 511–515.

8. Нижегородцев, Р. М. Сетевые эффекты, институциональные фильтры и ловушки и проблемы образования в экономике знаний / Р. М. Нижегородцев // Вопросы новой экономики. – 2011. – № 3. – С. 12–23.

9. Образование // Россия в цифрах. 2015: Крат. стат. сб. / Росстат. – М., 2015. – С. 138–152.

10. Рабаданов, М. Х. О роли информационно-коммуникационных технологий в развитии университетского образования / М. Х. Рабаданов, С. А. Ахмедов // Университетское управление: практика и анализ. – 2012. – № 1. – С. 91–95.

11. Соколова, О. Ю. Особенности функционирования системы образования в условиях экономики, основанной на знаниях / О. Ю. Соколова, Т. М. Дюльманова, Н. С. Силантьева // Наука и общество. – 2012. – № 6. – С. 192–197.

12. *Стрекалова, Н. Б.* Информационно-коммуникационные технологии в высшем профессиональном образовании / Н. Б. Стрекалова // Сибирский педагогический журнал. – 2013. – № 2. – С. 159–163.

13. *Суворов, Н. А.* Образование в эпоху «экономики знаний» / Н. А. Суворов // Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации. – 2015. – № 215 (5). – С. 133–139.

14. *Сулейманкадиева, А. Э.* Взаимосвязь системы не-

прерывного образования, научной системы и системы реальной экономики в условиях экономики знаний / А. Э. Сулейманкадиева // Известия Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета ЛЭТИ. – 2012. – № 2. – С. 98–105.

15. *Ярушкина, Е. А.* Сфера образования как первое подразделение экономики знаний / Е. А. Ярушкина // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2012. – № 4 (111). – С. 267–271.

УДК 339.1:004.738.5

*Е. Г. Попкова, И. М. Кузлаева*

## СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

**Волгоградский государственный технический университет**

В статье поднята проблема существования широкого ряда коммерческих отношений в российском интернет-пространстве. Выявлены основные тенденции развития онлайн-маркетинга, электронной коммерции и облачных технологий как наиболее значимых ориентиров функционирования интернет-бизнеса в настоящее время. Произведена оценка технических, правовых, социальных и организационных барьеров, препятствующих совершенствованию данной системы с точки зрения их присутствия в отечественной экономической среде.

*Ключевые слова:* интернет-бизнес, онлайн-маркетинг, электронная коммерция, облачные технологии, российская экономика.

*E. G. Popkova, I. M. Kuzlaeva*

## SPECIFIC CHARACTER OF THE DEVELOPMENT OF E-BUSINESS IN THE RUSSIAN FEDERATION: PROBLEMS AND PROSPECTS

**Volgograd State Technical University**

The article focuses on the problem of the existence of a wide range of commercial relations in the Russian Internet space. The authors present the main trends in online marketing, e-commerce and cloud computing as the most important landmarks of the Internet business today. Technical, legal, social and organizational barriers to the improvement of the system in terms of their presence in the domestic economic environment have been analyzed.

*Keywords:* Internet business, online marketing, e-commerce, cloud computing, Russian economy.

В настоящее время все чаще приходится признавать: Интернет получил огромное распространение в подавляющем большинстве областей ведения бизнес-активности. Даже те предприятия, которые осуществляют свою коммерческую деятельность в офлайн-среде, отнюдь не игнорируют возможность использования Интернета как пространства для популяризации информации о реализуемых ими продуктах или услугах. Действительно, на сегодняшний день большое количество людей, находящихся в поиске тех или иных сведений об интересующих их компаниях или товарах, предпочитают обращаться к поисковым системам. Так, онлайн-технологии очень быстро стали тем самым связующим элементом в отношениях между продавцами и покупателями, поставщиками и заказчиками, партнерами по бизнесу и рекламодателями. Производить оценку перспектив развития интернет-бизнеса, являющегося проявлением со-

вокупного взаимодействия обозначенных акторов, в Российской Федерации будет удобно с точки зрения онлайн-маркетинга, электронной коммерции и облачных технологий как его наиболее значимых ориентиров [8].

Если учитывать факт того, что Интернет особым образом влияет на способы обмена маркетинговой информацией, то можно предположить, что от российского рынка онлайн-маркетинговых услуг [15] в ближайшем будущем стоит ждать весьма интересных трендов.

И одним из таких трендов, вне сомнения, станет продолжение увеличения потоков предложений в сфере контент-маркетинга, исходящих от игроков рынка B2B. До недавних пор самым эффективным способом создания и поддержания авторитета фирмы или, другими словами, завоевания потребительского доверия являлось распространение рекламной информации с помощью широкого спектра каналов. Не-

которые из них, ориентированные на массы, утрачивают свою популярность с каждым днем, что вполне обосновано: достойной их сменой стал уже подававшийся упоминанию до этого контент-таргетинг, позволяющий стать ближе к своей аудитории и помогающий лучше понять потребительские предпочтения ее членов. Чаще всего в качестве форм такового предстают познавательные или развлекательные данные об отрасли. Выбор бизнес-субъектов, безусловно, в ближайшие годы будет падать на выгодный, а, значит, логичный путь продвижения своих продуктов – сосредоточение на генерации полезного контента, представляемого в виде соцмедиа, материалов в экономических изданиях, информационных бюллетеней, тематических исследований, видео и статей, для более узких целевых аудиторий.

Если около 3–5 % рекламного трафика конвертируется первым посещением предлагаемого к ознакомлению ресурса, то остальная процентная доля просмотров приходится на ретаргетинг, который делает возможным повторно заострять внимание потребителей на продуктах или услугах, уже привлекавших их в прошлом. Доказанная результативность данного способа интернет-продвижения указывает на более чем вероятное продолжение своего развития: сейчас в российской действительности можно с уверенностью говорить о существовании нескольких видов ретаргетинга, в будущем же их будет только больше.

Всего три года назад онлайн-маркетологи с трудом могли себе представить проведение рекламных мероприятий за пределами знаменитых «Twitter», «Facebook» и «LinkedIn». Сегодня же процесс появления новых социальных платформ кажется необратимым. Конечно, не каждая из них получает должное развитие. Однако отдельным малоуспешным случаям испортить общую статистику не удастся: такие гиганты, как «Pinterest», «Google+», «Tumblr», «Instagram» и т. д. поистине берут свое, совершенствуя функции, каналы и формы для привлечения новых пользователей и, как следствие, становясь все популярнее и популярнее. Так, социальный медиа-маркетинг в отечественном его исполнении потребует разнообразия, а именно: появления у поставщиков рекламных услуг в Интернете возможности экспериментировать с несколькими социальными сетями в рамках организации тех или иных продающих кампаний. И, на взгляд авторов,

для фирм-заказчиков выбор таких рекламных решений станет, как минимум, интересной и многообещающей стратегической практикой.

Следующим трендом в развитии российского интернет-маркетинга станет построение контента вокруг графической информации. Действительно, объемы сообщаемых современным пользователям различных онлайн-ресурсов рекламных сведений увеличиваются с каждым днем, а требования к последним становятся все жестче. Чаще предпочтения отдаются быстро усваиваемой рекламе, презентуемой в виде изображений, успех которых кроется в их вирусном потенциале. Также в Рунете набирает обороты еще одно маркетинговое веяние – инфографика, подразумевающая под собой сочетание рекламных изображений и сведенного к минимуму текстового набора рекламных данных, будь то статистика или же результаты проведенных исследований. Собственно говоря, авторы сомневаются, что текст когда-либо потеряет свою актуальность, но уверены: дополнение его качественным изображением всегда будет выгодным шагом для маркетинговой кампании.

В продолжение вышесказанного вопроса следует обратиться к очевидности смещения предпочтений российских потребителей в сторону легко воспринимаемой рекламы. По большому счету, такое настроение было перенято от Запада, где для пользователей, пресытившихся яркими, кричащими и сложными баннерами в Интернете, своеобразной отдушиной стали простые и лаконичные маркетинговые ходы таких корпораций, как «Apple» и «Google». А, следя за упрощением нашей жизни новыми технологиями, мы имеем полное право возлагать большие надежды на отечественных маркетологов, которые, в свою очередь, конечно же, не упустят шанса последовать этому всепоглощающему тренду.

Далее, ввиду широкого распространения в настоящее время мобильных устройств [18] и, следовательно, приложений, обеспечивающих их функционирование, в числе трендов будущего, имеющих прямое отношение к онлайн-маркетингу, стоит ожидать еще большей активизации процессов, направленных на адаптацию электронного рекламного контента для его просмотра на современных девайсах.

Наконец, нельзя не предположить, что взаимодействие поисковой оптимизации и социальных сигналов, под которыми принято понимать любые проявления пользовательской ак-

тивности в социальных сетях, в перспективе окажется более тесным. Для демонстрации пользовательским аудиториям релевантной маркетинговой информации поисковыми системами производится учет всех аспектов пользовательского поведения в качестве одного из факторов ранжирования. Основная идея заключается в выдвигании на первый план социального контента, тематика которого чаще всего затрагивается, например, в пользовательских обсуждениях. Строить догадки относительно обличия подобных алгоритмов в будущем сейчас крайне сложно, но задуматься о том, что социальные сигналы уже к концу 2014 года оставили позади традиционные внешние ссылки или хотя бы сравниваются с ними, стоит.

Плавно переключаясь на рынок электронной коммерции, а именно прогнозирование хода его дальнейшего развития в России [3], прежде всего хочется заметить: наши соотечественники уже морально готовы предоставить себя во власть сменяющих друг друга в этой среде тенденций, способных внести максимально положительные изменения во многие сферы общей жизнедеятельности, тем самым генерируя те условия мобильности и качества, которые позволят нам выйти на новый уровень существования, лучший уровень. Какими же будут эти тенденции, предлагается рассмотреть ниже.

Прекрасно видно, что с каждым днем количество отечественных компаний, располагающих возможностями действовать в пределах сетевой инфраструктуры, неуклонно возрастает, и это, конечно, объясняется, помимо всего прочего, видимым совершенствованием качества и скорости передачи информации посредством модернизации технологического оборудования, а также расширения провайдерских сетей. Это невольно ведет к созданию и продвижению сложных коммерческих проектов и развитию дистрибуции их содержимого.

Так, руководствуясь сведениями о качестве широкополосного доступа к сети Интернет в различных регионах и, соответственно, странах мира, размещенными на сайте компании «Net Index», можно заявить, что в данной области Российской Федерации принадлежит 13-е место из 52, что делает ее опережающей такие страны, как Великобритания, Норвегия и США.

Эксперты аналитического агентства «J'son&Partners Consulting», определившие на конец 2013 года емкость российского рынка ШПД в 4,6 млрд дол., обещали в ближайшие го-

ды увеличение доли выручки операторов ШПД в секторе B2C в среднем на 12–13 %, а в секторе B2B на 5–6 %. Также, по утверждениям специалистов, услугами широкополосного доступа к сети Интернет пользуются 84 % российских юридических лиц и около 42 % – физических.

Безусловно, усложнение рынка ШПД, а также появление новых технологий и совершенствование уже давно вошедших в нашу жизнь приведет к очевидному возникновению новых и перспективных проектов в сфере российской онлайн-коммерции, двигающих развитие всей отрасли только вперед.

В принципе, ожидаемым трендом, которому предстоит стать своеобразным ответом на бурное развитие электронных технологий, можно считать скорое образование новых типов торговой деятельности и создание непохожих на существующие товарных категорий, чьи элементы будут представлены к реализации в сети Интернет. Несложно догадаться, что речь идет о расширении ассортимента продуктов, являющегося по причине необходимости освоения бизнес-акторами новых сегментов рынка интернет-торговли особо значимым фактором развития онлайн-коммерции в общей ее совокупности [1; 10]. Собственно, среди онлайн-коммерсантов бытует мнение: такие изменения обернутся исключительно положительными аспектами динамики функционирования исследуемого рынка.

Следующим закономерным для нашей страны трендом станет еще большее учащение случаев перехода компаний из off-line-ритейла в on-line. Об этом уже упоминалось в одной из предыдущих частей работы, к этому авторы возвращаются и сейчас.

Вся критика, имеющая отношение к данному вопросу, на сегодняшний день сводится к двум довольно распространенным мнениям. Если одни эксперты считают такую динамику некоторым плацдармом, вбирающим в себя реальные возможности для увеличения бизнес-субъектами своих клиентских баз, ведущим к росту продаж и прибыли, то другие мыслят несколько иначе. А их точка зрения состоит в том, что вхождению на рынок интернет-торговли среднестатистическим игрокам из off-line зоны будут препятствовать движущиеся в том же векторе крупные акторы, мало того, отличающиеся готовой и отлаженной инфраструктурой (например, собственными логистическими сетями), так еще и пользующиеся изрядной известностью у населения. Однако, несмотря на

спорные моменты, тенденция уже имеется и она же продолжит свое существование далее, исходя из чего можно признать: возрастающее число компаний привычной торговли, переходящих в виртуальное пространство, является важным фактором развития электронной коммерции в Российской Федерации.

До настоящих пор рассматривались перспективы развития российского рынка электронной коммерции со стороны поведения поставщиков. Пришло время сказать пару слов и о потребителях как двигателях прогресса на поле того же рынка.

Здесь на отечественную коммерцию прежде всего окажет влияние стремительное увеличение аудитории участников глобального информационно-коммуникационного пространства, которое принесет с собой несомненную выгоду как для провайдеров, так и для поставщиков товаров и услуг. Так, снова имеется в виду существенное расширение их клиентских баз.

Ориентируясь на результаты исследования «Российский рынок интернет-торговли: товары 2012», можно утверждать, что не заставит себя долго ждать ежегодный 12–13 %-ный рост численности пользователей Рунета вплоть до конца 2016 года. К 2018 году, по прогнозам аналитиков маркетингового агентства «РБК.research», уровень интернет-проникновения достигнет 80 %. Веским основанием для распространения таких оптимистичных прогнозных данных служит, главным образом, факт удивительно быстрого появления новых онлайн-пользователей в небольших населенных пунктах.

Не нужно подвергать доказательству то, что потребности граждан в приобретении различных товаров и услуг, подкрепленные их действительной платежеспособностью, являются одним из самых важных условий стабильного экономического роста. По сути дела, положительное изменение уровня платежеспособного спроса находит свое отражение в росте сбыта товаров, отрицательное – в падении сбыта и сокращении объемов прибыли. В этих случаях электронные торговые платформы исключения не составляют: повышение спроса стимулирует многие процессы в рамках развития электронной торговли, что, в свою очередь, прекрасно воздействует на течение развития российской электронной коммерции в целом.

Российский потребительский рынок, оцененный в обзоре «Sberbank Investment Research», к 2020 году, возможно, станет крупнейшим в Ев-

ропе. Это позволяет полагать, что такие яркие перспективы развития потребительского сектора, обусловленные, разумеется, ростом платежеспособного спроса наших сограждан, будут способствовать развитию систем электронной торговли в России.

Пожалуй, к вышеизложенным тенденциям, уготованным отечественному рынку электронной коммерции в будущем, следует добавить увеличение числа лиц, пользующихся электронными платежными системами. Не нужно предаваться долгим раздумьям, чтобы прийти к выводу о том, что такой ход событий будет вызван обозначенным ростом числа интернет-пользователей в России, 75–80 % из которых уже сегодня, согласно результатам многочисленных исследований компании «TNS», являются уверенными клиентами электронных кошельков. На настоящий момент времени, как сообщает исследовательское агентство «Data Insight», объем месячной аудитории отечественного рынка электронных платежных систем колеблется на уровне 9–9,1 млн человек, что, естественно, далеко от его возможных пределов.

Таким образом, идея управления финансовыми операциями в удаленном режиме с каждым днем все больше будоражит умы представителей современного человечества: кредитно-расчетные учреждения без конца стремятся удовлетворить потребности граждан в подобного рода услугах, торгово-сервисные организации неустанно проводят в Интернете онлайн-платежи. Авторы выяснили, что этих объективных возможностей вполне достаточно для того, чтобы рынок электронной коммерции продолжил набирать свою мощь и в нашей стране.

Сформировав некоторое представление о перспективах развития двух направлений отечественного интернет-бизнеса [6], целесообразно посмотреть, что нам готовят облачные вычисления, в том или ином виде доступные уже чуть ли ни каждому пользователю Рунета и находящие все более активное применение.

Нужно сказать, что отечественному рынку, в случае с облачными технологиями, хватило всего трех-четырёх лет для самонасыщения всеми так необходимыми ему элементами. Конечно, нас можно упрекать в банальном копировании западных разработок, но, обращая внимание на факты столь впечатляющих достижений российских практиков в данной области, хочется приравнять эти обстоятельства к безобидным условностям, ведь, по словам многих экспертов,

рыночная среда сама ответит на вопрос о том, кто прав, а кто виноват. Широкому ряду компаний за прошедшие несколько лет удалось достичь существенных высот и даже стать примерами для подражания. Потребители облачных сервисов также не отстают в своем совершенствовании: сегодня они предпочитают делать приобретения официально, заявляя, что такой стиль поведения спасет их от необходимости поиска нелегальных решений вопроса обновления программ, а также позволит им произвести замену капитальных издержек операционными, приобрести независимость от большого количество технических средств и, наконец, приблизиться к новому уровню мобильности [9].

Проиллюстрировать презентованную выше информацию можно следующим. По данным, содержащимся в одном из обнародованных еще в конце 2015 года отчетов корпорации «SAP», к 2016 году чуть больше чем 75 % всех планируемых расходов на информационные технологии будут иметь прямое отношение к облачным сервисам; при этом порядка 72 % российских управляющих будут включать переход конкретных бизнес-отделов к использованию в своей практике облачных решений в список своих первостепенных задач. И главными причинами такого перехода станут, конечно же, их гибкость, масштабируемость и существенное сокращение стоимости владения.

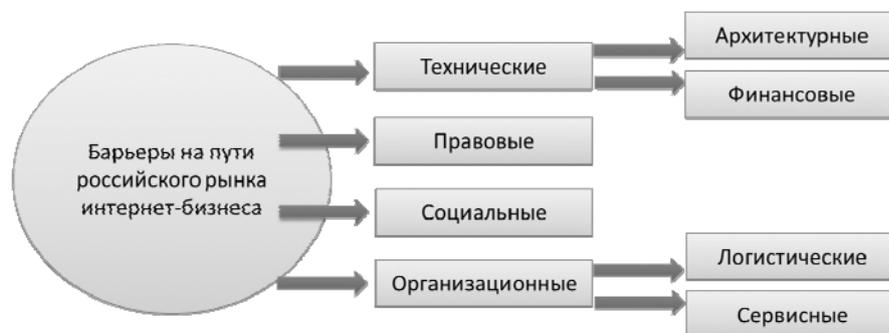
Если в настоящее время потребляющими облачные сервисы оказываются компании всех масштабов и сфер бизнеса, то в будущем основной спрос будет исходить от представителей массовых рынков нашей страны, коими можно представить банковский сектор, телекоммуникации и ритейл.

В качестве дополнения следует отметить: аналитики компании «Cisco» полагают, что в ближайшие годы, вероятнее всего, отечественный рынок облачных технологий сохранит за со-

бой положение поля борьбы между локальными субъектами – традиционными операторами и альтернативными. Входу крупных зарубежных вендоров на российский рынок, как это происходит и в нынешние дни, будет препятствовать высокая стоимость локализации. Произойдет трансформация наиболее известных, а, значит, мощных сервис-провайдеров нашей страны, а также площадок для создания приложений облачного типа, которые будут предназначаться для применения в учреждениях госсектора, здравоохранительной и образовательной сфер. Не стоит забывать о сервисах, связанных с повышением продуктивности работы персонала, системы управления продажами и проектами: так как в посткризисный период потребность в таковых ощущается наиболее остро, их популяризация не обойдет стороной и Российскую Федерацию [5].

Подробный анализ очевидных выгод от применения технологий методов электронного бизнеса в перспективе отнюдь не избавляет нас от необходимости признания и следующего за ним рассмотрения спектра проблем, препятствующих его развитию в контексте современной российской действительности. И вполне логично разделить все барьеры на четыре взаимосвязанные группы: технические, правовые, организационные и социальные (см. рисунок).

Поначалу может показаться: технические ограничения развития интернет-бизнеса в Российской Федерации представляют собой нечто иное, как многогранную и сложную для восприятия среднестатистического человека систему. Возможно, близкой к пониманию она окажется, в самом деле, далеко не каждому, но о широкой разноплановости таковой речи вести не стоит, ведь, по большому счету, техническая сторона организации бизнеса в Рунете сводится к двум конкретным сложностям: архитектурному и финансовому обеспечению коммерческой деятельности.



Современные барьеры к развитию интернет-бизнеса в Российской Федерации

Источники: составлено автором

Наиболее важной во всей совокупности трудностей, связанных с так называемой архитектурой коммерческих онлайн-платформ, считается проблема существования риска возникновения серьезных технических сбоев в рамках различных периодов функционирования последних. И, безусловно, предваряют обозначенную проблему на настоящий момент следующие аспекты:

- недостаточный уровень совместимости программного обеспечения отдельных сфер интернет-бизнеса и конкретных типов оборудования, операционных систем и их составляющих;
- отсутствие веб-серверов специального назначения и других компонентов онлайн-инфраструктуры в качестве дополнения к уже имеющимся сетевым серверам;
- низкая степень синхронизации программных средств, используемых онлайн-акторами, с приложениями и базами данных, существующих на протяжении длительного временного отрезка;
- явная ограниченность масштабов телекоммуникационных пространств;
- высокий уровень уязвимости онлайн-систем, стандартов, коммуникационных протоколов и т. д.;
- излишняя информационная насыщенность отечественных онлайн-ресурсов коммерческого характера.

Основной проблемой финансового обеспечения коммерческой деятельности в сети Интернет [2], является отсутствие в нашей стране единой электронной платежной системы, создание которой позволило бы отечественному бизнесу уйти от необходимости прибегать к иностранным. По всей видимости, поиск оптимального решения этой задачи займет ни один месяц. Пустить в ход такое предположение кажется возможным на основании оценки опыта близкого нам по духу Китая, в условиях высокоцентрализованной экономики которого этот процесс затянулся на несколько долгих лет. Учитывая обстоятельство наличия в Российской Федерации нескольких высокобюджетных систем интересующей нас направленности, и принимая во внимание факт их действия на основе родных программных платформ и процессинговых центров, следует признать эволюционный подход – создание межхостингового интерфейса – крайне сложным техническим и отчасти организационным вопросом. Так, очевидно, между созданием и признанием еди-

ной национальной электронной платежной системы будет лежать продолжительный и не столь, как нам бы того хотелось, легкий путь.

Продолжит обсуждение анализ группы правовых проблем, препятствующих полноценной эволюции электронного бизнеса в России. Иначе их можно интерпретировать как отсутствие должного уровня законодательной системы, регулирующей процессы осуществления коммерческих правоотношений, имеющих место в сети Интернет. В этом заявлении присутствует весьма справедливая оговорка, касающаяся качества такой законодательной базы. В самом деле, в пределах нашего государства происходит развитие ситуации, при которой бытующие ныне правовые нормы, при всей своей разрозненности и фрагментарности, все же позволяют функционировать интернет-бизнесу. К сожалению, недостатком норм проблема не ограничивается: еще более все усложняет неимение ряда важных законов, непосредственно относящихся к данной сфере.

Для получения более четкого представления о том, чем нам приходится располагать на сегодняшний день, предлагается рассмотреть немногочисленный ряд нормативных актов, подходящих для применения отечественными бизнес-субъектами, действующими в онлайн-пространстве.

Так, основным регулятором здесь по-прежнему остается Конституция Российской Федерации, содержащая основные права и гарантии, среди которых особо интересной представляется ст. 8, провозглашающая единство экономического пространства, свободу перемещения товаров, услуг и финансовых средств, а также поддержку конкуренции и свободу экономической деятельности в стране.

В законодательных актах, посвященных электронному документообороту, в наиболее общем виде вопрос информационного обмена представлен в Федеральном законе № 149 от 27.07.2006 года «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Прежде всего данный закон ввел такие основополагающие понятия, как: «информационная система», «электронный документ», «электронное сообщение», «оператор информационной системы». По смыслу «Закона об информации» все данные, полученные, хранимые, обрабатываемые и передаваемые с помощью автоматизированных информационных и телекоммуникационных систем, могут быть признаны в ка-

честве документов, обладающих реальной юридической силой.

В сопровождение вышеупомянутого положения на базе Директивы Европейского Союза «О правовых основах сообществ для использования электронных подписей» от 1999 г., был создан Федеральный закон от 6 апреля 2011 г. № 63-ФЗ «Об электронной подписи». Его ключевой целью является обеспечение правовых условий использования электронной цифровой подписи в электронных документах. Закон фактически делает тождественными электронную цифровую подпись и собственноручную подпись на бумажном носителе при заключении сделок [7].

Отчасти потребность регулирования процессов заключения сделок посредством электронного обмена данными удовлетворяется статьей 434 Гражданского Кодекса Российской Федерации, гласящей: «договор в письменной форме может быть заключен путем составления одного документа, подписанного сторонами, а также путем обмена документами посредством почтовой, телеграфной, телетайпной, телефонной, электронной или иной связи, позволяющей достоверно установить, что документ исходит от стороны по договору».

Уместно отметить, что проведение сделок в Рунете также естественно и в других формах. Даже не обращаясь к цели проведения углубленного анализа конкретных аспектов российского законодательства, можно с уверенностью утверждать, что информация как таковая несет в себе все свойства товара, в его роли она же все чаще в современных условиях и выступает. При этом поистине специфической делает информацию одно уникальное свойство: она может быть передана от продавца к покупателю без всяких промедлений, мгновенно. Ответом на вопрос организации правового контроля за проведением сделок с информационными продуктами в свое время стала статья 159 Гражданского кодекса, предусматривающая возможность совершения сделок, исполняемых при самом их совершении.

Помимо всего отмеченного, на территории нашего государства действует ГОСТ Р 52292-2004 «Информационная технология. Электронный обмен информацией. Термины и определения», определяющий круг терминов, рекомендованных к применению в сфере электронного обмена информационными сведениями. Так, несмотря на то, что терминология электронной

коммерции презентована достаточно обширно через ряд определенных терминов и значений, отражающих некоторые стороны этой категории, следует признать: вывод о неполноценности правового поля в данной области напрашивается сам собой.

Справедливым дополнением к рассмотрению второй группы барьеров к развитию российского интернет-бизнеса может послужить замечание: скорость изменений, происходящих в правовой среде, крайне низка, что делает их значительно отстающими от складывающегося положения дел [14]. И преодолеть столь своеобразный спектр проблем поможет прежде всего осознание того, что специфика реализации коммерческих процессов в глобальной информационно-коммуникационной среде предопределяет существенные особенности их правового регулирования.

Таким образом, принимая во внимание несовершенство комплексной законодательной структуры по регулированию электронного бизнеса в России, мы имеем полное право надеяться на ее постепенное формирование в рамках создания взаимосвязанной системы норм на международном и национальном уровнях.

Приступая к обзору третьей группы проблем отечественного интернет-бизнеса, следует обозначить, что ограничения организационного характера исходят из сервисных и логистических недостатков функционирования современных онлайн-компаний.

В первую очередь необходимо остановиться на низком уровне качества предоставления услуг в Рунете, ставшем, в некотором роде, следствием ажиотажа, порожденного условиями серьезной конкурентной борьбы [12]. Онлайн-компания, страдая от банального недостатка времени в своем стремлении занять соответствующую нишу в сетевом пространстве, часто уходит от необходимости задумываться над вопросами как перспектив собственного развития, так и анализа потребительских предпочтений [19]. В итоге получается огромное количество созданных наспех онлайн-структур [11; 17], направляющих большую часть свободных средств на реализацию мероприятий по продвижению своих коммерческих предложений, обходя стороной проблему вложений в соответствующую инфраструктуру.

Другим обстоятельством, сдерживающим совершенствование электронного бизнеса в России, является явная ограниченность логистиче-

ских систем современных интернет-компаний, в частности, онлайн-магазинов. Понятно, что в электронной коммерции особую важность представляет процесс доставки оплаченного товара покупателю. И это верно: в своем идеальном исполнении торговая сделка в просторах всемирной паутины подразумевает под собой своевременное получение клиентом заказа от такого поставщика, который, помимо содержания в складских помещениях больших объемов товарных единиц и оперативного обновления виртуальных каталогов в соответствии с ассортиментными изменениями, быстрым и качественным образом осуществляет доставку товара по нужному адресу. К сожалению, российские условия с точки зрения данных организационных моментов ведения электронного бизнеса благоприятными назвать трудно: наряду с высокой продолжительностью доставки грузов в нашей стране существуют большие риски их порчи и даже потери.

Наконец, завершает исследуемую совокупность барьеров группа проблем, носящих истинно социальный характер. В этом направлении наибольшего внимания заслуживает вопрос потребительского недоверия, скорее всего, вызванного историко-психологическими предпосылками. Несмотря на уже мало кого способное удивить дистанционное проведение сделок купли-продажи, традиционные формы коммерческого взаимодействия, подразумевающие прямые личные контакты между субъектами, все еще не отходят на второй план. Именно поэтому некоторое отрицание современных новшеств российскими потребителями действительно сдерживает развитие определенных составляющих российского электронного предпринимательства [4; 13].

Следствием такого пользовательского недоверия становится все более очевидное опасение онлайн-коммерсантов возникновения фактов отказов покупателей от подтверждения платежей, ведущих к возникновению необходимости проведения операций принудительного возврата компанией-эмитентом незаконно списанных средств на карточные счета клиентов из-за игнорирования ими процедур получения заказов.

Другую сторону проблемы открывает бытование у интернет-пользователей навязчивой идеи о небезопасности осуществления расчетных операций с применением карточек в сетевом пространстве по сравнению с ними же, но за его пределами. Даже сообщая с изрядной пе-

риодичностью своим клиентам то, что, по оценке широкого круга экспертов, мошеннические операции в Интернете, включая платежи по незаконно присвоенным номерам и кодам карточек, не достигают и одного процента от ее оборота, банковские служащие и прочие онлайн-агенты испытывают значительные трудности в реализации попыток направить общественное сознание в разумное русло.

Также важно учитывать, что средний пользователь сети Интернет и среднестатистический гражданин Российской Федерации – понятия разные. Дифференцировать их можно, в первую очередь, по уровню материального благосостояния, технической подготовке и, конечно, уровню образования. С одной стороны, данные обстоятельства представляют собой оптимальные условия для продвижения компьютерной техники, программного обеспечения и сложной электроники в Рунете, с другой – значительно усложняют процессы реализации товаров массового спроса в его просторах.

Тем не менее острота некоторых из перечисленных выше проблем медленно, но верно и очевидно снижается, что дает повод ведущим специалистам в сфере информационных технологий и инвестиционным банкирам считать российское интернет-пространство привлекательным и перспективным полем для создания инвестиционных бизнес-проектов [16]. Более того, практика показывает: активное применение передовых информационных технологий в текущей работе отечественных предприятий как нельзя лучше влияет на их финансовые показатели.

Таким образом, в наши дни коммерческая активность, реализуемая в сети Интернет, стала неотделимой частью жизни если не всех, то многих из нас. Это политематическое пространство неизменно продолжает открывать все новые и новые возможности для развития коммерческих отношений; именно поэтому наличие отлаженной системы интернет-бизнеса представляется неоспоримым условием формирования, роста и развития экономики нашего государства.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Ахметова, М. Р.* Интернет-предпринимательство как фактор современного экономического роста России / М. Р. Ахметова // Научные труды Вольного экономического общества России. - 2013. - Т. 172. - С. 23–31.
2. *Аюшиева, Е. Б.* Выгоды и проблемы интернет-торговли в России / Е. Б. Аюшиева // Сборники конференций НИЦ Социосфера. - 2014. - № 1. - С. 51–54.

3. Банкет, С. В. Тенденции развития электронной коммерции в России и мире / С. В. Банкет // Современное искусство экономики. – 2011. – № 1 (1). – С. 76–80.
4. Валигурский, С. Д. Проблемы и перспективы развития электронной торговли в России / С. Д. Валигурский // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2011. – № 3. – С. 44–50.
5. До неба еще расти и расти // Российская бизнес-газета. – 2012. – Режим доступа: URL: <http://www.rg.ru/2012/12/11/tehnologii.html> (дата обращения: 13.03.2014)
6. Вязовов, Д. В. Особенности развития интернет-бизнеса в России в контексте мировых тенденций / Д. В. Вязовов // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 8 (37). – С. 581–584.
7. Правовое регулирование электронной коммерции в России // Современные научные исследования и инновации. – 2013. – № 10. – Режим доступа: URL: <http://web.snauka.ru/issues/2013/10/27833> (дата обращения: 15.03.2014)
8. Дегтерева, А. О. Актуальность формирования и развития интернет-бизнеса в России / А. О. Дегтерева // Россия в XXI веке: итоги, вызовы, перспективы: материалы и доклады III Междунар. научно-практич. конф. – 2012. – С. 64–69.
9. Три года в облаках // РБК daily. – 2013. – Режим доступа: URL: <http://rbcdaily.ru/media/opinion/562949989995579> (дата обращения: 13.03.2014)
10. Загайнова, Е. В. Анализ факторов развития электронной коммерции в России / Е. В. Загайнова // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2014. – № 4. – С. 84–91.
11. Задорожная, Л. И. Анализ сферы продаж электронной коммерции / Л. И. Задорожная, С. Ю. Каприлянец // Новые технологии. – 2012. – № 2. – С. 147–150.
12. Зайцева, Г. Е. Конкурентоспособность предприятия, организующего деятельность в интернете / Г. Е. Зайцева // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 48 (12). – С. 24.
13. Зимица, Л. В. Особенности развития электронной коммерции в России / Л. В. Зимица, В. В. Тесленко // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2011. – № 1. – С. 161–165.
14. Комаров, Н. М. Интернет-бизнес в России. Особенности, проблемы, перспективы / Н. М. Комаров, М. А. Борзов // Сервис plus. – 2010. – № 2. – С. 35–43.
15. Мишина, Р. И. Интернет-бизнес в России / Р. И. Мишина // Актуальные проблемы гуманитарных наук: труды XII Междунар. научно-практич. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых. – 2013. – С. 496–499.
16. Покровская, Л. Л. Проблемы и перспективы развития электронной коммерции / Л. Л. Покровская // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 3. – С. 260.
17. Покровский, Л. Л. Анализ сферы продаж электронной коммерции / Л. Л. Покровский // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 3. – С. 147–150.
18. Сафонова, Н. А. Феномен мобильного маркетинга как новая ступень развития современного бизнеса / Н. А. Сафонова, В. Е. Сухова, И. М. Кузлаева // Современная экономика: проблемы и решения. – 2013. – № 3 (39). – С. 71–80.
19. Торосян, Р. А. Некоторые проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России / Р. А. Торосян // Современные наукоемкие технологии. – 2013. – № 6. – С. 138–139.

УДК 339.378

*М. А. Горбунова, И. В. Аракелова*

### **ИНФОРМАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ: ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ**

**Волгоградский государственный технический университет**

В данной статье рассматривается понятие маркетинговых коммуникаций, их цели и виды. Интернет уже давно и достаточно долгое время является самым эффективным механизмом информационного маркетинга в любой успешной компании. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет так же бывают различных видов (маркетинг в социальных сетях, вирусная реклама, письма, баннеры и др.) и все имеют свои особенности. Благодаря развитию мировой науки и техники информационные маркетинговые коммуникации становятся доступными абсолютно любым фирмам и компаниям, что делает их бизнес более успешным.

*Ключевые слова:* маркетинг, маркетинговые коммуникации, Интернет, компания, информация, потребитель, клиент, коммуникация, реклама, эмоциональная реклама, эффективность, воздействие.

*М. А. Gorbunova, I. V. Arakelova*

### **INFORMATION MARKETING COMMUNICATIONS: THE MAIN ASPECTS AND TRENDS**

**Volgograd State Technical University**

This article discusses the concept of marketing communications, their goals and views. Internet for a long time and a long time is the most effective mechanism of information marketing in any successful company. Marketing communications in the Internet as there are different kinds of (social media marketing, viral advertising, letters, banners, etc.), And all have their own characteristics. With the development of world science and technology information marketing communications are available absolutely any firms and companies, making their business more successful.

*Keywords:* marketing, marketing communications, Internet, company information, consumer, customer, communication, advertising, emotional advertising, effectiveness, impact.

Появление таких информационных каналов, как мобильная связь и всемирная паутина навсегда изменило мир бизнеса. Существование современного бизнеса невозможно представить без информационных маркетинговых коммуникаций. Также и сам маркетинг в настоящее время переживает внедрение все новых обновлений своих технических и технологических возможностей.

Маркетинговые коммуникации представляют собой определенную деятельность, совокупность средств и конкретные действия по поиску, изучению, генерации и распространению информации, которая представляет особую значимость для субъектов маркетинговых отношений.

Если рассматривать маркетинговые коммуникации как деятельность, то, прежде всего это коммуникационная политика, являющаяся важной функцией производителя, посредника или потребителя, которая определяется его мотивами, интересами, установками и конкретными целями. В настоящее время особое внимание уделяется формированию, поддержанию и развитию долгосрочных партнерских взаимовыгодных отношений.

Как совокупность средств это комплекс содержания, носителей и способов передачи информации. Данный комплекс позволяет осуществить информационные связи и контакты в виде рекламы, отношений с общественностью, прямого маркетинга и смешанных видов. Актуальным и самым эффективным направлением в формировании такого комплекса на сегодняшний день являются интегрированные маркетинговые коммуникации.

Маркетинговые коммуникации бывают нескольких видов:

- реклама;
- паблисити, т. е. формирование положительного общественного мнения об организации и, соответственно, о ее продукции;
- директ-маркетинг;
- комплексные формы продвижения товара на рынок и содействия продажам (выставки, ярмарки и др.) [2].

В современном комплексе маркетинговых коммуникаций также выделяют бренды и брендинг.

Целью всех маркетинговых коммуникаций является установление взаимопонимания между всеми участниками рыночных отношений на основе информационного обмена между ними.

Компания может передавать необходимую информацию через множество каналов: фир-

менное название, упаковка, персональный сбыт, лотерея, выставка, СМИ, объявление, журнал и многое другое. Данные сообщения могут быть различной направленности: на информирование, страх, убеждение, общительность, смех или сравнение с конкурентами.

В прошлом компании часто рассматривали элементы коммуникации как отдельные виды деятельности. В то время как маркетинговая философия в настоящий момент считает, что интеграция абсолютно необходима для достижения успеха, как это хорошо сформулировано Спенсером Плавукасом: «маркетолог, успешно работающий в современных условиях, это тот, кто координирует коммуникационный комплекс настолько жестко, что из рекламы в рекламу, из статьи в статью, из одной программы в другую вы немедленно узнаете, что марка говорит одним и тем же голосом» [2].

На сегодняшний день в современном постиндустриальном обществе одной из наиболее ярких моделей развития является концепция, предложенная Беллом и Бжежинским. Согласно их концепции, теория информационного общества рассматривает средства информации и коммуникации в качестве единого целого [2]. Достаточно активно идет процесс формирования новых гуманитарных и прежде всего интеллектуальных технологий. Данные технологии в первую очередь опираются именно на информационные и коммуникационные ресурсы, которые относятся к классу синергетических (саморасширяющихся) ресурсов.

Стоит отметить, что маркетинговые коммуникации, которые опираются на информационные ресурсы и технологии, становятся главной базовой инфраструктурой маркетинга. Анализируя и наблюдая тенденции последних десятилетий, можно отметить, что маркетинговые технологии в большинстве своем перемещаются в виртуальный мир: в Интернет и специализированные информационные сети.

Что касается постиндустриального развития, то здесь наблюдается процесс глобализации интересов. Другими словами, происходит интенсивное развитие крупных мировых проектов, которые соразмерны глобальному развитию. За счет этого исчезают государственные границы и формируется мировое пространство интенсивной коммуникации, доступность которого уже не ограничивается географическими расстояниями.

В результате складываются современные глобальные рынки, открытое информационное об-

щество, новая экономическая карта мира, которые создают предпосылки для маркетинговых технологий поколения "next" [1].

Средствами осуществления маркетинговых коммуникаций являются различные медиа ресурсы и иные каналы передачи информации, позволяющие обеспечить транспортировку (доставку) и представление какого-либо сообщения (в той или иной форме) от отправителя (коммуникатора) к получателю (коммуниканту).

В целях установки и поддержания информационно-маркетинговой связи с клиентами могут быть использованы такие инструменты, как:

- фирменная сувенирная продукция в качестве подарков;
- уникальная упаковка товара;
- прямое взаимодействие с аудиторией;
- услуги сервисного обслуживания;
- предоставление лицензии на использование продукта либо брендовой символики компании;
- оформление мест продаж POS-материалами.

Очень важно использовать инструменты в совокупности для достижения желаемого результата.

С увеличением роли информации в жизни и развитии современного общества возрастает значимость эффективного управления коммуникационными процессами, то есть передачи информации с минимальными потерями.

В настоящее время информация занимает важнейшее место среди ресурсов развития во всех сферах человеческой деятельности. Это приводит к достаточно жесткой борьбе за обладание информационными ресурсами. С одной стороны, в такой борьбе целью субъекта является улучшение собственных информационных ресурсов и повышение эффективности функционирования информационных систем, а с другой – стремление понизить информационные ресурсы конкурентов.

Информация – это знание или опыт, зафиксированные в том или ином виде информационного носителя, обеспечивающего передачу этих знаний или опыта между различными потребителями информации [4].

На сегодняшний день одной из главных составляющих маркетинговых коммуникаций является маркетинг в Интернете и в социальных сетях, в частности. Маркетинг в социальных сетях включает в себя несколько направлений:

- создание представительств (групп) компании. Такие сообщества позволяют компаниям

собирать на своих площадках потребителей собственной продукции и отвечать на все их вопросы и пожелания, таким образом увеличивая лояльность потребителей к своему товару;

- работа с блогосферой. Ее обеспечивает широкий спектр маркетинговых действий. Блогинг – это эффективный канал коммуникации компании со своей аудиторией и клиентами. Одним из самых эффективных направлений работы в этой сфере является работа с «лидерами мнений», то есть с блогерами, которые являются экспертами в определенной области и благодаря этому могут оказывать влияние на потребительское предпочтение и решение о покупке;
- персональный брендинг. Это направление представляет собой проведение различных креативных конкурсов, размещение опросов, создание входных страниц на проекты и т. д.;
- репутационный менеджмент.

На сегодняшний день Интернет является основной составляющей частью коммуникативной политики предприятия.

Одним из ярких примеров в развитии информационных маркетинговых коммуникаций является Германия. В качестве основного инструмента коммуникативной политики в маркетинге немецкие фирмы используют всемирную сеть Интернет. При этом они преследуют такие цели, как: информирование о продуктах, имиджевая реклама и работа по связям с общественностью.

Для Германии наиболее популярной формой использования интернет-рекламы до сих пор остается баннер. Первая такая реклама появилась на сайте электронного магазина «HotWired» в 1994 году. Пользователи увидели на своих экранах маленький квадрат с приглашением щелкнуть по нему. После такого нажатия пользователь попадал на страницу производителя пива «Zima», где мог получить всю необходимую и интересующую его информацию о продукте. Таким образом, только за первую неделю процент пользователей, посетивших страницу, составил более 50 %.

В то же время такой известный специалист, как А. Грот считает: «Баннеры – это все еще фантастический способ рекламы. Просто все к нему предъявляют слишком завышенные требования. Баннеры приносят различный эффект при их расположении в разных местах и рубриках. Если вы видите, что ваш баннер не приносит положительного результата, то быстро измените его местоположение или используемый в рекламном сообщении мотив» [6]. Еще дан-

ный специалист говорит о необходимости творческой составляющей в такой рекламе. Например, очень эффективно добавлять в оформленные свободно двигающиеся элементы по электронной странице, которые достаточно сильно привлекают внимание аудитории.

Особой популярностью в интернете пользуются также службы рассылки писем, которые распространяют рекламную информацию. Только в Германии регулярно появляется более 150 новых служб почтовой рассылки. Эффект от подобного вида коммуникации состоит в том, что информацию можно посылать необходимой целевой аудитории, тем самым уменьшая процент бесполезных адресатов.

Что же касается области работы по связям с общественностью, то тут, по оценкам экспертов, в Германии не хватает квалифицированных специалистов. Только такие крупные организации, как, например, «Porsche» или «RWE» могут нанимать квалифицированных журналистов и проводить дорогостоящие мероприятия.

При информационных маркетинговых коммуникациях с помощью Интернета имеет значение правильная регистрация. Особую важность она приобретает когда речь идет о международной маркетинге. Роль рейтинга сайта в поисковых системах возрастает при росте количества сайтов в стране или регионе. Согласно статистике переходов, на Западе около 70 % пользователей попадают на сайты через поисковые системы, а в то же время для отечественного Интернета этот показатель составляет около 20 %. Индексация является доступной и достаточно перспективной возможностью выхода предприятия на международные рынки при помощи сети Интернет. Именно поэтому, если предприятие ориентировано на экспорт, важно уделить особое внимание правильной индексации, что сделает информацию доступной для всех потребителей данной продукции.

Одним из примеров может служить немецкое предприятие по изготовлению пластика «Racoon Plastic». В 2000 году было открыто дочернее предприятие в СНГ. С момента его появления сайт компании играет главную роль в получении заказов. В конце 2007 года при анализе структуры сбыта выяснилось, что половина доходов поступила от заказов, полученных через сайт, правильно проиндексированный в ведущих международных поисковых системах. По состоянию на 2012 год предприятие существует исключительно на заказах, полученных через интернет-сайт.

Еще одним ярким примером информационных маркетинговых коммуникаций является реклама. В условиях жесткой конкурентной борьбы с каждым годом все сложнее становится привлечь внимание потребителей. В связи с этим в настоящее время большинство специалистов в области коммуникационного маркетинга все чаще доверяет рекламе, основанной на эмоциональном влиянии.

Согласно опросам, эмоциональную рекламу использовали в своих сообщениях 83 % опрошенных специалистов в области коммуникаций. Кроме того, 53 % из них также вместе с эмоциями передавали в рекламе некоторую полезную информацию с помощью лидеров мнения – знаменитостей [5].

Ежедневно на обычного потребителя сваливается огромное количество рекламных роликов и сообщений. В таком потоке привлечь внимание зрителя на определенный продукт или услугу достаточно сложно. В связи с этим многие компании уделяют акцент именно на эмоциональный настрой рекламы, которая, при правильной подборке сюжета, обеспечивает успех рекламной кампании.

Наиболее часто на эмоциях потребителя играют автомобильные компании. И ярким примером здесь является французский производитель автомобилей «Renault». Один из слоганов их рекламной компании звучал следующим образом: «Лучше всего деньги сжигать в моторе». На иллюстрации к рекламе была изображена дымящаяся сигарета. Таким образом маркетологи компании хотели продемонстрировать, что лучше купить себе новую машину марки «Renault», при этом не используя в рекламе обычную демонстрацию автомобиля и его отдельных частей.

Творческий директор проекта Г. Шмитт комментировал это так: «Мы очень часто показывали в рекламе мотор автомобиля. Теперь же хочется обратиться к целевой аудитории на более высокоинтеллектуальном уровне» [5].

По его мнению, подобным эмоциональным и достаточно ясным сообщением, выделяющимся из потока другой рекламы, можно гораздо эффективнее привлечь внимание потребителя. При проведении оценки эффективности такой кампании было замечено, что за это время уверенность опрошенных в том, что автомобили данной марки обладают повышенной гарантией безопасности возросла до 83 %.

Маркетологи компании «Renault» считают рекламную кампанию удачной еще и потому,

что из 36 % опрошенных, вспомнивших суть рекламного обращения, 73 % смогли его практически дословно воспроизвести [6].

Подводя итог, можно отметить, что маркетинг как саморазвивающаяся система периодически акцентирует внимание на своих отдельных структурных составляющих. Главенствующую позицию занимает один из маркетинговых инструментов в зависимости от состояния маркетинговой микро- и макросреды. Начиная с XXI века, главным элементом считается политика воздействия на потребителя с помощью эффективной маркетинговой коммуникационной системы. Значение коммуникаций в маркетинге возрастает в связи с осознанием их роли в решении конкретных задач организаций и предприятий. На сегодняшний день потребителю уже недостаточно просто интересного дизайна и рациональной цены продукта или услуги. Ему необходимо знать информацию о продукте и его производителе, месте его приобретения и его достоинствах.

Благодаря развитию мировой науки и техники появилась возможность проводить такую информационно-коммуникационную политику за счет новейших техник и технологий общения. Рассмотренные направления информационных маркетинговых коммуникаций соответ-

ствуют потребностям потребителя в пути получения информации и дают возможность всем уровням бизнеса включиться в этот процесс. Необходимо лишь знать как правильно использовать коммуникации и воздействовать с помощью них на потребителя.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Абанкина, Т. В.* Влияние информационных технологий на некоммерческий маркетинг / Т. В. Абанкина // Музей будущего: информационный менеджмент. – М.: Прогресс-Традиция, 2012. – С. 115–142.
2. *Багиев, Г. Л.* Маркетинг : учебник для вузов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич ; под общ. ред. Г. Л. Багиева. – М. : Экономика, 2012. – 425 с.
3. *Горбунова, М. А.* Маркетинговые коммуникации как инновационный инструмент управления бизнесом в современных условиях экономики [Текст] / М. А. Горбунова, О. О. Дроботова // Молодой ученый. – 2015. – № 1. – С. 191–193.
4. *Ромачев, Р. В.* Конкурентная разведка: Практический курс / Р. В. Ромачев, И. Ю. Нежданов. – М. : Изд-во «Ось», 2007. – 272 с.
5. *Цветкова, А. Б.* Обзор основных тенденций рынка маркетинговых коммуникаций в Германии / А. Б. Цветкова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – № 5. – С. 26–30.
6. *Geffken, M.* Langeweile im Kasten / M. Geffken // Wirtschaftswoche. – 2013. – № 49. – P. 134–136.
7. *Murer-Funk, A.* Das Glaubensbekenntnis / A. Murer-Funk // Wirtschaftswoche. – 2013. – № 5. – P. 121–125.

# РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 332.133.6

*С. А. Вуйменков<sup>1</sup>, Е. В. Перехожева<sup>2</sup>*

## **СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО КЛАСТЕРА КАК ОРГАН УПРАВЛЕНИЯ КЛАСТЕРНОЙ ИНИЦИАТИВОЙ В СУБЪЕКТЕ РФ**

<sup>1</sup>Департамент социального развития и инноваций Минэкономразвития России

<sup>2</sup>Институт заочного и открытого образования

Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Исследуются природа, основные цели и задачи специализированных организаций территориальных кластеров. Раскрыты ключевые особенности территориальных кластеров и кластерных инициатив. Описаны основные проблемы, с которыми может столкнуться специализированная организация при управлении кластером. Показано, что инициативы опираются на интерактивную сетевую кооперацию трех ведущих институциональных секторов (государства, науки и бизнеса), описанную в литературе как модель тройной спирали. Успешные кластерные инициативы зарождаются только в благоприятной институциональной среде. Чтобы проиллюстрировать этот тезис, необходимо рассмотреть специализированную организацию как участника процесса по взаимодействию кластера с органами власти, другими организациями, как средство реализации кластерной политики субъектов РФ.

*Ключевые слова:* специализированная организация, территориальный кластер, кластерная инициатива, инновационная деятельность, кластерная политика.

*S. A. Vuymenkov<sup>1</sup>, E. V. Perekhozheva<sup>2</sup>*

## **SPECIALIZED ORGANIZATION OF THE TERRITORIAL CLUSTER AS THE MANAGEMENT BODY OF THE CLUSTER INITIATIVE IN THE SUBJECT OF THE RUSSIAN FEDERATION**

<sup>1</sup>Department of social development and innovation

Ministry of economic development of the Russian Federation

<sup>2</sup>Institute of distance and open education,

Financial University under the Government of the Russian Federation

Examines the nature, main goals and objectives of the specialized organizations of regional clusters. Revealed key features of regional clusters and cluster initiatives. Describes major issues facing the organization specialized in the management cluster. It is shown that initiatives are based on an interactive network cooperation between three leading institutional sectors (the state, science and business), described in the literature as the triple helix model. Successful cluster initiatives originate only in a favourable institutional environment. To illustrate this thesis, it is necessary to consider the specialized organization as part of a process of interaction of cluster with authorities, other organizations, as a means of implementation of cluster policy of the Russian Federation.

*Keywords:* specialized organization, territorial cluster, cluster initiative, innovation, cluster policy.

В некоторых регионах происходит не просто концентрация компаний, а производство дополнительных социальных благ и экономических выгод из-за их синергии и коллективных взаимодействий. В таких местах постепенно формируется территориальный кластер, представляющий собой множество конкурирующих и кооперирующихся друг с другом предприятий, компактно локализованных в определенном регионе и производящих конкурентоспо-

собную продукцию. Последнее определяет экспортную специфику региона или специфику его межрегиональных экономических связей.

Если еще 15–20 лет назад многие вопросы, связанные с формированием кластеров, являлись дискуссионными, а соответствующий научный аппарат и управленческий инструментарий были сформированы недостаточно, то сейчас можно с уверенностью констатировать наличие ярко оформленной концепции террито-

риального и отраслевого развития, основанной на кластерном подходе. Поэтому, чтобы достичь успеха на мировом рынке, представив конкурентоспособную продукцию, «необходимо соединение правильно выбранной конкурентной стратегии фирмы с конкурентными преимуществами страны» [14], что возможно за счет создания кластеров на региональном уровне. В мире созданы научные школы, изучающие территориальные кластеры, функционируют кластерные национальные обсерватории [9].

Кластер помимо того, что это инструмент

приоритизации для региональных органов власти, это также механизм горизонтальной интеграции совместно локализованных разнородных субъектов [13] (компании, вузы, НИИ, инфраструктурные организации и пр.), нацеленный на интенсификацию инновационных процессов в местных сообществах.

Итак, полноценный кластер обладает двумя общими и тремя особенными признаками, которые являются независимыми друг от друга. Визуализация признаков кластера представлена на рис. 1.



Рис. 1. Ключевые признаки кластера [12]

Территориальный кластер характеризуется наличием механизма координации деятельности и кооперации участников кластера для достижения синергетического эффекта, выраженного в повышении экономической эффективности и результативности деятельности каждого предприятия или организации.

Российский инновационный территориальный кластер, как правило, имеет специализированную управляющую компанию и создан по инициативе региональных властей. Под управляющей компанией инновационного территориального кластера понимается специализированная организация, осуществляющая его методическое, организационное, экспертно-аналитическое и информационное сопровождение [10]. Необходимо отличать управляющую компанию кластера от совета кластера.

Управляющая компания является органом оперативного управления, что предполагает наличие сотрудников, для которых развитие кластера является основной должностной обязанностью. Также управляющая компания требует финансирования (тогда как совет кластера, как

правило, функционирует на безвозмездных началах). Важным признаком управляющей компании является персональная ответственность за развитие кластера (определенных направлений его развития, проектов и др.), закрепленная за руководством и сотрудниками.

Управляющая компания уполномочена представлять кластер во внешних взаимодействиях и является точкой входа в кластер для инвесторов, государственных органов власти, потенциальных участников.

Основными видами деятельности специализированных организаций являются:

- разработка и содействие реализации проектов развития территориального кластера, выполняемых совместно двумя и более организациями-участниками;
- организация подготовки, переподготовки, повышения квалификации и стажировок кадров, предоставления консультационных услуг в интересах организаций-участников;
- оказание содействия организациям-участникам в выводе на рынок новых продуктов (услуг), развитии кооперации организаций-уча-

стников в научно-технической сфере, в том числе с иностранными организациями;

– организация выставочно-ярмарочных и коммуникативных мероприятий в сфере интересов организаций-участников, а также их участия в выставочно-ярмарочных и коммуникативных мероприятиях, проводимых за рубежом [1].

Индикаторами эффективности деятельности специализированной организации являются следующие показатели результативности предоставления субсидии, состав которых определен:

- численность работников организаций-участников, прошедших профессиональную переподготовку и повышение квалификации по программам дополнительного профессионального образования в области управления инновационной деятельностью;

- рост средней заработной платы работников организаций-участников, прошедших профессиональную переподготовку и повышение квалификации по программам дополнительного профессионального образования в области управления инновационной деятельностью;

- рост количества проектов и объемов затрат на исследования и разработки, рост количества проектов, выполняемых совместно двумя и более организациями-участниками либо одной или более организацией-участником совместно с иностранными организациями, с начала реализации в отчетном финансовом году и в период последующих двух лет;

- рост объема инвестиционных затрат организаций-участников за вычетом затрат на приобретение земельных участков, строительство зданий и сооружений, а также подвод инженерных коммуникаций;

- рост выработки на одного работника организаций-участников;

- рост объема отгруженной организациями-участниками инновационной продукции собственного производства, а также инновационных работ и услуг, выполненных собственными силами;

- рост совокупной выручки организаций-участников от продаж продукции на внешнем рынке [10].

Целевые значения указанных показателей определяются в соглашении о предоставлении субсидии, заключаемом федеральным органом исполнительной власти – главным распорядителем средств федерального бюджета и высшим исполнительным органом государственной власти субъекта Российской Федерации.

Управляющая компания является региональным институтом развития, причем, в половине кластеров у его участников есть возможность влиять на формирование и деятельность кластерных менеджеров, которая финансируется из федеральных и региональных источников. Оперативное управление определяется сформированным планом деятельности управляющей компанией на текущий год. Участие резидентов кластера в процессе планирования осуществляется с помощью сбора предложений, совещаний и стратегических сессий.

Программы развития предполагают повышение квалификации кластерного менеджмента, однако в настоящий момент переподготовка осуществлена лишь в небольшом числе кластеров. Создание кластера как инструмента привлечения государственного финансирования не является надежным средством получения субсидий, и поэтому управляющей компании кластера необходимо концентрироваться в своей деятельности на диверсификацию источников финансирования – за счет предоставления востребованных резидентами услуг.



Рис. 2. Запланированные направления использования средств из федерального бюджета 2013–2017 гг. [2]

На рис. 2 представлены запланированные направления использования средств из федерального бюджета 2013–2017 гг.

Для выполнения приоритетных задач управляющая компания фокусируется на активизации взаимодействий между бизнесом и образовательными учреждениями, кластером и зарубежными рынками, кластером и органами власти и институтами развития. Взаимодейст-

вие с региональными структурами власти является наиболее продуктивным. В то же время реализация целей деятельности специализированной организации встречается со значительными барьерами при взаимодействии с органами государственной власти. Главный барьер – сжатые сроки привлечения государственных средств и необходимость отчитываться по ним через незначительный промежуток времени. Это создает неопределенность в долгосрочности государственной поддержки кластеров. При взаимодействии с крупными госкомпаниями наибольшие трудности вызывает сложность вхождения в число поставщиков, а также затруднения в научно-технической ко-

операции с госкомпаниями.

Для эффективной реализации кластерной политики требуется создание адекватной системы мониторинга и оценки реализации кластерных инициатив [15]. Важным условием функционирования систем мониторинга должна быть их непрерывность, то есть возможность в реальном времени отслеживать рост и барьеры, препятствующие развитию кластеров. Кластерные инициативы представляют собой новый проектно-ориентированный подход для стимулирования кластеров и являются специфическим инструментом кластерной политики на федеральном и региональном уровнях [11] (см. таблицу).

**Кластерные инициативы: Евросоюз и Россия [8]**

Характеристика	Евросоюз	Россия
Принципы формирования	Преимущественно методом снизу (влияние государства – косвенное, не регламентирующее границы и специализацию кластеров)	Методом сверху (влияние государства – прямое, вплоть до объединения в кластеры нескольких территорий против первоначального желания стейкхолдеров)
Общая направленность поставленных целей	Повышение конкурентоспособности кластера посредством обеспечения синергии между элементами тройной спирали	Привлечение дополнительных инвестиций в инфраструктуру и НИОКР для поддержки создания перспективных технологий
Основные инструменты реализации поставленных целей	Разработка совместной стратегии, формирование сетевых связей, устранение барьеров и разрывов	Модернизация инфраструктуры, селективная поддержка проектов в сфере научно-технической кооперации
Формы кластерных организаций	Преимущественно – сетевые некоммерческие объединения, с членством или без него	Некоммерческие партнерства, крупные государственные предприятия и НИИ, региональные власти
Роль государства	Поддержка кластерных организаций и процессов коллаборации, формирование позитивной деловой среды, ограниченная поддержка участников кластера	Доминирующее участие государственных структур в кластерных организациях, распределение средств финансирования между участниками кластера
Главные бенефициары	Малый и средний бизнес	«Якорные» компании (крупные компании с государственным участием)
Источники финансирования участников кластера	Государственные, частные	Межбюджетные субсидии, участие в ФЦП, финансирование со стороны институтов развития, запланировано привлечение частных инвестиций

В мировой практике не существует общепринятых критериев оценки эффективности развития кластеров. Существуют универсальные методики оценки, основанные на подходе М. Портера (модель производительности клас-

терных инициатив, отчет о конкурентоспособности кластера). К сожалению, данные методики не могут дать ответы на вопрос об эффективности той или иной кластерной инициативы для всех ее стейкхолдеров [4].

Тем не менее можно предложить набор косвенных параметров, которые в своей совокупности могут дать представление об успешности того или иного кластера и необходимых усилиях органов государственной власти и местного самоуправления по снижению негативных барьеров.

В рамках данного направления ключевой задачей органов государственной власти субъектов Российской Федерации является улучшение качества местных человеческих ресурсов, привлечении квалифицированных специалистов из других регионов и стран для укрепления конкурентного потенциала региональных кластеров. Длительное поддержание конкурентоспособности кластера возможно только через непрерывный инновационный процесс, который опирается на квалифицированные кадры. Чаще всего успех кластера базируется на знании о его специфике, которое не всегда может быть передано целиком формальным образом через письменные и электронные источники информации (только частично, с неизбежными потерями). Во многом оно привязано к эксперту – его носителю. В этой связи необходима поддержка местных научных школ и местных кадров специалистов, которые сохраняют специфическое знание о свойствах кластерных природных ресурсов.

Кадровая задача решается инструментами, предусмотренными в региональной политике занятости, образовательной политике, политике в области малого предпринимательства, миграционной – в той части, которая затрагивает развитие региональных кластеров. Исключительно важны мероприятия власти по созданию региональной инновационной системы, которые содействуют повышению интеллектуальности развития кластера, напрямую связаны с укреплением кластерного сообщества квалифицированными кадрами.

На практике возможны (и даже являются частыми) ситуации, когда географически сконцентрированные взаимосвязанные предприятия, объединенные общей сферой деятельности и значимые в регионе, тем не менее не являются инновационноактивными. Это накладывает особые требования к системе управления в кластерах. Дело в том, что «инициативы возникают в открытых, гибких сообществах с низкой дистанцией власти, которые пронизаны множеством связей, перекидывающими мостики между людьми из различных социальных (в том

числе профессиональных) групп. Кластер предполагает не столько связь между организациями, сколько связь между людьми, независимо от того, в какой компании они работают. Высокая плотность коммуникации является важным условием, наряду с количеством профильных компаний и специалистов, для запуска автокаталитического процесса инициативы.

Повышению плотности коммуникации способствует демократизация (понижение дистанции власти) межличностных отношений и связанное с нею распространение доверия в сообществе [5]. Взаимодействия в эффективном кластере принципиально горизонтальны, предполагают равенство голосов, мнений, равенство в принятии решений. Стратегия кластера – это не стратегия самого крупного его участника, финишера и/или монополиста, а согласованное со всеми общее видение, учитывающее интересы всех участников кластера [6]. Для становления такого видения, стратегии и совместных проектов необходимо формирование особого формата взаимодействия, основанного на равенстве, не заменяющего отношения в рамках вертикальных цепочек создания ценности, а существующего параллельно, со своими специфическими целями и правилами.

Для формирования кластерного формата межфирменного взаимодействия необходима культурная трансформация, прежде всего связанная с повышением доверия между участниками кластера [7].

В этой связи важно, чтобы ключевые проекты кластера определялись самими его участниками, в процессе предпринимательского поиска (*entrepreneurial discovery*). Прорывные проекты появляются на стыке имеющихся потенциала и компетенций; релевантных для региона технологий; Форсайта, позволяющего наметить стратегию развития на дальний горизонт; и, наконец, предпринимательского таланта, который заключается в том, чтобы найти правильные сочетания ресурсов и сосредоточить их на открывающихся рыночных возможностях. Очевидно, лучше всего собственный потенциал, технологии и рыночные возможности знают местные компании, университеты и власти (рис. 3).

В случае, если органы управления кластером созданы и подчиняются администрации региона, которая определяет ключевые проекты кластера, сама суть этого инструмента выхолащивается. Вместо вовлечения местного сообщества в принятие решений у него может возникнуть чувство

отчуждения и разочарования. Горизонтальные взаимодействия подменяются вертикальным согласованием и конкуренцией в бюрократической

плоскости, а скрытое, неявное знание местного сообщества оказывается невостребованным.



Рис. 3. Схема организационного развития кластера

Деятельность управляющей компании в рамках европейской инновационной системы является органичной частью общей кластерной политики, в сферу компетенций менеджмента кластера входит создание так называемой «тройной спирали» в конкретном географическом районе (место локализации кластера), включение в сетевые межкластерные взаимодействия на национальном и международном уровнях, организация повышения качества человеческого капитала. Перечисленные выше направления деятельности менеджмента кластера соответствуют блокам кластерной политики ЕС – политике посредничества (создание привлекательной бизнес-среды), традиционной отраслевой и региональной политике (глобализация и усиление региональной специализации), политике развития (поддержка инициатив) [3].

Анализ программ, поданных в Минэкономразвития России в 2014 г., показал, что в большинстве случаев проекты, инициированные малыми и средними предприятиями, отсутствуют либо их доля невелика. В реальности в российских кластерах преобладают крупные компании и органы государственной власти. Внутренняя конкуренция и открытость, присутствие достаточного количества компаний из взаимосвязанных секторов в кластере – значимое, но не единственное условие для его выхода на траекторию саморазвития, чего нельзя достичь без

помощи конкуренции. Последняя стимулирует к совершенствованию, способствует перетоку человеческого и финансового капитала, привлечению наиболее динамичных и выталкиванию неэффективных субъектов за счет растущей стоимости немобильных факторов производства. Важно обеспечивать состязательность между самими компаниями кластера. Соперничество со сторонними авторами, в том числе зарубежными, – недостаточное условие ввиду его низкой интенсивности. Тому есть объективные причины: различия в стоимости факторов производства, налоговых режимах, сложность бенчмаркинга конкурентов.

Внутренняя конкуренция предприятий особенно актуальна для реализации инновационного сценария. Инновации эффективнее всего развиваются, если конкурентная борьба ведется в равных экономических, социальных и правовых условиях, а недобросовестное поведение пресекается государством. Кардинальные различия среды, в которой находятся конкурирующие игроки, выводят на первый план такие инструменты борьбы, как привлечение политической и военной силы государства, сговор и раздел рынков и т. д. Географическая концентрация, как правило, предполагает большее равенство средовых условий, в которых ведется состязание, что повышает экономическую целесообразность инновационного сценария конкуренции.

К сожалению, в абсолютном большинстве случаев отечественные кластеры расценивают внутреннюю конкуренцию как нежелательный фактор. Исключение составляют сферы биотехнологий и фармацевтики. Распространено ошибочное мнение, что для формирования кластера достаточно построить модель одного крупного предприятия в окружении поставщиков либо локализовать цепочку создания добавленной стоимости.

Однако локализация и распределение последней, как и вопросы аутсорсинга, не единственные (и не главные) задачи кластерной политики. Зачастую вмешательство государства приводит к обратному результату: принуждение к локализации, навязывание контрагентов, формирование сверху цепочек создания стоимости могут обернуться потерями и общей неэффективностью. Следует заметить, что кластеры могут динамично развиваться и без единой стоимостной цепочки. Однако без развитой внутренней конкуренции прогресс вряд ли будет устойчивым в долгосрочной перспективе.

Инновации чаще всего возникают в открытых, гибких сообществах с низкой дистанцией власти, которые пронизаны множеством связей между представителями различных социальных (в том числе профессиональных) групп. В этой связи устойчивый кластер предполагает интенсивную коммуникацию не только между организациями, но и отдельными специалистами независимо от их аффилиации, что наряду с наличием критической массы профильных компаний и человеческого капитала является важной предпосылкой для запуска автокаталитического инновационного процесса.

Одно из базовых условий для эффективной коммуникации – высокий уровень доверия. Несмотря на то, что оно тесно связано с культурой и любые изменения несут отпечаток исторической инерции, реализация кластерной политики требует конструктивного рассмотрения этого феномена. Для целенаправленного формирования доверия предлагается целый набор инструментов, среди которых: деятельность ключевых фигур либо организаций – «проводников доверия», способствующих налаживанию полезных связей; специальные программы по изучению паттернов поведения на ролевых моделях и пилотных проектах, и их апробации в реальной жизни; разработка единых норм взаимодействия; конструирование систем обратной связи.

Перечисленные инструменты в полной мере подходят для повышения доверия и, следовательно, развития внутренней коммуникации в российских кластерах. В качестве ключевых фигур и организаций, обеспечивающих налаживание продуктивных связей, выступают кластерные менеджеры и специализированные органы управления. Они способствуют согласованию в целях и стратегиях участников, увеличению плотности внутренних коммуникаций; организуют взаимодействие с органами государственной власти, институтами развития, компаниями с государственным участием, другими кластерами и тому подобное; выступают представителями на внешних мероприятиях.

К настоящему времени институционализация путем создания специализированной организации считается действенным шагом в развитии кластеров и практически не подвергается сомнению. Значимость государственного финансирования таких структур, по крайней мере, в течение первых лет обосновывается дефицитом доверия между участниками. Изначально предполагалось, что поддерживать специализированные организации следует на протяжении трех-шести лет, после чего они должны выйти на самофинансирование либо закрыться. Практика скорректировала эти оценки. Ввиду длительного временного лага в проявлении эффектов рекомендуется оценивать их не ранее чем через пять лет после начала финансирования, поэтому стабильная поддержка специализированных организаций и центров кластерного развития становится важным условием успеха государственной политики.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Дежина, И. Г. Связанные гранты для стимулирования партнерства компаний и университетов в инновационной сфере: стартовые эффекты применения в России / И. Г. Дежина, Ю. В. Симачев // Журнал новой экономической ассоциации. – 2013. – № 3. – С. 99–124.
2. Абашкин В. Л. Пилотные инновационные территориальные кластеры в Российской Федерации / В. Л. Абашкин [и др.] ; под ред. Л. М. Гохберга, А. Е. Шадрина. – М.: НИУ ВШЭ, 2013. – С. 35–47.
3. The Concept of Clusters and Cluster Policies and Their Role for Competitiveness and Innovation: Main Statistical Result and Lessons learned [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/clusters-working-document-sec-2008-2635\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/clusters-working-document-sec-2008-2635_en.pdf)
4. Отчет НИУ ВШЭ и Фонд ЦСР «Северо-Запад» «Система менеджмента для управляющих компаний инновационных территориальных кластеров Российской Федерации». – 2015. – С. 15–18.

5. *Хван, В.* Тропический лес. Секрет создания следующей Силиконовой долины / В. Хван, Г. Хоровитт ; пер. с англ. под ред. А. Ф. Уварова. – Томск: Изд-во Томск. гос. ун-та систем упр. и радиотехники. (2012). – Edition in English: Hwang V., Horowitz G. (2012) The Rainforest: The Secret to Building the Next Silicon Valley. Los Altos Hills, California: Regenwald, 2012. – С. 187.
6. *Куценко, Е. С.* А есть ли кластер? / Е. С. Куценко // Discussion paper. – 2012. – Апрель.
7. *Куценко, Е. С.* Анализ пилотных инновационных территориальных кластеров в России: в поисках направлений дальнейшего развития / Е. С. Куценко // XIV Междунар. научная конф. по проблемам развития экономики и общества. – М.: Издательский дом НИУ ВШЭ.
8. *Катуков, Д. Д.* Кластерная инициатива как особый экономический проект: европейская и российская практика / Д. Д. Катуков // Инновации. – 2014. – № 7 (189). – С. 47–52.
9. *Тарасенко, В.* Территориальные кластеры: семь инструментов управления / В. Тарасенко. – М.: Альпина Паблишер. – 2015. – С. 9.
10. Правила распределения и предоставления субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на реализацию мероприятий, предусмотренных программами развития пилотных инновационных территориальных кластеров. Утверждены Постановлением Правительства Российской Федерации № 188 от 06 марта 2013 года (в редакции изменений, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 15 июля 2013 г. № 596).
11. Методические рекомендации по реализации кластерной политики в северных субъектах Российской Федерации. – М., 2008. – С. 8–9.
12. Кластерные политики и кластерные инициативы: теория, методология, практика: коллективная монография. – Пенза, 2013. – С. 17–19.
13. *Иванова, В. Н.* Влияние кластеров на конкурентоспособность экономики субъектов Российской Федерации / В. Н. Иванова, В. В. Тарасенко, Р. Р. Хафизов // Известия ВолгГТУ : межвуз. сб. науч. ст. № 17 / ВолгГТУ. – 2014. – С. 88–93.
14. *Иванова, В. Н.* Европейский опыт реализации кластерной политики / В. Н. Иванова, В. В. Тарасенко, Р. Р. Хафизов // Известия ВолгГТУ : межвуз. сб. науч. ст. № 3 / ВолгГТУ. – 2015. – С. 43–49.
15. *Хафизов, Р. Р.* Механизмы государственной поддержки инновационных территориальных кластеров в России / Р. Р. Хафизов, Л. А. Байрамкулова // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2015. – № 2. – С. 223–227.

УДК 332.1

*В. С. Баженова<sup>1</sup>, Т. К. Кириллова<sup>2</sup>*

#### ФОРМИРОВАНИЕ ТРАНСГРАНИЧНОГО МЕЗОРЕГИОНА СОПРЕДЕЛЬНЫХ ТЕРРИТОРИЙ НА ОСНОВЕ СОТРУДНИЧЕСТВА

<sup>1</sup> ФГБОУ ВПО «Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления»

<sup>2</sup> ФГБОУ ВПО «Иркутский государственный университет путей сообщения»

В работе рассмотрена возможность интеграции сопредельных территорий обладающих туристическим потенциалом и соответствующими ресурсами. Выявлено что развитие интеграционных связей способствует формированию новых форм туристической деятельности и построению новых типов пространственных связей. Проведена классификация процессов трансграничной интеграции и предложена схема формирования трансграничного мезорегиона.

*Ключевые слова:* региональная экономика, интеграционные процессы, международный проект, мезорегион, туристско-рекреационное пространство.

*V. S. Bazhenova<sup>1</sup>, T. K. Kirillova<sup>2</sup>*

#### THE CREATION OF CROSS-BORDER MEZOREGION OF EQUIVALENT TERRITORIES ON THE BASIS OF COOPERATION

<sup>1</sup> East-Siberian state university of technologies and management

<sup>2</sup> Irkutsk state railway university

The paper considers the possibility of integrating the neighboring area has tourism potential and related resources. It is revealed that the development of integration ties contributes to the formation of new forms of tourism and the construction of new types of spatial relationships. The classification process of cross-border integration and proposed a scheme for the formation of cross-border mezo-region.

*Keywords:* regional economy, integration processes, international project, mezo-region, tourist and recreational space.

Региональная структура социально-экономической системы современной России развивается во взаимодействии двух противоположных тенденций – интеграции и дезинтеграции. В экономической литературе последних лет со-

здается представление о господстве тенденции к интеграции.

Предлагается оценить возможность интеграции между сопредельными территориями, обладающие соответствующим туристическим

потенциалом, для решения совместных проблем, реализации проектов и получения синергетического эффекта. Формированию интеграционных процессов будут содействовать наличие уникальных ресурсов у территорий. Необходимо также учитывать действие целого ряда мощных противодействующих факторов, обуславливающих дезинтеграцию пространства, в котором функционирует и развивается территория.

Сегодня на всех уровнях власти пришло понимание того, что туристическая деятельность в Прибайкалье имеет огромный потенциал. К сожалению, пока доля отрасли в структуре ВРП региона невелика – как Иркутской области, так и Республики Бурятия порядка 1 %, но в перспективе Прибайкалье может стать одним из мировых центров современного туризма [1; 2].

Необходимо не только сохранять, но и развивать туристические пространства, используя рассредоточения и оптимизацию туристических потоков, а также создание общей платформы для реализации этой идеи. С учетом объединяемых территорий можно дать название этого туристского пространства, например «Байкало-Монгольская Азия».

«Байкало-Монгольская Азия» – это понятие переключалось из физической географии (где оно обозначало, в основном, бассейн Байкала), сегодня под этим словосочетанием часто подразумевается вся территория от Байкала до пустыни Гоби, и она включает большое количество туристских маршрутов. С незапамятных времен по этому маршруту передвигались караваны с чаем, ее пронизывали маршруты сезонных кочевков монгольских племен, а позднее советских и монгольских геологов, археологов, биологов, строителей. На этой территории схожи и взаимозависимы природные комплексы; здесь мигрируют, невзирая на границы, птицы и звери, отдельные виды растений. Здесь все пронизано историческими, культурными и этнографическими связями, например, имя Гэсэр-хан хорошо известно и в Бурятии, и в Монголии, и даже в Тибете [3].

Географически удачное месторасположение Иркутской области в центре Сибири на перекрестке путей в Северную и Юго-Восточную Азию рядом с природным объектом международного значения – Байкалом, достаточно древняя по сибирским меркам история сформировали его репутацию как культурного, исследовательского и туристского центра Восточной Сибири. Иркутская область входит в пятерку ведущих туристских центров России, и в значительной степени за счет озера Байкал, представляющемуся большинству населения России таким запovedным уголком с нетронутой природой.

Для реализации процесса интеграции на региональном и международном уровнях предлагаются следующие субъекты: Республика Бурятия, Иркутская область, Монголия. В формировании подобных трансграничных связей определенную роль играет фактор близости территорий и национальной культуры, которая будет влиять на развитие связей и задавать им специфические направления.

Специалисты подсчитали, что на оз. Хубсугул (Монголия) приезжают в год 20–30 тысяч иностранных туристов, почти столько же приезжает на оз. Байкал. Туристы из Америки, Австралии и Европы, которые прибывают на оз. Хубсугул, нередко выражают желание побывать и на оз. Байкал или наоборот. По некоторым прогнозам, около половины иностранных туристов, прибывающих на одно из озер, охотно посетили бы и второе, что принесло бы пользу всем участникам. Многие российские туристы, путешествующие по Прибайкалью (со стороны Иркутской области или Республики Бурятия), охотно бы посетили также Хубсугул [4]. Это еще раз подтверждает, что создание подобного альянса между этими субъектами благоприятно отразилось бы на всех участниках.

Для уточнения качественных характеристик следует провести классификацию предлагаемого трансграничного интеграционного процесса «Байкало-Монгольской Азии», согласно существующей и расширенной классификации интеграционных процессов [5] (табл. 1).

Таблица 1

Классификация процессов трансграничной интеграции «Байкало-Монгольская Азия»

Признаки	Вид
По уровням управления	Мезоэкономическая – процесс создания новой надсистемы, которая образуется на базе объединения ряда подсистем, взаимодействующих между собой
Этап жизненного цикла	– Инициация; – обоснование; – проектирование

Признаки	Вид
По источникам инициации	«Сверху-снизу» (смешанная модель)
По сфере интеграции	Экономическая – образование единого экономического пространства, консолидации усилий по формированию трансграничных проектов, создание благополучного инвестиционного климата; политическая – образование формальных и неформальных институтов; социальная – консолидация капитала общественности, толерантности, коммуникативности; культурная – расширение международных и межнациональных культурных связей; экологическая – направлена на решение общих экологических проблем; этническая – объединение наций, создание общего образа
По степени интегрированности	Объединение на принципах ассоциации, предполагает сохранение социально-экономической автономии контрагентов
По особенностям проявления	Гетерогенная – границы, разделяющие общество на сегменты, становятся более прозрачными (но не исчезают) при установлении границ общественного единства
По методу интегрирования	Проектный – оцениваются ресурсы всех участников, инфраструктура, рассматриваются мероприятия способствующие процессу трансграничной интеграции на уровне правительства, ТР ОЭЗ, ассоциаций (БРАТ, СТО). Решаются совместные проблемы в рамках интеграции, создаются трансграничные проекты

Источники: авторский по материалам [6; 8].

По результатам проведенной классификации трансграничный интеграционный процесс соответствует мезорегиональному объединению, в который будут входить юг Иркутской области, Байкальское побережье Республики Бурятия, монгольское Прихубсугулье, Внутренняя Монголия, которая располагается на территории Китая. Более точные границы его

определить невозможно ввиду недостаточной развитости связей.

Развитию международных проектов мешает ряд нерешенных проблем, имеющих у участников процесса интеграции. Основные проблемы и пути их решения в рамках сформированного трансграничного мезорегиона, представлены в табл. 2.

Таблица 2

#### Проблемы развития трансграничного мезорегиона

Проблемы	Решение в рамках интеграции
1. Незрелость приграничной инфраструктуры и пунктов пропуска через границу (небольшая пропускная способность пунктов, их ограниченное количество и отсутствие международного статуса)	– Реконструкция АПП «Монды» в федеральную целевую программу «Госграница 2012–2017 годы»; – реконструкция и ремонт дороги от поселка Монды до АПП «Монды» (Россия) и участка автодороги между поселками Хатгал и Ханх (Монголия); – придание международному переходу статуса «многосторонний»
2. Загрязняется образ и имидж Байкала как туристического объекта	Заимствование опыта Монголии по продвижению имиджа территории
3. Экология	Мероприятия по охране озера Байкал, главные из которых: – экологические мероприятия на реке Селенге; – реализация проекта «Комплексное управление природными ресурсами трансграничной экосистемы бассейна Байкала»; – перепрофилирование города Байкальск на развитие туризма в рамках ТР «ОЭЗ»
4. Трудность в получении российской визы в Улан-Баторе (потеря потенциальных туристов)	– Решение на уровне правительства по урегулированию этих проблем в Российском консульстве на территории Монголии; – внедрение безвизового режима
5. Фактический запрет Китаем на свободное движение иностранных автомобилей по своей территории	Требует решения на уровне МИДа
6. Введение общих нормативов и требований для инфраструктуры сферы туризма	Разработка туристической концепции территории и расширение предлагаемых услуг

Источники: авторский по материалам [3; 6; 8].

Реализация совместных мероприятий по охране озера Байкал является объективной необходимостью сохранения и восстановления экосистемы озера и основным движущим механизмом всемерного расширения межрегиональной и международной интеграции.

Основной механизм процесса интеграции на уровне трансграничного мезорегиона заключается в реализации трансграничных туристических проектов и решения совместных проблем. Возможная схема формирования трансграничного мезорегиона показана на рис. 1.

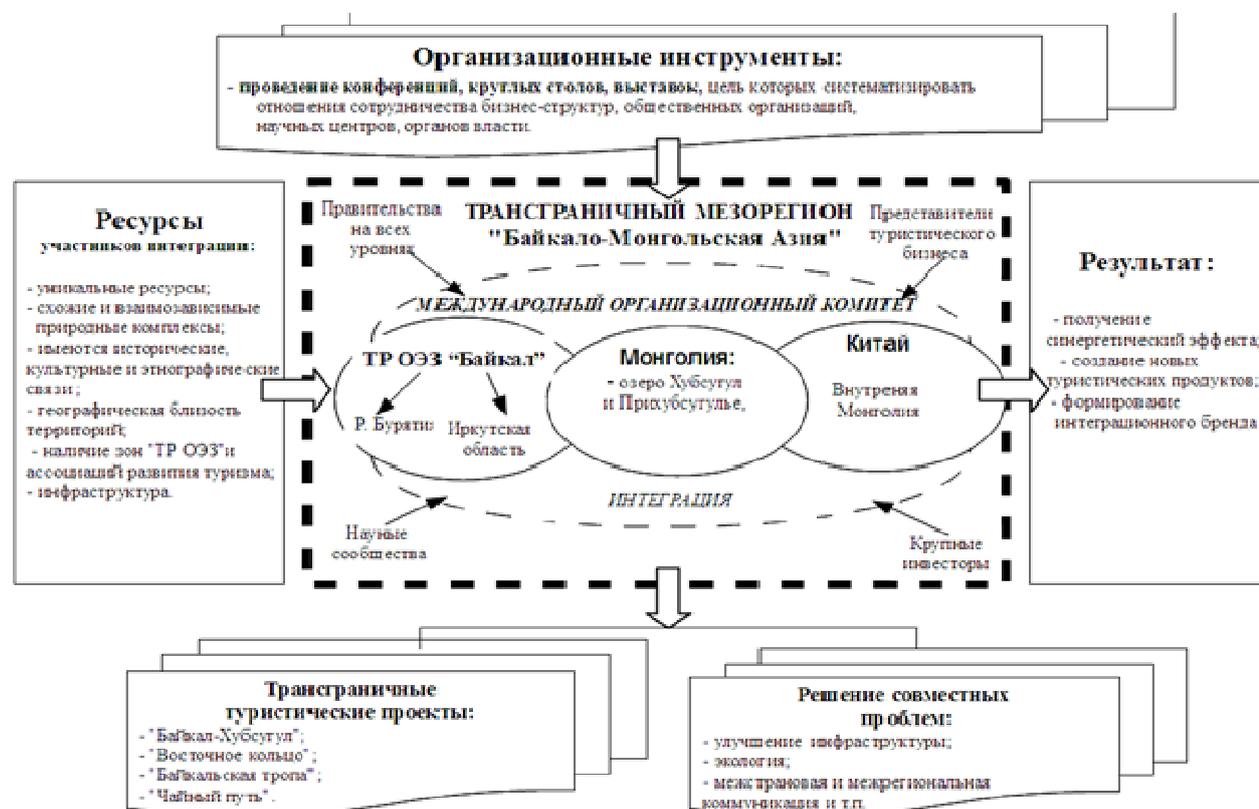


Рис. 1. Схема формирования трансграничного мезорегиона «Байкало-Монгольская Азия» [3]

Первым этапом в формировании трансграничной интеграции могут служить организационные инструменты, которые включают в себя: проведение разнообразных выставок, встреч, конференций, «круглых столов» на разных уровнях с привлечением всех потенциальных субъектов интеграции (правительства разных уровней, представителей туристического бизнеса, научных сообществ, потенциальных инвесторов).

Результатом подобных коммуникаций является: оценка возможности интеграции между субъектами (оценка ресурсов), изыскание направлений интеграции и разработка потенциальных трансграничных проектов, выработка общей институциональной среды, формирование общих эффективных стандартов и правил для систематизации отношений сотрудничества бизнес-структур, общественных организаций, научных центров, органов власти.

Второй этап: согласование интересов между субъектами интеграции на всех уровнях; требуется организовать поддержку бизнес-структур как основного субъекта в целях создания единого конкурентоспособного туристско-рекреационного пространства, пропаганды идей культурного и духовного единения стран Востока; формирование условий, способных удовлетворить потребности туристов в экологическом туризме. Необходимо определить основные принципы развития проекта с учетом его социальной ориентированности, и создать систему информационного обеспечения деятельности субъектов и провести активную рекламную деятельность для придания дополнительной привлекательности.

Третий этап: для координации работы, своевременного регулирования, корректировки и продвижения интеграционных процессов необходимо создать международный организацион-

ный комитет, участниками которого станут представители от всех стран – участников интеграции; он станет гарантом соблюдения интересов всех субъектов интеграции. Структура международного комитета представлена на рис. 2.

Содействие в процессе интеграции участников возможно через ассоциации туризма на тер-

риториях участников, которые будут входить в Координационный совет. В Бурятии действует БРАТ – Байкальская региональная ассоциация туризма; в Иркутске – общественное объединение «Сибирская туристская организация», объединившая специалистов-профессионалов в сфере туризма.



Рис. 2. Структура международного организационного комитета [3]

И БРАТ, и СТО, межрегиональные ассоциации «Сибирское Соглашение», «Дальний Восток и Забайкалье» – российско-монгольское и российско-китайское сотрудничество должны придать динамизм процессу формирования единого туристского пространства Сибири и Монголии с перспективой его расширения, возможно, в том числе и за счет Китая и Вьетнама.

Научные сообщества должны содействовать в развитии и создании общих трансграничных проектов и дальнейшему развитию трансграничного мезорегиона. Финансирование крупных трансграничных проектов осуществляется совместно с привлеченными денежными ресурсами от государств субъектов, частных инвестиций и крупных инвесторов. Для координации деятельности и осуществления контроля трансграничных проектов назначаются координаторы проектов, которые отчитываются международному комитету ежегодно об их реализации. Координаторов совещательно назначает международный организационный комитет.

Имеющиеся потенциальные ресурсы всех участников интеграционного процесса, безусловно, будут ему способствовать, а возникающие и текущие проблемы будут решаться совместно. В результате создания трансгранично-

го мезорегиона планируется получение синергетического эффекта всеми субъектами интеграционного процесса и в перспективе создание интеграционного бренда.

Механизм реализации трансграничного мезорегиона «Байкало-Монгольская Азия» возможен, используя интеграционные инструменты, представленные в табл. 3. Инструменты классифицированы по признаку их использования основными субъектами интеграционного процесса [7], в данном случае адаптированы под интеграцию туристического пространства.

Вывод: развитие туристической деятельности интеграционным путем через создание трансграничного мезорегиона «Байкало-Монгольская Азия» позволит повысить социально-экономическое положение. Создание единого туристского пространства Байкало-Монгольской Азии благоприятно отразится прежде всего на туроператорах Байкальского региона, через увеличение продолжительности отдыха от 2–3 до 10–12 дней. Фирмы-одиночки должны стать профессиональным туристским сообществом Байкало-Монгольской Азии, которые сообща формируют инфраструктуру туристской отрасли, продвигают туристские ресурсы на мировой и внутренний туристские рынки. Бла-

годаря возможности без проблем после посещения Байкала перемещать туристов в Улан-Батор или на Хубсугул. И наоборот, единое туристское пространство предоставило бы и лю-

бой монгольской туристической компании привезти своих туристов после того, как они отдохнули, например, на Хубсугуле, в Иркутск или в Бурятию.

Таблица 3

## Комплекс интеграционных инструментов

Субъекты интеграции	Инструменты интеграции
1. Государство: а) Федеральные органы	1) Совершенствование правовой базы интеграции; 2) инвестиционная поддержка через (федеральные, региональные, муниципальные) программы; 3) интеграционное частно-государственное партнерство; 4) бюджетная и налоговая политика; 5) разработка законодательных актов, снижающих инвестиционные риски; 7) организация безвизового режима между субъектами
б) Региональные органы	1) Рассмотрение возможности создания дополнительных туристско-рекреационных зон в регионе; 2) подготовка перечня (пакет) инвестиционных строительных площадок под строительство гостиниц или гостиничных комплексов; 3) подготовка пакета инвестиционных предложений по строительству новых и совершенствованию имеющихся перспективных объектов туристской инфраструктуры региона; 4) унификация налоговых, финансовых и других норм; 5) возможность получение от федерального центра средств и льгот на проведение интеграционных мероприятий
2. Научные сообщества	1) Активное сотрудничество с бизнес-структурами по внедрению новых направлений развития; 2) обсуждение вопросов и проблем, связанных с интеграцией на различных конференциях, встречах; 3) формирование локальных программ развития туризма; 4) обеспечение контроля за рациональным и экологичным использованием ресурсного потенциала интегрированного региона
3. Общественные организации	1) Обсуждение вопросов и проблем, связанных с формированием трансграничного мезорегиона; 2) обеспечение контроля за рациональным и экологичным использованием ресурсов интегрированного мезорегиона; 3) реализация различных социальных проектов в поддержку процесса интеграции
4. Бизнес-структуры	1) Межфирменное сотрудничество (организация совместных туров); 2) создание интеграционных кластеров; 3) лоббистская деятельность региональных туристических объединений; 4) создание новых проектов по строительству туристических объектов и привлечение инвесторов; 5) разработка пакета сезонных туристских маршрутов, в полной мере характеризующих уникальные особенности и отражающих туристский потенциал региона для их дальнейшего включения в трансграничные туристские проекты; 6) инвестиции в инфраструктуру

Источники: авторский по материалам [3; 4; 8].

Создание новых совместных турпродуктов в виде трансграничных проектов. Реализация этих проектов возможна только при взаимодействии органов управления индустрией туризма и турфирм сибирских регионов, Монголии и Китая. Для этого надо обмениваться информацией о туристских ресурсах и совместно решать общие проблем. Обмен опытом между участниками в туристической сфере. Создание благоприятного имиджа территорий как туристического объекта через формирования интеграци-

онных и популяризацию локальных брендов («Чингисхан», «Байкал»).

Содействие в финансировании трансграничных интеграционных проектов через федеральные программы, привлечении крупных инвесторов. Поддержание экологической ситуации путем отчисления части получаемой прибыли на сохранение ресурсов экотуризма (а к таким ресурсам и относится в первую очередь сама естественная природная среда и биоразнообразиие как ее главный компонент). Вовлечение

в индустрию экотуризма местного населения будет способствовать сохранению природы и повышению их жизненного уровня.

Таким образом, можно сделать вывод, что развитие интеграционных связей между сопредельными регионами и странами способствует развитию новых форм туристической деятельности и формированию нового типа пространственных связей, снижающих риск региональных конфликтов, способствующих культурному и техническому обогащению стран и народов.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Анализ развития туризма в Иркутской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.govirk.ru](http://www.govirk.ru)
2. Инвестиционная привлекательность Республики Бурятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://buryatia-invest.ru/index.php/otchetu/>
3. Байкало-Монгольская Азия – единое туристское пространство. [Электронный ресурс] / В. В. Бережных // Открытый мир. – Режим доступа [http://www.baikaldivo.ru/library/tourizm/article\\_02.htm](http://www.baikaldivo.ru/library/tourizm/article_02.htm)

4. Баженова, В. С. Вопросы взаимодействия государства и бизнеса в процессе регионального развития / В. С. Баженова // Известия ИГЭА. – 2011. – № 3. – Режим доступа: URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/voprosyvzaimodeystviya-gosudarstva-i-biznesa-v-protse-ssesse-regionalnogo-razvitiya> (дата обращения: 13.02.2015).

5. Балжинням, Д. Рекреационный потенциал Монголии / Д. Балжинням, А. Я. Якобсон // Экологический туризм региона Байкал Хубсугул. Россия – Монголия: материалы научно-практич. конф. – Иркутск: Изд-во Российской международной академии туризма, 2009. – С. 5–15.

6. Беломестнов, В. Г. Межрегиональная интеграция: перспективы и проблемы: монография / В. Г. Беломестнов, О. П. Богданова, И. А. Беломестнова. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2010. – 224 с.

7. Kirillova, T. Optimization of tourists stream in the region [Text] / T. Kirillova // Main theme of 27<sup>th</sup> International Scientific Conference on “The effect of innovation on the development of enterprises and economy in spatial systems” / edited by Zbigniew Ziolo and Tomasz Rachwal. – Warszawa, Cracow, 2012. – P. 46–47.

8. Самаруха, А. В. Направления стратегического планирования межмуниципального, межрегионального и международного сотрудничества и взаимодействия в Байкальском регионе / А. В. Самаруха // Известия Иркутской государственной экономической академии (БГУЭП). – 2009. – № 3 (65). – С. 52–56.

УДК 332.133.6

*Р. Р. Хафизов<sup>1</sup>, О. В. Хоперская<sup>2</sup>*

#### УЧАСТИЕ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ

<sup>1</sup> Департамент социального развития и инноваций Минэкономразвития России

<sup>2</sup> Государственный университет управления

В статье рассматривается наиболее модернизированная форма развития инновационной среды – территориальные кластеры. Доказана важность их функционирования в условиях современной российской экономики. Показана роль малого и среднего бизнеса в развитии инновационных территориальных кластеров. Определены основные преимущества участия субъектов МСП в ИТК. Рассмотрены основные виды инновационных территориальных кластеров: «якорные» территории, территории концентрации малого и среднего бизнеса, ведущие научные и образовательные центры. Разделены имеющиеся на сегодняшний день кластеры по видам ИТК. Определено значение малого и среднего бизнеса в каждом из этих видов. В заключение приведен сравнительный анализ трех видов кластеров между собой и определен лидер по сформированным показателям.

*Ключевые слова:* кластер, инновационные территориальные кластеры, кластерная политика, малый и средний бизнес, «якорные» территории, территории концентрации малого и среднего бизнеса, ведущие научные и образовательные центры, экономическое развитие, государственная поддержка.

*R. R. Khafizov<sup>1</sup>, O. V. Khoperskaya<sup>2</sup>*

#### PARTICIPATION OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS IN THE IMPLEMENTATION OF THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE REGIONAL CLUSTERS

<sup>1</sup> Department of social development and innovation

Ministry of economic development of the Russian Federation

<sup>2</sup> State University of Management

The article describes the most modernized form of development of the innovative environment - regional clusters. We have proved the importance of their functioning in the conditions of modern Russian economy. The role of small and medium-sized businesses is illustrated in the development of innovative regional clusters. We have also identified the main benefits of the participation of SMEs in innovative regional clusters. The article reviews the main types of innovative regional clusters: "anchor the territory", the territory of concentration of small and medium business, the leading scientific and educational centers. We have divided all clusters by type of IRC and identified the value of small and medium businesses in each of these species. Finally, we have analyzed three types of clusters among themselves and determined the leader of generated indicators.

*Keywords:* cluster, innovative regional clusters, cluster policy, small and medium businesses, "anchor" of the territory, the territory of the concentration of small and medium enterprises, leading scientific and educational centers, economic development, government support.

Создание кластеров отражает новый, более высокий этап развития инновационной среды в государстве. Многие развитые и развивающиеся страны осознали важность развития инноваций и пытаются внедрить новые технологии в экономику своей страны. Кластеры, наряду с технопарками, индустриальными парками и бизнес-инкубаторами, являются наиболее модернизированной формой развития инновационной среды. Они являются относительно молодым проектом развития инноваций: даже в наиболее развитых странах более 60 % таких проектов были запущены лишь после 1999 г. [1]. До России же новые достижения дошли гораздо позже, первые пилотные проекты инновационных территориальных кластеров были запущены в 2007 г.

Стоит заметить, что для России развития инноваций имеет огромное значение при переориентации экономики с экспортно-сырьевого типа на более диверсифицированную структуру промышленности и усиление инновационной деятельности предприятий [2]. В 2015 году это кажется особенно важным в связи с введением санкций против России со стороны ведущих мировых держав, в частности, со стороны США и стран ЕС. Поставки многих импортных продуктов стали ограничены, поэтому страна обратилась к внутренним ресурсам развития импортозамещения, к своим национальным промышленным предприятиям, которые до этого во многих областях не могли конкурировать с импортными продуктами.

Негативным фактором является и значительное снижение цен на нефть. Доходная часть федерального бюджета Российской Федерации складывается почти на 50 % за счет налоговых поступлений от добычи полезных ископаемых [3]. Снижение цен на наиболее экспортируемое сырье, находясь в прямой зависимости, приводит к сокращению средств бюджета и появлению бюджетного дефицита. Все это говорит о необходимости развития инновационного производства, увеличении количества промышленных предприятий и поддержке малого и среднего бизнеса в России.

Наиболее эффективной организационной формой достижения высокого уровня конкурентоспособности и развития промышленности является создание инновационных территориальных кластеров [4], которые представляют собой сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компа-

ний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в родственных отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций в определенных областях, конкурирующих, но при этом ведущих совместную работу [5]. Отличительная черта кластеров – инновационная ориентированность. Кластеры обычно формируются там, где ожидается прорывное продвижение в области техники и технологии производства и последующего выхода на новые рынки [6].

Основное предназначение инновационного территориального кластера заключается: в развитии в регионе инновационных процессов, обеспечивающих реализацию высокой степени новизны, которая должна быть ориентирована на активизацию и поддержку процессов освоения предприятиями принципиально новых продуктов и услуг, технологий новых поколений, поиска новых рыночных ниш для сбыта продукции; в обеспечении процесса получения новых научных знаний и путей их практического применения в производстве, используя научно-технический инновационный потенциал региона [6].

Территориальные кластеры в основном состоят из научно-образовательных центров, крупных промышленных предприятий и множества предприятий малого и среднего бизнеса. Роль крупного бизнеса и научных центров состоит в том, что они привлекают малые и средние предприятия для налаживания производства на основе тесной кооперации, развития связей, деловой и информационной поддержки. Это способствует развитию всех участников кластера и обеспечивает ему конкурентное преимущество по сравнению с обособленными предприятиями, не имеющими такой поддержки. Рост конкурентоспособности кластера происходит за счет реализации потенциала эффективного взаимодействия участников кластера, связанного с их географически близким расположением, включая расширение доступа к инновациям, технологиям, специализированным услугам и высококвалифицированным кадрам, формированием предпосылок для реализации совместных кооперационных проектов и продуктивной конкуренции, как это предполагает европейская модель кластерной политики [7].

Доля малого и среднего бизнеса среди всех предприятий кластера также определяет степень его инновационности. Как правило, наибольшей инновационной активностью характеризуются именно малые и средние предпри-

ятия, однако они ограничены в ресурсах для вывода новых продуктов на рынок, поэтому нуждаются в поддержке со стороны государства [2]. *Субъекты малого и среднего предпринимательства (МСП)* – хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации, а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей, крестьянские (фермерские) хозяйства, соответствующие определенным Федеральным законом условиям по численности работников и выручке [8].

Субъектам МСП по определению очень сложно пробиться на рынок, занять определенную рыночную нишу, а еще сложнее там удержаться, если они действуют в одиночку. Реализация программы поддержки малого и среднего предпринимательства, реализуемой Минэкономразвития России, открывает перспективы для субъектов МСП, занятых в инновационных разработках, а программа инновационных территориальных кластеров для малого и среднего бизнеса является не только способом удержаться на рынке, но также несет предпосылки к расширению, конкурентоспособности, модернизации в рамках сильного территориального комплекса.

Преимущества инновационного территориального кластера для субъектов МСП:

- сохранение хозяйственной самостоятельности;
- улучшение показателей производственно-хозяйственной деятельности (рентабельность, фондоотдача, производительность труда) в динамике по сравнению со средними показателями по отрасли;
- снижение издержек (транспортных, транзакционных);
- повышение уровня квалификации кадров, подготовка дефицитных кадров;
- повышение конкурентоспособности как предприятия в целом, так и его продукции;
- создание инфраструктуры для исследования и научных разработок;
- приобретение и внедрение новейших технологий и оборудования;
- обмен технологиями, накопленными знаниями и опытом;
- расширение рынков сбыта продукции;
- возможность выхода на высококонкурентные международные рынки;

– лоббирование интересов перед органами государственной власти;

– получение доступа к современным методам управления и др. [1; 9].

Все эти преимущества для субъектов МСП содействуют повышению степени переработки добываемого ими сырья, импортозамещению и локализации сборочных производств и, в конечном счете, росту уровня неценовой конкуренции товаров субъектов МСП и в целом отечественных товаров и услуг [1].

Все созданные в России инновационные территориальные кластеры различаются моделями создания и пропорциями соотношения научно-технической и производственной деятельности. Так, все кластеры условно делятся на три вида: «якорные» территории крупного высокотехнологического бизнеса, регионы концентрации малого и среднего инновационного бизнеса, ведущие научные и образовательные центры [10]. В каждом из этих видов кластеров объекты МСП составляют важное звено механизма функционирования технологии организации пилотных инновационных территориальных кластеров.

«Якорные» территории крупного высокотехнологического бизнеса построены на базе крупных предприятий. Эти предприятия образуют вокруг себя инновационный пояс [10] из малых и средних компаний, вузов и научных организаций (рис. 1).



Рис. 1. «Якорная» система образования инновационных территориальных кластеров

К такому виду относятся кластеры: Судостроительный инновационный территориальный кластер Архангельской области; Нижегородский индустриальный инновационный кластер в области автомобилестроения и нефтехимии;

мии; инновационный территориальный кластер ракетного двигателестроения «Технополис «Новый Звездный»; нефтехимический территориальный кластер (Республика Башкортостан); Энергоэффективная светотехника и интеллектуальные системы управления освещением (Республика Мордовия); Камский инновационный территориально-производственный кластер Республики Татарстан; инновационный территориальный аэрокосмический кластер Самарской области; консорциум «Научно-образовательно-производственный кластер «УльяновскАвиа»; титановый кластер Свердловской области; комплексная переработка угля и техногенных отходов в Кемеровской области; кластер инновационных технологий ЗАТО г. Железнодорожск; инновационный территориальный кластер авиастроения и судостроения Хабаровского края; кластер Республики Удмуртия «Удмуртский машиностроительный кластер» [10]. Тринадцать ИТК из имеющихся на сегодняшний момент двадцати шести (13/26) относятся именно к данному виду кластеров. Наибольшая доля «якорной» структуры кластера объясняется тем, что именно крупные компании способны кооперировать вокруг себя мелкий бизнес, обладая при этом значительной государственной поддержкой и влиянием как на рынке, так и в сфере инноваций.

Особенностью участия субъектов МСП в данном виде инновационных территориальных кластеров является то, что субъекты МСП в основном ориентируются на развитие главного предприятия, перенимая у него особенности организации, управления и модернизации производства. Связующим звеном между предприятиями и малым и средним бизнесом являются объекты инфраструктуры.

Также для данного вида кластера характерны барьеры в виде инновационной, транспортной и энергетической инфраструктуры, ориентация на рынки с невысокими темпами роста, зависимость от государственного заказа. Это связано с тем, что в основе кластера стоит именно производственное предприятие, которое во главу угла ставит скорее производство, нежели инновационное развитие. За собой оно ведет и субъекты малого и среднего предпринимательства. В то же время развитию малого и среднего бизнеса будет способствовать реализация ряда крупнейших инвестиционных проектов кластера. Как особенность можно выделить также наличие в некоторых кластерах

данного вида полного цикла производства дорогостоящей продукции. Этот цикл формируется в большинстве за счет субъектов МСП, которые обслуживают крупные производственные предприятия.

Следующим видом являются регионы концентрации малых и средних инновационных компаний, то есть кластеры данной группы состоят из взаимодействующих между собой субъектов МСП (рис. 2).

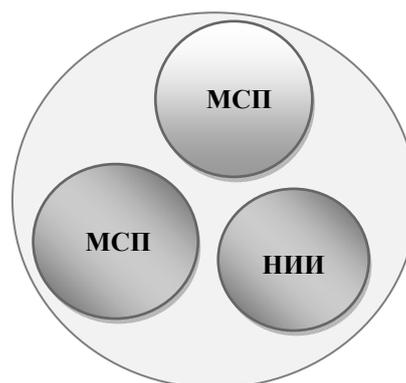


Рис. 2. Концентрация малых и средних инновационных компаний

К ним относят: кластер «Зеленоград»; кластер фармацевтики, биотехнологий и биомедицины (Калужская область); кластер ядерно-физических и нанотехнологий в г. Дубне; кластер информационных технологий, радио-электроники, приборостроения, средств связи и инфотелекоммуникаций г. Санкт-Петербурга; кластер медицинской, фармацевтической промышленности, радиационных технологий (г. Санкт-Петербург, Ленинградская область); Алтайский биофармацевтический кластер [10]. К концентрации структуры кластера относятся шесть из двадцати шести ИТК(6/26). Данный вид кластера наиболее трудный в построении и функционировании, так как для его создания на первом этапе развития необходимо скоординировать действия всех субъектов малого и среднего бизнеса под одним началом при отсутствии первоначального единого центра. Такие кластеры встречаются с наибольшими трудностями при выходе на рынок и построении единой инфраструктуры.

Особенностями такой структуры являются дефицит квалифицированных кадров, барьеры и проблемы развития инновационного предпринимательства, трудности выхода на рынки, в том числе в части допуска к закупкам крупных компаний и государственным закупкам [10],

недостаточность развития инфраструктуры, отставание от крупных организаций в техническом аспекте, отсутствие единого центра координации, отставание в научных вопросах. Субъекты малого и среднего бизнеса играют основополагающую роль в данном виде кластеров при отсутствии поддержки со стороны влиятельных организаций как в плане научных разработок, так и в плане поддержки выхода на рынок. Для таких кластеров существует важная задача создания научных центров на базе вузов, инновационной инфраструктуры, сервисов, а также стимулирования спроса на производимую внутри кластера продукцию. Особое внимание также уделяют реализации совместных инновационных проектов с участием нескольких организаций участников кластера, что позволяет объединить усилия малого и среднего бизнеса и добиться определенных результатов в выбранных направлениях.

В третьем виде инновационных территориальных кластеров в качестве инициатора создания объединения являются научные и образовательные центры, которые вокруг себя создают инновационный пояс из малого и среднего бизнеса (рис. 3).



Рис. 3. Кластер на основе ведущих научных и образовательных центров

К данному типу относят: новые материалы, лазерные и радиационные технологии (г. Троицк); Биотехнологический инновационный территориальный кластер Пушкино; кластер «Физтех XXI» (г. Долгопрудный, г. Химки); Саратовский инновационный кластер; ядерно-инновационный кластер г. Дмитровграда Ульяновской области, инновационный кластер информационных и биофармацевтических технологий Новосибирской области; фармацевтика, ме-

дицинская техника и информационные технологии Томской области [10]. К ИТК, созданным на основе научных центров, относятся семь из двадцати шести кластеров (7/26).

Ключевыми особенностями таких кластеров являются наиболее модернизированные инновационные решения в основном за счет наличия высококвалифицированных стартапов выпускников, наличие молодежного инновационного предпринимательства, выход на мировой рынок конкурентоспособности в сфере образования и науки, увеличение доли прорывных исследований и разработок мирового уровня, развитие кооперации с промышленностью [10]. Данный вид кластера выигрывает на фоне других двух тем, что в его центре стоят инновации, которые являются отправной точкой развития кардинально новой продукции в основном за счет инновационных стартапов выпускников. Следует отметить еще одно важное отличие, в данном виде кластеров происходит образование субъектов малого и среднего бизнеса преимущественно внутри кластера на основе инновационной бизнес-идеи, а в предыдущих вариантах большинство субъектов МСП вступают в кластер и затем участвуют в образовании бизнес-идеи.

Разворачивание высокотехнологичного производства происходит на базе имеющегося кадрового потенциала и исследовательской инфраструктуры кластеров за счет коммерциализации разрабатываемых технологий. В целом данные кластеры, на взгляд авторов, значительно эффективнее предыдущих, так как развиваются на базе конкурентоспособности по подготовке кадров, формирования новых научных направлений, формирования первых этапов новейших высокотехнологичных производств.

Именно эти кластеры в будущем займут лидирующее положение на рынке инновационных проектов развития российской экономики, а другие кластеры либо останутся специализированными на количественном развитии продукции, либо переориентируются на базы своих научных центров.

Ниже представлены результаты деятельности кластеров за 2014 год в составе научных территориальных кластеров по определенным показателям (см. таблицу). Для анализа были сгруппированы данные, полученные от каждого кластера в отдельности, по группам и найден средний показатель, приходящийся на один кластер в каждой группе. С практической точки

зрения является неверным усреднять показатели по группе кластеров, так как кластеры в группе заняты в разных сферах деятельности и могут иметь довольно большой разброс в показателях, но с точки зрения анализа эффективности каждой группы и сравнения групп между собой, это необходимо, так как количество кластеров в каждой группе разное. Данные сред-

ние показатели только расчетные и смысловой нагрузки не несут, так как являются промежуточными в целях проведения сравнительного анализа. В таблице представлены данные только 25 кластеров, кластер Республики Удмуртия «Удмуртский машиностроительный кластер» стал полноправно функционировать лишь в 2015 году.

**Ключевые показатели развития кластеров по группам**

Показатель	Единица измерения	Значения показателей за 2014 г. по группам кластеров					
		«Якорные» территории крупного высокотехнологического бизнеса		Регионы концентрации малого и среднего инновационного бизнеса		Ведущие научные и образовательные центры	
		Всего по группе кластеров	Приходящийся на 1 кластер в группе	Всего по группе кластеров	Приходящийся на 1 кластер в группе	Всего по группе кластеров	Приходящийся на 1 кластер в группе
1. Доля вида кластеров в общем количестве ИТК	%	48		24		28	
2. Число организаций, указанных в программе развития пилотного инновационного территориального кластера в качестве ее участников	Ед., на конец года	394,00	32,83	523,00	87,17	657,00	93,86
3. Численность работников организаций-участников	Чел., на конец года	632 035,00	52 669,58	63 324,00	10 554,00	107 914,00	15 416,29
4. Число высокопроизводительных рабочих мест, созданных заново или в результате модернизации имеющихся рабочих мест, организациями-участниками	Ед.	21 450,00	1 787,50	2 270,40	378,40	7 180,00	1 025,71
5. Численность работников организаций-участников, прошедших профессиональную переподготовку и повышение квалификации по программам дополнительного профессионального образования в области управления инновационной деятельностью	Чел., на конец года	1 395,00	116,25	332,00	55,33	1 263,00	180,43
6. Средняя заработная плата работников организаций-участников, прошедших профессиональную переподготовку и повышение квалификации по программам дополнительного профессионального образования в области управления инновационной деятельностью	Тыс. рублей	33,01	33,01	45,70	45,70	35,44	35,44
7. Объем работ и проектов в сфере научных исследований и разработок, выполняемых совместно двумя и более организациями-участниками либо одной или более организацией-участником совместно с иностранными организациями	Млн рублей	61 569,97	5 130,83	4 300,62	716,77	31 511,48	4 501,64

Окончание таблицы

Показатель	Единица измерения	Значения показателей за 2014 г. по группам кластеров					
		«Якорные» территории крупного высокотехнологического бизнеса		Регионы концентрации малого и среднего инновационного бизнеса		Ведущие научные и образовательные центры	
		Всего по группе кластеров	Приходящийся на 1 кластер в группе	Всего по группе кластеров	Приходящийся на 1 кластер в группе	Всего по группе кластеров	Приходящийся на 1 кластер в группе
8. Объем инвестиционных затрат организаций-участников за вычетом затрат на приобретение земельных участков, строительство зданий и сооружений, а также подвод инженерных коммуникаций	Млрд рублей	196,80	16,40	13,38	2,23	17,79	2,54
9. Выработка на одного работника организаций-участников	Тыс. рублей	6 261,80	6 261,80	2 012,90	2 012,90	1 544,49	1 544,49
10. Объем отгруженной организациями-участниками инновационной продукции собственного производства, а также инновационных работ и услуг, выполненных собственными силами	Млрд рублей	193,08	16,09	68,14	11,36	84,04	12,01
11. Совокупная выручка организаций-участников от продаж продукции на внешнем рынке	Млрд рублей	474,08	39,51	13,02	2,17	19,323	2,76
12. Общий объем инвестиций в развитие кластера, включая бюджетные средства и средства внебюджетных источников	Млрд рублей	259,894	21,66	21,51	3,59	32,49	4,64

Источники: составлено по данным Министерства экономического развития Российской Федерации

Почти по всем показателям (восемью из одиннадцати) лидируют «якорные» территории крупного высокотехнологического бизнеса, причем по многим показателям отрыв от конкурирующих групп значительный. Стоит отметить высокую координацию данной группы кластеров – наименьшее число организаций-участников кластера при наибольшей численности работников организаций-участников. Это говорит о наличии крупных предприятий, при незначительной доле субъектов малого и среднего бизнеса.

«Якорные» территории лидируют и по числу высокопроизводительных рабочих мест, а следовательно, выходят на первое место и по выработке на одного работника организаций-участников; при этом средняя заработная плата работников, прошедших профессиональную переподготовку, самая низкая и составляет 33 тысячи рублей.

Объем работ и проектов в сфере научных исследований и разработок, выполняемых совместно двумя или более организациями-участниками либо совместно с иностранными орга-

низациями, самый большой не у ведущих научных и образовательных центров, как это стоило бы ожидать, а снова у территорий крупного высокотехнологического бизнеса. Самый большой объем инвестиций в развитие кластера также у данной группы, он почти в 4,5 раза больше, чем у конкурентов. И это логично, так как наибольшую совокупную выручку от продаж продукции на внешнем рынке имеют именно «якорные» территории (необходимо заметить, что эта цифра в 18 раз(!) больше, чем у кластеров других видов).

Кластеры, образованные вокруг ведущих научных и образовательных центров, занимают твердое второе место по результатам данного анализа, причем по таким показателям, как: число высокопроизводительных рабочих мест; объем работ и проектов в сфере научных исследований и разработок; объем отгружаемой инновационной продукции собственного производства, и не сильно отстают от нашего лидера. А по численности работников организаций-участников, прошедших профессиональную переподготовку и повышение квалифика-

ции по программам дополнительного профессионального образования в области управления инновационной деятельностью, как этого и стоило ожидать, ведущие научные и образовательные центры выходят в лидеры со значительным отрывом.

Большое количество организаций-участников с незначительной численностью работников говорит о наличии большого числа субъектов малого и среднего бизнеса, а следуя специфике данного объединения, можно утверждать, что значительная часть из них именно высококвалифицированные стартапы выпускников, созданные внутри кластеров.

Данному виду объединений понадобится некоторое время, чтобы привести все свои научные разработки в состояние пользующейся спросом продукции, и, возможно, именно он станет лидером в будущем. Пока же объем инвестиций в кластеры данного типа, а также совокупная выручка от продаж продукции на внешнем рынке незначительные по сравнению с «якорными» территориями.

Отстающими по многим показателям являются регионы концентрации малого и среднего инновационного бизнеса. Исходя из названия и таблицы, наибольшую долю и значение в таких кластерах занимают именно субъекты МСП. Все негативные факторы, имеющие значение при образовании и функционировании регионов концентрации МСП, сказываются на показателях эффективности. Так, почти по всем показателям инновационной активности регионы значительно отстают от своих конкурентов, к ним относятся: число высокопроизводительных рабочих мест; численность работников, прошедших повышение квалификации; объем работ и проектов в сфере научных исследований и разработок. Все это влияет на количественные показатели совокупной выручки и объема отгружаемой инновационной продукции, следовательно, и на общий объем инвестиций в регионы.

Таким образом, инновационные территориальные кластеры выступают необходимым инструментом в создании условий для повышения конкурентоспособности экономики, импортозамещения, развития малого и среднего предпринимательства и увеличения объемов экспорта несырьевых товаров. Субъекты малого и среднего бизнеса играют значительную роль в формировании и развитии кластеров, при этом они проявляют себя по-разному в зависи-

мости от вида кластера. В «якорных» территориях они являются скорее объектами инфраструктуры, тогда как в регионах концентрации МСП – полноправным фундаментом кластера. В зависимости от эффективности деятельности регионы получают поддержку в виде инвестиций. Самыми успешными в результате проведенного анализа оказались «якорные» территории, образованные на основе крупных предприятий, они и получают наибольшую поддержку как со стороны частных инвесторов, так и со стороны бюджетных средств. Оказание кластерам поддержки напрямую повышает эффективность государственной политики по усилению инновационного потенциала экономики, поэтому в данном случае идет приоритизация на наиболее перспективные регионы и сектора экономики.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Абашкин, В. Л.* Пилотные инновационные территориальные кластеры в Российской Федерации / В. Л. Абашкин, М. Ю. Голанд, Л. М. Гохберг, Е. С. Куценко, П. Б. Рудник, А. Е. Шадрин; под общ. ред.: Л. М. Гохбера, А. Е. Шадрина. – М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2013. – С. 6, 10.
2. *Хафизов, Р. Р.* Механизмы государственной поддержки инновационных территориальных кластеров в России / Р. Р. Хафизов, Л. А. Байрамкулова // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2015. – № 31. – С. 223–227.
3. Нефть и бюджет РФ. [Электронный ресурс] // *Utmagazine*. [Официальный сайт]. – Режим доступа: URL: <http://utmagazine.ru/posts/6112-neft-i-byudzh-et-rf> (дата обращения: 28.11.2015)
4. *Иванова, В. Н.* Влияние кластеров на конкурентоспособность экономики субъектов Российской Федерации / В. Н. Иванова, В. В. Тарасенко, Р. Р. Хафизов // Известия ВолгГТУ : межвуз. сб. науч. ст. № 17 / ВолгГТУ. – Волгоград, 2014. – С. 88–93.
5. *Портер, М. Е.* Конкуренция / М. Е. Портер; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2005. – 608 с.
6. *Лисовская, Н. В.* Кластерный подход к развитию экономики региона / Н. В. Лисовская // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2012. – № 3. – С. 135–139
7. *Иванова, В. Н.* Европейский опыт реализации кластерной политики / В. Н. Иванова, В. В. Тарасенко, Р. Р. Хафизов // Известия ВолгГТУ : межвуз. сб. науч. ст. № 3 / ВолгГТУ. – Волгоград, 2015. – С. 43–49.
8. Федеральный закон от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 29.06.2015 г.) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».
9. *Егоров, Н. Е.* Инновационное развитие экономики региона на основе кластерного подхода / Н. Е. Егоров. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2010. – 212 с.
10. Кластерная политика: концентрация потенциала для достижения глобальной конкурентоспособности / под ред. И. М. Бортника, Л. М. Гохберга, А. Н. Клепача, П. Б. Рудника, О. В. Фомичева, А. Е. Шадрина. – СПб.: Corvus, 2015. – С. 14–20.

УДК 338.24

*Т. Б. Иванова, В. С. Вишнеvский***К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ СТРАТЕГИИ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ  
СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ РОССИИ****Российская академия народного хозяйства и государственной службы  
при Президенте РФ (Волгоградский филиал)**

В статье проведен анализ проблем устойчивого развития сельских территорий и применяемых механизмов их решения. На основе исследования рынка труда и демографии организаций авторами выявлены специфические факторы, влияющие на качество жизни в сельской местности, и предложены инструменты формирования стратегии пространственного развития сельских территорий России.

*Ключевые слова:* стратегия пространственного развития, сельские территории, предпринимательство, занятость, стабильность функционирования хозяйствующих субъектов, качество жизни.

*T. B. Ivanova, V. S. Vishnevsky***THE FORMATION OF SPATIAL DEVELOPMENT STRATEGY  
FOR RURAL TERRITORIES IN RUSSIA****The Russian Presidential Academy of National Economy  
and Public Administration (Volgograd Branch)**

Analyzed sustainable development, labor market, demography organizations factors of quality of life in rural territories. This made it possible to offer new tools for the formation of spatial development strategy of Russia.

*Keywords:* strategy of spatial development, rural territories, entrepreneurship, employment, stability of the economic entities, the quality of life.

В последнее десятилетие в РФ все большее внимание уделяется вопросам социально-экономического развития сельских территорий. Одним из наиболее ярких и многоплановых статистических обзоров их состояния на 2010 и 2013 годы являются материалы, приведенные в «Концепции устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года» и разработанной на ее основе федеральной целевой программе «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014–2017 годы и на период до 2020 года» [2; 5–7]. В них приведены следующие данные о специфике пространственной конфигурации России:

– низкая средняя плотность населения – 2,3 чел/кв.км;

– 27 % населения проживает в сельских населенных пунктах, которые только по землям сельскохозяйственного назначения составляют 23,4 % территории России, причем 42 % этого населения являются малоимущими;

– 72 % сельских населенных пунктов имеют численность менее 200 человек, в том числе до 10 человек – 23,7 %, кроме того с 1989 по 2010 год число сел и деревень сократилось на 9,2 тысячи и на 10 тыс. единиц больше стало число населенных пунктов, в которых население не проживает;

– главная сфера труда – сельское хозяйство.

Таким образом, основными пространственными проблемами России являются концентрация населения в крупных населенных пунктах городского типа при обезлюживании территорий сельскохозяйственного назначения. Меры по смягчению указанных проблем осуществлялись в рамках реализации Программы социального развития села в течение трех этапов: 2003–2005, 2006–2010, 2011–2013 годы [9]. Было активизировано жилищное строительство и инфраструктурное обустройство сельских поселений, улучшено качество образовательных и медицинских услуг. Средства федерального бюджета, выделенные на эти цели, использовались на условиях софинансирования. На каждый рубль федеральных ресурсов было привлечено 4,2 рубля из региональных бюджетов и внебюджетных источников.

Тем не менее в «Концепции устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года» было отмечено, что достичь качественного перелома пока не удалось. Среди выделенных причин этого следует отметить отсутствие целостной стратегии устойчивого сельского развития, слабое состояние местного самоуправления, ограниченность доступа населения к ресурсам жизнеобеспечения. Это обусловило необходимость перехода в настоящее время к реализации четвер-

того этапа развития сельских территорий на основе федеральной целевой программы «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014–2017 годы и на период до 2020 года». По итогам 2014 года [10], выполняя ее положения, было введено в действие 3,3 тыс. км распределительных газовых сетей, 2,4 тыс. км локальных водопроводов, общеобразовательных организаций на 2,7 тыс. ученических мест, построено 856,7 тыс. кв. м для улучшения жилищных условий граждан, проживающих в сельской местности, в том числе для молодых семей и молодых специалистов – 484,2 тыс. кв. м. Кроме того, проводятся мероприятия по развитию сети фельдшерско-акушерских пунктов и офисов врачей общей практики, развиваются сети плоскостных спортивных сооружений. «Российским союзом сельской молодежи» организованы:

– Всероссийский конкурс творческих работ «Моя малая Родина» (в том числе об обеспечении занятости, повышении доходов населения, развитии сельского и экологического туризма, малого предпринимательства);

– Всероссийский молодежный проект по сохранению культурно-исторического наследия села и повышению информированности населения о возможностях самореализации на сельских территориях;

– «мобильные бригады», осуществляющие встречи с сельчанами для оказания помощи в организации собственного дела [3].

Особое внимание при разработке федеральной целевой программы было уделено необхо-

димости использования комплексного подхода к формированию предпосылок устойчивого развития сельских территорий, объединяющего точки экономического роста аграрного сектора с компактной застройкой и благоустройством сельских поселений. Эффективность такого подхода была подтверждена пилотными проектами, включающими в себя социальную и инженерную инфраструктуру под строительство индивидуальных жилых домов для специалистов и реализацию инвестиционных проектов, которые на пилотной стадии имели преимущественно животноводческую направленность [5].

Среди целевых показателей федеральной программы «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014–2017 годы и на период до 2020 года», с точки зрения значимости для закрепления населения в сельской местности, выделяется такая задача, как содействие созданию высокотехнологичных рабочих мест. Она тем более важна, что все создаваемые комфортные условия проживания в сельских населенных пунктах будут невостребованы без обеспечения населения источниками формирования доходов. В настоящее время состояние рынка труда в сельской местности хуже по сравнению с городской, так как безработица среди сельского населения выше [1]. Так, в октябре 2015 года такое превышение составило 1,7 раза, причем оно является устойчивым и не носит сезонного характера, хотя в связи с ростом безработицы у городского населения разница стала в среднем на 11 % меньше. Соответствующая статистика представлена в табл. 1.

Таблица 1

Уровень безработицы по видам поселений РФ в январе-октябре 2014–2015 годов

Месяц	Годы					
	2014			2015		
	городское население	сельское население	гр.3/гр.2	городское население	сельское население	гр.6/гр.5
Январь	4,5	9,1	2,02	4,7	8,2	1,74
Февраль	4,7	8,8	1,87	5,1	8,1	1,59
Март	4,6	7,8	1,70	5,3	7,9	1,49
Апрель	4,3	8,6	2,00	5,1	8,1	1,59
Май	4,1	7,6	1,85	4,9	7,7	1,57
Июнь	4,1	7,3	1,78	4,7	7,4	1,57
Июль	4,1	7,3	1,78	4,7	7,2	1,53
Август	4,1	7,3	1,78	4,6	7,5	1,63
Сентябрь	4,1	7,6	1,85	4,3	8,3	1,93
Октябрь	4,3	7,5	1,74	4,8	8,0	1,67

Источники: составлено и рассчитано авторами по [8].

Указанное превышение сохраняется и по другим группировкам безработицы (табл. 2) за исключением молодежи возрастной группы 15–24 лет по сравнению с группой 30–49 лет, что

объясняется закреплением на селе к этому возрасту только тех, кто имеет работу, и миграцией остальных лиц.

Таблица 2

Различия видов безработицы по поселениям РФ в октябре 2015 года

Вид группы безработных/безработицы	Ед. изм.	В среднем	Городское население	Сельское население
Молодежь в возрасте 15–24 лет	%	16,7	15,0	21,2
Застойная (1 год и более)	%	26,4	24,6	29,9
Молодежь возрастной группы 15–24 лет по сравнению с возрастной группой 30–49 лет	раз	3,9	4,1	3,2

Источники: составлено авторами по [8].

Исходя из большей значимости безработицы для сельской местности, создание там новых рабочих мест становится особенно акту-

альным. Ожидается, что в 2014–2020 годы их будет создано 25,4 тысячи (табл. 3).

Таблица 3

Целевые индикаторы числа создаваемых рабочих мест на селе

Наименование индикатора	Ед. изм.	Всего	Годы						
			2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Количество созданных рабочих мест на селе	тыс. мест	25,4	5,4	1,0	2,5	4,6	3,9	3,8	4,2

Источник: [5].

Формирование этой величины высокотехнологичных рабочих мест предполагается путем реализации инвестиционных проектов в сфере агропромышленного комплекса, то есть за счет осуществления сельскохозяйственными товаропроизводителями капитальных вложений, направляемых в строительство, реконструкцию, модернизацию объектов сельскохозяйственного назначения, переработки и реализации сельскохозяйственной продукции, приобретение сельскохозяйственных животных, техники и оборудования. Для этого предполагается в рамках государственно-частного партнерства использовать территориальное планирование с размещением объектов социальной и инженерной инфраструктуры и реконструкцией автомобильных дорог. Фактически создание высококвалифицированных рабочих мест является при реализации федеральной целевой программы «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014–2017 годы и на период до 2020 года» *результатом косвенного регулирования территориального развития* за счет формирования инженерной и социальной инфраструктуры, а также обучения, консультаций и грантовой поддержки собственного бизнеса.

Обеспечить конкретизацию размещения бизнеса должна реализация стратегии пространственного развития России, разработка которой идет в настоящее время в рамках закона «О стратегическом планировании». Ее цель – усовершенствовать систему расселения, определив сценарии пространственного развития и механизмы их достижения. В настоящее время перечень таких мероприятий разрабатывается Министерством экономического развития РФ.

Представляется, что при этом целесообразно учитывать демографию организаций, изменения которой состоят в выравнивании числа созданных и ликвидированных предприятий (табл. 4).

Причем, из рождаемых в течение года предприятий большая часть создается впервые, хотя в 2013 году по сравнению с 2010 годом доля тех, которые были образованы в результате реорганизации, начала повышаться. Соответствующие данные в целом по всем видам экономической деятельности и по наиболее свойственным сельской местности – «сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство» и «оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования» приведены в табл. 5.

Таблица 4

## Демография организаций

Годы	Коэффициенты на 1000 организаций		Графа 2/графа 3
	рождаемости	официальной ликвидации	
2005	101,0	20,9	4,83
2007	122,4	66,6	1,84
2008	115,2	36,0	3,20
2009	88,7	42,0	2,11
2012	95,8	89,0	1,08
2014	92,1	84,7	1,09

И с т о ч н и к : составлено и рассчитано авторами по [8].

Таблица 5

**Распределение организаций (юридических лиц) по способу их образования в 2010/2013 годы по РФ в разрезе видов экономической деятельности**

Показатели	Создано предприятий в отчетном году, всего	Создано впервые (новое)	Образовалось в результате слияния юридических лиц	Образовалось в результате разделения другого юридического лица	Выделилось из другого юридического лица
Всего	2127/3193	1931/2757	27/72	30/73	139/291
В т. ч. с основным видом деятельности:					
– сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	132/142	124/94	3/7	1/13	4/28
– оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	496/800	473/744	8/11	2/6	13/39

И с т о ч н и к : составлено и рассчитано авторами по [8].

Данные о распределении организаций (юридических лиц) Российской Федерации в 2013 году по дате начала хозяйственной деятельности в разрезе видов экономической деятельности, приведенные в табл. 6, показывают, что значительная часть хозяйствующих субъектов создана в последние годы. По всем видам деятельности с 2010 года начали работать 17 % организаций, в сельском хозяйстве – 11,2 %, торговле – 20,1 %, то есть идет достаточно интенсивный процесс смены товаропроизводителей. Для сельских территорий с низким предложением рабочих мест сторонними хозяйствующими субъектами такой незначительный период существования части организаций повышает неопределенность рынка труда. Из-за низкой стабильности предо-

ставляемых рабочих мест граждане в большей степени, чем в городе, должны рассчитывать на самозанятость. При отсутствии склонности к предпринимательству вследствие его высокорискованности и затратности отсутствие стабильных, длительно существующих на рынке организаций снижает качество жизни на сельских территориях, отражаясь в миграционных процессах [11].

В целом, по данным табл. 4–6, можно говорить о неустойчивости существования организаций, быстрой сменяемости хозяйствующих субъектов. Для сельских территорий такие процессы являются более негативными, чем в городах, снижают закрепление населения на определенной территории.

Таблица 6

**Распределение организаций (юридических лиц) по дате начала хозяйственной деятельности по Российской Федерации в 2013 году в разрезе видов экономической деятельности, % к общему числу**

Годы	Всего по организациям (юридическим лицам)	В том числе по видам основной деятельности	
		сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования
1960 и ранее	9,02	20,37	4,16
1961–1980	5,59	11,80	2,33
1981–1990	1,68	1,87	1,02
1991–2000	22,43	13,65	21,92
2001	3,28	3,22	3,45
2002	4,55	4,83	4,57
2003	4,63	4,11	4,43
2004	4,86	4,85	5,12
2005	5,39	5,26	5,50
2006	6,12	5,32	6,80
2007	5,75	5,02	7,03
2008	5,33	4,78	6,83
2009	4,73	3,77	6,72
2010	4,61	3,52	5,76
2011	4,86	3,29	5,59
2012	4,38	2,74	5,13
2013	2,81	1,59	3,62

Источники: рассчитано авторами на основе [8].

Значимость появления рабочих мест, не связанных с samozанятостью, видна и из анализа причин изменения объема налоговых и неналоговых поступлений. Так, за период 2013 – I полугодие 2015 гг. (табл. 7) он показал, что увеличение доходов муниципалитетов связано преимущест-

венно с появлением в них «точек роста» – проведением работ крупными предприятиями. Из данных таблицы также видно, что samozанятость существенно зависит от изменений законодательства и является менее стабильной, во многом определяясь величиной налоговой нагрузки.

Таблица 7

**Причины изменений налоговых и неналоговых доходов в муниципальных образованиях**

Годы	Направление изменений	
	Рост	Снижение
2013	Продажа земли, рост НДС (реконструкция Бубновской ЛПУМГ)	Рост страховых взносов в ПФР, тарифов на энергоносители, арендной платы за муниципальное имущество, ограничение торговли пивной продукцией, изменение условий работы рынков, снижение поступлений ЕНВД на суммы страховых взносов в ПФР, ФФОМС и ФСС
2014	Рост НДС (реконструкция Бубновской ЛПУМГ), поступления по муниципальному контракту за СМР (Котельниково)	Мораторий на выкуп земельных участков сельскохозяйственного назначения, сокращение НДС в связи с сокращением численности занятых на градообразующих предприятиях, снижение поступлений ЕНВД на суммы страховых взносов в ПФР, ФФОМС и ФСС
I полугодие 2015	Рост зарплаты работникам бюджетных организаций, регистрация обособленного подразделения ОАО «Волгограднефтегеофизика» (геологоразведка в сп. Харьковское), погашение задолженности по НДС, рост числа зарегистрированных ИП из-за изменения федерального законодательства (снижение размера страховых взносов ИП в ПФР).	Уменьшение НДС в связи с досрочными выплатами (декабрь 2014 года) бюджетообразующими организациями заработной платы своим работникам; снижения поступлений арендной платы за земельные участки из-за изменения порядка взимания платы за их использование и в связи с выкупом; прекращение деятельности ООО «ССК Газрегион» в связи с завершением мероприятий по плановой реконструкции Бубновской ЛПУМГ; невыполнение плана приватизации из-за отсутствия участников торгов; сокращение числа зарегистрированных ИП из-за изменения федерального законодательства (рост в 2013 г., что привело к закрытию ИП, а затем снижение размера страховых взносов, уплачиваемых ИП в ПФР).

Источники: составлено авторами на основе [4].

Помимо повышенной значимости для сельской местности стабильности существования хозяйствующих субъектов, при формировании стратегии пространственного развития необходимо учитывать и такие факторы, влияющие на формирование бизнеса сельских территорий, как:

– низкую концентрацию уровня спроса, его мелкодисперсионность, что приводит к невозможности получать экономию от масштаба производства;

– однотипность качества создаваемых рабочих мест, потому что, как уже было сказано выше, основная сфера занятости на селе – сельскохозяйственное производство, а пилотные инвестиционные проекты комплексной застройки пока имеют животноводческую направленность, что ведет к однообразию рабочих мест по сравнению с разнообразием возможного качества рабочей силы, которая в силу этого в настоящее время находит применение лишь в относительно крупных населенных пунктах;

– существование жизненного цикла семьи, что вызывает вероятность прекращения или сокращения объемов производственной деятельности при ведении сельского хозяйства фермерскими (крестьянскими) хозяйствами или в личном подсобном хозяйстве, делая рынок занятости зависящим от внехозяйственных факторов;

– высокие риски сельскохозяйственного производства.

Все указанное усложняет решение проблемы повышения устойчивости существования хозяйствующих субъектов в сельской местности, вызывает необходимость разработки новых инструментов реализации пространственной стратегии развития. Представляется, что они прежде всего должны основываться на диверсификации различных видов производственных ресурсов, обеспечивая устойчивость различных процессов за счет множественности источников их формирования и использования. Поэтому в качестве механизма реализации разрабатываемой пространственной стратегии предлагается:

– использовать кооперативные формы обработки сельхозугодий, переработки и реализации сельскохозяйственной продукции;

– создавать производства за счет софинансирования бюджетов различных уровней и местных жителей, что делает последних совладельцами вновь создаваемых хозяйствующих субъектов, обеспечивая им рабочие места;

– формировать бюджет с использованием партисипаторных (инициативных) технологий;

это позволит гражданам самим определять направления расходования доходов бюджета, что может способствовать улучшению соответствия между качеством рабочих мест и рабочей силы.

В целом, при формировании стратегии пространственного развития России, обеспечивающей усовершенствование системы расселения, необходимо прежде всего использовать наиболее устойчивые организационные формы формирования хозяйствующих субъектов, основанные на диверсификации форм собственности с обязательным совладением предприятиями со стороны местных жителей.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Занятость и безработица в Российской Федерации в октябре 2015 года (по итогам обследований населения по проблемам занятости). [Электронный ресурс] // Официальный сайт Росстата. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/bgd/free/b04\\_03/IssWWW.exe/Stg/d06/229.htm](http://www.gks.ru/bgd/free/b04_03/IssWWW.exe/Stg/d06/229.htm). Дата сохранения: 30.11.2015

2. Концепция устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года. Утверждена Распоряжением Правительства РФ от 30.11.2010 г. № 2136-р «Об утверждении Концепция устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс] // СПС КонсультантПлюс. – Режим доступа: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). Дата сохранения: 30.11.2015.

3. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства РФ [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://mcx.gov.ru>. Дата сохранения: 30.11.2015.

4. Постановление от 24 февраля 2014 г. № 88-п «О внесении изменений в постановление администрации Волгоградской области от 22 августа 2011 г. № 469-П "Об утверждении порядка расчета арендной платы за земельные участки, государственная собственность на которые не разграничена, и земельные участки, находящиеся в собственности Волгоградской области». Внутренняя документация комитета экономики Волгоградской области.

5. Постановление Правительства РФ от 15.07.2013 г. № 598 (ред. от 16.01.2015 г.) «О федеральной целевой программе «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014–2017 годы и на период до 2020 года» [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). Дата сохранения: 30.11.2015.

6. Постановление Правительства РФ от 16.01.2015 г. № 17 "О внесении изменений в федеральную целевую программу «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014–2017 годы и на период до 2020 года»" [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). Дата сохранения: 30.11.2015.

7. Постановление Правительства РФ от 29.04.2014 г. № 399 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 15 июля 2013 г. № 598» [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). Дата сохранения: 30.11.2015.

8. Труд. Занятость. Предпринимательство. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Росстата. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/bgd/free/b04\\_03/IssWWW.exe/Stg/d06/229.htm](http://www.gks.ru/bgd/free/b04_03/IssWWW.exe/Stg/d06/229.htm). Дата сохранения: 30.11.2015

9. Федеральная целевая программа «Социальное развитие села до 2012 года». Утверждена Постановлением Правительства РФ № 858 от 3 декабря 2002 г. [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). Дата сохранения: 30.11.2015.

10. Федеральные целевые программы. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим

доступа: <http://fcp.economy.gov.ru/cgi-bin/cis/fcp.cgi>. Дата сохранения: 30.11.2015.

11. Шаховская, Л. С. Стимулирование предпринимательства: государственный масштаб. Управление процессом мотивации предпринимательской деятельности в России / Л. С. Шаховская, Н. В. Кетько // Российское предпринимательство. – 2009. – № 1-1. – С. 16–20.

УДК 330.334

**К. В. Павлов<sup>1</sup>, В. И. Ляшенко<sup>2</sup>, Е. В. Котов<sup>2</sup>, И. В. Митрофанова<sup>3</sup>**  
**МЕТОДИКА ОЦЕНКИ РАЗВИТИЯ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ**  
**И НЕОИНДУСТРИАЛЬНОЙ МОДЕЛЕЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ**  
**(НА ПРИМЕРЕ ДОНБАССА УКРАИНЫ)\***

<sup>1</sup> Камский институт гуманитарных и инженерных технологий

<sup>2</sup> Институт экономики промышленности НАН Украины

<sup>3</sup> Институт социально-экономических и гуманитарных исследований

Южного научного центра РАН – Волгоградский государственный университет

В статье рассматривается методический подход к оценке уровня развития постиндустриальной и неиндустриальной моделей модернизации экономики в региональном аспекте на основе использования различных индикаторов. Предложенный подход апробирован с использованием статистических материалов, характеризующих состояние экономики регионов Донбасса.

Стратегия развития областей Донбасса и их промышленных городов должна была бы строиться (имеется в виду ситуация, если бы не было военных действий на этой территории) на основе модели неиндустриализации, предполагающей развитие сферы высокотехнологичной индустрии, автоматизации и компьютеризации производительных сил, замене физического труда умственным, что кардинальным образом способно изменить характер труда и структуру трудового баланса данного макрорегиона. Потенциал развития имеют преимущественно отрасли и сектора социохозяйственного комплекса региона Донбасс, использовавшие еще до начала политического конфликта на Украине достижения фундаментальной и прикладной науки, инженерной и конструкторской мысли для увеличения доли автоматизации, компьютеризации и механизации рабочих мест, физического и умственного труда.

*Ключевые слова:* регион Донбасс, региональное развитие, оценочные индикаторы, постиндустриальная и неиндустриальная модернизация, моделирование, государственно-частное партнерство, агломерационный эффект.

**K. V. Pavlov<sup>1</sup>, V. I. Lyashenko<sup>2</sup>, E. V. Kotov<sup>2</sup>, I. V. Mitrofanova<sup>3</sup>**  
**TECHNIQUE OF THE ASSESSMENT OF DEVELOPMENT OF POST-INDUSTRIAL**  
**AND NEOINDUSTRIAL MODELS OF REGIONAL MODERNIZATION**  
**(ON THE EXAMPLE OF DONBASS OF UKRAINE)**

<sup>1</sup> Kamsky Institute of Humanitarian and Engineering Technologies

<sup>2</sup> Institute of Industrial Economics of National Academy of Sciences of Ukraine

<sup>3</sup> Institute of Social, Economic and Humanitarian Researches of the South Scientific Center of RAS

In article methodical approach to an assessment of a level of development of post-industrial and neoindustrial models of modernization of economy in regional aspect on the basis of use of various indicators is considered. The offered approach is approved with use of the statistical materials characterizing state of the economy of regions of Donbass.

Strategy of development of areas of Donbass and their industrial cities would have to be based (the situation if there were no military operations in this territory) on the basis of model of the neoindustrialization assuming development of the sphere of the hi-tech industry, automation and a computerization of productive forces, replacement of physical work intellectual means that is radically capable to change nature of work and structure of labor balance of this macroregion. Branches and sectors of a sotsiokhozyaystvenny complex of the region Donbass using prior to the beginning of a political conflict in Ukraine achievements of fundamental and applied science, engineering and design thought for increase in a share of automation, a computerization and mechanization of workplaces, physical and brainwork have the potential of development mainly.

*Keywords:* region Donbass, regional development, estimated indicators, post-industrial and neoindustrial modernization, modeling, public-private partnership, agglomerative effect.

© Павлов К. В., Ляшенко В. И., Котов Е. В., Митрофанова И. В., 2016

\* Работа выполнена в рамках реализации Государственного задания на 2016 г. № 007-01114-16 ПР, проект «Сравнительный анализ социально-экономического ущерба приграничным регионам России и Украины и оценка сценариев межрегионального взаимодействия в изменившейся геополитической ситуации» Программы фундаментальных исследований Президиума РАН № 1.13 П «Пространственное развитие России в веке: природа. Общество и их взаимодействие. Проблемы развития полиэтничного макрорегиона в условиях дестабилизации Каспийско-Черноморского зарубежья» (0256-2015-0095).

В последнее время на постсоветском пространстве на разных уровнях управленческой иерархии все чаще говорят о необходимости осуществления модернизации и инновационного развития экономики. Причем модернизация может быть разных видов и форм. В частности, выделяют первичную, вторичную и интегрированную модернизацию [18]. Различают также постиндустриальную и неоиндустриальную ее формы.

Под постиндустриальной модернизацией понимается переход от индустриального общества к обществу знаний. Эта концепция была разработана в 70-х гг. прошлого столетия и до сих пор еще не утратила своей актуальности [6]. Ее сущность заключалась в том, что постиндустриальное общество характеризуется уровнем развития услуг, их преобладанием над всеми остальными видами хозяйственной деятельности в общем объеме ВВП и, соответственно, численностью занятых в этой сфере (до 90 % работающего населения).

Неоиндустриальная модернизация отражает органичность взаиморазвития индустриализации и постиндустриализации. Данная концепция появилась сравнительно недавно, хотя первые исследования на эту тему были начаты даже раньше исследований по проблемам постиндустриализации [8]. Ее особенностью является оценка изменения структуры рабочего класса, а именно – увеличение доли занятых умственным квалифицированным трудом. Однако, в отличие от концепции постиндустриального развития, основная задача развития – это поддержание высоких темпов производства.

Еще одним важным аспектом постиндустриальной теории, часто упоминаемым современными неоиндустриалистами, является тезис о господстве крупных корпораций и постепенном их слиянии с государством. На постсоветском пространстве идеи новой индустриализации активно продвигаются рядом авторов, в том числе С. С. Губановым [7], по мнению которого именно неоиндустриализация в конечном итоге приведет к объединению корпораций с государством и созданию на их основе крупных вертикально-интегрированных государственных корпораций. В перспективе возникнет общественный строй, именуемый государственным капитализмом.

В подготовленном Всемирным банком докладе о мировом развитии утверждается, что некоторые регионы развиваются успешно благодаря территориальным изменениям, которые характеризуются тремя измерениями:

1) увеличение плотности, проявляющееся в росте городов;

2) сокращение расстояний по мере того, как работники и бизнес мигрируют ближе к узлам высокой экономической плотности;

3) снижение степени разобщенности (увеличение сплоченности) по мере того, как повышается проницаемость экономических границ и расширяются выходы на внешние, в том числе и мировые, рынки, чтобы воспользоваться преимуществами масштабного производства и специализации [9].

Таким образом, исходя из данной концепции, любая стратегия развития региона должна решать три основные проблемы, связанные с урбанизацией, территориальным развитием и межрегиональной (международной) интеграцией.

Современная модель глобализации рассматривает мировую экономику как многоуровневую систему глобальных регионов и городов [4]. Верхний уровень составляет сеть «ворот в глобальный мир», которая представляет собой компактные территории глобальных городов – мегаполисов. Они, являясь старопромышленными центрами, сегодня в основном выполняют функции транспортных узлов, финансовых центров и центров образования, науки и политического влияния, а также обеспечивают доступ к глобальной экономике обширным территориям, входящим в сферу их экономического и политического притяжения. В связи с этим актуальной стратегической задачей развития старопромышленной территории становится ее включение в многоуровневые сети глобальных городов и регионов.

В течение полугода после принятия Государственной стратегии регионального развития до 2020 г. всем регионам Украины предстоит большая работа по разработке собственных стратегий. Аналогичные документы придется разрабатывать и городам с численностью населения более 50 тыс. чел. В связи с этим актуализируется задача оценки состояния и перспектив развития региона и городов, расположенных на его территории, с учетом современных вызовов социально-экономическому развитию. Результаты оценки лягут в основу целей и задач Стратегии развития территории и целевых программ по ее практической реализации.

Оценка потенциала развития территории показывает уровень его зависимости от качества и скорости происходящих социально-экономических процессов и отношений. Поэтому

стратегия развития территории должна строиться с учетом уже произошедших изменений, включать в себя инструменты и механизмы управления ими и ускорения процессов модернизации в соответствии с целями и приоритетами территориального развития [13].

В данном исследовании авторы предприняли попытку оценить процессы модернизации отдельных городов Луганской области в контексте постиндустриального и неоиндустриального развития. Эти концепции доминируют в государственной политике многих стран мира, конкурируя между собой и определяя развитие отдельных из них.

Так, стратегия развития промышленности Европейского Союза построена на базе неоиндустриальной концепции. В марте 2010 г. в ЕС была принята новая европейская стратегия экономического развития – «Европа 2020: Стратегия разумного, устойчивого и интегрирующего роста». Один из ее разделов посвящен проблемам формирования и реализации новой промышленной политики Европы в условиях глобализации. Этот раздел предусматривает решение ряда задач, направленных на диверсификацию промышленности, создание сильной и конкурентоспособной промышленной базы, развитие разумного регулирования конкуренции и стандартизацию, улучшение деловой среды и активное использование энергосберегающих технологий.

За основу при оценке процессов модернизации была взята методика, предложенная для стран в работе [16], которая была адаптирована в Институте экономики промышленности НАН Украины для регионов и городов с учетом специфики системы статистического учета на постсоветском пространстве:

1. Показатель «число ученых и инженеров, полностью занятых в НИОКР на 10000 населения» был заменен показателем «численность работников научных организаций на 10000 населения». При определении численности работников научных организаций к учету были взяты только специалисты, выполняющие научные и научно-технические работы (исследователи и техники).

2. Показатель «число жителей, подающих заявки на патенты, на 1 млн жителей» был заменен показателем «численность авторов рационализаторских предложений на 1 млн жителей».

3. Отказ от индикатора «потребление энергии на душу населения» был вызван невозможностью получения статистической информации данного вида на уровне города.

4. В связи с тем, что отечественная система статистического учета на уровне города не рассчитывает ни общий показатель ВРП, ни показатель ВРП на душу населения, было принято решение от него отказаться. По тем же причинам было решено отказаться и от индикатора «ВВП на душу населения в условиях паритета покупательной способности». В качестве замены использовался показатель ВРП города, рассчитанный как произведение валового регионального продукта на душу населения и численности жителей города. Такой же подход был применен и при определении показателя валовой добавленной стоимости в сельском хозяйстве, промышленности и сфере услуг в силу тех же самых причин – отсутствия их статистического учета на уровне города.

5. Вышеназванные причины заставили отказаться от использования такого распространенного в развитых странах индикатора, как показатель энергетической эффективности. Этот показатель отражает эффективность энергетической сферы и рассчитывается как отношение ВВП на душу населения к потреблению энергии на душу населения.

6. Данные о распространенности сети Интернет среди жителей городов не были получены в связи с тем, что частные интернет-провайдеры не предоставляют свою информацию областным управлениям статистики.

7. Показатель ожидаемой продолжительности жизни при рождении в разрезе городов не ведется статистическими управлениями и поэтому при расчетах был принят на уровне областного значения.

В результате учета ограничений отечественной статистической базы оценка постиндустриальной и неоиндустриальной модернизации производилась с помощью системы индикаторов, приведенных в табл. 1. Часть индикаторов универсальная и поэтому используется при оценке как постиндустриальной стадии модернизации, так и неоиндустриальной модернизации. Для каждого оценочного индикатора с целью упрощения расчетов устанавливается его максимальное значение, которое не может превышать: для постиндустриальной модернизации – 120; неоиндустриальной модернизации – 100. Если значение оценочного индикатора больше 100 (120), то значение принимается равным 100 (120), и это означает, что по данному индикатору полностью осуществлена постиндустриальная или неоиндустриальная модернизация.

Таблица 1

## Оценочные индикаторы постиндустриальной и неиндустриальной модернизации (авт.)

Модернизация	Группа индикаторов	Индикатор	Интерпретация индикатора
Постиндустриальная модернизация	Инновации в знаниях	1. Финансирование инноваций в знаниях	Соотношение затрат на НИОКР и ВВП
		2. Человеческий вклад в инновации в знаниях	Число ученых и инженеров, полностью занятых в НИОКР, на 10000 населения
	Передача знаний	3. Доля лиц со средним образованием	Доля обучающихся в средних учебных заведениях среди населения соответствующего возраста (6–17 лет)
		4. Доля лиц с высшим образованием	Доля студентов, получающих высшее образование, среди населения студенческого возраста (18–25 лет)
	Качество жизни	5. Доля городского населения	Доля городского населения во всем населении
		6. Медицинские услуги	Число врачей на 1000 жителей
		7. Уровень детской смертности	Смертность детей в возрасте до 1 года на 1000 родившихся
		8. Ожидаемая продолжительность жизни	Ожидаемая продолжительность жизни при рождении
	Качество экономики	9. ВРП города	ВВП, произведенный предприятиями и организациями города
		10. Доля добавленной стоимости в материальной сфере	Доля сельскохозяйственной и индустриальной добавленной стоимости в ВВП
		11. Доля труда в материальной сфере	Доля лиц, занятых в сельском хозяйстве и промышленности
Неиндустриальная модернизация	Экономические индикаторы	1. ВРП города	ВВП, произведенный предприятиями и организациями города
		2. Доля добавленной стоимости в сфере услуг	Соотношение добавленной стоимости в сфере услуг и ВВП
		3. Доля занятых в сфере услуг	Соотношение занятых в сфере услуг и общей занятости
	Социальные индикаторы	4. Доля городского населения	Доля городского населения во всем населении
		5. Медицинские услуги	Число врачей на 1000 жителей
		6. Ожидаемая продолжительность жизни	Ожидаемая продолжительность жизни при рождении
	Индикаторы знаний	7. Финансирование инноваций в знаниях	Соотношение затрат на НИОКР и ВВП
		8. Совокупная доля студентов вузов	Доля студентов, получающих высшее образование, среди населения студенческого возраста (18–25 лет)

При выборе индикаторов огромное внимание было уделено индикаторам, способствующим оценке не только состояния (например, объем ВРП города или доля материальной стоимости), но и формирующих основу для дальнейшего развития. В первую очередь это касается человеческого капитала, выраженного в уровне образования и возможностях задействования его креативного потенциала для развития территории. Так, рассматривая феномен креативной

экономики в США, Р. Флорида выделяет следующие ее количественные параметры:

1. Систематическое инвестирование в креативность и форме затрат на НИОКР; начиная с 1950-х гг., инвестиции в НИОКР выросли с 5 до 250 млрд. долл., что составляет более 800 % с учетом инфляции.

2. Стабильный рост практической отдачи от исследований в течение последнего столетия, особенно во второй его половине [1].

3. Количество патентов, ежегодно выдаваемых в США, с 1900 по 1950 г. почти удвоилось – с 25 до 43 тыс., а затем более чем утроилось, составив 150 тыс. в 1999 г.

4. Существенное увеличение количества профессионалов, занятых креативной технической работой (инженеры, ученые): с 42 тыс. в 1900 г. до 625 тыс. в 1950 г. и 5 млн в 1999 г.; в 1900 г. на каждые 100 тыс. человек в США приходилось 55 ученых и инженеров, в 1950 г. – 400, в 1980 г. – более 1 тыс., в 1999 г. – более 1800 чел.

5. Значительное увеличение за последние 100 лет количества людей, работающих в области культуры и художественного творчества [19].

Каждому индикатору присваивается эталонное значение, с которым он сравнивается. Эталонные значения индикаторов, используемых при оценке постиндустриальной и неоиндустриальной модернизации, не изменяются. Результатом взвешивания индикаторов являются значения, отражающие его соответствие эталону, а среднеарифметическое данных значений представляют индексы постиндустриальной и неоиндустриальной модернизации [5].

В стандартизированном виде это выглядит следующим образом. Взвешивание индикатора производится по формуле:

а) для положительных (стимуляторов) индикаторов:

$$I_i = (PZ_{\text{инд}} / BZ_{\text{инд}}) \times 100; \quad (1)$$

б) для обратных (дестимуляторов) индикаторов:

$$I_i = (BZ_{\text{инд}} / PZ_{\text{инд}}) \times 100, \quad (2)$$

где  $I_i$  – индекс развития  $i$ -го оценочного индикатора;  $PZ_{\text{инд}}$  – реальное значение  $i$ -го оценочного индикатора;  $BZ_{\text{инд}}$  – базовое (стандартное) значение  $i$ -го оценочного индикатора.

Для постиндустриальной модернизации  $i = 1 \div 11$ ; для неоиндустриальной модернизации  $i = 1 \div 8$ .

Положительные индикаторы (стимуляторы) – это индикаторы, рост значения которых уско-

ряет процессы модернизации. К обратным индикаторам (дестимуляторам) относятся индикаторы, рост значения которых сдерживает процессы модернизации. К дестимуляторам постиндустриальной модернизации относятся следующие индикаторы: уровень детской смертности, доля добавленной стоимости в материальной сфере и доля труда в материальной сфере. Все остальные индикаторы являются стимуляторами. При расчете неоиндустриальной модернизации дестимуляторы не используются.

После взвешивания индикаторов определяются индексы групп индикаторов и интегральный индекс стадии модернизации [12]. Индекс постиндустриальной модернизации определяется на основании четырех групп индикаторов, а неоиндустриальной – трех. Формулы расчета индексов модернизации с учетом показателей, приведенных в табл. 1, выглядят следующим образом:

а) для постиндустриальной стадии модернизации:

$$\text{ИПМ} = (\text{ИЗ} + \text{ПЗ} + \text{КЖ} + \text{КЭ}) / 4, \quad (3)$$

где ИПМ – индекс постиндустриальной модернизации; ИЗ – индекс инноваций в знаниях ( $\text{ИЗ} = \sum I_i / 2, i = 1 \div 2$ ); ПЗ – индекс передачи знаний ( $\text{ПЗ} = \sum I_i / 2, i = 3 \div 4$ ); КЖ – индекс качества жизни ( $\text{КЖ} = \sum I_i / 4, i = 5 \div 8$ ); КЭ – индекс качества экономики ( $\text{КЭ} = \sum I_i / 3, i = 9 \div 11$ );

б) для неоиндустриальной модернизации:

$$\text{ИНИМ} = (\text{ЭИ} + \text{СИ} + \text{ИЗ}) / 3, \quad (4)$$

где ИНИМ – индекс неоиндустриальной модернизации; ЭИ – индекс экономических индикаторов ( $\text{ЭИ} = \sum I_i / 3, i = 1 \div 3$ ); СИ – индекс социальных индикаторов ( $\text{СИ} = \sum I_i / 3, i = 4 \div 6$ ); ИЗ – индекс индикаторов знаний ( $\text{ИЗ} = \sum I_i / 2, i = 7 \div 8$ );

Постиндустриальная модернизация состоит из нескольких фаз, которые отражают стадию развития процессов постиндустриальной модернизации (табл. 2). Фаза развития для неоиндустриальной модернизации не определяется.

Таблица 2

Классификация фаз и значения сигнальных индикаторов постиндустриальной модернизации (авт.)

Фаза	Доля добавленной стоимости в отраслях материального производства	Доля занятости в отраслях материального производства
Фаза расцвета	<20%	<20%
Фаза развития	≥20%, <30%	≥20%, <30%
Начальная фаза	≥30%, <40%	≥30%, <40%
Подготовительная фаза	≥40%, <50%	≥40%, <50%

Каждой фазе соответствуют следующие заданные значения: подготовительная фаза – 0; начальная фаза – 1; фаза развития – 2; фаза расцвета – 3. Расчет фазы, в которой находится развитие постиндустриальной модернизации, производится по формуле:

$$ФПМ = (Д_{ДСМП} + Д_{ЗАН}) / 2, \quad (5)$$

где  $Д_{ДСМП}$  – заданное значение фазы, определенное исходя из реального показателя добавленной стоимости материального производства ( $1 \div 3$ );  $Д_{ЗАН}$  – заданное значение фазы, определенное исходя из реального показателя доли занятости в материальном производстве в структуре общей занятости ( $1 \div 3$ ).

Проведенные расчеты позволили разделить выбранные для исследования города Луганской и Донецкой областей Украины на три группы: лидеры (> 70 пунктов), середняки (от 50 до 70 пунктов) и аутсайдеры ( $\leq 50$  пунктов) (табл. 3–4, расчеты и оценки осуществлялись еще в докризисный, довоенный период, подтверждая тем самым возможность использования предложенной методики). В связи с тем, что некоторые города Донецкой области за весь период исследования значительно меняли свой инте-

гральный показатель, разделение по категориям производилось по индексу 2010 году. Лидером постиндустриальной модернизации являлся город Луганск – интеллектуальный, производственный и культурный центр области. Среди середняков города Алчевск и Северодонецк, являющиеся крупными индустриальными центрами Луганской области, в каждом из которых производится более 22 % промышленной продукции региона.

На основе индикаторов, приведенных в табл. 2, была проведена оценка стадии развития постиндустриальной модернизации городов Луганской области. Результаты показали, что все города находятся в подготовительной фазе. Аналогичная ситуация сложилась и среди промышленных городов Донецкой области, Лишь города Донецк и Славянск на полшага впереди пелотона. Но и они, оторвавшись немного от преследователей, дальнейшего ускорения в сторону развития процессов постиндустриальной модернизации не проявляют [10]. Главным препятствием в ускорении процессов постиндустриальной модернизации городов обеих областей является ориентация их экономики на индустриальное развитие (табл. 3).

Таблица 3

**Индексы постиндустриальной модернизации некоторых промышленных городов Донецкой и Луганской областей (авт.)**

Города Луганской области	Годы				Города Донецкой области	Годы			
	2000	2005	2010	2013		2000	2005	2010	2013
<b>Лидеры</b>									
Луганск	58	72	71	71	Донецк	74	76	78	76
					Краматорск	66	72	71	76
<b>Средняки</b>									
Алчевск	55	62	67	66	Славянск	60	60	57	57
Северодонецк	55	68	59	56	Мариуполь	60	59	57	56
<b>Аутсайдеры</b>									
Свердловск	45	44	44	47	Артемовск	52	50	50	49
Стаханов	46	45	44	45	Енакиево	47	47	47	49
Рубежное	48	47	43	44	Макеевка	53	53	47	47
Антрацит	41	40	41	43	Авдеевка	42	45	43	43
Красный Луч	43	42	40	43	Горловка	53	43	41	41
Лисичанск	42	40	41	42	Красноармейск	38	41	36	37
Ровеньки	43	42	41	42	Харцызск	45	44	45	34

Среди лидеров неоиндустриального развития столицы каждой из исследуемых областей. Это лидерство обеспечено концентрацией на их территории транспортных, финансовых, обра-

зовательных и научных центров, наличием сильного политического влияния в регионе.

Согласно выбранному диапазону индекса модернизации, г. Рубежное Луганской области

вошел в группу городов-средняков по развитию неоиндустриальной модернизации (табл. 4). Все города, которые вошли в первые две группы (лидеры и средняки), достигли этого благодаря проведению на территории города научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, для которых необходимы квалифицированные кадры и соответствующие финансовые затраты [11].

В подавляющем количестве городов про-

цессы постиндустриализации и неоиндустриализации носят устойчивый затухающий характер, что требует внесения в стратегии развития области и городов срочных и решительных мер по изменению сложившихся тенденций. В противном случае на данных территориях возможно ускорение процессов деиндустриализации, что приведет к дальнейшей деградации промышленного и человеческого капитала этих двух областей (табл. 4).

Таблица 4

**Индекс неоиндустриальной модернизации некоторых промышленных городов Донецкой и Луганской областей (авт.)**

Города Луганской области	Годы				Города Донецкой области	Годы			
	2000	2005	2010	2013		2000	2005	2010	2013
<b>Лидеры</b>									
Луганск	69	69	71	71	Донецк	73	73	75	75
<b>Средняки</b>									
Алчевск	66	64	64	65	Краматорск	56	66	63	68
Северодонецк	63	62	59	60	Мариуполь	56	59	60	60
Рубежное	57	53	52	53	Славянск	50	56	53	57
					Макеевка	53	57	52	51
					Артемовск	48	51	51	51
<b>Аутсайдеры</b>									
Антрацит	50	48	50	50	Енакиево	46	47	49	50
Красный Луч	52	49	48	50	Авдеевка	40	41	43	44
Лисичанск	49	48	49	50	Горловка	52	46	44	43
Свердловск	50	48	49	50	Харцызск	44	45	46	37
Ровеньки	50	48	49	49	Красноармейск	35	42	35	36
Стаханов	51	48	49	49					

Стратегия развития Луганской области и ее промышленных городов должна была бы строиться (имеется в виду ситуация, если бы не было военных действий на этой территории) на основе модели неоиндустриализации, предполагающей развитие сферы высокотехнологичной индустрии, автоматизации и компьютеризации производительных сил, замене физического труда умственным, что кардинальным образом меняет характер труда и структуру трудового баланса города. Развитию подлежат отрасли и сектора экономики, использующие достижения фундаментальной и прикладной науки, инженерной и конструкторской мысли для увеличения доли автоматизации, компьютеризации и механизации рабочих мест, физического и умственного труда [17].

Переход на наукоемкие передовые технологии может спровоцировать революционные из-

менения в методах производства товаров. Это изменит всю основу формирования городов, которые до сих пор формировались за счет крупного промышленного производства. Изменения выразятся в уходе от крупномасштабного производства к современному индивидуальному производств. В свою очередь индивидуализация повлечет за собой отказ от некоторых технологических процессов, которые были отлажены до совершенства в индустриальную эпоху [20]. Доминирующий тип производства, при котором большим объемом выпуска изготавливается периодически повторяющаяся партия изделий в рамках ограниченной номенклатуры, уступит место современному индивидуальному производству, которое осуществляется отдельным человеком (индивидом) на совершенном компактном высокотехнологичном оборудовании (типа 3D-принтеров), но уже

с новыми более качественными характеристиками, чем это было при переходе к серийному производству в эпоху индустриализации.

Первые успехи уже есть. Например, создание 3D-принтеров, устройств, использующих метод послойного создания физического объекта по цифровой 3D-модели, привело к тому, что каждый сможет сделать себе именно то, что ему нужно, прямо на дому или в ближайшей мастерской. Возможности 3D-принтеров уже сейчас поражают воображение. С их помощью производят обувь, действующие пистолеты, протезы для человека, домашнюю утварь и многое другое. Сферы применения продукции, произведенной с помощью 3D-технологий, постоянно расширяются. Так, в Университете Южной Калифорнии был разработан 3D-принтер, способный построить отдельный дом площадью в 250 кв.м. в течение суток (Гигантский 3D принтер строит дом за 24 часа) [21]. Естественно, для их использования необходим очень важный нематериальный фактор – знания, позволяющие пользоваться этой технологией. Эти неоиндустриальные технологии дают возможность переносить производственные возможности если не домой, то в ближайший сервисный пункт. В результате мы может снова вернуться к ремесленничеству, но уже в новой его форме. В эпоху индустриализации, когда требовалось максимизация объединения рабочей силы и централизация управления, промышленность составляла единственное содержание понятия индустрии. С развитием постиндустриализации термин «индустрия» стал применяться и к другим отраслям, таким как туризм, кинематограф, образование, здравоохранение или сфера развлечений. Здесь термин «индустрия» используется как синоним массовости производства или оказания услуг.

Скорость перехода социально-экономического развития Донецкой и Луганской областей и их городов в новое качество зависит от эффективности взаимодействия и уровня консолидации усилий власти, крупных корпораций, науки и общества, оформленное в виде долгосрочной стратегии развития региона и городов и детализированное в кратко- и среднесрочных программах по реализации основных стратегических направлений развития [15]. Сегодня, по мнению авторов, это единственный инструмент модернизации местных органов власти, который при правильном использовании может в ближайшем будущем дать существенный социально-экономический эффект.

Наилучшим способом реализации такого программно-стратегического подхода в Донбассе будет сотрудничество в рамках государственно-частного партнерства следующих структур – отечественных крупных корпораций (СКМ, ДТЭК, «Метинвест», «Донецксталь», ИСД, Group DF и т. п.), международных аудиторско-консалтинговых фирм высокого уровня («Эрнст энд Янг», «Прайс Вотерхаус Куперс» и т. п.) и отечественных экспертно-научных организаций НАН и МОН Украины (Институт экономики промышленности, Институт экономико-правовых исследований, Донецкий национальный технический университет, Донецкий национальный университет, Донецкий государственный университет управления, Национальный институт стратегических исследований и его Донецкий филиал, Луганский национальный университет им. Т. Шевченко, Восточнoукраинский национальный университет им. В. Даля, Луганский национальный аграрный университет и т. п.) и органов городского самоуправления. Это взаимодействие может быть оформлено в форме ответствующего консорциума (см. рисунок).

**Государственно-частное партнерство – консорциум**

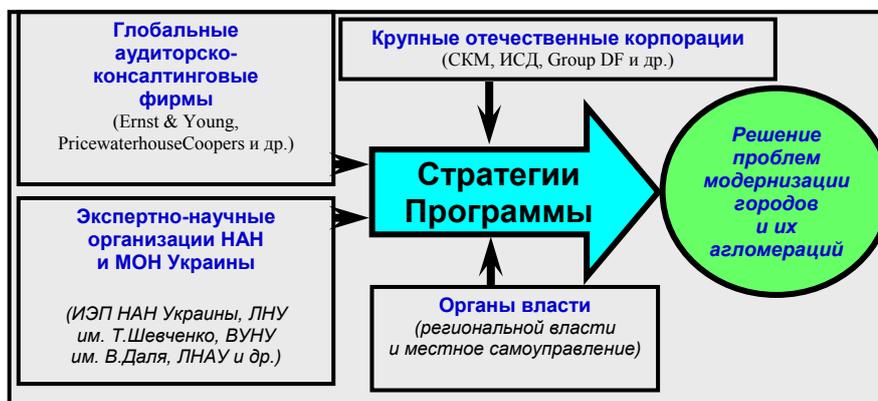


Схема взаимодействия субъектов в рамках ГЧП

Опыт такого эффективного взаимодействия в Донбассе есть. В результате многолетнего сотрудничества Донецкого горисполкома с Институтом экономики промышленности НАН Украины была подготовлена Стратегия социально-экономического развития города Донецка на период до 2020 года, которая успешно реализовывалась (до начала военных действий) через ряд долгосрочных программ. Разработанная Стратегия в 2008 году завоевала первое место в конкурсе аналогичных документов местного самоуправления, проходившего в г. Москве [22].

Стратегия развития г. Луганска была разработана в сотрудничестве с Национальным институтом стратегических исследований. В г. Донецке на основании Стратегии развития города до 2020 года городским советом совместно с Институтом экономики промышленности НАН Украины были разработаны «Программа инвестиционного развития города Донецка на период до 2020 года», «Комплексная программа «Энергосбережение в г. Донецке на 2010–2015 гг.», «Целевая программа развития и поддержки малого и среднего предпринимательства в городе на период до 2020 года», «Общие методические положения по развитию элементов региональной инфраструктуры микрострахования и гарантирования кредитов малому предпринимательству» и ряд других.

Значительное внимание уделяется изучению проблем получения агломерационного эффекта от взаимодействия городов региона Донбасс [2; 3; 14]. Это связано в первую очередь с развитием вертикальных и горизонтальных механизмов использования возможностей городов-ядер, способных оказать положительное влияние на социально-экономические комплексы городов-спутников, проявляющееся в росте производственного и интеллектуального потенциалов, в развитии производственной и социальной инфраструктуры, в становлении новых перспективных отраслей производства городской агломерации.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аганбегян, А. Г. Модернизация реального сектора экономики: пространственный аспект / А. Г. Аганбегян, Н. Н. Михеева, Г. Г. Фетисов // Регион: экономика и социология. – 2012. – № 4. – С. 7–44.
2. Амоша, А. И. Ответственность отечественных корпораций в развитии малого бизнеса в контексте стратегии модернизации промышленных городов / А. И. Амоша, Е. В. Котов, В. И. Ляшенко // Вісник Донецького державного університету управління «Менеджер». – 2013. – № 3 (65). – С. 9–20.
3. Амоша, А. И. Развитие малого бизнеса – ведущая форма социальной ответственности крупных отечественных корпораций в модернизации городов своего присутствия / А. И. Амоша, Е. В. Котов, В. И. Ляшенко // Політика корпоративної соціальної відповідальності в контексті сталого соціально-економічного розвитку: матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (секція 2 «Стратегія інституційного розвитку соціально орієнтованої економіки України»), м. Донецьк, 5–6 грудня 2013 р. – Донецьк: Донецький державний університет управління, 2013. – С. 19–22.
4. Андерссон, А. Ворота в глобальную экономику / А. Андерссон, Д. Андерссон. – М., 2001. – 464 с.
5. Антонова, О. И. Региональная дифференциация смертности от внешних причин / О. И. Антонова // Вопросы статистики. – 2007. – № 10. – С. 17–22.
6. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество / Д. Белл. – М.: Академия, 2004. – 578 с.
7. Губанов, С. С. Державний прорив. Неоіндустріалізація Росії та вертикальна інтеграція / С. С. Губанов. – М.: Книжний мир, 2012. – 224 с.
8. Гэлбрейт, Дж. Новое индустриальное общество / Дж. Гэлбрейт: пер. с англ. – М.: ООО «Издательство АСТ»; ООО «Транзиткнига»; СПб.: Тетра Fantastica, 2004. – 602 с.
9. Доклад о мировом развитии 2009. Новый взгляд на экономическую географию. Обзор. Программа развития Организации Объединенных Наций (ПРООН). – М.: Издательство «Весь Мир». – 2010. – 48 с.
10. Замараев, Б. Замедление экономического роста в России / Б. Замараев, А. Киоцевская, А. Назарова, Е. Суханов // Вопросы экономики. – 2013. – № 8. – С. 4–34.
11. Замараев, Б. Финансовые ограничения вслед за инвестиционной паузой / Б. Замараев, А. Назарова, Е. Суханов // Вопросы экономики. – 2014. – № 10. – С. 4–43.
12. Зубаревич, Н. В. Выход из кризиса: региональная проекция / Н. В. Зубаревич // Вопросы экономики. – 2012. – № 4. – С. 67–83.
13. Котов, Е. В. Оценка уровня модернизации городов и регионов при разработке стратегий опережающего развития / Е. В. Котов, В. И. Ляшенко // Устойчивое развитие экономики: опережающее развитие / В. А. Подсолонко, Е. А. Подсолонко, В. Н. Храпко и др. – Симферополь: ДИАИПИ, 2013. – 610 с.
14. Котов, Е. В. Оценка социально-экономического потенциала модернизации промышленного региона: монография / Е. В. Котов, В. И. Ляшенко // Актуальные проблемы социально-экономического развития государства, регионов, предприятий и предпринимательства. – Львів: Українська академія друкарства, 2013. – С. 105–108.
15. Михеева, Н. Н. Структурные факторы региональной экономики: измерения и оценка / Н. Н. Михеева // Пространственная экономика. – 2013. – № 1. – С. 11–32.
16. Обзорный доклад о модернизации в мире и Китае (2001–2010) / пер. с англ. под общ. ред. Н. И. Лапина; предисл. Н. И. Лапина, Г. А. Тосунян. – М.: Изд-во «Весь Мир», 2011. – 256 с.
17. Оболенский, В. Внешнеэкономические связи России: некоторые уроки глобального кризиса / В. Оболенский // Вопросы экономики. – 2012. – № 5. – С. 87–100.
18. Павлов, К. В. Модернизация и инновационное развитие экономики на разных уровнях управленческой иерархии: монография / К. В. Павлов. – Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2014. – 344 с.
19. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2007. – 421 с.
20. Чернявский, А. В. Проблемы сбалансированности региональных бюджетов и пути их решения / А. В. Чернявский // Финансы. – 2014. – № 8. – С. 21–25.
21. <http://naked-science.ru> – Режим доступа: <http://naked-science.ru/article/hi-tech/gigantskii-3d-printer-stroit-dj>
22. Лукьянченко, А. А. Стратегия социально-экономического развития города Донецка на период до 2020 года: монография / А. А. Лукьянченко, Г. А. Гришин, А. И. Амоша и др. / НАН Украины. Ин-т економіки промисловості; Донецький державний університет управління. – Донецьк, 2008.

УДК 332.14

*Е. А. Петрова, В. В. Калинина, А. В. Шевандрин***ОЦЕНКА ИНТЕРАКТИВНОСТИ ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ  
В РЕГИОНАХ РФ\*****Волгоградский государственный университет**

В работе представлен подход к созданию системы показателей оценки интерактивности систем регионального управления и проведена апробация построения интегрального показателя по регионам Российской Федерации. Предлагаемая методика оценки интерактивности системы регионального управления включает следующие этапы: формирование системы показателей по эндогенным факторам данного процесса для системного анализа его результатов, сбор и первичную обработку показателей по выделенным факторам, интегрирование показателей и сравнение результатов как по выделенным группам, так и по системе показателей в целом. Таким образом, в рамках исследования для оценки интерактивности системы территориального управления авторами предлагается учитывать три транзакционных фактора: информационный, институциональный и организационный, каждый из которых декомпозируется на показатели более низкого уровня. Сформированная таким образом структура интегрального показателя оценки интерактивности системы территориального управления отражает инициативно-целевую функцию государственной власти. В результате апробации методики выделены 5 групп регионов по значению интегрального показателя с использованием метода интервалов.

*Ключевые слова:* региональная экономика, посткризисная рецессия, интерактивность органов исполнительной власти, региональный рост.

*E. A. Petrova, V. V. Kalinina, A. V. Shevandrin***ASSESSMENT OF INTERACTIVITY OF EXECUTIVE AUTHORITIES  
IN REGIONS OF THE RUSSIAN FEDERATION****Volgograd State University**

In the work approach to creation of system of indicators of an assessment of interactivity of systems of regional government is presented and approbation of creation of an integrated indicator on regions of the Russian Federation is carried out. The offered technique of an assessment of interactivity of system of regional government includes the following stages: formation of system of indicators on endogenous factors of this process for the system analysis of its results, collecting and preprocessing of indicators on the allocated factors, integration of indicators and comparison of results both on the allocated groups, and on system of indicators in general. Thus, within research for an assessment of interactivity of system of territorial administration by authors are suggested to consider three factors: information, institutional and organizational, each of which are divided into indicators of lower level. The structure of an integrated indicator of an assessment of interactivity of system of territorial administration created thus reflects initiative criterion function of the government. As a result of approbation of a technique 5 groups of regions on value of an integrated indicator with use of a method of intervals are allocated.

*Keywords:* executive authorities of the region, electronic government, interactivity of system of territorial administration.

**Введение**

В условиях решения задач совершенствования системы управления экономикой региона органами государственного регионального управления особое внимание уделяется процессам взаимодействия администраций регионов как с населением, так и с бизнес-сообществом. По мнению Ю. А. Тихомирова, создание и развитие электронного правительства является ключевым направлением технологий такого взаимодействия в регионе [5]. Электронное правительство региона является не просто особым институтом регионального управления, но одним из компонентов системы управления в целом. Этот институт трансформирует внутренние и внешние отношения органов государст

венной власти субъектов РФ и учреждений на основе IT-технологий и Интернета для оптимизации предоставляемых услуг, расширения социальной субъектной базы государственного управления и рационализации внутренних процессов организаций, а также отвечает за инициативно-целевую функцию управления.

В процессе распространения ИКТ (информационно-коммуникационных технологий) меняются общественные отношения и та роль, которую выполняет при этом правительство. Существует целый ряд причин, в силу которых правительство вынуждено менять спектр услуг и способ их предоставления. Изменения в реальном и виртуальном мире затрагивают традиционные основы государственной деятельно-

© Петрова Е. А., Калинина В. В., Шевандрин А. В., 2016

\*Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках проекта проведения научных исследований («Транзакционный механизм модернизации системы территориального управления в условиях преодоления посткризисной рецессии»), проект № 15-12-34016.

сти в тех или иных сферах социально-экономической жизни. ИКТ связывают правительства, рынки, гражданское общество. А. А. Ежнаев утверждает: «образование новых средств массовой информации и развитие ИКТ способствуют повышению уровня ответственности правительства перед обществом и позволяют гражданам оказывать большее влияние на процесс принятия решений правительством» [2].

В рамках анализа данного процесса актуальным становится формирование подходов к созданию совокупности показателей оценки интерактивности систем регионального управления и выработка методов для приведения их в сопоставимый вид для сравнения. В основе решения данной задачи необходимо придерживаться следующих действий:

- произвести отбор и сформировать структуру показателей интерактивности власти и уровня развития электронного правительства по группам;
- отнормировать и привести показатели в сопоставимый вид;
- рассчитать интегральный показатель и провести ранжирование регионов.

Данная оценка связана с необходимостью учета многих факторов. При этом одних количественных показателей информатизации (обеспеченность компьютерами, доля организаций, имеющих свой сайт и т. п.) недостаточно для того, чтобы оценить реальную открытость и интерактивность органов власти, а также использования ими новых ИКТ.

Следовательно, такая комплексная оценка должна быть многосторонней и представлять собой систему показателей, отличающихся характером, направленностью, интенсивностью влияния и характеризующих не только информатизацию региона в различных аспектах, как считает И. В. Скопина [4], но и уровень интерактивности власти.

Интерактивность (от англ. interaction – взаимодействие) – категория, характеризующая многообразие взаимодействий и отношений на межличностном, групповом, институциональном уровнях. Интерактивность предполагает обмен (информацией, объектами), интерпретацию, стандартизацию сообщений (взаимодействия).

В современных концепциях формирование программ по созданию электронного правительства рассматривается как система межорганизационных отношений, включающая политическую координацию, внедрение политиче-

ских решений и предоставление публичных услуг, и основывается, по мнению В. Гриднева, на таких принципах, как «направленность на потребности граждан, экономическая эффективность и открытость для общественного контроля и инициативы» [1].

### Цель исследования

Одним из главных компонентов проектирования систем оценок в этом направлении является исследование востребованности государственных услуг, предоставляемых в электронном виде со стороны граждан и делового сообщества, выявления основных целевых групп, способности и готовности субъектов региональной экономики запрашивать и получать услуги в интерактивном режиме.

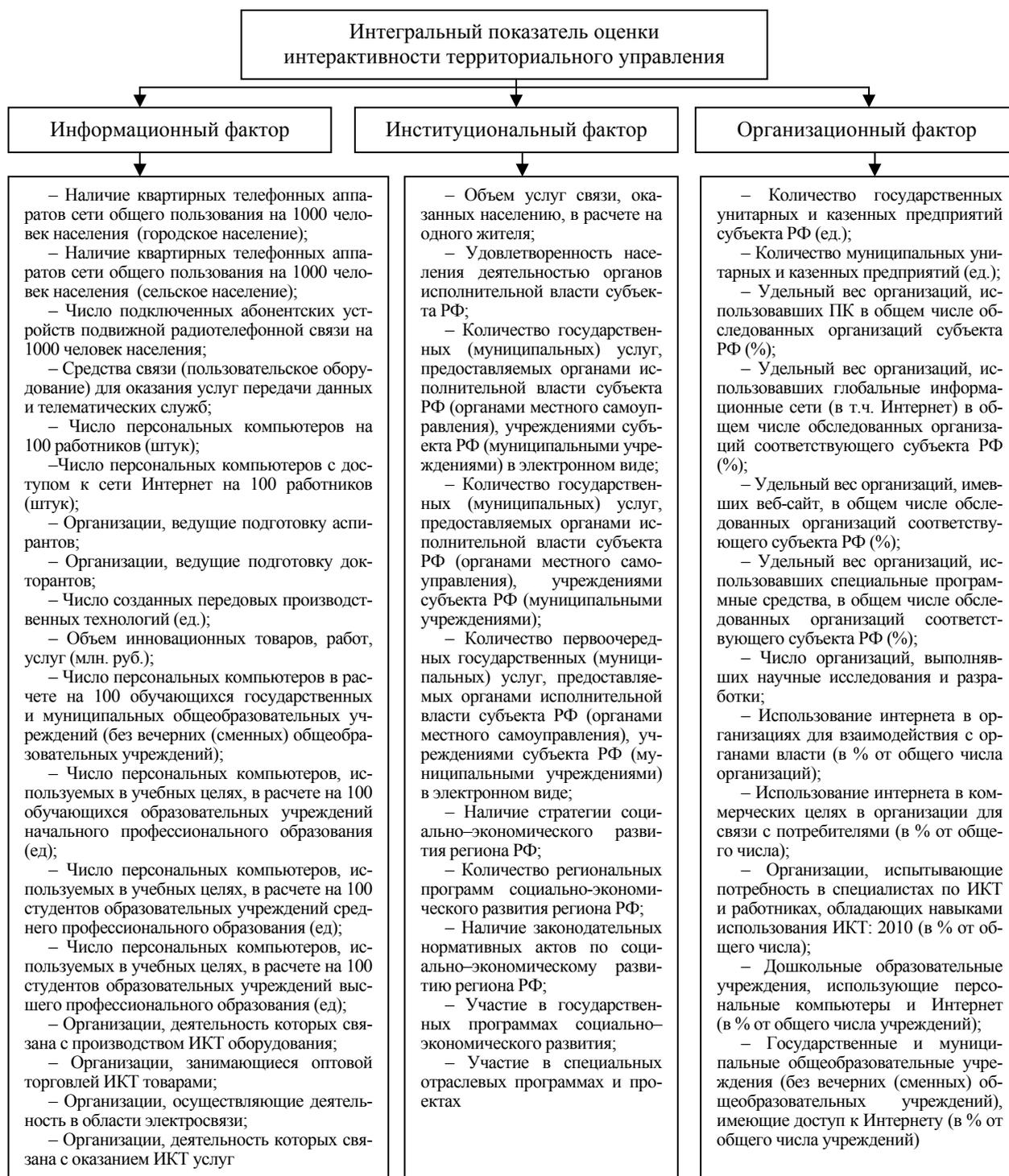
В связи с этим целью данного исследования является разработка комплексной системы индикаторов, в ней необходимо интегрировать максимальное число факторов и условий, от которых зависит интерактивность власти и развитие проектов ЭП в регионах. Индикаторы данной системы должны быть прозрачными и доступными для проведения расчетов и получения оценок. Также должна быть обеспечена полная совместимость и сопоставимость показателей для разных условий их измерений, а также применения этих индикаторов в различных регионах страны. Иными словами, система должна быть инвариантна по отношению к оцениваемым объектам и к условиям проведения этих оценок [3].

### Результаты исследования

Методика оценки интерактивности системы регионального управления должна включать формирование системы показателей по эндогенным факторам данного процесса для системного анализа его результатов с соответствующим им характеристиками. Кроме того, описываемые процессы формируют транзакционные факторы развития хозяйственных систем мезоуровня, без развития которых невозможно преодоление последствий экономического кризиса, который также усиливается введением против РФ санкций. Таким образом, в рамках исследования для оценки интерактивности системы территориального управления были выделены три основных фактора: информационный, институциональный и организационный (см. рисунок). Первая подсистема показателей «Информационный фактор» характеризует уровень развития информационного общества и отражает состояние сете-

вой информационной инфраструктуры региона, в том числе доступность для населения среды Интернет, состояние информационного сектора экономики региона. Вторая подсистема «Институциональный фактор» содержит показатели, характеризующие присутствия региональных органов власти в сети Интернет, то есть харак-

теризуют интерактивность органов власти и результаты развития проектов электронного правительства. Третья подсистема «Организационный фактор» характеризует организационную инфраструктуру, востребованность электронных услуг со стороны делового сообщества, развитие сектора электронной коммерции.



Структура интегрального показателя оценки интерактивности системы территориального управления

Источники: сост. авт.

В данном исследовании нормализованное значение показателя субъекта РФ рассчитывалось по максиминному методу. Интегрирование показателей осуществлялось по аддитивной модели как на уровне отдельного фактора, так и в целом по всей системе показателей, так как относительно изучаемых процессов все три блока показателей по экспертным оценкам, проведенным авторами в ходе апробации предлагаемой методики, имеют равнозначное влияние на изучаемый процесс (1, 2):

$$R_j = \sum_{i=1}^n Z_{ji}, \quad (1)$$

где  $Z_{ji}$  – нормализованное значение показателя;

$$R = R_1 + R_2 + R_3, \quad (2)$$

где  $R_i$  – итоговое значение по каждой группе показателей.

Для выделения групп регионов по значению интегрального показателя оценки интерактивности территориального управления используется метод интервалов. Следует вычислить границы интервалов с помощью стандартного отклонения от значения медианы. В результате получено 5 групп регионов РФ (см. таблицу).

Группы регионов по оценке интерактивности территориального управления (за 2013 год)

Интервалы	Регионы	Значение R
1 группа Интервал (<6,0)	Республика Ингушетия	3,81
2 группа Интервал (от 6,0 до 9,0)	Карачаево Черкесская Республика	6,22
	Чеченская Республика	6,88
	Курская область	7,35
	Республика Тыва	7,40
	Республика Дагестан	7,58
	Брянская область	7,96
	Тамбовская область	8,07
	Забайкальский край	8,28
	Амурская область	8,46
	Республика Северная Осетия Алания	8,50
	Орловская область	8,63
	Республика Коми	8,81
Омская область	9,03	
3 группа Интервал (от 9,0 до 12,0)	Кабардино Балкарская Республика	9,22
	Республика Марий Эл	9,23
	Республика Адыгея	9,25
	Республика Калмыкия	9,25
	Еврейская автономная область	9,34
	Республика Бурятия	9,39
	Тульская область	9,41
	Саратовская область	9,47
	Алтайский край	9,64
	Курганская область	9,65
	Республика Саха (Якутия)	9,72
	Кировская область	9,74
	Удмуртская Республика	9,84
	Республика Мордовия	9,89
	Республика Алтай	9,97
	Рязанская область	10,02
	Архангельская область	10,13
	Смоленская область	10,15
Вологодская область	10,15	

Окончание таблицы

Интервалы	Регионы	Значение R
	Пензенская область	10,26
	Калужская область	10,26
	Ульяновская область	10,29
	Волгоградская область	10,33
	Липецкая область	10,41
	Псковская область	10,57
	Тверская область	10,58
	Иркутская область	10,59
	Чувашская Республика	10,61
	Астраханская область	10,64
	Ивановская область	10,66
	Костромская область	10,69
	Красноярский край	10,75
	Оренбургская область	10,79
	Владимирская область	10,98
	Республика Башкортостан	11,01
	Воронежская область	11,33
	Ростовская область	11,36
	Пермский край	11,48
	Новгородская область	11,53
	Камчатский край	11,67
	Челябинская область	11,74
	Республика Хакасия	11,77
	Калининградская область	11,84
Магаданская область	12,01	
Ярославская область	12,05	
Мурманская область	12,06	
Белгородская область	12,07	
4 группа Интервал (от 12,0 до 15,1)	Ставропольский край	12,16
	Хабаровский край	12,23
	Новосибирская область	12,43
	Самарская область	12,79
	Кемеровская область	12,92
	Сахалинская область	13,06
	Краснодарский край	13,14
	Республика Татарстан	13,14
	Чукотский автономный округ	13,26
	Приморский край	13,31
	Нижегородская область	13,45
	Республика Карелия	13,65
	Свердловская область	14,10
	Тюменская область	14,18
Томская область	14,79	
5 группа Интервал (от 15,1 и более)	г. Санкт Петербург и Ленинградская область	20,00
	г. Москва и Московская область	28,64

Источник: сост. авт.

Анализ выделенных групп показывает резкую дифференциацию регионов, наиболее высокое значение итогового показателя у Москвы, Московской области, Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Разрыв лидеров с наиболее низким значением по Республике Ингушетия составил 7,5 раза. Остальные группы однородны и показывают поступательное движение в развитии технологий электронного правительства.

Данные расчетов позволяют определить уровни интерактивности системы регионального управления, развития электронного правительства регионов и зоны их отставания по различным категориям, выработать рекомендации и корректирующие мероприятия.

Предложенная методика может использоваться для комплексного мониторинга проектов электронного правительства, оценки качества предоставляемых государственных услуг в электронном виде, интерактивности системы регионального управления для регионов России.

#### Выводы

Предлагаемая система индикаторов имеет комплексный характер, интегрирует максимальное число факторов и условий, от которых зависит развитие проектов электронного правительства, интерактивности власти в регионах. Отбор показателей по блокам производился с учетом прозрачности и доступности для проведения расчетов и получения оценок. Кроме того, предлагаемая методика обеспечивает полную совместимость и сопоставимость показате-

телей для разных условий их измерений, а также применение этих индикаторов в различных регионах страны, то есть система инвариантна по отношению к оцениваемым объектам и к условиям проведения этих оценок. Распространение технологий электронного правительства в значительной степени зависит от готовности использования интерактивных сервисов субъектами хозяйствования, возможностей доступа к Интернету и непосредственно связано с уровнем благосостояния граждан и социально-экономическим развитием российских регионов.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Гриднев, В.* Про термин «электронное правительство» – подборка определений / В. Гриднев. – Режим доступа: URL: <http://www.gridnev.info/?p=64> (дата обращения: 25.09.2015).
2. *Енжаев, А. А.* Функциональное регулирование процессов формирования информационной экономики: автореф. дис. ... канд. экон. наук / А. А. Енжаев. – Саратов, 2009. – 16 с.
3. *Калинина, А. Э.* Методологические аспекты формирования и развития электронного правительства региона / А. Э. Калинина, Е. А. Петрова, А. Ф. Соколов // Экономика региона. Научный информационно-аналитический журнал. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2008. – № 4 (16). – С. 188–2011.
4. *Скопина, И. В.* Индикативный, критериальный и комплексный подходы к оценке эффективности системы регионального управления / И. В. Скопина // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2010. – № 2 (22). – Режим доступа: URL: <http://www.uecs.ru/demografiya/item/173-2011-03-23-08-45-01> (дата обращения: 26.09.2015).
5. *Тихомиров, Ю. А.* Публичное право / Ю. А. Тихомиров. – М.: Изд-во БЕК, 1995. – С. 102.

# МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ В ЭКОНОМИКЕ

УДК 336.22

*Е. А. Самсонов*

## МОДЕРНИЗАЦИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТАРИЯ В НАЛОГОВОМ ПЛАНИРОВАНИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

**Иркутский государственный университет путей сообщения**

Настоящая статья посвящена научно-практическим проблемам, связанным с оценкой результативности стимулирующих механизмов использования налоговых инструментов в деятельности организаций, с точки зрения оптимизации финансовых показателей, установленных налоговым законодательством. Содержит подробные разъяснения, касающиеся методологии развития применения новых инвестиционных налоговых инструментов и их влияние на налоговую нагрузку организаций.

*Ключевые слова:* налоговые льготы, налоговый доход, налоговое планирование, налоговый менеджмент, результативность налогообложения, анализ налогов.

*E. A. Samsonov*

## MODERNIZATION OF USE OF TOOLKIT IN TAX PLANNING IN THE ORGANIZATION

**Irkutsk State University of Railway Transport**

Present clause is devoted to the scientifically-practical problems, connected with an estimation of productivity of stimulating mechanisms of use of tax tools in activity of the organizations, from the point of view of optimization of the financial parameters established by the tax laws. Contains the detailed explanations, developments of application of new investment tax tools concerning to methodology and their influence on tax loading of the organizations.

*Keywords:* tax privileges, the tax income, tax planning, tax management, productivity of the taxation, the analysis of taxes.

Налоговое планирование представляет собой одну из важнейших составных частей финансово-хозяйственного планирования организации и неотделимо от общей деятельности хозяйствующего субъекта в современных условиях. Оно является неперенным и непосредственным ее элементом и должно осуществляться на всех ее системных уровнях и эшелонах.

Поэтому под налоговым планированием понимают деятельность организаций, направленную на оптимизацию налоговых баз и платежей. Но в то же время налоговое планирование призвано стать регулятором и индикатором, наряду с планом маркетинга и производства, процесса управления организацией, ибо оптимизация налогового портфеля не всегда отвечает стратегическим потребностям хозяйствующего субъекта.

Таким образом, важнейшим направлением модернизации налогового планирования являются интеграционные вопросы, заключающиеся в упорядочивании финансово-хозяйственной деятельности в соответствии с действующем законодательством (налоговым и гражданским)

и стратегией развития качества работы организации, используя инструменты налогового планирования [1].

Рассмотрение инструментов налогового планирования как системы налогового планирования расширяет его понимание как процесса принятия управленческого решения на основе системного подхода к взаимодействию субъекта и объекта управления.

Взаимодействие субъекта и объекта налогового планирования осуществляется через постановку новых стратегических и тактических целей организации. Это важное звено системы планирования, от которого зависит выбор налоговых форм, методов, используя в своей деятельности инструменты налогового планирования.

Эффективность налогового планирования определяется прежде всего достижением новых инновационных управленческих целей. С учетом сказанного можно схематично построить взаимосвязь влияния элементов налогового планирования как системы управления налоговыми доходами и расходами хозяйствующего субъекта (табл. 1).



Следовательно, налоговое планирование в организации должно основываться на новых особых направлениях модернизации налогового инструментария, учитывающих современные новые принципы налогообложения и влияние оптимизационных изменений налоговых баз на разные налоги.

Составление налоговых моделей, схем и методик при рассмотрении новых управленческих решений и определение критериев выбора оптимального варианта – очень серьезный аспект планирования и прогнозирования.

Как правило, сначала принимается решение, например, о выпуске продукции или создании нового структурного подразделения, про-

изводятся определенные действия (юридические, финансовые, производственные и пр.), осуществляются финансово-материальные вложения и лишь потом, в момент непосредственного расчета суммы уплаты налогов, выясняется, какие налоговые платежи, в какой сумме, в какой бюджет уплачиваются и какие при этом могли быть альтернативные действия применения налоговых инструментов [4].

На взгляд автора, для того, чтобы выбрать наиболее оптимальный налоговый инструментарий для проведения хозяйственных операций, целесообразно применить ситуационный метод планирования, который представлен на рис. 1.

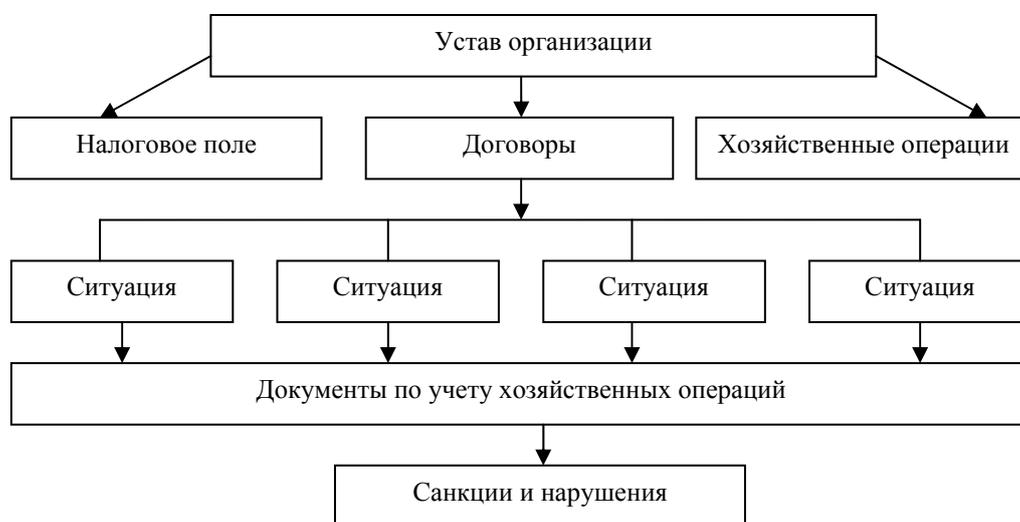


Рис. 1. Ситуационный метод налогового планирования в организации

В первом блоке определяется спектр основных налогов и сборов, которые надлежит уплачивать организации, уточняются ставки, налоговые льготы и формируется налоговое поле организации.

Особенно необходимо обратить внимание на применение в практике организаций в современных условиях налоговых льгот, которые являются важнейшим инструментом, позво-

ляющим серьезным образом повлиять на результаты финансово-экономических показателей организаций, а также стимулировать инвестиционную деятельность в зависимости от конъюнктуры рынка.

Имеющаяся в настоящее время статистическая налоговая отчетность позволяет произвести количественную оценку представленных субъектами федерации налоговых льгот (табл. 2).

Таблица 2

Структура налоговых льгот, представленных в Российской Федерации, по уровню их установления субъектами федерации, %

Налоговый период	Всего представленных льгот		
	федеральным законодательством	региональным законодательством	муниципальным законодательством
2010	47,72	52,28	17,28
2011	52,21	47,79	18,79
2012	54,41	45,59	20,59
2013	54,35	45,65	20,41
2014	55,21	43,18	18,21

Из таблицы видно, что в структуре налоговых льгот по федеральным, региональным и муниципальным налогам в последние годы темпы роста объемов доходов, выпадающих из бюджетов разных уровней в результате использования льгот, не увеличиваются, следовательно, организации не так активно используют в своей практике данный инструмент налогового планирования.

Во втором блоке формируется система договорных отношений (сделок) организации с учетом формирования налогового поля.

Любая организация ежедневно заключает со своими партнерами большое количество хозяйственных договоров. Поэтому необходимо про-

вести прогнозную оценку основных рыночных факторов, оказывающих влияние на налогообложение сделки [5].

Реализация налогового планирования в рамках договорной политики осуществляется в несколько этапов (табл. 3).

При выборе формы договора необходимы точные формулировки предмета договора. При составлении формулировок можно опираться: на экономическую обоснованность расходов организаций; документальное (нормативное) подтверждение, необходимое для признания их уменьшающими налогооблагаемые базы по налогам организаций.

Таблица 3

#### Последовательность оценки использования договоров (сделки) в рамках налогового планирования

Этапы	Характеристика этапа
1. Подготовительный	Производится исследование законодательства, изучаются налоги, с которыми придется столкнуться в процессе ведения бизнеса, их ставки. Формируется налоговое поле
2. Основной	Производится предварительная оценка хозяйственной деятельности организации. Далее необходимо осуществить моделирование деятельности. Используя все возможные варианты отражения финансово-хозяйственных ситуаций, производят расчет финансовых и экономических результатов, а также налоговой нагрузки по хозяйственному договору (сделке)
3. Аналитический	Определяются основные налоговые инструменты, которые можно использовать в процессе оптимизации налоговых баз. Сюда относят налоговые льготы, специальные режимы налогообложения
4. Заключительный	На этом этапе происходит создание схемы оптимального налогообложения организаций. Происходит расчет налоговых обязательств

Организациям при заключении договора (сделки) необходимо обращать внимание на законодательство, которое включает следующие договорные сделки:

- реальные, направленные на выполнение уставной деятельности организации;
- мнимые, заключаемые лишь с целью получения налоговых выгод и без намерения создать соответствующие ей правовые последствия; эти сделки ничтожны (ст. 170 ГК РФ);
- притворные, совершаемые с целью сокрытия других договорных сделок; они также считаются ничтожными (ст. 170 ГК РФ) [2].

В третьем блоке подбираются типичные финансово-хозяйственные операции, которые организации предстоит выполнять ежедневно или эпизодически.

Хозяйствующим субъектам необходимо выбрать одну из моделей налогового учета с учетом степени его автономности по отношению к системе бухгалтерского учета и внедрить на основе выбранных моделей налоговые регистры в экономическую деятельность организации.

Модели внедрения налогового учета может быть следующие.

Модель 1 предполагает использование новых налоговых аналитических регистров учета, при этом налоговый учет ведется одновременно с бухгалтерским учетом. Преимуществом этой модели является возможность получить данные для формирования налоговой базы по налогам и сборам непосредственно из налоговых регистров. Общим для бухгалтерского и налогового учета являются лишь первичные документальные источники (рис. 2).

В основу модели 2 положены данные, формируемые в системе бухгалтерского учета. Предлагаемая модель позволяет снизить объем работы специалистов-экономистов, поскольку и для бухгалтерского учета, и для налогового учета используются одни и те же налоговые регистры, которые разработали организации. Комбинированные налоговые регистры могут быть использованы, когда порядок группировки и учета объектов и финансово-хозяйственных операций для определения налоговых баз не отличаются от порядка, установленного правилами финансового учета (рис. 3).



Рис. 2. Модель 1. Формирование показателей налоговой декларации

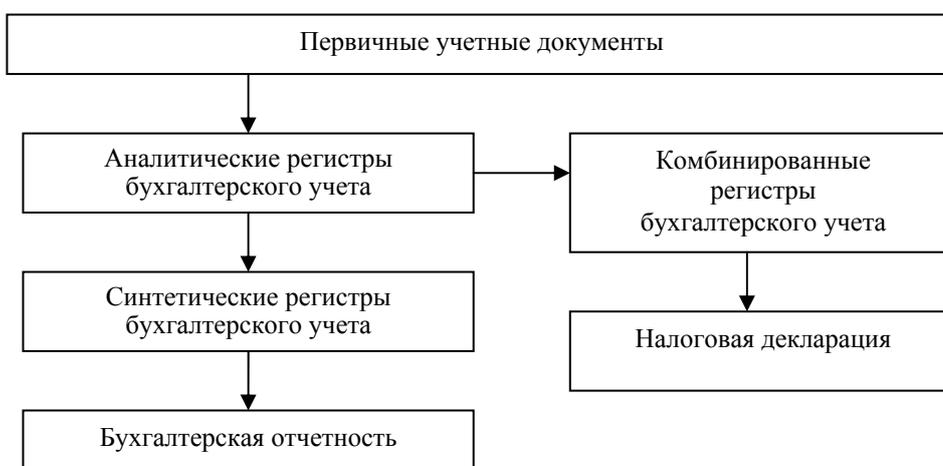


Рис. 3. Модель 2. Формирование показателей налоговой декларации

Следует заметить, что приведенная схема соответствует организации налогового учета по налогу на прибыль.

В модели 3 используются регистры и бухгалтерского, и налогового учета. Основанием

для внедрения новых аналитических регистров налогового учета являются не первичные учетные документы, а регистры бухгалтерского учета, которые сближают две системы учета (рис. 4).

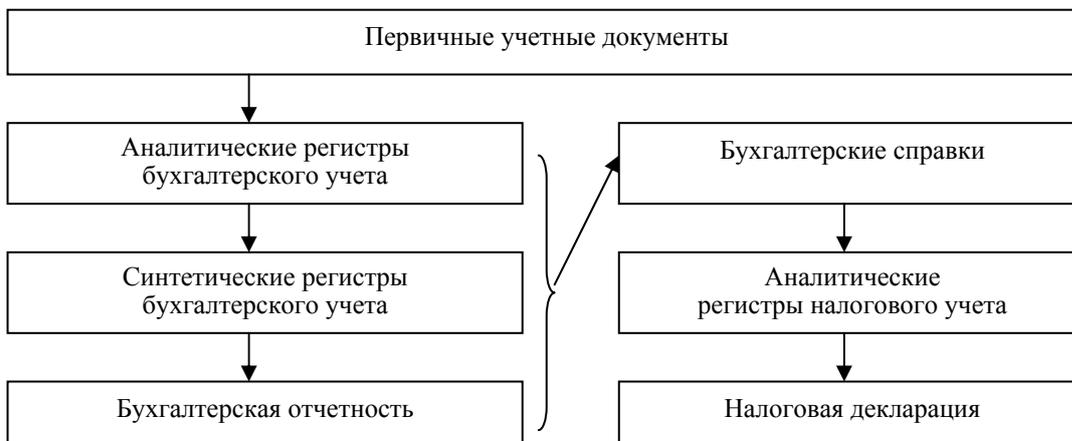


Рис. 4. Модель 3. Формирование показателей налоговой декларации

Далее разрабатываются различные ситуации с учетом уже выполненных финансово-хо-

зяйственных наработок, охватывающие самые разнообразные стороны экономической жизни

организаций, реализуемые в разных вариантах. На основе всестороннего исследования и прогнозирования ситуации выбираются оптимальные варианты, которые оформляются в виде блоков бухгалтерских проводок.

В пятом блоке из оптимальных ситуационных блоков финансово-хозяйственных операций формируется реальный журнал хозяйственных операций, который и служит основой налогового расчета налоговых баз.

Последний блок – контрольный. В нем целесообразно сопоставлять полученные финансово-хозяйственные результаты с возможными

потерями, обусловленными штрафными и другими санкциями.

Для уменьшения возникновения ошибок и противоречий налогового законодательства и арбитражной практики при исчислении налогов важно в ежедневной работе использовать набор стандартных кодировок блоков финансово-хозяйственных операций. Кроме того, необходимо осуществлять мероприятия для оценки эффективности механизма внутреннего налогового контроля в организации. Этапы оценки можно представить следующим образом (табл. 4).

Таблица 4

**Этапы оценки эффективности механизма внутреннего налогового контроля в деятельности организации**

Этап	Характеристика этапа
1	Провести построчный анализ налоговых деклараций с использованием разработанных организацией аналитических таблиц
2	Проверить правильность формирования налогооблагаемых баз путем анализа данных аналитического налогового учета
3	Проверить расчет налоговых обязательств перед бюджетом
4	Выявить расхождения между данными, рассчитанными экономистом на основании аналитического налогового учета, и данными, отраженными в налоговых декларациях
5	Выяснить причины расхождения
6	Отразить всю полученную информацию в отчете о проделанной работе с приложением всех аналитических налоговых таблиц
7	Дать квалифицированное налоговое заключение и рекомендации по исправлению замечаний, сделанных экономистом, проводящим налоговый контроль в организации

Налоговое планирование предполагает увеличение финансово-хозяйственных результатов при экономии налоговых расходов, а также решает задачу использования в соответствии с финансовым законодательством новых налоговых инструментов. При этом необходимо учитывать налоговые риски, связанные с использованием налоговых инструментов.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Основные направления налоговой политики Российской Федерации на 2013 год и на плановый период

2014 и 2015 годов // СПС «КонсультантПлюс».

2. Гражданский кодекс Российской Федерации // СПС «КонсультантПлюс».

3. Вещунова, Н. Л. Бухгалтерский и налоговый учет / Н. Л. Вещунова. – М.: Проспект, 2010. – 848 с.

4. Гринкевич, Л. С. Проблемы и перспективы современного этапа реформирования российской налоговой системы / Л. С. Гринкевич // Финансы и кредит. – 2005. – № 32. – С. 69–71.

5. Самсонов, Е. А. Современные методические подходы к налоговому планированию договорных сделок / Е. А. Самсонов // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2014. – Вып. 3–1. – С. 267–272.

УДК 51-77

*М. В. Коротеев, К. А. Беляйцева***ТЕОРЕТИКО-ИГРОВОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЯВЛЕНИЙ  
ИНФОРМАЦИОННОЙ АСИММЕТРИИ НА РЫНКЕ ТРУДА****Волгоградский государственный технический университет**

В данной работе рассмотрен подход к моделированию проявлений информационной асимметрии на рынке труда с использованием математических методов теории игр. Предложена классификация информационной асимметрии исходя из нелинейного понимания субъективной полезности информации. Данный подход может быть полезен как основа имитационного моделирования поведения рыночных субъектов, а также как метод, продуцирующий предпосылки к статистической обработке информации о таком поведении.

*Ключевые слова:* асимметрия информации, рынок труда, теория игр, равновесие по Нэшу, нелинейная модель.

*M. V. Koroteev, K. A. Belyaytseva***GAME-THEORETIC MODELING OF INFORMATION ASYMMETRY  
MANIFESTATIONS IN THE LABOR MARKET****Volgograd State Technical University**

In this paper an approach for modeling manifestations of information asymmetry in the labor market with the use of mathematical methods of game theory is proposed. The classification of information asymmetry on the basis of a of non-linear understanding of the subjective usefulness information. This approach may be useful as a basis for simulation of behavior of market actors, as well as a method for producing the prerequisites for statistical processing of the information about this behavior.

*Keywords:* asymmetry of information, labor market, game theory, Nash equilibrium, nonlinear model.

На протяжении своего существования человечество использовало физический труд как главный ресурс. Однако с истечением времени физический труд начал вытесняться интеллектуальным и творческим трудом. Люди становились добытчиками информации. В наш век информация приобрела высшую форму – знание. Работа с информацией стала главным трудом нашего времени. Информации сейчас настолько много, что большая часть населения развитых стран занимается добытием, хранением, переработкой и реализацией информации.

С учетом того, что информации сейчас слишком много, у людей наблюдается информационная перенасыщенность, что не делает всю информацию достоверной, а наоборот, дает человеку сделать выбор в пользу той, нужной ему информации, которую он посчитает более подходящей для него. Так же большое количество информации в одной сфере не может гарантировать такое же ее количество в другой сфере, или же она не будет доступна не всем, кто в ней нуждается. Такое явление принято называть «информационной асимметрией».

Данный термин был использован в начале 1960-х годов Кеннетом Эрроу. Описан он впервые был Джорджем Акерлофом в работе «Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм» в 1970 году. Автор в данной работе показывает математическую модель рынка с несовершенной информацией, напри-

мер, при покупке подержанного автомобиля продавец предоставляет покупателю не всю информацию о состоянии авто.

Тема информационной асимметрии довольно актуальна и в наши дни, так как такое явление зачастую можно наблюдать на рынке товаров и услуг, труда, информации и т. д.

Ю. Н. Лебедева в своей диссертационной работе обращает внимание на то, что информационная асимметрия приводит к бюрократизации и коррупции из-за недоступности необходимой субъекту информации [1].

Также В. Я. Цветков относит информационную асимметрию к фактору рисков и предлагает каскадный метод минимизации риска принятия решений при информационной асимметрии [2]. Данный метод заключается в разбиении общего решения на этапы и осуществляется путем введения контроля на каждом этапе за результатом промежуточного решения.

Самыми распространенными видами информационной асимметрии являются асимметрия объективности информации, достоверности информации, полноты информации, точности информации, актуальности информации и полезности информации.

Данную проблему рассмотрел С. Б. Дондиков, указывая на присутствие информационной асимметрии на образовательном рынке, начиная с фазы подачи документов в вуз и вплоть до его окончания [3].

На взгляд авторов, наиболее ярко информационная асимметрия наблюдается на рынке труда. Для того, чтобы пронаблюдать это, не нужно углубляться в его структуру. Для начала достаточно рассмотреть ситуацию на стадии найма работников. На этом этапе работодатель не знает настоящего потенциала работника. Однако ему доступен ряд других характеристик, таких как: образование, возраст, пол, национальность, опыт работы, которые принимаются как главная информация о качестве рабочей силы, возможностях и способностях работника.

Еще один аспект информационной асимметрии наблюдается в том, что многие фирмы завышают заработную плату, объясняя это тем, что она обязывает к более напряженному труду и обуславливает более высокие потенциальные потери для работников в случае их увольнения.

Однако одни фирмы завышают заработную плату, другие же не предоставляют данные о заработной плате вообще, считая это коммерческой тайной. Иногда, даже закрывая данные, имеющие немаловажное значение для тех, кто ищет место работы, фирмы стремятся расширить границы коммерческой тайны.

Существование информационной асимметрии на рынке труда несет за собой последствия. Важнейшими из них являются: неадекватность экономического поведения субъектов рынка труда, усиление дискриминации при найме на работу и в оплате труда по полу и возрасту, рост фрикционной безработицы.

Экономическое поведение субъектов рынка во многом зависит от информационной асимметрии. Конкретным примером в данной области могут являться серьезные просчеты в прогнозировании социально-экономических показателей, такого как процент населения с доходом выше прожиточного минимума.

Информационная асимметрия также вносит свой вклад в усиление дискриминации. Люди, чей возраст приближается к пятидесяти-шестидесяти годам, практически теряют возможность получения желаемой работы, что неблагоприятно сказывается на их состоянии как психическом и физическом, так и возможности вложения средств в образование своих детей.

Особое влияние информационная асимметрия имеет на фрикционную безработицу. Из-за отсутствия полной информации об условиях работы ее поиск занимает более долгий промежуток времени, что и ведет к росту фрикционной безработицы.

Информационная асимметрия на рынке труда, по мнению авторов, в большей степени имеет место ввиду следующих факторов недоверности информации со стороны работника и работодателя. Со стороны работника можно выделить следующие недоверности информации: о профессиональных навыках; ожидаемой заработной плате; профессиональной истории. Со стороны работодателя – следующие недоверности информации: о заработной плате принимаемого на должность работника; должностных обязанностях принимаемого на должность работника.

Владение информацией работником и работодателем можно представить на графике, где  $x$  – количество информации,  $y$  – полезность информации с делением на зоны А, В и С. Зона А – это недостаточность информации, когда никто из участников не обладает полной информацией и не может представить себе полную картину реальности, зона В – это равновесие информации и зона С – переизбыток информации, когда ее количество растет, но полезность уменьшается.

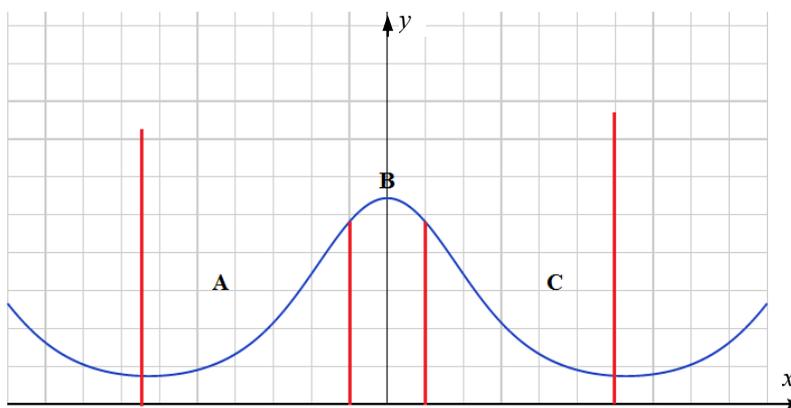


График полезности информации

Можно выделить два подхода к результату информационной асимметрии на рынке труда: первый – объективный (классический) подход, когда информация о знаниях работника и заработной плате являются неполными; второй – поведенческий, когда поведение работника выгодно работодателю и поведение работодателя выгодно работнику.

Второй подход можно рассмотреть в качестве биматричной игры, в которой стратегии игроков колеблются в пределах от -2 до 2:

-2 – участнику не выгоден данный исход;

-1 – участнику не совсем не выгоден данный исход;

0 – участнику не важен исход;

1 – участнику не совсем выгоден данный исход;

2 – участнику выгоден данный исход.

Стратегии игроков:

стратегия  $A_1$  – работник занижает представления о заработной плате должности;

стратегия  $B_1$  – работодатель занижает заработную плату;

стратегия  $A_2$  – работник объективно оценивает заработную плату должности;

стратегия  $B_2$  – работодатель объективно оценивает заработную плату должности;

стратегия  $A_3$  – работник завышает представления о заработной плате должности;

стратегия  $B_3$  – работодатель завышает заработную плату (табл. 1).

Таблица 1

Матрица стратегий работника и работодателя

Работодатель \ Работник	$B_1$	$B_2$	$B_3$
$A_1$	-1;2	0;2	0;2
$A_2$	-1;0	1;1	2;1
$A_3$	0;0	-1;-1	2;-1

Для начала необходимо исключить заведомо невыгодные стратегии игроков 1 (работника) и 2 (работодателя). Для этого нужно проверить каждую стратегию игрока 1 (работника) на доминируемость:

а) стратегия  $A_1$  доминируется смешанной стратегией  $0,5 \cdot A_2 + 0,5 \cdot A_3$ , тогда:

$$1. U_1(B_1, A_1) = -1 < U_1(B_1, 0,5 \cdot A_2 + 0,5 \cdot A_3) = 0,5 \cdot (-1) + 0,5 \cdot 0 = -0,5$$

$$2. U_1(B_2, A_1) = 0 = U_1(B_2, 0,5 \cdot A_2 + 0,5 \cdot A_3) = 0,5 \cdot (-1) + 0,5 \cdot 1 = 0$$

$$3. U_1(B_3, A_1) = 0 < U_1(B_3, 0,5 \cdot A_2 + 0,5 \cdot A_3) = 0,5 \cdot 2 + 0,5 \cdot 2 = 2;$$

б) стратегия  $A_2$  доминируется смешанной стратегией  $0,5 \cdot A_1 + 0,5 \cdot A_3$ , тогда:

$$1. U_2(B_1, A_2) = -1 < U_2(B_1, 0,5 \cdot A_1 + 0,5 \cdot A_3) = 0,5 \cdot (-1) + 0,5 \cdot 0 = -0,5$$

$$2. U_2(B_2, A_2) = 1 > U_2(B_2, 0,5 \cdot A_1 + 0,5 \cdot A_3) = 0,5 \cdot 0 + 0,5 \cdot (-1) = -0,5$$

$$3. U_2(B_3, A_2) = 2 > U_2(B_3, 0,5 \cdot A_1 + 0,5 \cdot A_3) = 0,5 \cdot 0 + 0,5 \cdot 2 = 1;$$

в) стратегия  $A_3$  доминируется смешанной стратегией  $0,5 \cdot A_1 + 0,5 \cdot A_2$ , тогда:

$$1. U_3(B_1, A_3) = 0 < U_3(B_1, 0,5 \cdot A_1 + 0,5 \cdot A_2) = 0,5 \cdot (-1) + 0,5 \cdot (-1) = -1$$

$$2. U_3(B_2, A_3) = -1 < U_3(B_2, 0,5 \cdot A_1 + 0,5 \cdot A_2) = 0,5 \cdot 0 + 0,5 \cdot 1 = 0,5$$

$$3. U_3(B_3, A_3) = 2 > U_3(B_3, 0,5 \cdot A_1 + 0,5 \cdot A_2) = 0,5 \cdot 0 + 0,5 \cdot 2 = 1.$$

Из расчетов видно, что стратегия  $A_1$  является доминируемой по отношению к стратегиям  $A_2$  и  $A_3$ , и, следовательно, ее можно исключить из игры, так как она является заведомо невыгодной для игрока 1 (работника).

В табл. 2 представлена матрица стратегий работника и работодателя без доминируемой стратегии  $A_1$ .

Таблица 2

Матрица стратегий работника и работодателя без доминируемой стратегии  $A_1$

Работодатель \ Работник	$B_1$	$B_2$	$B_3$
$A_2$	-1;0	1;1	2;1
$A_3$	0;0	-1;-1	2;-1

У игрока 2 (работодателя) не нужно искать доминируемые стратегии, а лишь исключить дублирующую стратегию  $B_3$ .

Таким образом, матрица принимает вид (табл. 2).

Таблица 2

Матрица стратегий работника и работодателя без доминируемых стратегий  $A_1$  и  $B_1$

Работодатель \ Работник	$B_2$	$B_3$
$A_2$	1;1	2;1
$A_3$	-1;-1	2;-1

Далее найти седловую точку – стратегию, удовлетворяющую исход одновременно работника и работодателя. При этом следует использовать метод максиминной свертки:

а) взять исходы работника по строчкам и выбрать из них минимальный: 1)  $\min(-1; 1) = -1;$

2)  $\min(0; -1) = -1$ . Из полученных минимумов по столбцам найти максимум:  $\max(-1; -1) = -1$ ;

б) взять исходы работодателя по столбцам и выбрать из них минимальный: 1)  $\min(0; 0) = 0$ ; 2)  $\min(1; -1) = -1$ ; 3. Из полученных минимумов по столбцам найти максимум:  $\max(0; -1) = 0$ .

Таким образом, исходя из метода максимальной свертки, пересечение стратегий  $A_2B_1$  показывает наиболее вероятное развитие событий, а именно: занижение заработной платы со стороны работодателя и адекватную оценку ценности со стороны работника.

Проверить данный исход на равновесие по Нэшу:

1. При выборе игроком 1 (работником) стратегии  $A_2$  игроку 2 (работодателю) выгоднее выбрать стратегию  $B_2$ .

2. При выборе игроком 2 (работодателем) стратегии  $B_1$  игроку 1 (работнику) нет необходимости менять стратегию  $A_2$  на стратегию  $A_3$ .

Таким образом, данная игра не имеет равновесия по Нэшу в чистых стратегиях.

Найти равновесие по Нэшу в смешанных стратегиях. Для этого необходимо присвоить:

– вероятности стратегиям игрока 1 (работника):

1) для стратегии  $A_2 - (p)$ ;

2) для стратегии  $A_3 - (p-1)$ ;

– вероятности стратегиям игрока 2 (работодателя):

1) для стратегии  $B_1 - (q)$ ;

2) для стратегии  $B_2 - (q-1)$ .

Получатся ожидаемые выигрыши:

– для игрока 1 (работника):

$$-p + (1-p) = 0 - (1-p)$$

$$3p = 2$$

$$p = 2/3$$

и, следовательно,  $(1-p) = 1/3$ ;

– для игрока 2 (работодателя):

$$0 + 0 = 1q - (1-q)$$

$$2q = 1$$

$$q = 1/2$$

и, следовательно,  $(1-q) = 1/2$ .

По равновесию Нэша, работник объективно оценивает заработную плату должности с вероятностью  $p = 2/3$  и занижает представления о заработной плате с вероятностью  $p = 1/3$ , а работодатель с одинаковыми вероятностями  $q = 1/2$  занижает заработную плату и объективно оценивает заработную плату должности.

Изучая тему информационной асимметрии, невольно замечаешь, что она проходит красной

нитью через отношения всех субъектов рынка, существующих в российской экономике. Данная проблема требует теоретических и практических разработок для уменьшения, а в дальнейшем и устранения ее влияния на экономическую систему в целом.

На данный момент не существует эффективного подхода к имитационному моделированию поведения экономических субъектов на рынке труда, исходящих из неклассических, бихевиористских представлений о полезности информации. Представление о нелинейном характере такой гипотетической функции полезности, равно как и о субъективном толковании оной в зависимости от роли субъекта в системе рыночных отношений, может иметь определенную ценность в свете возможности применения математических методов статистической обработки информации, теоретико-игрового моделирования стратегий поведения рыночных субъектов и имитационного моделирования такого поведения, как однократного, так и повторяющегося.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Лебедева, Ю. Н.* Информационная асимметрия и эффективность деятельности государственных структур в России [Электронный ресурс] / Ю. Н. Лебедева, Л. В. Антосик // Вестник Института дружбы народов Кавказа «Экономика и управление народным хозяйством». – 2011. – № 3 (19). – Режим доступа: <http://www.volsu.ru/struct/institutes/worldconomy/economictheory/employees/publication.php?id=000007508>

2. *Цветков, В. Я.* Информационная асимметрия как фактор рисков принятия решений [Электронный ресурс] / В. Я. Цветков // European Researcher. – 2014. – Vol. (86), № 11–1. – Режим доступа: [http://www.erjournal.ru/journals\\_n/1416771076.pdf](http://www.erjournal.ru/journals_n/1416771076.pdf)

3. *Дондоков, С. Б.* Недобросовестное поведение вузов в образовательных отношениях: причины и меры противодействия [Электронный ресурс] / С. Б. Дондоков // Вопросы экономики и права. – 2010. – № 11. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/2011/06/18/1267352339/14.pdf>

4. *Бодров, О. Г.* Анализ трудового оппортунизма сотрудников фирмы [Электронный ресурс] / О. Г. Бодров, Ш. М. Валитов, А. М. Туфетулов // Известия. – 2014. – Вып. 18. – № 4 (131). – Режим доступа: [http://www.vstu.ru/files/vstu\\_periodical/1788/upload/2014-04.pdf](http://www.vstu.ru/files/vstu_periodical/1788/upload/2014-04.pdf)

5. *Сырбу, А. Н.* Рынок трудовых ресурсов России: факторы, влияющие на динамику его развития [Электронный ресурс] / А. Н. Сырбу // Известия ВолгГТУ : межвуз. сб. науч. ст. № 4 (131) / ВолгГТУ. – Волгоград, 2014. – Вып. 18. – Режим доступа: [http://www.vstu.ru/files/vstu\\_periodical/1788/upload/2014-04.pdf](http://www.vstu.ru/files/vstu_periodical/1788/upload/2014-04.pdf)

6. *Кетько, Н. В.* Система поддержки принятия решений при управлении мотивацией труда на предприятии [Электронный ресурс] / Н. В. Кетько // Известия ВолгГТУ : межвуз. сб. науч. ст. № 5 (108) / ВолгГТУ. – Волгоград, 2013. – Вып. 15. – Режим доступа: [http://www.vstu.ru/files/vstu\\_periodical/1788/upload/2013-05.pdf](http://www.vstu.ru/files/vstu_periodical/1788/upload/2013-05.pdf)

УДК 336.1

*С. Э. Цвирко***МОДЕЛИРОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СУВЕРЕННЫМИ ФОНДАМИ****Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации**

В статье представлен подход к формированию модельного, информационного и организационного обеспечения управления суверенными фондами. Показаны необходимость трансформации сырьевого богатства в финансовые активы и значение суверенных фондов. Проанализированы организационная структура и инвестиционные стратегии суверенных фондов. Предложены подходы к моделированию управления суверенными фондами.

*Ключевые слова:* суверенный фонд, Резервный фонд, Фонд национального благосостояния, эффективность, управление, моделирование.

*S. E. Tsvirko***MODELLING OF SOVEREIGN WELFARE FUNDS' MANAGEMENT****Financial University under the Government of the Russian Federation**

The article presents an approach to the formation of the model, informational and organizational support of the sovereign welfare funds' management. The necessity of transformation of commodity wealth into financial wealth and the significance of sovereign welfare funds were proven. Organizational structure and investment strategies of sovereign funds were analyzed. Approaches to the modelling of sovereign welfare funds' management were suggested.

*Keywords:* sovereign welfare fund, Reserve fund, National welfare fund, efficiency, management, modelling.

**1. Актуальность трансформации сырьевого богатства в финансовое**

В мировой экономике происходят масштабные изменения. Модель экономического роста, обеспечивавшая значительный рост развивающихся стран с начала XXI в., перестала работать, что может привести к новой волне мирового финансового кризиса. В то время как экономика развитых стран модернизируется, происходят технологическая и новая промышленная революции, многие развивающиеся страны не могут отказать от опоры на сырьевой экспорт.

На сырьевых рынках, в том числе нефтяном, наблюдаются структурные изменения. Известно, что на саммите ОПЕК, проходившем 4 декабря 2015 г., участники не договорились об ограничениях в добыче нефти. Увеличивают добычу и страны, не входящие в картель, в частности Россия, нарастившая в 2015 г. добычу на 1,4 %. В последующую за саммитом ОПЕК неделю баррель нефти марки Brent подешевел на 14 %, цена по состоянию на 11 декабря 2015 г. составила менее 40 долларов за баррель. Российский сорт марки Urals подешевел еще больше, до 35,74 долларов за баррель. В ноябре 2015 г. добыча стран-участниц ОПЕК достигла трехлетнего максимума – 31,7 млн баррелей в сутки при квоте в 30 млн. [4].

К снижению цены на нефть приводит замедление в Китае. Вследствие низкой цены запасы нефти в странах ОЭСР достигли макси-

мума с 1984 г. В 2016 г. снятие санкций с Ирана может увеличить поставки еще на 0,5–1 млн баррелей в сутки. По прогнозу Международного энергетического агентства, предложение нефти будет превышать спрос весь 2016 г., ее запасы в хранилищах продолжают расти. Возможностей для хранения нефти все меньше [4]. Как результат, цена на нефть может продолжить свое падение.

Экспортерам сырья необходимо адаптироваться к новым условиям. Усиливается потребность в диверсификации экономики, развитии потенциала внутри страны и более эффективного управления имеющимися резервами.

В странах, полагающихся на экспорт природных ресурсов, необходимо обратить внимание на несколько моментов:

– природные ресурсы являются истощимыми, по этой причине ограничен временной горизонт соответствующего экспорта, от которого зависит государственный бюджет;

– цены на сырьевые товары являются непредсказуемыми, поэтому поступления от их экспорта изменчивы, что может вызвать колебания в государственных расходах;

– в таких условиях налогово-бюджетная политика подвержена значительным рискам. У стран могут быть ограничены возможности по составлению бюджетных прогнозов и осуществлению необходимых государственных инвестиций [1, с. 19].

Российская Федерация также относится к странам с значительной зависимостью от конъюнктуры мировых цен на сырьевые ресурсы, в том числе энергоносители. Значение объема накопленных резервов и результатов их инвестирования возросло в текущем периоде низких цен на нефть. Необходима выработка стратегии и конкретных механизмов эффективного управления имеющимися резервами, в том числе средствами суверенных фондов России.

## 2. Понятие и значение суверенных фондов

Создание государственных финансовых резервов тесно связано с функционированием суверенных фондов. Суверенным фондом является государственный инвестиционный фонд, активы которого могут включать различные финансовые инструменты, например, акции, облигации, а также имущество, драгоценные металлы и т. д. Суверенные фонды – это относительно новый класс участников мирового финансового рынка, но уже обладающих значительными средствами [9]. Совокупный объем средств под управлением суверенных фондов в июле 2015 г. составил 7,2 трлн долл. США [7].

Согласно функциональному подходу, суверенным фондом называется «обособленный фонд (пул активов), учрежденный государством, и находящийся в прямой государственной собственности, конечным бенефициаром которого является население страны (региона) в целом» [5, с. 13]. Использование средств суверенного фонда можно рассматривать как антикризисный инструмент, позволяющий восполнить снижающиеся во время кризиса доходы бюджета, стабилизировать финансовые рынки, обеспечив ликвидность. Интересно, что в условиях мирового кризиса суверенные фонды, традиционно вкладывающие значительную часть активов за рубежом, меняли свою стратегию, переориентируясь на внутренние рынки. Это было связано с тем, что приток зарубежного капитала на рынки стран-владельцев суверенных фондов сократился, и государственные фонды вынуждены были замещать иностранных инвесторов. Вкладывая средства суверенных фондов внутри страны, правительства поддерживают стоимость национальных компаний, не дают национальным активам переходить в руки иностранных инвесторов и способствуют росту курса национальной валюты, поскольку для инвестиций внутри страны продают имеющуюся в резервах иностранную валюту [9].

Суверенный фонд выполняет, как минимум, одну из следующих функций: «сберегательную, среднесрочной макроэкономической стабилизации, развития национальной экономики, высокодоходного управления государственными финансовыми активами». Дополнительными функциями, выполняемыми суверенным фондом, являются: «стерилизационная функция, управление государственными долями в компаниях, пенсионное обеспечение» [5, с.14].

Таким образом, суверенные фонды играют важную роль в проведении макроэкономической политики, достижении финансовой стабильности, решении прочих задач.

## 3. Организационная структура и инвестиционные портфели суверенных фондов

Как правило, суверенные фонды формируются за счет средств от экспорта какого-либо сырьевого ресурса. В некоторых случаях суверенные фонды пополняются не за счет доходов от экспорта природного сырья, а из других источников – за счет профицита государственного бюджета в целом, доходов от приватизации или зарубежной финансовой помощи.



Рис. 1. Основные элементы деятельности суверенного фонда

Источники: составлено по [10, с. 8].

Обычно суверенные фонды создаются за счет обособления части валютных резервов государств, в том числе находящихся в ведении центральных банков. Исходя из общемировой практики, можно утверждать, что суверенные фонды ведут достаточно активную инвестици-

онную политику, инвестируя в менее ликвидные и более рискованные активы, обеспечивающие доходность выше, чем типичные вложения в золотовалютные резервы [12].

Особенностями суверенных фондов традиционно являются долгосрочность инвестиций, толерантность к краткосрочным колебаниям доходов, ограничение спекулятивных сделок. Инвестиции суверенных фондов – это крупные сделки: 31 % всех публично объявленных сделок составляет сумму от 1 до 2,5 млрд долл. США, 28 % – от 2,5 до 5 млрд долл. США, 9 % – более 5 млрд долл. США [14, с. 11].

Оптимальная инвестиционная стратегия суверенного фонда должна соответствовать целям, установленным при создании суверенного фонда. Цели также определяют структуру управления суверенным фондом и требования к отчетности суверенного фонда (рис. 1).

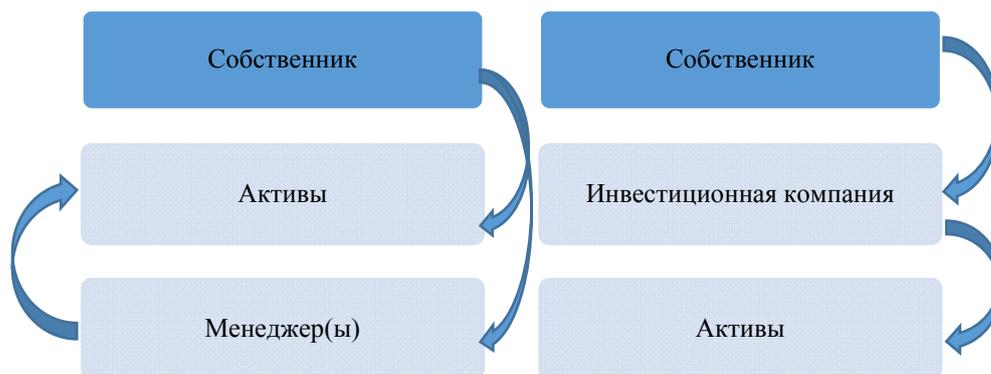


Рис. 2. Модели управления суверенными фондами

Источник: составлено по [10, с. 11].

В менеджерской модели собственник пула активов, учреждающий суверенный фонд (например, Правительство или Министерство финансов) предоставляет инвестиционный мандат менеджеру активов. В рамках данной модели выделяются три основных варианта:

- активами управляет Центральный банк по инвестиционному мандату от Министерства финансов;

- Правительством создается отдельная организация, призванная управлять средствами фонда;

- Министерство финансов напрямую уполномочивает одного или нескольких внешних (частных) инвестиционных менеджеров управлять средствами фонда.

В модели инвестиционной компании Правительство как собственник активов учреждает инвестиционную компанию, которая владеет активами фонда. Такой подход обычно применяется в случае прямых инвестиций средств фонда; когда помимо цели достижения доход-

Эффективное функционирование суверенных фондов возможно лишь при наличии оптимальной структуры управления фондом, при четком распределении полномочий и ответственности между участниками процесса в соответствии с их задачами и функциями. Организационная структура может быть различной. Вне зависимости от организации управления в суверенном фонде должно осуществляться разделение между управляющей и контролирующей структурами. Это необходимо для минимизации политического давления и вмешательства, которое может препятствовать достижению целей, установленных для суверенного фонда.

Основными формами организации работы суверенного фонда выступают менеджерская модель и модель инвестиционной компании, которые представлены на рис. 2.

ности ставятся какие-либо дополнительные цели, например, участие в проектах, имеющих социально-экономический эффект.

Важным фактором, принимаемым во внимание при выборе модели управления, являются затраты. Создание фонда как отдельного юридического лица является более сложным и дорогостоящим мероприятием; в то время как создание отдельного подразделения внутри Центрального банка дает возможность использовать имеющиеся кадровые ресурсы и инфраструктуру, поэтому в случае небольшого по объему суверенного фонда целесообразно осуществлять управление им в рамках существующих институтов. Известно, что управляющие золотовалютными резервами в Центральном банке обладают значительным опытом работы с активами с фиксированной доходностью, поэтому в случае консервативной стратегии суверенного фонда часто происходит делегирование управления фондом Центральному банку.

Однако в случае вложений в рискованные активы и при применении сложных инвестиционных стратегий управление и риск-менеджмент становятся более сложной задачей и возникает необходимость создания специальных агентств по управлению соответствующими суверенными активами. При организации деятельности агентства, управляющего суверенными активами, выделяются следующие подразделения:

- фронт-офис, проводящий операции на финансовом рынке;
- миддл-офис, аналитическое подразделение;
- бэк-офис, подразделение, производящее расчеты и ведущее учет.

Также распространена практика привлечения внешних управляющих в случае, если стратегия управления активами предусматривает проведение операций с акциями, сложными структурированными продуктами, недвижимостью и т. д. Так, в 2015 г. Пенсионный фонд Норвегии работал с 68 внешними управляющими; им было передано в управление 80 различных портфель [6].

Таким образом, структура управления суверенным фондом должна соответствовать сложности и рискам инвестиционной стратегии.

Большое значение имеет информационное обеспечение деятельности суверенных фондов. Их деятельность должна быть максимально информационно прозрачной для повышения доверия инвестиционного сообщества и граждан к операциям и результатам деятельности суверенных фондов.

Важную роль в регулировании деятельности суверенных фондов играют Сантьягские принципы. Они представляют собой международные правила поведения суверенных фондов, а также требования к раскрытию информации об операциях соответствующих фондов.

Изучение зарубежного опыта управления суверенными фондами позволяет выявить основные цели их создания, типы суверенных фондов, особенности инвестиционных стратегий.

МВФ использует следующую классификацию суверенных фондов:

1. Стабилизационные фонды учреждаются для стабилизации, сглаживания колебаний в доходах и расходах государственного бюджета, вызванных изменениями в ценах на сырьевые ресурсы. В этих фондах активы накапливаются в периоды благоприятной конъюнктуры и расходуются в периоды снижения цен на ресурсы. Инвестиционный горизонт и требования к лик-

видности стабилизационных фондов близки к требованиям, предъявляемым при управлении официальными золотовалютными резервами. Средства стабилизационных фондов инвестируются в высоколиквидные активы: более 80 % активов приходится на инструменты с фиксированной доходностью, с преобладанием государственных ценных бумаг. В качестве примеров стабилизационных фондов можно привести: Фонд экономической и социальной стабилизации в Чили (источником поступлений в фонд являются доходы от экспорта меди), суверенные стабилизационные фонды Ирана и Восточного Тимора, Резервный фонд выравнивания Кирибати, Резервный фонд Российской Федерации, Стабилизационный фонд Туркменистана и другие.

2. Сберегательные фонды (фонды будущих поколений) создаются для межпоколенческого перераспределения доходов с помощью трансформации невозобновляемых ресурсов в портфель финансовых активов государства. Инвестиции сберегательных фондов отличаются большей ориентацией на высокий доход и долгий срок вложений, чем у стабилизационных фондов; требования к ликвидности активов сберегательных фондов ниже, чем у стабилизационных фондов. В структуре активов сберегательных фондов преобладают акции и прочие недолговые финансовые инструменты (более 70 %). К сберегательным фондам относятся: Норвежский государственный пенсионный фонд – Глобальный, Инвестиционный фонд Саудовской Аравии, Ливийский инвестиционный фонд, Холдинг «Temasek» Сингапура, Долгосрочный фонд Аляски (США), Национальный фонд Казахстана и другие.

3. Резервные фонды (пенсионные резервные фонды) предназначены для обеспечения выполнения пенсионных обязательств государства. Инвестирование пенсионных резервных фондов, как правило, долгосрочное; оно зависит от ожидающегося времени будущих выплат по пенсионным обязательствам. В структуре активов таких фондов преобладают акции (около 40 %), значительную долю занимают также прочие финансовые инструменты. К пенсионным резервным фондам относятся: Фонд будущего Австралии, Пенсионный фонд Новой Зеландии, Пенсионный резервный фонд Чили, Национальный резервный пенсионный фонд Ирландии и другие.

4. Государственные инвестиционные корпорации создаются с целью получения большей

доходности, чем при управлении официальными золотовалютными резервами, находящимися в ведении Центрального банка. Средства размещаются преимущественно в акции; горизонт инвестирования дольше, чем у резервов Центрального банка. К таким инвестиционным корпорациям относятся: Китайская инвестиционная корпорация, Инвестиционная корпорация Правительства Сингапура, Инвестиционная корпорация Южной Кореи, Национальная инвестиционная корпорация Казахстана и другие.

5. Фонды развития предназначены для финансирования каких-либо приоритетных социально-экономических проектов, например, инфраструктурных. Очевидно, что это долгосрочное инвестирование. К фондам развития относятся: Фонд развития «Mubadala» в ОАЭ Абу-Даби, Национальный фонд развития Ирана, Фонд развития Ирака, ОАО «Самрук-Казына» в Казахстане и другие [11].

Характеристики двух основных видов суверенных фондов представлены в табл. 1.

Таблица 1

Характеристики стабилизационных и сберегательных суверенных фондов

Показатели	Стабилизационный фонд	Сберегательный фонд
Инвестиционный горизонт	Краткосрочный	Долгосрочный
Состав активов	Высоколиквидные активы	Широкий спектр активов
Валютный состав	Отрицательная корреляция с ценами на сырьевые товары	Соответствие чистому импорту страны
Целевые ориентиры управления (бенчмарки)	Минимизация волатильности расходов бюджета и поддержание необходимого уровня ликвидности	Достижение необходимого уровня доходности в долгосрочном периоде с целью сохранения благосостояния
Допустимый уровень риска	Низкий уровень риска	Активное управление инвестициями с более высоким допустимым уровнем риска
Управления активами и обязательствами	Обеспечение устойчивости будущих бюджетных расходов	Максимизация чистой стоимости фонда с учетом корреляции между ценами на активы и обязательствами

Источники: составлено по [10, с. 6].

Следует отметить, что цели, установленные при учреждении суверенного фонда, зависят от специфики страны. Многие фонды в странах, богатых природными ресурсами, имеют множественные цели, например, стабилизация/сбережение (в Азербайджане, Ботсване, Республике Тринидад и Тобаго, Норвегии); сбережение/пенсионное обеспечение (в Австралии); стабилизация/сбережение/развитие (в Казахстане). Кроме того, в рамках одного фонда могут выделяться отдельные части (портфели и субпортфели), ориентированные на решение конкретных задач.

#### 4. Подходы к моделированию суверенных фондов

При формализации деятельности суверенных фондов необходимо учитывать, что управление данными фондами относится к задачам с несколькими целевыми функциями. К целевым функциям в случае суверенных фондов целесообразно отнести:

- доходность ( $r$ );
- ликвидность ( $l$ ) (для финансовых активов измеряемая как величина спреда между котировками на продажу и покупку актива);

– надежность, измеряемая различными показателями риска ( $\sigma$ ).

При наличии нескольких целевых функций ставится задача нахождения такого компромиссного (субоптимального) решения модели, в котором значения всех рассматриваемых экономических показателей были бы приближены к экстремальным значениям. В настоящее время задачи по нахождению компромиссного (субоптимального) решения модели недостаточно разработаны и для практической деятельности решаются одним из следующих способов:

1) ранжирование показателей. Далее производят поиск решения, оптимального по наиболее важному из них. Задавшись допустимой величиной изменения первого критерия, ищут решение по второму критерию, наилучшему в полученной области, и т. д.;

2) построение единого (интегрального) показателя эффективности посредством суммирования произведений имеющихся показателей на «весовые» коэффициенты (коэффициенты важности показателей);

3) превращение всех функций, кроме одной, в ограничения [3, с. 459].

Все вышеуказанные подходы применимы и к суверенным фондам.

При анализе управления суверенным фондом целесообразно применять портфельный подход (модель Г. Марковица). Очевидно, что при управлении инвестиционным портфелем необходимо стремиться сформировать портфель таким образом, чтобы сочетание ожидаемой доходности и уровень риска портфеля приносило бы максимальное удовлетворение потребностей и минимизировало бы риск при желаемой доходности. Оптимальный портфель индивидуален для каждого отдельного суверенного фонда.

На рис. 3 продемонстрировано достижимое множество портфелей суверенных фондов с координатами доходность портфеля  $r_p$  (функция полезности) – риск портфеля  $\sigma_p$ .

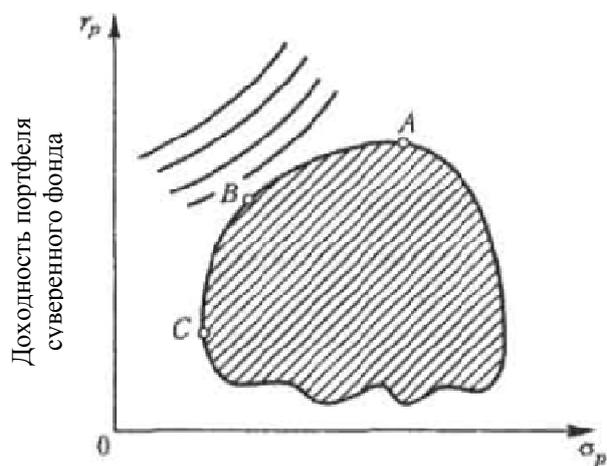


Рис. 3. Допустимое множество портфелей суверенного фонда

Эффективное множество инвестиционных портфелей на рисунке – это северо-западная граница  $ABC$  допустимого множества портфелей; эта граница выпукла вверх. На этом множестве управляющий будет выбирать самый оптимальный портфель.

Согласно теореме об эффективном множестве портфелей, управляющий суверенным фондом будет выбирать свой оптимальный портфель из такого множества портфелей, каждый из которых: максимизирует ожидаемую доходность для некоторого уровня риска и минимизирует риск для некоторого уровня ожидаемой доходности [2, с. 255].

Для выбора оптимального портфеля управляющий должен совместить свои кривые безразличия с эффективным множеством. Оптимальный портфель будет соответствовать точке, в которой кривая безразличия касается эффектив-

ного множества (в данном случае точка В). Понятно, что оптимальный портфель существенно зависит от формы линий безразличия, которые, в свою очередь, зависят от функции полезности, являющейся характеристикой стратегии. Если управляющий инвестициями осторожен и тяготеет к уменьшению риска за счет снижения ожидаемой доходности портфеля, то линии безразличия являются менее выпуклыми вниз. Повышение риска для достижения более высокого уровня ожидаемой доходности выражается в том, что выпуклость вниз линий безразличия увеличивается.

Недавно созданные («молодые») суверенные фонды, испытывающие потребность в быстром наращивании своих объемов, тяготеют к зоне  $AB$  (портфели с повышенной доходностью, хотя и с повышенными рисками). Что касается крупных, давно существующих суверенных фондов, то их стратегия иная: целесообразно выбрать зону  $BC$  допустимого множества портфелей. Это объясняется следующим:

1) с ростом объема суверенных фондов агрессивность выбора размещения финансовых активов заметно сокращается ввиду стремления сохранить уже накопленные большие объемы. Оптимум портфелей фондов с значительным объемом средств смещается к точке  $C$ ;

2) этому же способствует и увеличение возможностей по диверсификации портфеля крупного фонда.

Предлагается рассмотреть подход к оптимизации сбережения и расходования средств суверенных фондов. С целью анализа решений по вопросам достижения стабилизации, расходования и сбережения средств целесообразно применить аналитическую модель Центра международного развития при Гарвардском университете и компании «Investec Asset Management» [13].

В данной модели предполагается, что действуют два фонда – стабилизационный и инвестиционный. Расходование средств (общий трансферт из обоих фондов) может быть описано формулой:

$$T_t = \alpha \cdot TS_{t-1} + \beta \cdot S_{t-1} + \delta \cdot E_{t-1},$$

где  $T_t$  – годовой трансферт из суверенных фондов Правительству (доходы от ресурсов, которые можно потратить в текущем году),  $TS_{t-1}$  – годовой трансферт прошлого года из стабилизационного фонда,  $S_{t-1}$  – объем стабилизационного фонда в предшествующем году,  $E_{t-1}$  – объ-

ем инвестиционного фонда в предшествующем году,  $\alpha$  и  $\beta$  – параметры  $<1$ , которые определяют веса, придаваемые соответствующим компонентам (предпочтения в отношении расходов с точки зрения устойчивости и благоразумия),  $\delta$  – ожидаемая долгосрочная доходность инвестиционного фонда (в %).

Возможен подбор такой комбинации  $\alpha$  и  $\beta$ , которая обеспечит удовлетворительный уровень стабильности трансфертов (и, соответственно, расходов бюджета) из стабилизационного фонда.

Если поставлена цель стабилизировать расходы, то значение  $\alpha$  должно быть близко к 1. При  $\alpha=1$  расходы бюджета будут полностью стабилизированы (постоянны). Однако этот подход будет создавать риски, например, в случае если поступления в фонд низкие. Также неблагоприятна ситуация, когда поступления в фонд значительны, а расходы остаются на прежнем, незначительном уровне.

Представленное выше уравнение показывает, что необходимо нахождение компромисса между осуществлением текущих расходов, созданием подушки безопасности для целей стабилизации бюджета и формированием фонда для получения постоянного дохода (вместо исчерпаемых сырьевых ресурсов).

**5. Анализ управления суверенными фондами Российской Федерации**

В Российской Федерации действуют Резервный фонд и Фонд национального благосостояния. Резервный фонд может быть отнесен к фондам стабилизационного типа. Фонд национального благосостояния соответствует сберегательному (фонду будущих поколений).

Уравнение может быть использовано для анализа расходования средств суверенных фондов России. Как было показано выше, метод калибровки параметров, входящих в модель суверенного фонда, позволяет выявить оптимальное соотношение между расходованием и сбережением. В зарубежной практике обычно принимаются  $\alpha \approx 0,7$  и  $\beta \approx 0,11$ . В настоящее время показатели трансфертов из фондов Российской Федерации значительно выше этих оптимальных значений, поскольку идет активное расходование накопленных ранее средств.

Необходимо рассмотреть структуру вложений суверенных фондов России и достижение установленных при учреждении данных фондов целей.

Основной целью создания Резервного фонда является выполнение государством своих расходных обязательств в случае снижения поступлений нефтегазовых доходов в бюджет. Действительно, средства Резервного фонда используются для обеспечения бюджетной устойчивости.

Правила инвестирования Резервного фонда Российской Федерации представлены в табл. 2.

Нормативная валютная структура Резервного фонда Российской Федерации является следующей: доллар США – 45 %, евро – 45 %, фунт стерлингов – 10 %. Сроки по погашения выпусков долговых обязательств для размещения определены таким образом: для долговых обязательств в долларах США и евро минимальный срок 3 месяца, максимальный – 3 года; для долговых обязательств в фунтах стерлингов минимальный срок 3 месяца, максимальный – 5 лет [8].

Таблица 2

**Направления инвестирования для Резервного фонда Российской Федерации**

Разрешенные финансовые активы, определенные Бюджетным кодексом Российской Федерации	Предельные доли, установленные Правительством Российской Федерации, %	Нормативные доли, утвержденные Минфином России, %
Долговые обязательства иностранных государств	50–100	100
Долговые обязательства иностранных государственных агентств и центральных банков	0–30	0
Долговые обязательства международных финансовых организаций, в том числе оформленные ценными бумагами	0–15	0
Депозиты в иностранных банках и кредитных организациях	0–30	0

Примечание: имеются дополнительные требования к вложениям средств (представлены на сайте Минфина России).

Источники: [8].

Направления инвестирования, выбранные для Резервного фонда России, как и правила инвестирования, в целом соответствуют поставленным задачам стабилизации, а также условиям функционирования данного Резервного фонда (необходимо учитывать относительно небольшую величину фонда, значительную неопределенность в экономике). Осуществлен отбор активов и валюты обязательств, имеющих отрицательную корреляцию с ценами на нефть. Вложения являются кратко- и среднесрочными и считаются высоконадежными, что соответствует текущим потребностям.

Что касается Фонда национального благосостояния России, то, несмотря на заявленные цели, задачи и инвестиционную стратегию, характерные для сберегательных фондов (фондов будущих поколений), фактически инвестирование в течение ряда лет производилось крайне консервативно, с низкими доходами.

Правила инвестирования Фонда национального благосостояния Российской Федерации представлены в табл. 3.

Лишь относительно недавно средства Фонда национального благосостояния начали использоваться для финансирования инвестици-

онных проектов. Так, по состоянию на 1 января 2015 г. были отобраны десять проектов для инвестирования, в том числе: проект модернизации железнодорожной инфраструктуры Байкало-Амурской и Транссибирской железнодорожных магистралей; строительство железной дороги Элегест–Кызыл–Курагино и угольного портового терминала на Дальнем Востоке в увязке с освоением минерально-сырьевой базы Республики Тыва; строительство комплекса по добыче газа, завода сжиженного природного газа и мощностей по отгрузке сжиженного природного газа и газового конденсата Южно-Тамбейского месторождения на полуострове Ямал и др. Необходимо отметить целесообразность вложений в подобные проекты. Однако следует внимательно оценивать инвестиционные проекты, проводить комплексную оценку, применять показатели, характеризующие как коммерческую, так и общественную эффективность проектов. В случае использования средств Фонда национального благосостояния необходимо четко следовать правилам выделения средств, иметь эффективный механизм отбора инвестиционных проектов, а также контроля за реализацией проектов.

Таблица 3

Направления инвестирования для Фонда национального благосостояния Российской Федерации

Разрешенные финансовые активы, определенные Бюджетным кодексом Российской Федерации	Предельные доли, установленные Правительством Российской Федерации, %	Нормативные доли, утвержденные Минфином России, %	
		в иностранной валюте	в рублях
Долговые обязательства иностранных государств	0–100	90	0
Долговые обязательства иностранных государственных агентств и центральных банков	0–30	0	0
Долговые обязательства международных финансовых организаций, в том числе оформленные ценными бумагами	0–15	0	0
Депозиты в иностранных банках и кредитных организациях	0–40	0	0
Депозиты в государственной корпорации «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)»	0–40	10	100
Депозиты и остатки на банковских счетах в Центральном банке Российской Федерации	0–100		
Долговые обязательства юридических лиц	0–30	0	0
Акции юридических лиц и паи (доли участия) инвестиционных фондов	0–50	0	0

*Примечание:* имеются дополнительные требования к вложениям средств (представлены на сайте Минфина России).

Источник: [8].

Следует подчеркнуть, что суверенные фонды имеют огромное значение для экономики Российской Федерации. Наличие значительных финансовых резервов настоятельно необходимо, поскольку степень зависимости состояния бюджета от внешнеэкономической конъюнктуры крайне высока. При этом эффективные основы управления и долгосрочная инвестиционная стратегия для Резервного фонда и Фонда национального благосостояния России в настоящее время только формируются.

#### Заключение

Условиями достижения целей, установленных при создании суверенных фондов, являются четкая организационная структура, наличие и выполнение адекватных инвестиционных стратегий. Требуется тесная координация управления суверенными фондами с другими направлениями макроэкономической политики и с управлением прочими суверенными активами и обязательствами. Цели суверенного фонда и соответствующая инвестиционная политика должны учитывать страновые особенности.

Несмотря на значительное количество теоретических и практических исследований, посвященных суверенным фондам, до конца не решенными остаются такие проблемы, как: совершенствование управления суверенными фондами, в том числе в условиях политической и экономической неопределенности; механизм координации управления в данной сфере с финансовой и валютной политикой и в целом с экономической стратегией государства. Системному анализу управления суверенными фондами уделяется недостаточно внимания. Перспективным, но малоизученным подходом является совместное управление суверенными активами и обязательствами на основе математического моделирования.

На взгляд автора, решить проблему повышения эффективности управления суверенными фондами невозможно без моделирования и поиска оптимальных стратегий.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Даниел, Ф. Добыча поступлений от природных ресурсов / Ф. Даниел, С. Гупта, Т. Маттина, А. Сегура-Убьерго // *Финансы и развитие*. – 2013. – С. 19–22.
2. Красс, М. С. Математика для экономистов: учеб. пособие / М. С. Красс, Б. П. Чупрынов. – СПб.: Питер, 2005. – 464 с.
3. Красс, М. С. Основы математики и ее приложения в экономическом образовании: учебник / М. С. Красс, Б. П. Чупрынов. – М.: Дело, 2000. – 688 с.
4. Кувшинова, О. Вторая волна кризиса / О. Кувшинова // *Ведомости*. – 2015. – № 234 (3980). – 14 декабря. – С. 1.
5. Левченко, А. В. Суверенные инвестиционные фонды: организация и роль на финансовом рынке: автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.10 / Левченко Анна Викторовна. – М., 2012. – 26 с.
6. Официальный сайт Инвестиционного управления Банка Норвегии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbim.no/en/investments/external-mandates/>.
7. Официальный сайт Института исследования суверенных фондов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.swfinstitute.org/fund-rankings/>.
8. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minfin.ru/ru/>
9. Цвирко, С. Э. Анализ функционирования суверенных фондов в условиях финансового кризиса / С. Э. Цвирко // *Финансовая аналитика: проблемы и решения*. – 2010. – № 15 (39). – С. 27–33.
10. Al-Hassan, A. Sovereign Wealth Funds: Aspects of Governance Structures and Investment Management / A. Al-Hassan, M. Papaioannou, M. Skancke, C. Sung // *IMF Working Paper* // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2013/wp13231.pdf>.
11. Global Financial Stability Report, IMF // April, 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/gfst/2012/01/pdf/text.pdf>.
12. Noyer, C. Foreign reserve accumulation – some systemic implications. Speech by Mr Christian Noyer, Governor of the Bank of France, at the Salzburg Global Seminar, Salzburg, 1 October 2007. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.banquefrance.fr/uploads/tx\\_bdfgrandesdates/disc071001.pdf](https://www.banquefrance.fr/uploads/tx_bdfgrandesdates/disc071001.pdf).
13. Sovereigninvestormodels: Institutions and policies for managing sovereign wealth // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belfercenter.ksg.harvard.edu/files/InvestorModels.pdf>.
14. SWF and FDI: Facing the World Economic Crisis. October 2009 Economic Intelligence Division Invest in Spain. SWF\_Working\_Paper\_forWAIPA // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.yumpu.com/en/document/view/49720079/swf-working-paper-for-waipa/21>.

УДК 519.866

*А. В. Костикова, И. Е. Егорова, П. В. Терелянский***КОМПЛЕКСНАЯ МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ  
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕГИОНА  
НА БАЗЕ ИНТЕГРАЦИИ СУБЪЕКТИВНЫХ И ОБЪЕКТИВНЫХ ДАННЫХ\*****Волгоградский государственный технический университет**

В статье разработана обобщенная нечеткая модель интегральной оценки социально-экономических показателей региона, которая позволяет учесть уровень субъективной удовлетворенности граждан своим личным положением и объективные статистические показатели. Предлагается авторская методика оценки уровня социально-экономического развития региона на базе построения лингвистических нечетких описаний для рассчитываемых частных индикаторов, одни из которых определяются на базе данных государственной статистики, а другие – на основе результатов социологических опросов населения. Комплексная оценка уровня социально-экономического развития строится исходя из сопоставления значений двух интегральных показателей, рассчитанных на базе объективных и субъективных оценок. Представлены результаты применения разработанных авторами математических и программных инструментов для анализа социально-экономических показателей Волгоградской области.

*Ключевые слова:* социально-экономические показатели, динамические нечеткие модели, лингвистическая переменная, уровень субъективной удовлетворенности, интегральная оценка.

*A. V. Kostikova, I. E. Egorova, P. V. Terelyanskiy***THE COMPLEX METHODOLOGY TO THE ESTIMATION  
OF THE SOCIO-ECONOMIC INDICATORS OF THE REGION BASED  
ON THE INTEGRATION OF SUBJECTIVE AND OBJECTIVE DATA****Volgograd State Technical University**

There are represented complex fuzzy model of integral estimation of socio-economic indicators of the region, which takes into account the level of citizen's subjective satisfaction and an objective statistical estimates. There are represented the assessment's level methodology of the socio-economic development of the region based on linguistic fuzzy modeling for calculated partial indicators. Some indicators are determined on the state statistics data, and others are determined on the basis of results of sociological polls of the population. Linguistic variable are used for describing evaluation indicators. A comprehensive assessment of the level of socio-economic development is based on comparing the values of two integral indicators, calculated on the basis of objective and subjective evaluations. There are represented the results of application of developed by authors mathematical and software tools for analysis of socio-economic indicators of the Volgograd region.

*Keywords:* socio-economic indicators, a dynamic fuzzy models, linguistic variable, the level of subjective satisfaction, integral estimation.

В экономической литературе встречаются разнообразные способы и методы оценки уровня развития региона с помощью математических методов, но это все многообразие можно свести к двум группам:

- а) вычисление обобщающего индекса развития региона, на основании которого формируются рейтинги регионов;
- б) использование эконометрических моделей и их характеристик для количественной оценки уровня развития.

При индексном подходе обобщенная оценка уровня развития регионов строится путем последовательной свертки иерархии показателей, при этом в специальной литературе не сложилось единого мнения относительно количества

и наименования отдельных уровней показателей. Основным недостатком этих эконометрических моделей является невозможность учета всех факторов, оказывающих влияние на результаты регионального развития.

В основе практически всех предлагаемых различными авторами методик оценки лежит Унифицированная система показателей социально-экономического положения муниципальных образований, разработанная Госкомстатом [6]. Главенствующий принцип данной системы состоит в сборе максимально возможного числа показателей по конкретному муниципальному образованию. Как известно, для того чтобы количество переросло в качество, необходимо четко представлять цель и методы сбора информации,

© Костикова А. В., Егорова И. Е., Терелянский П. В., 2016

\* Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ и Администрации Волгоградской области в проекте проведения научных исследований № 14-12-34010 «Динамическое нечеткое моделирование социально-экономических показателей региона»).

определять логические связи между показателями, их взаимовлияние и степень вклада каждого в измерение интегральной величины. В исследованиях томских ученых А. А. Сидорова и М. П. Силича указывается, что разработанные государственным комитетом статистики показатели не укладываются в единую систему, так как между ними невозможно отразить причинно-следственные связи. Также отмечается, что методика не учитывает конкретных региональных особенностей, а также практически полностью игнорирует наличие муниципальных образований сельского типа [9].

Для измерения показателей жизнеобеспечения, из которых складывается целостная картина социально-экономического положения субъектов РФ, принято использовать статистические показатели [7; 8]. Получение оценок по объективным составляющим качества жизни не является трудоемкой задачей, так как строится на анализе официальных данных социально-экономической статистики. Источниками для составления статистических сводок служат бухгалтерская и статистическая отчетность, составление регистров, экономические переписи и переписи населения, выборочные обследования и т. п. Рассчитанных на этой основе коэффициентов будет вполне достаточно для определения величин тех или иных показателей в целях оперативного мониторинга отдельных компонентов социально-экономической подсистемы, однако для того, чтобы определить уровень «хорошести» показателей, необходимы конкретные стандарты и нормативы. Задача разработки таких стандартов на государственном уровне может показаться неоправданной, так как подобную уровневую оценку должны давать непосредственно потребители жизни, то есть граждане.

Если проводить сопоставительный анализ субъективной удовлетворенности по регионам, то можно найти большую разницу в восприятии жителями разных территорий условий жизни и ее обеспечения. Представления граждан о качестве жизни существенно зависят от того, на какой территории они проживают, какими благами и ресурсами они располагают и т. п. Именно мнения индивидуальных граждан позволяют говорить о социальной обстановке: стабильности или конфликтах, об удовлетворенности отдельными сторонами жизни и жизнью в целом, о других жизненно важных процессах, которые не отражает современная статистика.

В рамках настоящего исследования считается, что уровень субъективной удовлетворенности населения – это один из важнейших социальных показателей, отражающих результаты развития региона. При исследовании субъективной удовлетворенности потребностей населения выбор методов исследования не является широким, в основном субъективная оценка осуществляется путем проведения социологических исследований и применения экспертных методов.

Преимущество методов массовых социологических опросов населения относительно качества их жизни состоит в возможности учитывать мнение людей разных социальных слоев, с разными доходами, уровнем образования и возраста [1]. Кроме этого, в отличие от статистических данных, реальные оценки людей о состоянии качества жизни отражают не только уровень их потребления материальных, культурных и иных благ, но и степень их удовлетворенности качеством, полнотой и своевременностью предоставления этих благ.

Цель настоящего исследования состоит в разработке обобщенной методики интегральной оценки социально-экономических показателей региона, которая позволяет сопоставить уровень субъективной удовлетворенности граждан своим личным положением с объективными статистическими данными. Апробация методики произведена на примере Волгоградской области. Задача разработки математического и программного инструментария для описания качественных и количественных показателей решена в работах авторов [2–5].

Динамическое нечеткое моделирование уровня социально-экономического развития региона будет включать в себя:

- построение нечетких описаний для рассчитываемых по статистическим данным показателей;

- построение лингвистической переменной «Удовлетворенность» по каждому субъективному показателю, полученному из данных социологического опроса жителей региона.

- формирование лингвистических переменных для двух интегральных показателей социально-экономического положения на базе объективных ( $CЭП_{ст}$ ) и субъективных ( $CЭП_{суб}$ ) оценок.

Сопоставление значений интегральных показателей  $CЭП_{ст}$  и  $CЭП_{суб}$  осуществляется с помощью матрицы, ячейки которой указывают на

один из десяти уровней социально-экономического развития региона (табл. 1).

Поле «Абсолютное благополучие» достигается при наивысших оценках обоих интегральных показателей. Сочетание хороших объективных условий жизни с позитивными субъективными оценками свидетельствует о наличии стабильной общественной обстановки и благоприятных перспективах для поступательного социального развития региона (поле «Относительное благополучие»). Поле «Социально-экономическая адаптация» означает, что население региона приспособилось к имеющимся условиям жизни. Поле «Социально-экономическая на-

пряженность» показывает, что неудовлетворенность населения может перерасти в активные формы социального протеста. При попадании в данное поле необходимо предпринимать шаги для поиска наиболее реальных и оптимальных в сложившейся ситуации путей улучшения жизнедеятельности. Такое состояние является неустойчивым и переходным. Поле «Социально-экономический диссонанс» указывает на серьезные противоречия в сознании населения региона и не соответствия их представлений с текущими условиями жизни, что является источником реального протеста и говорит о необходимости незамедлительных социальных изменений.

Таблица 1

Матрица значений интегральных объективного и субъективного показателей

Интервал значений показателя СЭП <sub>ст</sub>	Интервал значений показателя СЭП <sub>суб</sub>				
	Низкий уровень показателя	Уровень показателя ниже среднего	Средний уровень показателя	Уровень показателя выше среднего	Высокий уровень показателя
Низкий уровень показателя	Абсолютная социально-экономическая депривация	Относительная социально-экономическая депривация	Социально-экономическая напряженность	Относительная социально-экономическая адаптация	Абсолютная социально-экономическая адаптация
Уровень показателя ниже среднего	Абсолютная социально-экономическая депривация	Относительная социально-экономическая депривация	Социально-экономическая напряженность	Относительная социально-экономическая адаптация	Относительная социально-экономическая адаптация
Средний уровень показателя	Социально-экономический диссонанс	Социально-экономическая напряженность	Относительная социально-экономическая адаптация	Относительная социально-экономическая адаптация	Относительная социально-экономическая адаптация
Уровень показателя выше среднего	Относительный социально-экономический диссонанс	Относительный социально-экономический диссонанс	Социально-экономическая напряженность	Относительное благополучие	Относительное благополучие
Высокий уровень показателя	Абсолютный социально-экономический диссонанс	Относительный социально-экономический диссонанс	Относительный социально-экономический диссонанс	Относительное благополучие	Абсолютное благополучие

Сочетание хороших объективных условий с плохой их субъективной оценкой говорит о том, что индивидуальная оценка жизни доминирует над реальными жизненными условиями. Наихудшее состояние региона распознается при попадании в поле «Социально-экономическая депривация»: население существует в условиях продолжительного лишения или существенного ограничения возможностей удовлетворения жизненно важных потребностей.

В общем виде формулировку задачи по оценке интегрального показателя уровня социально-экономического развития региона можно представить следующим образом. Пусть заданы следующие множества:

– множество  $СЭП^m = \{ СЭП^m_k \}$  значений лингвистической переменной, которыми характеризуется объект оценки согласно статистическим данным;  $m$  – количество подмножеств лингвистической переменной;

– множество  $СЭП^{суб} = \{ СЭП^{суб}_k \}$  значений лингвистической переменной, которыми характеризуется объект оценки согласно результатам социологических опросов;  $m$  – количество подмножеств лингвистической переменной;

– множество  $F = \{ F_n \}$  параметров, характеризующих объект оценки согласно статистическим данным;  $n$  – число этих параметров;

– множество  $P = \{ P_m \}$  параметров, характеризующих объект оценки с позиции удовлет-

воренности населения;  $m$  – число этих параметров;

– множество  $V = \{f_v\}$  возможных значений  $F_n$ -го параметра,  $v$  – число этих значений.

– множество  $W = \{f_w\}$  возможных значений  $P_m$ -го параметра,  $w$  – число этих значений.

Пусть в каждый момент времени  $t_n$  уровень социально-экономического развития региона характеризуется набором  $F_n$  показателей. В период времени  $t_0$  это коэффициенты  $F_1 \dots F_n$  со значениями  $f_{v1(t_0)} \dots f_{v(t_0)}$ . Также известен уровень удовлетворенности населения социально-экономическим положением по показателям  $P_1 \dots P_m$ , которые изменяются во времени  $t_n$ .

Динамическое нечеткое моделирование интегральной оценки социально-экономических показателей региона состоит из следующих этапов:

1. Выбор системы показателей для оценки социально-экономических показателей региона по данным статистики и расчет значений показателей.

2. Сбор данных, относительно субъективной удовлетворенности населения своим жизнеобеспечением.

3. Построение нечетких описаний и динамических функций принадлежности для рассчитываемых по статистическим данным показателей.

4. Построение лингвистической переменной «Удовлетворенность» по каждому субъективному показателю, полученному из данных социологического опроса жителей региона.

5. Формирование лингвистических переменных для двух интегральных показателей социально-экономического положения на базе объективных (СЭП<sup>ст</sup>) и субъективных (СЭП<sup>суб</sup>) оценок.

6. Кластеризации области определения на конкретные подмножества для каждого социально-экономического показателя, включая интегральные.

7. Построение таблицы классификации уровней значений показателей на каждый период времени и определение принадлежности текущего значения показателя к одному из нечетких подмножеств.

8. Оценка значимости частных субъективных и объективных показателей для анализа их вклада в соответствующий интегральный показатель.

9. Расчет двух интегральных показателей социально-экономического положения на базе объективных (СЭП<sup>ст</sup>) и субъективных (СЭП<sup>суб</sup>) оценок на основе аддитивной свертки.

10. Соотнесение рассчитанных на предыдущем этапе значений интегральных показателей СЭП<sup>ст</sup> и СЭП<sup>суб</sup> с подмножествами лингвистических переменных «Уровень социально-экономического развития региона», заданных на этапе 5 и определение их класса.

11. Сравнение результатов интегральных показателей СЭП<sup>ст</sup> и СЭП<sup>суб</sup>.

12. Анализ полученных результатов и формирование системы нечетких правил для последующих итераций.

Для комплексного описания социально-экономических процессов чаще всего выбираются следующие блоки показателей:

– уровень экономического благосостояния (обеспеченность материальными благами и услугами);

– качество населения (воспроизводство, здоровье, образование);

– жизнеобеспечение (доходы и занятость);

– уровень развития социальной сферы (обеспеченность объектами социальной и духовной инфраструктуры);

– уровень безопасности жизнедеятельности (степень загрязненности окружающей среды, уровень преступности, условия труда) [1; 5; 9].

В рамках настоящего исследования были выбраны 12 частных показателей, охватывающих указанные выше блоки показателей (табл. 2).

Таблица 2

Показатели объективной оценки уровня социально-экономического развития региона

Индикатор	Формула для расчета/источник информации	Единицы измерения
1. Валовой региональный продукт (ВВП) на душу населения	Данные Госкомстата	Тыс. руб.
2. Уровень финансовых доходов населения	$Ф_{ср} = (З_{ср} * Н_{р} + П_{с} * Н_{п}) : (2 * С_{пм} * Н)$ где $Z_{ср}$ – среднемесячная заработная плата работающих в экономике, руб.; $N_{р}$ – численность занятых в экономике, тыс.руб.; $P_{с}$ – средний размер начисленных пенсий, руб.; $N_{п}$ – численность пенсионеров, тыс. чел.; $S_{пм}$ – прожиточный минимум в среднем за месяц, руб.; $N$ – численность населения, тыс.чел.	

Окончание табл. 2

Индикатор	Формула для расчета/источник информации	Единицы измерения
3. Уровень бедности	Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума. Данные Госкомстата	Млн человек
4. Уровень безработицы	$Уб = (Нтв - Нб) : Нтв$ , где Нтв – численность населения в трудоспособном возрасте, тыс.чел.; Нб – число безработных трудоспособной возрастной группы, тыс. чел.	
5. Ожидаемая продолжительность жизни населения территории	$Всп = Ву : Встр$ , где Ву – продолжительность жизни населения на данной территории, лет.; Встр – продолжительность жизни населения в субъекте РФ передовому по данному показателю, лет	
6. Обеспеченность населения жильем	$Жк = Жспр : Жпн$ , где Жспр – средняя площадь жилищного фонда приходящаяся на одного жителя, м <sup>2</sup> ; Жпн - норма жилой площади, утвержденная в регионе, м <sup>2</sup>	
7. Уровень образования	$Ссп = Суз : 1000$ , где Суз – количество учащихся и студентов средних и высших учебных заведений на 1000 жителей населения территории	
8. Уровень правонарушений на территории	Число зарегистрированных преступлений для на 100 000 человек населения по данным Госкомстата	Шт.
9. Экологическая обстановка в регионе	$Эк = (З - Зпдк) : З$ , где Эк – общее число замеров показателей экологического состояния природных объектов территории; Зпдк – число замеров с обнаруженным превышением нормативных показателей предельно допустимых концентраций	
10. Обеспеченность населения местами спортивной направленности		
11. Библиотечный фонд на 1000 человек населения	Данные Госкомстата	Шт.
12. Ввод в действие автомобильных дорог с твердым покрытием за 1 полугодие года		

Важным требованием при расчете уровня социально-экономического развития региона по предлагаемой методике является требование коррелируемости между показателями, рассчитываемыми по данным статистики и анкетным данным, то есть разнородные показатели должны выразить схожие характеристики, чтобы впоследствии их можно было сопоставить. Например, статистический показатель «Обеспеченность населения благоустроенным жильем (м<sup>2</sup>/чел)» может быть сопоставлен с «Уровнем удовлетворенности комфортностью жилья». При этом количество статистических и субъективных показателей может не быть равным, например, статистический показатель «Среднедушевые денежные доходы населения (руб.)» может быть подкреплён субъективной оценкой

по показателям «Уровень удовлетворенности заработками» и/или «Уровень удовлетворенности материальным положением семьи». Показатели субъективной удовлетворенности уровнем социально-экономического развития региона представлены в табл. 3.

Обязательными компонентами поставленной задачи является наличие четырех лингвистических переменных, первая из которых описывает состояние интегрального показателя СЭП<sup>ст</sup>, вторая – состояние интегрального показателя СЭП<sup>суб</sup>, третья и четвертая – уровни частных показателей, рассчитанных на основе статистических данных и по результатам социологических опросов. Графически лингвистические переменные представлены трапециевидными функциями принадлежности (рис. 1).

Таблица 3

Показатели субъективной удовлетворенности уровнем социально-экономического развития региона

Шифр показателя	Наименование показателя
P <sub>1</sub>	Доступность государственных благ для населения (работа городского транспорта, благоустройство городских территорий, социальное обеспечение)
P <sub>2</sub>	Уровень удовлетворенности заработками
P <sub>3</sub>	Здравоохранение, медицинское обслуживание
P <sub>4</sub>	Уровень удовлетворенности комфортностью жилья
P <sub>5</sub>	Доступность образования и развитие системы образования
P <sub>6</sub>	Организация новых рабочих мест, расширение возможностей для трудоустройства
P <sub>7</sub>	Экология, защита природной среды от деградации
P <sub>8</sub>	Обеспечение правопорядка, борьба с преступностью
P <sub>9</sub>	Уровень удовлетворенности материальным положением семьи
P <sub>10</sub>	Организация мест отдыха, проведения досуга, занятий физкультурой и спортом
P <sub>11</sub>	Доступность учреждений культуры
P <sub>12</sub>	Уровень удовлетворенности состоянием дорог



Рис. 1. Графическое представление трапециевидных функций принадлежности

Лингвистическая переменная «Уровень показателя  $F_n$ », где показатель  $F_n$  определяется на основе статистических данных, характеризуется следующими нечеткими подмножествами:  $B_{i1}$  – нечеткое подмножество «Низкий уровень показателя  $F_n$ »;  $B_{i2}$  – нечеткое подмножество «Уровень показателя  $F_n$  ниже среднего»;  $B_{i3}$  – нечеткое подмножество «Средний уровень показателя  $F_n$ »;  $B_{i4}$  – нечеткое подмножество «Уровень показателя  $F_n$  выше среднего»;  $B_{i5}$  – нечеткое подмножество «Высокий уровень показателя  $F_n$ ».

Лингвистическая переменная «Удовлетворенность показателем  $P_n$ », где показатель  $P_n$  определяется на основе результатов социологических опросов населения, характеризуется следующими нечеткими подмножествами:  $B_{i1}$  – нечеткое подмножество «Абсолютно не удов-

летворен»;  $B_{i2}$  – нечеткое подмножество «Не удовлетворен»;  $B_{i3}$  – нечеткое подмножество «Частично удовлетворен»;  $B_{i4}$  – нечеткое подмножество «Удовлетворен»;  $B_{i5}$  – нечеткое подмножество «Абсолютно удовлетворен».

Лингвистическая переменная «СЭП<sup>ct</sup>», соответствующая показателю уровня социально-экономического развития региона, определяемого на основе статистических показателей, разбита на следующие подмножества: СЭП<sup>ct</sup><sub>1</sub> – нечеткое подмножество «Низкий уровень показателя»; СЭП<sup>ct</sup><sub>2</sub> – нечеткое подмножество «Уровень показателя ниже среднего»; СЭП<sup>ct</sup><sub>3</sub> – нечеткое подмножество «Средний уровень показателя»; СЭП<sup>ct</sup><sub>4</sub> – нечеткое подмножество «Уровень показателя выше среднего»; СЭП<sup>ct</sup><sub>5</sub> – нечеткое подмножество «Высокий уровень показателя».

Лингвистическая переменная «СЭП<sup>суб</sup>», соответствующая показателю уровня социально-экономического развития региона, определяемого на основе результатов социологических опросов населения, разбита на следующие подмножества: СЭП<sup>суб</sup><sub>1</sub> – нечеткое подмножество «Низкий уровень показателя»; СЭП<sup>суб</sup><sub>2</sub> – нечеткое подмножество «Уровень показателя ниже среднего»; СЭП<sup>суб</sup><sub>3</sub> – нечеткое подмножество «Средний уровень пока-

зателя»; СЭП<sup>суб</sup><sub>4</sub> – нечеткое подмножество «Уровень показателя выше среднего»; СЭП<sup>суб</sup><sub>5</sub> – нечеткое подмножество «Высокий уровень показателя».

На основе данных государственной статистики были произведены расчеты значений показателей табл. 1 за три года (табл. 4).

Экспертным путем были построены таблицы классификации и определены уровни значений показателей за три года (табл. 5).

Таблица 4

Расчет значений статистических показателей Волгоградской области за 2013–2015 гг.

Шифр показателя $X_i$	Наименование показателя $F_i$	Значение $F_i$ в 2013 г.	Значение $F_i$ в 2014 г.	Прогноз на 2015 г.
$F_1$	Валовой региональный продукт на душу населения	223,4	234,0	286,0
$F_2$	Уровень финансовых доходов населения	0,98	0,9	0,85
$F_3$	Ожидаемая продолжительность жизни населения территории	0,9	0,89	0,89
$F_4$	Обеспеченность населения жильем	1,86	1,87	1,88
$F_5$	Уровень образования	0,37	0,37	0,39
$F_6$	Уровень безработицы	0,94	0,94	0,93
$F_7$	Уровень загрязненности атмосферного воздуха и водных ресурсов	0,75	0,75	н.д.*
$F_8$	Уровень правонарушений на территории	1512	н.д.*	н.д.*
$F_9$	Уровень бедности	0,349	0,35	0,36
$F_{10}$	Инфраструктура: спортзалы	1098	1086	1099
$F_{11}$	Библиотечный фонд на 1000 человек населения	4232	4221	4230
$F_{12}$	Ввод в действие автомобильных дорог с твердым покрытием за 1 полугодие года	121,9	157,7	291,0

Примечание. \* н.д. – нет данных. В расчетах будут использованы известные значения показатели предыдущего года.

Таблица 5

Результаты классификации значений некоторых показателей по термам «Уровень показателя  $F_n$ »

Год	Результат классификации по подмножествам				
	Низкий уровень показателя $F_n$	Уровень показателя $F_n$ ниже среднего	Средний уровень показателя $F_n$	Уровень показателя $F_n$ выше среднего	Высокий уровень показателя $F_n$
$F_1$					
2013		0,85	0,15		
2014		0,85	0,15		
2015		0,8	0,2		
$F_2$					
2013		0,9	0,1		
2014		1			
2015		1			
$F_3$					
2013				0,9	0,1
2014				0,9	0,1
2015				1	

На основе данных социологических опросов были получены данные для экспертной оценки субъективной удовлетворенности социально-экономическим развитием региона.

Ответы в предлагаемой анкете представлены преимущественно в виде лингвистических шкал, поэтому от респондента требуется вы-

брать из лингвистических описаний те, которые в наибольшей степени соответствует его оценке уровня показателя. Например, на вопрос «Как бы Вы оценили Ваши жилищные условия?» предлагаются следующие варианты ответа (от респондента требуется сделать отметку в окошке) (рис. 2).

5- отличные	4- хорошие	3 - средние	2 - низкие	1 – очень низкие
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Рис. 2. Пример отмеченного варианта в ответе на вопрос анкеты

Субъективная удовлетворенность получаемым доходом

Обработка данных по показателю \_\_\_\_\_

Вопрос в анкете № 2

Вопрос в анкете № 3

Вопрос в анкете № \_\_\_\_\_

Таблица № Д1

Соответствие величин доходов их уровню

Сумма дохода / Оценка уровня дохода	менее 10 000 руб.	10 000-20 000	21 000-30 000	31 000-40 000	41 000-50 000	Свыше 50 000
Абсолютно не удовлетворен	27	7		12		
Не удовлетворен	15	12	15	47		10
Частично удовлетворен		10	56	37	25	
Удовлетворен	2	3		10		
Абсолютно удовлетворен		1				

Дата заполнения 14.06.2015

Составитель Костикова А.В.

Рис. 3. Обработка анкет для составления таблиц классификации

Обработка результатов данных для получения кластеров показателей выполнялась путем анализа ответов респондентов на вопросы и распределение по оценочным уровням.

Например, классификация значений для показателя «Уровень дохода населения» может быть получена на основе анализа ответов на вопросы анкеты: «Каков Ваш уровень дохода?», «В какой степени Вы удовлетворены Ва-

шим уровнем дохода?». В результате выходные данные представляются в виде упорядоченного соответствия величин доходов их уровням (рис. 3). Числа «5», «15», «18» и другие показывают количество ответов респондентов.

В табл. 6 представлена классификация значений показателей по термам «Уровень удовлетворенности показателем  $P_i$ » за 2014 год.

Классификация значений показателей по термам «Уровень удовлетворенности показателем  $P_i$ » за 2014 год

Показатели	Абсолютно не удовлетворен	Не удовлетворен	Частично удовлетворен	Удовлетворен	Абсолютно удовлетворен
$F_1$		0,2	0,8		
$F_2$		0,5	0,5		
$F_3$			1		
$F_4$		0,2	0,8		
$F_5$		0,6	0,4		
$F_6$	0,3	0,7			
$F_7$			0,8	0,2	
$F_8$				1	
$F_9$		0,3	0,7		
$F_{10}$			0,5	0,5	
$F_{11}$		0,6	0,4		
$F_{12}$	0,6	0,4			

Расчет интегрального показателя осуществляется с помощью аддитивной свертки:

$$СЭП = \sum_{i=1}^N Y_i \times \beta_i, \quad (1)$$

где  $Y_i$  – промежуточный коэффициент, учитывающий число показателей по каждому уровню лингвистической переменной;  $\beta_i$  – среднее арифметическое зоны абсолютной уверенности;  $N$  – количество показателей;

$$Y_i = \sum_{j=1}^N k \times y_j, \quad (2)$$

где  $k$  – значение весового коэффициента показателя;  $y_j$  – количество значений показателей по каждому уровню лингвистической переменной

Суть формул (1) и (2) заключается в следующем: сначала производится внутреннее суммирование (1) по значимостям показателей, далее осуществляется внешнее суммирование (2) по узловым точкам пятиуровневого классификатора лингвистических переменных СЭП<sup>ст</sup> и СЭП<sup>суб</sup>. Таким образом, интегральная оценка определяется как средневзвешенное по всем участвующим в оценке показателям, с одной стороны, и по всем качественным уровням этих показателей, с другой стороны.

Значения интегральных показателей будут лежать в интервале  $[0; 1]$ , так как лингвистическая переменная «СЭП» состоит из пятерки нечетких  $T$ -чисел  $\{\beta\}$  вида:  $\beta_1(0,0; 0,0; 0,15; 0,25)$ ;  $\beta_2(0,15; 0,25; 0,35; 0,45)$ ;  $\beta_3(0,35; 0,45; 0,55; 0,65)$ ;  $\beta_4(0,55; 0,65; 0,75; 0,85)$ ;  $\beta_5(0,75; 0,85; 1,0; 1,0)$ .

Для программной реализации вышеописанной методики необходимо организовать хранение

обрабатываемой информации в формализованном виде. Для этого используется реляционная модель данных. Формализованный вид трапециевидных функций принадлежности, количественно характеризующих границы допустимых значений оцениваемых показателей – нижнее основание трапеции (A, D) и верхнее основание (B, C), представлен на рис. 4. Здесь представлены данные экспертами субъективные оценки значений функций принадлежности интегральных показателей  $IF$  и  $IP$ .

Объективный интегральный показатель выражается лингвистической переменной  $IF$  «Уровень социально-экономического развития региона (Ст)». Субъективный интегральный показатель выражается лингвистической переменной  $IP$  «Уровень социально-экономического развития региона (Суб)». Терм-множество значений показателей составлено следующим образом:  $T = \{\text{Уровень низкий; Уровень ниже среднего; Уровень средний; Уровень выше среднего; Уровень высокий}\} = \{VN, N, Z, P, VP\}$ , где  $VN$  – Уровень низкий,  $N$  – Уровень ниже среднего,  $Z$  – Уровень средний,  $P$  – Уровень выше среднего,  $VP$  – Уровень высокий.

Объект базы данных «Комплексная оценка» предназначен для хранения результатов сопоставления данных субъективных и объективных оценок – значений интегральных показателей  $IF$  и  $IP$ . Выходной параметр – значение комплексной оценки – представляет собой множество альтернативных вариантов состояний комплексной оценки (рис. 5).

Код показателя	IF			
Наименование	Уровень социально-экономического развития региона (Ст)			
Описание	Оценка уровня социально-экономического развития региона по статистическим показателям			
Трапециевидные функции принадлежности				
Код уровня	A	B	C	D
VN	0	0	0,15	0,25
N	0,15	0,25	0,35	0,45
Z	0,35	0,45	0,55	0,65
P	0,55	0,65	0,75	0,85
VP	0,75	0,85	1	1

Рис. 4. Фрагмент БД по трапециевидным функциям принадлежности

Интегральный субъективный показатель IP	Интегральный объективный показатель IN	Комплексная оценка
VN	VN	Абсолютная социально-экономическая депривация
VP	VP	Абсолютное благополучие
VN	N	Абсолютная социально-экономическая депривация
N	VN	Относительная социально-экономическая депривация
Z	VN	Социально-экономическая напряженность
P	VN	Относительная социально-экономическая адаптация
P	N	Относительная социально-экономическая адаптация
VP	N	Относительная социально-экономическая адаптация
VP	Z	Относительная социально-экономическая адаптация
N	Z	Социально-экономическая напряженность
Z	Z	Относительная социально-экономическая адаптация

Рис. 5. Объект базы данных «Комплексная оценка»

Далее необходимо соотнести рассчитанные значения СЭП<sup>ст</sup> и СЭП<sup>суб</sup> с подмножествами соответствующих лингвистических переменных.

Интегральный показатель СЭП<sup>ст</sup>, соответствующий показателю уровня социально-экономического развития региона, определяемый на основе статистических показателей, и интегральный показатель СЭП<sup>суб</sup>, соответствующий

показателю уровня социально-экономического развития региона, определяемый на основе результатов социологических опросов населения, характеризуется следующим образом: чем выше их значения, тем выше уровень социально-экономического развития региона. В табл. 7 представлены результаты выполненных расчетов значений СЭП<sup>ст</sup> и СЭП<sup>суб</sup>.

Таблица 7

Динамика изменения значений функций принадлежности уровней интегральных показателей за 2013–2015 гг.

Уровни показателей	IP «Уровень социально-экономического развития региона (СЭП <sup>суб</sup> )»			IF «Уровень социально-экономического развития региона (СЭП <sup>ст</sup> )»		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
VN	0	0	0	0	0	0
N	0,25	0,2	0,4	0,25	0,26	0,18
Z	0,75	0,8	0,6	0,75	0,74	0,82
P	0	0	0	0	0	0
VP	0	0	0	0	0	0
Значения	0,425	0,43	0,41	0,425	0,424	0,432

Согласно полученным значениям, интегральные показатели, рассчитанный на основе данных социологических опросов, указывают на небольшое ухудшение показателя с 2013 по 2015 годы. Значение интегрального показателя, рассчитанного согласно статистическим данным, изменился на 0,007 в 2015 г. в лучшую сторону. Значения частных показателей за 2015 год взяты прогнозные, поэтому может иметь место некоторая погрешность в результатах. Тем не менее полученные результаты показывают, что значительных отклонений в оценке социально-экономических показателей, рассчитанных двумя способами, не выявлено.

Обобщенную оценку можно получить из матрицы (табл. 1). Исходя из того, что максимальное значение функции принадлежности обеих интегральных оценок достигается для терма «Средний уровень показателя», то уровень социально-экономического развития региона за период с 2013 по 2015 гг. соответствует комплексной оценке «Социально-экономическая адаптация». Такое состояние означает, что жители региона научились эффективно использовать имеющиеся профессионально-квалификационные ресурсы, личностный потенциал в сложившейся хозяйственной ситуации с целью реализации своих потребностей и интересов. В случае, если адаптация будет носить прогрессивный характер, нацеленный на модернизацию, и при определенной реакции со стороны органов государственных структур, то данный процесс будет способствовать переходу к более благоприятному уровню социально-экономического развития.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Беляева, Л. А.* Уровень и качество жизни. Проблемы измерения и интерпретации / Л. А. Беляева // СОЦИС. – 2009. – № 1. – С. 33–42.
2. *Егорова, И. Е.* Формализация процесса экспертного оценивания при динамическом нечетком моделировании социально-экономических показателей региона и их взаимосвязей / И. Е. Егорова, А. В. Костикова // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 11 (часть 11). – С. 2476–2480.
3. *Костикова, А. В.* Динамическое нечеткое моделирование социально-экономических процессов общественной жизни: на примере качества жизни населения : монография / А. В. Костикова, П. В. Терелянский; ВолгГТУ. – Волгоград, 2014. – 132 с.
4. *Костикова, А. В.* Разработка математических и инструментальных средств моделирования социально-экономических показателей региона [Электронный ресурс] / А. В. Костикова, И. Е. Егорова // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6. – Режим доступа: URL: [www.science-education.ru/120-15596](http://www.science-education.ru/120-15596) (дата обращения: 26.06.2015).
5. *Маршалова, А. С.* Конкурентоспособность и стратегические направления развития региона / А. С. Маршалова, Г. Д. Ковалева, Г. А. Унтура; под ред. А. С. Новоселова. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2008. – 528 с.
6. Об утверждении Унифицированной системы показателей, характеризующих социально-экономическое положение муниципального образования: Постановление Государственного комитета Российской Федерации по статистике от 09.01.1998 г. № 2 // Консультант Плюс. Законодательство. Версия Проф [Электронный ресурс] / АО «Консультант Плюс». – М., 2007. – 30.09.2008.
7. Регионы России: социально-экономические показатели 2010–2014 гг.: стат. сб. / Росстат// Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_1138623506156](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156)
8. Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации 2010–2014 гг.: стат. сб./ Росстат // Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_1138625359016](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138625359016)
9. *Сидоров, А. А.* Методические подходы к оценке социально-экономического развития муниципальных образований / А. А. Сидоров, М. П. Силич // Известия Томского политехнического университета. – 2008. – Т. 313. – № 6. – С. 38–44.
10. Социальное самочувствие россиян: все показатели снижаются / Пресс-выпуск № 2930 // Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115390>

## КНИЖНАЯ ПОЛКА

*Э. Г. Кочетов*

### **ОБЕРЕГАТЕЛИ. Интеллектуальная среда, взлелеявшая парадигму мирового преобразования (фрагменты новой книги)**

*Кочетов, Э. Г.* ОБЕРЕГАТЕЛИ. Интеллектуальная среда, взлелеявшая парадигму мирового преобразования: научная монография / Э. Г. Кочетов. – М.: Эдитус, 2015. – 388 с.

Это книга-признание! О тех, кто взлелеял парадигму преобразования мира. Ее суть – качественно новое восприятие мира посредством смены ментальной оптики Человека и его мыслительного поля, и обустройство мира на принципах космогенеза. Их заботливые руки оберегли первые ростки ее становления, и идея проросла в университетах, научных центрах, общественных и государственных структурах. Автор бережно сохраняет мнения читателей-специалистов, их отклики, отзывы, рецензии как свидетельства жизненного и творческого пути автора – восхождения к парадигме преобразования мира через ее звенья: геоэкономику, глобалистику, гуманитарную космологию, диалогистику. Каж-

дое звено этой интеллектуальной цепи воплощено в отдельные книги автора, они впитали в себя принципиально новые онтологические и методологические начала с выходом на практику: центральным героем своих идей автор явил Человека, его разум, интеллект, волю к свободе как непреходящие ценности. Жизнь Человека, его семьи, среда обитания возведены на высочайший пьедестал – на арену заступили Новые люди, люди, устремленные к новому Мирозданию – Мирозданию нового Ренессанса.

Книга адресована широкому кругу читателей и специалистов – первопроходцам в новые гуманитарные сферы научного знания об окружающем нас мире.

## **АНОНСЫ**

### **ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

Обеспечение конкурентоспособности российских предпринимательских структур в условиях современной глобализации: монография / Л. И. Арнаутова, М. К. Иванова, О. Н. Корженевская, И. В. Котляровская, И. А. Морозова, В. В. Тараканов, А. А. Хрысева, Л. С. Шаховская; под общ. ред. В. В. Тараканова и Л. С. Шаховской; ВолгГТУ. – Волгоград, 2015. – 160 с.

Рекомендуемая читателю монография представляет собой попытку ученых Волгограда и Екатеринбурга осмысления и раскрытия сущностной природы конкурентоспособности крупных предпринимательских структур в изменившихся глобальных экономических условиях. В монографии сосредоточен значительный объем хорошо систематизированной и глубоко переработанной редко встречающейся информации системообразующего характера по современным аспектам развития крупных

российских и зарубежных предпринимательских структур, а также их специфических видов, например, таких как предпринимательские университеты.

В монографии затрагивается целый ряд принципов успешного функционирования крупного бизнеса в условиях глобализации. При этом авторский коллектив по-новому рассматривает свойства самой природы конкурентоспособности и систематизирует источники устойчивого конкурентного положения круп-

ных предприятий на мировом рынке товаров и услуг, что имеет особенно важное значение для решения задач структурной трансформации российской экономики в контексте непростых международных экономических отношений с развитыми западными странами. Отдельно выделена роль образовательного сектора экономики как фактора формирования необходимой институциональной среды для развития конкурентоспособного национального бизнеса, а также специфические тенденции реформирования самого института высшего образования в стране с целью максимальной адаптации к изменившимся потребностям рынка и общества.

Дискуссионным для российского читателя является вопрос о преимуществах и недостатках перехода от традиционной классической образовательной системы к университетам предпринимательского типа, а также взгляд авторов на университет как специфическую предпринимательскую структуру, поскольку главной целью образовательной системы в обществе все же должно оставаться достижение

внешних положительных социальных эффектов в форме накопления, передачи и приращения научных знаний, обучения и воспитания новых поколений, обеспечения национальной экономики профессиональными кадрами. Успешная реализация указанных задач не всегда совпадает с возможностями получения прибыли и достижения положительного экономического эффекта в его классическом понимании с позиций теории экономики предприятия.

Содержание рекомендуемой читателю монографии будет интересно не только студентам направлений подготовки «Экономика» и «Менеджмент», но обучающимся по другим направлениям, и интересующимся особенностями функционирования национальной экономики в условиях глобализации, а также специалистам-практикам на экспортоориентированных предприятиях, представителям государственной власти, формирующим стратегические программы развития национальной (региональной) экономики.

*А. Ф. Джинджолия*

### ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Институциональная экономика: учебное пособие / О. Е. Акимова, И. В. Аракелова, Е. М. Витальева, А. Г. Грязнова, О. В. Данилова, И. В. Днепровская, Н. Н. Лебедева, Я. С. Матковская, И. А. Морозова, Е. С. Петренко, М. В. Плешакова, Л. М. Сеницына, Л. С. Шаховская; под общ. ред. Л. С. Шаховской; ВолгГТУ. – Волгоград, 2015. – 212 с.

В 2015 году вышло в свет уникальное учебное пособие для студентов бакалавриата направлений подготовки: «Экономика» и «Менеджмент», а также специалистов, профессионально занимающихся систематизацией организационно-экономических и управленческих отношений на практике.

Учебное пособие написано авторитетными учеными ведущих российских вузов (Волгоград, Краснодар, Москва) и их коллегами из Республики Казахстан. В книге авторы рассматривают сущность институциональной экономики как объективного экономического явления, обрисовывают природу институтов как таковых, причины и время их появления в человеческой цивилизации. Четко определяется роль, формы проявления и значение институтов в современной российской и мировой экономике. Отдельным блоком исследуются причины институционализации экономической жизни в эпоху глобализации. Учебное пособие состоит из пяти глав, каждая из которых разделена на подпункты.

Важной особенностью пособия является

доступное и системное описание механизма возникновения института, которое позволяет любому заинтересованному лицу разобраться в природе такого сложного и многофакторного явления, как институт. Изначально институты призваны упорядочивать и организовывать нашу жизнь. Благодаря доступному и интересно изложению новой институциональной теории, данное пособие позволяет читателю найти свое уникальное место в современной социально-экономической системе, выстроить максимально эффективную стратегию собственного поведения как экономического субъекта. Знакомство с этой книгой будет способствовать более грамотному рыночному поведению каждого человека, но окажет прямое влияние на более динамичный выход российской экономики из затянувшегося кризиса.

Данное учебное пособие будет по-настоящему полезно студентам, преподавателям и научным сотрудникам при подготовке дипломных и курсовых проектов, диссертационных работ и методических разработок.

**МАРКЕТИНГ: КЕЙСЫ, ДЕЛОВЫЕ ИГРЫ, ТЕСТЫ**

Маркетинг: кейсы, деловые игры, тесты : учебное пособие / Л. С. Шаховская, Е. Г. Попкова (и др.). – М.: КНОРУС, 2016. – 242 с. – (Бакалавриат).

Учебное пособие представляет собой сборник кейсов, тестов, тренировочных упражнений, практических ситуаций, деловых игр, примеров историй реальных действующих компаний и их способов решения проблем, возникающих при работе на рынке. В начале каждого раздела дан обобщенный теоретический материал, для краткости и удобства сведенный в табличную и графическую форму. Все примеры проанализированы и прокомментированы профессионалами. Основной целью

книги является выделение, проработка и удобная систематизация ключевых аспектов маркетинга. Учебное пособие подготовлено коллективом специалистов в области маркетинга.

Автором и руководителем проекта серии учебников «Кейсы, деловые игры, тесты» выступает доктор экономических наук профессор кафедры «Мировая экономика и экономическая теория» Волгоградского государственного технического университета Елена Геннадьевна Попкова.

Редактор  
**Е. В. Кравцова**

Компьютерная верстка:  
**Е. В. Макарова**

---

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77–61113 от 19 марта 2015 г.  
Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий  
и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

---

Адрес редакции и издателя: 400005, г. Волгоград, пр. В. И. Ленина, 28.  
Волгоградский государственный технический университет (ВолгГТУ)  
Телефон: гл. редактор – (8442) 24-80-00  
**E-mail:** president@vstu.ru

---

Темплан 2016 г. Поз. № 1ж. Подписано в печать 22.03.2016 г. Формат 60 x 84 1/8.  
Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл.-печ. л. 20,00. Уч.-изд. л. 20,37.  
Тираж 100 экз. Заказ №  
Оригинал-макет и электронная версия подготовлены РИО ИУНЛ ВолгГТУ  
400005, г. Волгоград, пр. В. И. Ленина, 28, корп. 7.  
Отпечатано в типографии ИУНЛ ВолгГТУ  
400005, г. Волгоград, пр. В. И. Ленина, 28, корп. 7.

## К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ

---

В научном журнале «ИЗВЕСТИЯ ВОЛГОГРАДСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА», серии «Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива)» публикуются статьи, которые содержат результаты теоретических и экспериментальных исследований, представляют научный и практический интерес для широкого круга специалистов в области экономики.

Вопрос об опубликовании статьи или ее отклонении решает редакционная коллегия сборника, которая утверждается ректором университета, ее решение является окончательным. Редколлегия направляет представленный для издания материал на рецензирование.

Рукопись должна быть набрана и сверстана в текстовом редакторе Word и распечатана на лазерном принтере в режиме полной загрузки тонера. Формат бумаги А4 (210×297 мм).

Для ускорения подготовки издания необходимо представлять файлы статей на дискетах или компакт-дисках (CD) в полном соответствии с распечатанным оригиналом. Дискета должна быть вложена в отдельный конверт, на этикетке дискеты указываются фамилии авторов статьи.

При наборе текста следует соблюдать следующие требования: поля – верхнее – 2,0 см, нижнее – 3,0 см, левое – 2,5 см, правое – 2,5 см; шрифт Times, кегль 14, интервал полуторный.

Текст набирается с применением автоматического переноса слов, перед знаками препинания (в том числе внутри скобок) пробелы не допускаются, после них ставится один пробел. Разрядка слов не допускается, следует избегать перегрузки статей большим количеством формул, рисунков, таблиц. Для набора символов в формульном редакторе MS Equation (MS Word) использовать установки (Стиль/Размеры) только по умолчанию; рисунки должны быть выполнены в редакторах векторной графики, таких как CorelDRAW или в любом приложении к Word. Допускается сканирование рисунков в программе Microsoft Photo Editor.

Инициалы и фамилия автора (авторов) пишутся над заглавием статьи. Ниже заглавия, перед основным текстом, указывается организация или предприятие, в котором работает автор статьи. В конце статьи ставится полное название учреждения, которое рекомендует статью для публикации, дата и подпись автора (всех авторов).

Литературные ссылки должны быть оформлены в соответствии с ГОСТ 7.1–2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления». Библиографический список использованной литературы, составленный в порядке упоминания в тексте, дается в конце статьи; связь с основным текстом осуществляется цифровым порядковым номером в квадратных скобках в строке. Подстрочные ссылки не допускаются.

Иностранные фамилии и термины в тексте следует приводить в русском переводе. В библиографическом списке фамилии авторов, полное название книг и журналов приводится на языке оригинала.

Ссылки на неопубликованные работы не допускаются.

При обозначении единиц физических величин должна применяться Международная система единиц (СИ).

Объем статьи не должен превышать 8 страниц бумаги формата А4, включая таблицы и библиографический список; число рисунков – не более четырех, включая рисунки, помеченные буквами *a*, *b*, и т. д. Рекомендуется включать в сборник статьи с авторским коллективом не более четырех человек с участием каждого автора в одной–двух статьях.

Статьи должны представлять сжатое четкое изложение результатов, полученных автором без повторов приводимых данных в тексте статьи, таблицах и рисунках. К статье должны быть приложены: сведения об авторах (полное имя, отчество, фамилия, ученая степень, звание, домашний адрес, номер телефона служебный, домашний, E-mail), документация, подтверждающая возможность ее открытого опубликования.