

ISSN 2413-8584



ЭКОНОМИКА ПРОФЕССИЯ БИЗНЕС

e-mail: ef@asu.ru сайт: <http://journal.asu.ru>

2019. № 2

ECONOMICS PROFESSION BUSINESS



Барнаул

Издательство
Алтайского государственного
университета
2019

Научный рецензируемый журнал. Издается с 2014 г. Выпускается 4 раза в год

Учредитель

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»

Главный редактор

В. В. Мищенко, доктор экономических наук, профессор

Заместитель главного редактора

Т. Г. Строителева, доктор экономических наук, профессор

Редакционный совет

Е. А. Ан, д-р экон. наук (Казахстан);
А. М. Асалиев, д-р экон. наук, проф. (г. Москва);
А. В. Боговиз, д-р экон. наук, проф. (г. Москва);
Г. Г. Вукович, д-р экон. наук, проф., акад. РАН (г. Краснодар);
Ю. В. Рагулина, д-р экон. наук, проф. (г. Москва);
В. И. Суслов, д-р экон. наук, проф., чл.-корр. РАН
(г. Новосибирск);
Сюй Линьши, д-р экон. наук, проф. (г. Харбин, Китай);
В. И. Тинякова, д-р экон. наук, проф. (г. Москва)

ISSN 2413-8584

Журнал зарегистрирован в Управлении Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Алтайскому краю и Республике Алтай (Управление Роскомнадзора по Алтайскому краю и Республике Алтай). Свидетельство о регистрации ПИ №ТУ22–00576 от 20 ноября 2015 г.

Индекс в каталоге российской прессы «Почта России» **50302**.

Статьи журнала включаются в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ), доступный в Интернете по адресу: <http://www.elibrary.ru> (Научная электронная библиотека).

Все права защищены. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Founder

Federal state budgetary educational institution of higher education "Altai State University"

Editor-in-Chief

V. V. Mishchenko, Prof.

Deputy Editor-in-Chief

T. G. Stroiteleva, Prof.

Editorial Council

E. A. An, Prof. (Kazakhstan);
A. M. Asaliyev, Prof. (Moscow);
A. V. Bogoviz, Prof. (Moscow);
G. G. Vukovitch, Prof., Academician of RANH (Krasnodar);
Yu. V. Ragulina, Prof. (Moscow);
V. I. Suslov, Prof., Corresponding member of RAS (Moscow);
Sui Linshi, Prof. (Harbin, China);
V. I. Tinyakova, Prof. (Moscow)

Editorial Board

V. I. Belyaev, Prof.;
S. N. Bocharov, Prof.;
S. V. Lobova, Prof.;
S. I. Mezhev, Prof.;
E. E. Shvakov, Prof.

The journal is registered in the Federal Service for supervision of communications, information technology, and mass media in the Altai Region and the Altai Republic. The Certificate of Registration PI №ТУ22–00576 issued on November 20, 2015

Index in the Catalogue of Russian Press "Pochta Rossii" is 50302

The articles published in the journal are included in the Russian Science Citation Index, available at the Internet address <http://www.elibrary.ru> (Scientific Electronic Library)

All rights reserved. Reference to the journal is required when using any part of the content

© Оформление.

Издательство Алтайского государственного университета, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Беляев В. И., Цомаева И. В.</i> МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ: КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ В РАЗВИТИИ ФОРМ МЕЖФИРМЕННОЙ КООПЕРАЦИИ	5
<i>Беляев В. И., Величко О. В.</i> МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ ИМИДЖА И БРЕНДА ТЕРРИТОРИИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ЦЕПЕЙ МЕЖФИРМЕННЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ.....	12
<i>Воробьев С. П., Троцковский А. Я., Воробьева В. В.</i> ИНТЕГРИРОВАННЫЕ АГРОПРОМЫШЛЕННЫЕ ФОРМИРОВАНИЯ КАК ОПОРА АГРАРНОЙ ЭКОНОМИКИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ: СФОРМИРОВАНЫ ЛИ ПРЕДПОСЫЛКИ?.....	21
<i>Дубина И. Н.</i> ТЕОРЕТИКО-ИГРОВОЕ И ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНО-ИГРОВОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧАСТНИКОВ «ТРОЙНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СПИРАЛИ».....	27
<i>Каплинская И. Е., Солопова Н. Н., Шутова Н. А.</i> ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА РАЗНЫХ СТАДИЯХ РАЗВИТИЯ ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ	33
<i>Крышка В. И.</i> «ЯДРО» И «ЗАЩИТНЫЕ СЛОИ» ОПЛАТЫ ТРУДА НАЕМНЫХ РАБОТНИКОВ С ПОЗИЦИИ ОБЩЕЙ ЭКОНОМИКИ.....	38
<i>Кундиус В. А., Ковалева И. В.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ В СТРАНЫ ШАНХАЙСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ СОТРУДНИЧЕСТВА (ШОС).....	48
<i>Мищенко О. А., Привалов В. И., Доценко Д. А.</i> ВАЛЮТНАЯ ПОЛИТИКА И ДЕДОЛЛАРИЗАЦИЯ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В РОССИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ И ТЕНДЕНЦИИ	57
<i>Сабына Е. Н., Адушкина А. С.</i> ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ)	63
<i>Стерлягов С. П., Патудин В. М., Краснова М. В.</i> ИМИТАЦИОННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРЕДЫНВЕСТИЦИОННОЙ ФАЗЫ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ПРОЕКТОВ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ	68
<i>Стрижкина В. Н., Стрижкина И. В., Капустян Л. А.</i> ПОДГОТОВКА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ И ПРОГРАММ АЛТАЙСКОГО КРАЯ В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ	74
<i>Троцкий А. Я., Родионова Л. В., Сергиенко А. М.</i> СТРАТЕГИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ АЛТАЙСКОГО КРАЯ ДО 2035 Г.: ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ.....	79
<i>Трошкина Г. Н., Юдинцев А. Ю., Березуцкая Л. А.</i> МЕТОДЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ ИНФОРМАТИЗАЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	86
<i>Химочка В. С.</i> ФОРМИРОВАНИЕ ОПТИМАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ БАРНАУЛЬСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ.....	93
<i>Яровой Д. О.</i> ПРАКТИКА РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПОВ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЯМИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ.....	99
НАШИ АВТОРЫ.....	104
ПРАВИЛА ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СТАТЕЙ В НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ЭКОНОМИКА. ПРОФЕССИЯ. БИЗНЕС»	106

CONTENTS

<i>Belyaev V. I., Tsomaeva I. V.</i> MARKETING MANAGEMENT: A CONCEPTUAL MODEL OF FUNCTIONAL INTERACTIONS FORMATION IN THE INTERFIRM COOPERATION FORMS DEVELOPMENT	5
<i>Belyaev V. I., Velichko O. V.</i> MARKETING MANAGEMENT: THEORY AND METHODOLOGY OF DEVELOPMENT OF THE TERRITORY IMAGE AND BRAND IN THE FORMATION OF CHAINS OF INTERFIRM INTERACTIONS.....	12
<i>Vorobyov S. P., Trotskovsky A. I., Vorobyova V. V.</i> INTEGRATED AGRO-INDUSTRIAL FORMATIONS AS A BASIS OF THE AGRARIAN ECONOMY OF THE ALTAI KRAI: ARE THE PREREQUISITES FORMED?	21
<i>Dubina I. N.</i> GAME-THEORETIC AND GAME-EXPERIMENTAL MODELING OF THE INTERACTION OF PARTICIPANTS OF THE TRIPLE HELIX OF INNOVATION.....	27
<i>Kaplinskaya I. E., Solopova N. N., Shutova N. A.</i> PROBLEMS OF ECONOMIC SECURITY AT DIFFERENT STAGES OF DEVELOPMENT OF THE TRANSITION ECONOMY IN RUSSIA	33
<i>Krishka V. I.</i> THE “CORE” AND “PROTECTIVE LAYERS” OF LABOUR WAGES FROM THE PERSPECTIVE OF GENERAL ECONOMY	38
<i>Kundius V. A., Kovaleva I. V.</i> DEVELOPMENT PROSPECTS OF EXPORTING AGRICULTURAL PRODUCTS AND FOOD TO THE SHANGHAI COOPERATION ORGANIZATION (SCO) MEMBER COUNTRIES	48
<i>Mishchenko O. A., Privalov V. I., Dotsenko D. A.</i> CURRENCY POLICY AND DEDOLLARIZATION OF FOREIGN TRADE RELATIONS IN RUSSIA: PROSPECTS AND TRENDS	57
<i>Sabyna E. N., Adushkina A. S.</i> ASSESSMENT OF GOODS COMPETITIVENESS IN A REGION (CASE STUDY ON THE ALTAI REGION)	63
<i>Sterlyagov S. P., Patudin V. M., Krasnova M. V.</i> IMITATION MODELING AS A TOOL FOR THE IMPLEMENTATION OF THE PRE-INVESTMENTAL PHASE OF INFRASTRUCTURE PROJECTS OF MUNICIPAL ENTITIES	68
<i>Strizhkina V. N., Strizhkina I. V., Kapustyanyan L. A.</i> PREPARATION OF REGIONAL PROJECTS AND PROGRAMS OF THE ALTAI TERRITORY IN THE FRAMEWORK OF NATIONAL PROJECTS	74
<i>Trotskovsky A. Ya., Rodionova L. V., Sergienko A. M.</i> STRATEGY FOR SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE ALTAI KRAI UP TO 2035: EXPERT ASSESSMENT AND PROPOSALS TO IMPROVE.....	79
<i>Troshkina G. N., Yuditsev A. Yu., Berezutskaya L. A.</i> METHODS OF STATE REGULATION OF INFORMATIZATION PROCESSES IN THE RUSSIAN FEDERATION	86
<i>Khimochka V. S.</i> FORMATION OF THE OPTIMAL MODEL OF SPATIAL DEVELOPMENT IN BARNAUL AGGLOMERATION.....	93
<i>Yarovoy D. O.</i> PRACTICE OF IMPLEMENTATION OF PRINCIPLES OF CORPORATE GOVERNANCE OF COMPANIES OF ALTAI REGION.....	99
OUR AUTHORS.....	104
ARTICLE SUBMISSION GUIDELINES FOR “ECONOMICS. PROFESSION. BUSINESS”	106

МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ: КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ В РАЗВИТИИ ФОРМ МЕЖФИРМЕННОЙ КООПЕРАЦИИ¹

В. И. Беляев¹, И. В. Цомаева²

¹Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия)

²Алтайский приборостроительный завод «Ротор» (Барнаул, Россия)

Статья посвящена теоретическому обоснованию возможностей использования концепции маркетинг-менеджмента в управлении цепочками формирования добавленной ценности и представляет собой постановку проблемы научного исследования. Суть предложения заключается в следующем: в управлении современными предприятиями маркетинг все более становится доминирующей функцией, определяющей содержание задач не только в сфере собственно маркетинга, но и в других функциональных сферах — в управлении производством, человеческими ресурсами, финансами. В последние годы стали возникать межфирменные кооперационные образования, формирующие в конечном виде более ценные для потребителей предложения. Возникла необходимость в управлении ими. Решение проблемы предлагается осуществить посредством трансформации концепции маркетинг менеджмента, предназначенной для предприятий, для использования ее и в цепях межфирменных взаимодействий. Такой подход обеспечит функционирование цепочки, как цельной социально-экономической системы, способной эффективно функционировать в течение длительного времени.

Ключевые слова: маркетинг-менеджмент, функции управления, межфирменная кооперация, цепочки добавленной ценности.

MARKETING MANAGEMENT: A CONCEPTUAL MODEL OF FUNCTIONAL INTERACTIONS FORMATION IN THE INTERFIRM COOPERATION FORMS DEVELOPMENT

V. I. Belyaev¹, I. V. Tsomaeva²

¹Altay State University (Barnaul, Russia)

²Altai Instrument Engineering Plant "Rotor" (Barnaul, Russia)

The article is devoted to the theoretical justification of the possibility of using the marketing management concept in the management of value chains. This article is also a statement of the problem of scientific research. The essence of the proposal is as follows: in the management of modern enterprises, marketing is increasingly becoming the dominant function that determines the content of tasks not only in the field of marketing itself, but also in other functional areas, such as production management, human resources, finance. In recent years, inter-firm cooperative formations have begun to emerge, ultimately forming more valuable offers for consumers. There was a need to manage them. To solve the problem we propose to transform the marketing management concept for enterprises, to use it in the chains of inter-firm interactions. This approach will ensure the functioning of the chain as a whole socio-economic system functioning effectively in a long-term.

Keywords: marketing management, management functions, inter-firm cooperation, value chains.

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ. Научный проект № 18-010-00593А. «Исследование глобальных цепочек создания добавленной стоимости как фактора повышения эффективности экономики региона».

Введение. Создание и развитие новых форм межфирменной кооперации, таких как цепочки формирования ценностей, однозначно предполагает и создание соответствующих механизмов управления ими. В качестве теоретической и методологической основы систем управления цепями межфирменных взаимодействий авторы предлагают использовать концепцию маркетинг-менеджмента, трансформировав ее до возможности применения в управлении кооперационными социально-экономическими образованиями.

Направление развития форм современного бизнеса. История развития мировой экономики представляет собой не что иное, как цепь постоянных кардинальных изменений. На их неизбежность в своем труде «О природе», обращал внимание древнегреческий философ Гераклит Эфесский (544–483 до н. э.), признаваемый научной общественностью как основатель диалектики. Его утверждение о том, что нельзя в одну реку войти дважды, можно трактовать и как неизбежность изменений не только в сфере природы, но и в общественной сфере, ибо человек, входящий в реку, сегодня уже не похож на себя, входившего в эту же самую реку вчера [1, с. 24]. А изменения в каждом человеке обуславливают и изменения в обществе.

Внутренней побудительной силой изменений в современной экономике следует назвать противоречия, возникающие между производительными силами и производственными отношениями, наличие которых установил и описал еще Карл Маркс (1818–1883) в форме объективного закона общественного развития [2, с. 1083]. В современной литературе можно встретить массу интерпретаций этой концепции К. Маркса. Вот одна из них. «С непрерывным развитием технологий, подстегиваемых со стороны капиталистов необходимостью инвестировать и создавать инновации, чтобы выжить в условиях безжалостной конкуренции, разделение труда, по мнению К. Маркса и последователей, стало бы еще более «социальным», что сделало бы капиталистические компании более зависимыми друг от друга в качестве поставщиков и покупателей. А это привело бы к тому, что координация деятельности среди таких связанных компаний стала бы еще более необходимой, но сохранение частной собственности на средства производства сделало бы такую координацию очень трудной, если вообще возможной. В результате противоречия в системе обострились бы и в итоге привели бы к краху...» [3, с. 91]. Эти слова принадлежат профессору Кембриджского университета, лауреату премии Василия Леонтьева (1905–1999) за расширение границ экономической мысли Ха-Джун Чангу. Как следует из приведенной цитаты, в объяснении концепции К. Маркса он использует со-

слагательное наклонение, сводя позицию классика, как к чем-то не только, якобы, несостоявшемуся, но и как, в принципе, к определенно невозможному. Однако при этом отдавая должное теории К. Маркса в части соотношений экономического базиса (производительных сил и производственных отношений) и надстройки (политики, культуры, др.), Ха-Джун Чанг вместе с тем отмечает, что «К. Маркс был, вероятно, первым экономистом, который систематически исследовал роль институтов в экономике, предвосхитив образование институциональной школы» [3, с. 89–90]. В этом он абсолютно прав. Поскольку институты, в общем и целом, представляют собой нормы и правила поведения людей в обществе, которые, вообще-то, на сущностном уровне обуславливаются отношениями (и не в последнюю очередь социально-экономическими), то, можно сказать, что утверждения кембриджского профессора о наличии противоречий между постоянно развивающимися технологиями (производительными силами по К. Марксу) и хозяйственными отношениями между «капиталистическими компаниями», выражающимися в сохранении «частной собственности на средства производства» имеют место быть в реальной действительности; таким образом, сослагательное наклонение здесь вряд ли уместно.

Похожие рассуждения можно встретить и в трудах отечественных авторов (правда, без каких-либо сослагательных предположений). Так, профессор Научно-исследовательского университета — Высшая школа экономики М. Ю. Шерешова утверждает следующее: «Происходит рост взаимозависимости участников производственного процесса, в результате модифицируется их поведение в рамках кооперационных соглашений, а затем изменения неизбежно трансформируются на взаимоотношения экономических агентов в отраслевом и межотраслевом масштабе. Таким образом, кооперативные связи между фирмами в долгосрочном аспекте выступают как основа качественных изменений, происходящих на современных рынках» [4, с. 25].

Таким образом, и зарубежные, и отечественные авторы, без согласования друг с другом, проявляют определенную солидарность в объяснении современных реалий развития социально-экономических отношений, обуславливаемых развитием технологий, появлением принципиально новых технологических систем. И, что очень важно, и те, и другие суждения, как в Прокрустово ложе укладываются в концептуальную модель К. Маркса о соответствии производственных отношений уровню и характеру развития производительных сил. Да, со времен К. Маркса терминология несколько изменилась, появились новые понятия, но суть, за-

фиксируемая К. Марксом в законе необходимости соответствия производственных отношений уровню и характеру развития производительных сил, осталась. Исходя из этой закономерно существующей сущностной связи между развитием современных технологий и поддерживающих это развитие общественных и хозяйственных институтов, представляющих собой материальное воплощение социально-экономических (производственных по К. Марксу) отношений, и нужно принимать решения по развитию бизнеса каждым отдельным предприятием: а именно, по формированию кооперационных связей между заинтересованными предприятиями, по созданию и развитию новых форм отношений и новых форм взаимодействий между кооперированными предприятиями. Очевидно, что современная научно-техническая революция, основным продуктом которой являются цифровые технологии, обуславливает необходимость изменения содержания и структуры межфирменных отношений (хозяйственных, социально-экономических, по сути), появления новых форм хозяйственных объединений, в которые должны входить юридически самостоятельные и экономически состоявшиеся хозяйствующие субъекты, объединенные общей целью, но преследующие вместе с тем и свои собственные интересы. Таким образом, одним из основных направлений развития современного бизнеса является формирование кооперационных структур, совместное функционирование которых обеспечивает, с одной стороны, удовлетворение нужд и потребностей современных рынков, а с другой — получение приемлемых доходов участниками этих объединений.

Цепи межфирменных взаимодействий. Одной из форм кооперационных межфирменных взаимодействий следует назвать цепи формирования добавленной ценности, представляющей собой инструмент создания ценностей для покупателей. Ее автором является профессор Гарвардской школы бизнеса Майкл Портер. Иногда цепочку формирования ценности еще называют цепочкой формирования добавленной стоимости. Второе название, очевидно, возникло из объяснения автором содержания своей концепции, суть которой заключается в придании (обеспечении) фирме конкурентных преимуществ посредством повышения ценности предложения для покупателей. Это во-первых. Во-вторых — из-за желаний участников цепей увеличивать свои доходы. «Конечная ценность, созданная фирмой, — как следует из объяснений М. Портера, — определяется тем, сколько клиенты готовы заплатить за товары или услуги, предлагаемые фирмой. Если эта сумма превышает совокупные расходы на всю необходимую деятельность, фирма рентабельна. Чтобы получить

конкурентное преимущество, фирма должна либо давать покупателям примерно такую же ценность, как и конкуренты, но производить товар с меньшими издержками (стратегия меньших издержек), либо действовать так, чтобы давать покупателям товар с большей ценностью, за который можно получить большую цену (стратегия дифференциации)» [5, с. 59].

Увеличение ценности для потребителей однозначно предполагает вовлечение в создание конечного предложения нескольких организаций, специализирующихся на изготовлении отдельных его составляющих. Их последовательное участие в создании дополнительной ценности (стоимости) и формирует цепочку взаимодействий, а следовательно, и отношений участников таких кооперационных взаимодействующих структур. При этом, как рекомендует автор концепции, «для достижения конкурентного преимущества следует подходить к цепочке ценности как к системе, а не как к набору компонентов» [5, с. 61]. Это очень важная рекомендация; ее соблюдение способно обеспечить высокие показатели в области результативности и эффективности деятельности всей цепочки.

Таким образом, подводя промежуточный итог теоретическому анализу современных проблем экономики, можно констатировать, что и концепция формирования цепей добавленной ценности М. Портера, и утверждения Х-Дж. Чанга однозначно свидетельствуют о необходимости развития производительных сил в форме внедрения в производство новых технологий и новых форм организации труда, а также и новых форм межфирменных взаимодействий для того, чтобы обеспечить фирмам конкурентные преимущества. А это неизбежно влечет за собой изменения и в сфере социально-экономических отношений, что бизнесу никак не следует игнорировать. Но следует особо подчеркнуть, что в современных исследованиях основное внимание в решении задач повышения конкурентоспособности, показателей эффективности и результативности деятельности фирм, в том числе и в структурах межфирменных взаимодействий, внимание в основном уделяется исключительно технологической (материальной) составляющей; за пределами исследований остаются отношения, которые не могут не меняться. Однако на отношения современные исследователи особого внимания не обращают. Но если вернуться к известному и упомянутому выше утверждению Гераклита по поводу изменений, то можно сказать, что изменение реки обуславливает и изменения в отношениях людей, живущих на ее берегах; как минимум, по поводу использования ее ресурсов. Разве не так? Исходя из этого, цепочку формирования ценно-

стей авторы предлагают определить, как систему производственно-коммерческих (производственно-хозяйственных, социально-экономических) отношений между предприятиями заинтересованными в сотрудничестве друг с другом на принципах кооперации и применения современных технологий, направленных в своем системном взаимодействии на более полное удовлетворение нужд и потребностей конечных потребителей и повышение качества жизни общества. Такое определение отнюдь не противоречит закону соответствия производственных отношений уровню и характеру развития производительных сил и предполагает в исследованиях кооперационных взаимодействий обращать внимание не только на технологии, но и на социально-экономические (производственные по К. Марксу) отношения.

Естественно, только содержанием внедряемых технологий и возникающих при этом отношений в исследованиях цепей межфирменных взаимодействий ограничиваться никак нельзя. Большое внимание нужно уделять и методам управления в таких кооперационных системах. Авторы полагают, что методологической основой управления такими организационными образованиями может стать концептуальная модель маркетинг-менеджмента.

Маркетинг-менеджмент: содержание концепции управления на принципах маркетинга. Маркетинг-менеджмент — так называется учебный курс, преподаваемый в магистерских программах зарубежных вузов с 1960-х гг., а с 1990-х гг. — и в некоторых российских вузах. Английский термин «*marketing management*» в нашей стране иногда воспринимается и переводится не совсем правильно (а иногда даже и вовсе неправильно). Иногда от людей непосвященных можно услышать, что *marketing management* — это и маркетинг, и менеджмент вместе (т. е. как бы «два в одном»). А были случаи, когда *marketing management* переводили как управле-

ние маркетингом. Ничего из этого не соответствует истине; суть концепции — в другом. Содержание учебного курса и концепции маркетинг-менеджмента сводится к тому, что в управлении предприятием изначально следует опираться на маркетинг; другими словами, *marketing management* — это маркетинговое управление деятельностью компании. Какое-то время в нашей стране издавались книги под названием «маркетинговое управление», но затем авторы предпочли вернуться к английскому варианту обозначения этой концепции, представляемому, однако, в кириллице — «маркетинг-менеджмент». Будем использовать оба эти варианта: маркетинг-менеджмент и маркетинговое управление, как синонимы.

Автором концепции маркетинг-менеджмента является американский профессор Филип Котлер. Ее суть сводится к доминированию в функциональной структуре управления предприятиями именно маркетинга. «Маркетинг, — пишет автор, — эффективен только в том случае, если все отделы компании сообща работают над достижением целей: инженеры разрабатывают нужные товары, финансисты предоставляют требуемые средства, специалисты по закупкам приобретают качественные материалы, производственники вовремя изготавливают качественные изделия, а бухгалтеры определяют прибыльность отдельных покупателей, товаров и регионов» [6, с. 22]. Из этого и следует маркетинговая суть управления современными предприятиями, выражающаяся в подчинении всех других функций именно маркетингу. В более ранних изданиях своей книги Ф. Котлер такое преимущество маркетинга всегда подчеркивал оригинальной схемой поэтапного развития этой концепции, когда он издавал свою книгу еще без соавторства с К. Л. Келлера. Последний этап формирования модели маркетинг менеджмента представлен на рисунке 1.



Рис. 1. Маркетинговое управление [7, с. 53]

Как следует из рисунка 1, все внимание в системе управления современными предприятиями должно быть сосредоточено на потребителе, ибо, как утверждает Ф. Котлер, со ссылкой на практиков, «без потребителей нет и самой компании», следовательно, «маркетинг должен быть в центре деятельности компании, а все остальные службы призваны лишь обеспечивать его» [7, с. 52–53]. Так в теории, но в практике — не совсем; в кризисные дни на предприятиях, как в России, так и за рубежом, на практике первыми сокращают именно маркетологов — это, конечно, нонсенс. На конференции в Санкт-Петербургском университете в августе 1998 г., когда в России произошел дефолт, Ф. Котлер, отвечая на один из вопросов, посвященных роли маркетинга в управлении предприятием в кризисных ситуациях, уподобил маркетолога лоцману корабля, вошедшего в узкую бухту с целью пришвартоваться к причалу и разгрузить судно. Задача лоцмана — провести корабль в узком месте бухты, минуя рифы и отмели, и довести его до пирса. Капитан этого сделать не сможет, ибо он не знает рельефа дна бухты. В этом же, по мнению

Ф. Котлера, и заключается задача маркетолога; когда наступают кризисные времена, маркетологи предприятия должны найти путь выхода из трудного положения с тем, чтобы сохранить предприятие («не посадить его на рифы») и обеспечить ему приемлемый для наступивших тяжелых времен доход. В стабильное время маркетологи определяют стратегию развития предприятия; они решают задачи, связанные с ответами на следующие вопросы: что производить, с какими потребительскими свойствами, для каких рынков, как продвигать товар, какими будут объемы продаж и выручки, т. п. И все управленческие решения, в том числе и принимаемые в других функциональных сферах, а именно в сфере производства, в сфере управления человеческими ресурсами, в сфере финансов, должны взвешиваться и оцениваться (обосновываться) по этим маркетинговым критериям [8, с. 128–131]. Собственно, в этом и заключается суть маркетингового управления. Доминирующее влияние маркетинга на принятие управленческих решений в других функциональных сферах схематично представлено на рисунке 2.

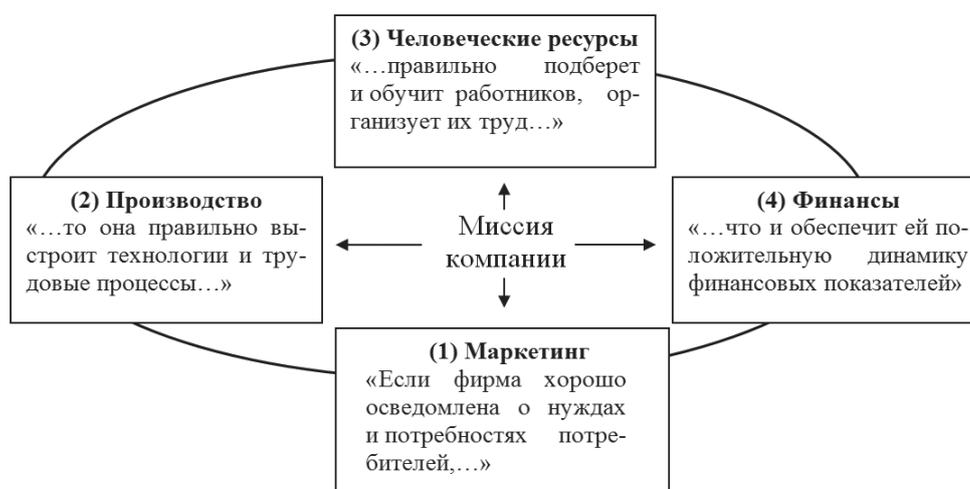


Рис. 2. Маркетинговое управление [9, с. 82]

На рисунке 2 представлен постоянно возобновляющийся цикл маркетингового управления. Схема показывает, что маркетинг как функция управления предприятиями будет эффективным и результативным, если, как указывает Ф. Котлер, «...все отделы компании сообща работают над достижением целей» [6, с. 22]. Цели предприятия выражаются, естественно, в количественных финансовых показателях. Конечные результаты, соответствующие намеченным целям, всегда определяются содержанием всей предшествующей деятельности. И, как показывает схема рисунка 2, если содержание деятельности всех других функ-

циональных сфер предприятия (производства, работы с человеческими ресурсами) будет определяться маркетингом, динамика финансовых показателей будет положительной, т. е. намечаемые цели будут достигаться.

Маркетинг-менеджмент в управлении цепочками межфирменных взаимодействий: возможные направления исследования. Поскольку все течет, все изменяется, и в одну реку одному и тому же человеку никак нельзя войти дважды, ибо и река изменилась, и человек уже не тот, то, очевидно, что изменяется и вся сфера общественных, социальных, экономических взаимо-

действий людей. Другими словами, под влиянием науки и техники постоянно появляются новые технологии, обновляются прежние, что вызывает изменения и в организации взаимодействий бизнес-структур друг с другом; изменяются отношения, появляются новые формы взаимодействий партнеров и конкурентов — меняется все. Одной из новых форм социально-экономических отношений в сфере бизнеса являются, как показано выше, цепочки межфирменных взаимодействий. Вообще-то, это хорошо известные с давних пор кооперационные взаимосвязи и взаимодействия, но имеющие определенную специфику, обусловленную современными технологическими факторами. Усложнение технологий неизбежно приводит и к усложнению отношений; но не только — неизбежно усложняются и системы управления новыми кооперационными образованиями. Никак нельзя выстраивать отношения партнеров на прежних принципах кооперации; нельзя и управлять современными кооперационными бизнес-образованиями без учета содержания этих отношений. Исходя из этого, авторы убеждены в том, что должна быть разработана методология и методические основы управления цепями межфирменных взаимодействий. В качестве базы для их разработки и предлагается использовать концепцию маркетинг-менеджмента Ф. Котлера [6, 7] с дополнениями в части обоснования управленческих решений, принимаемых во всех функциональных сферах (в производстве, в управлении человеческими ресурсами, в продвижении товара к рынку, др.), с позиций маркетинга [8, 9]. Такие же методические подходы, как в управлении предприятиями с использованием концепции маркетинг-менеджмента, предлагается использовать и в управлении деятельностью цепей межфирменных взаимодействий. Но при этом, конечно, необходима корректировка этой концепции. Необходимость корректировки обусловлена, как минимум, тремя обстоятельствами.

1. Юридической самостоятельностью и экономической самостоятельностью партнеров, входящих в цепочку.

2. Наличием у каждого партнера своих интересов при общей цели.

3. Отраслевой принадлежностью предприятий, входящих в цепочку.

Каждое из этих обстоятельств нуждается в проведении специальных исследований; маркетинговых, социологических, экономических, юридических (возможно, иногда будет возникать необходимость в проведении исследований и в сфере политики, если речь пойдет о включении в структуру цепочки зарубежных участников). Предметом исследований в них будет собственно метод (как управлять цепочкой). Цель — развитие концепции маркетинг-менеджмента до возможности применения ее в управлении цепями межфирменных взаимодействий. Решение этой исследовательской проблемы, безусловно, потребует значительных интеллектуальных и иных затрат. Но результаты таких исследований, безусловно, повысят эффективность и результативность управления цепями межфирменных взаимодействий.

Заключение. Таким образом, развитие концепции маркетинг-менеджмента с целью применения ее в управлении цепями межфирменных взаимодействий предполагает как внесение некоторых корректировок в существующую методологию маркетингового управления, с точки зрения удаления внимания социально-экономическим отношениям, так и разработку конкретных методических положений по согласованному управлению юридически самостоятельными и экономически состоявшимися участниками кооперационных образований, преследующих единую для всех цель, но имеющих собственные экономические интересы. Это очень непростая задача. Но ее надо решать, ибо в результатах ее решения сокрыты возможности повышения эффективности и результативности развития современного бизнеса.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Камерон Э., Грин М. Управление изменениями. М.: Добрая книга, 2006. 360 с.
2. Маркс К. К критике политической экономии // Капитал. Критика политической экономии. Том I. М.: Эксмо, 2017. С. 1081–1120.
3. Чанг Х.-Дж. Как устроена экономика. 6-е изд., доп. М.: Манн, Иванов и Ферберг, 2019. 320 с.
4. Шерешева М. Ю. Типы сетевого межфирменного взаимодействия // Развитие форм межфирменной кооперации: сети и взаимоотношения. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. С. 24–59.
5. Портер М. Международная конкуренция. М.: Междунар. отношения, 1993. 896 с.
6. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. 12-е изд. СПб.: Питер, 2006. 816 с.
7. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. 11-е изд. СПб.: Питер, 2005. 800 с.
8. Беляев В. И., Беляев В. В., Пяткова О. Н. Маркетинг менеджмент: маркетинговое обоснование управленческих решений. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2014. 290 с.

9. Беляев В. И. Маркетинговые исследования: сбор данных и производство знаний. 2-е изд., перераб. и доп. Барнаул: АЗБУКА, 2012. 807 с.

REFERENCES

1. Cameron, E. & Green, M. (2006) Change Management. Moscow, 360 (in Russian).
2. Marx, K. (2017) At criticism of political economy. *Capital. Criticism of political economy*, Vol. 1. Moscow, 1081–1120 (in Russian).
3. Chang, H.-J. (2019) How the economy works. 6th ed., Ext. Moscow, 320 (in Russian).
4. Sheresheva, M. Yu. (2008) Types of network interfirm interaction. *Development of forms of interfirm cooperation: networks and relationships*. Moscow, 24–59 (in Russian).
5. Porter, M. (1993) International Competition. Moscow, 896 (in Russian).
6. Kotler, F. & Keller, K. L. (2006) Marketing management. 12th ed. Saint Petersburg, 816 (in Russian).
7. Kotler, F. (2005) Marketing Management. 11th ed. Saint Petersburg, 800 (in Russian).
8. Belyaev, V. I., Belyaev, V. V. & Pyatkova, O. N. (2014) Marketing management: a marketing rationale for management decisions. Barnaul, 290 (in Russian).
9. Belyaev, V.I. Market research: data collection and knowledge production. 2nd ed. Barnaul, 807 (in Russian).

Поступила в редакцию: 3 апреля 2019 г.

Принята к печати: 20 мая 2019 г.

МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ ИМИДЖА И БРЕНДА ТЕРРИТОРИИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ЦЕПЕЙ МЕЖФИРМЕННЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ¹

В. И. Беляев¹, О. В. Величко²

¹Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия)

²Министерство экономического развития Алтайского края (Барнаул, Россия)

Статья посвящена развитию теоретических и методологических основ разработки имиджа и бренда территориальных образований: стран, регионов, федеральных округов, краев, областей, городов и др. при решении проблем создания цепей межфирменных взаимодействий. Авторы утверждают, что включение организаций в цепи формирования добавленной ценности (стоимости), в том числе и при организации экспортных поставок, будет проходить более результативно, если территории, где расположены организации, претендующие на участие в таких цепях, обладают привлекательным имиджем. Разработку имиджа и бренда территорий авторы предлагают осуществлять на основе принципов маркетинг-менеджмента, ориентирующего производителей на создание для покупателей таких потребительских ценностей, которые предоставляют им дополнительные преимущества в потреблении. Представленный в статье материал может быть использован для разработки конкретных методических предложений для решения проблем развития территорий в различных регионах.

Ключевые слова: маркетинг-менеджмент, маркетинг территорий, ценность, цепи межфирменных взаимодействий, имидж, бренд.

MARKETING MANAGEMENT: THEORY AND METHODOLOGY OF DEVELOPMENT OF THE TERRITORY IMAGE AND BRAND IN THE FORMATION OF CHAINS OF INTERFIRM INTERACTIONS

V. I. Belyaev¹, O. V. Velichko²

¹Altai State University (Barnaul, Russia)

²Ministry of Economic Development of the Altai Region (Barnaul, Russia)

The article appeals to the development of theoretical and methodological basics for the development of the image and brand of territorial entities: countries, regions, federal districts, territories, regions, cities, etc. in solving problems of creating chains of inter-company interactions. The authors consider that the inclusion of organizations into the chains of added value, particularly while the organizing export supplies, could be more effective. To gain this, the territories where organizations are located, which claim to participate in such chains, should have an attractive image. The authors come up with the idea of developing of the image and brand of the territories on the basis of marketing management principles. They help producers to create consumer values for buyers that provide them with additional advantages in consumption. The article can be used to develop the specific methodological guidelines for solving the problems of territorial development in different regions.

Keywords: marketing management, territory marketing, value, chains of interfirm interactions, image, brand.

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ. Научный проект № 18-010-00593А. «Исследование глобальных цепочек создания добавленной стоимости как фактора повышения эффективности экономики региона».

Введение. Маркетинг, как известно, представляет собой одну из функций управления современным предприятием, учреждением, территорией. Как функция он, безусловно, содержательно связан и с другими функциями управления предприятием; отличие ее от других заключается в том, что маркетинг, как функция, должен быть доминирующим по отношению к другим. Это означает, что структура и содержание задач в области управления производством, персоналом, финансами должны быть сопряжены с содержанием задач, решаемых в функциональной сфере маркетинга. Такой тип управления называют маркетинг-менеджментом (или маркетинговым управлением). Он проявляется не только в определяющей связи с другими функциями управления предприятием, но и в такой же связи отдельных задач маркетинга с производством, сбытом, финансами. Так, в частности, задачи по созданию, развитию имиджа и бренда, являясь по сути маркетинговыми, могут (и должны) быть связаны с задачами производства и продвижения товара к потребителю посредством создания цепочек добавленной полезности (стоимости). Теоретическим и методологическим аспектам решения этих проблем и посвящена данная статья.

Маркетинг-менеджмент в управлении территориями. Маркетинг, являясь одной из функций управления современным предприятием, по мнению Марка Шеррингтона, все чаще «стал рассматриваться как центральная дисциплина в теории бизнеса» [1, с. 487]. (Впрочем, так думают и многие другие маркетингологи; как зарубежные, так и отечественные, и теоретики, и практики). Другими словами, в функциональной структуре современного менеджмента маркетинг все больше становится доминирующей функцией, т. е. такой, что все управленческие решения, принимаемые в иных функциональных сферах, а именно в производстве, в управлении персоналом должны взвешиваться и оцениваться по критериям маркетинга. Также и в сфере финансов при обосновании решений по инвестициям оценку возможности их принятия и реализации в первую очередь следует оценивать с позиций маркетинга. Действительно, какой смысл размышлять и говорить о развитии производства того или иного продукта, если нельзя быть уверенным в том, что он будет востребован рынком (?); какой смысл осуществлять повышение квалификации работников, если предоставляемые им новые знания не будут воплощаться в продукт, пользующийся спросом на рынке (?); и далее, по аналогии, целесообразно ли размышлять об инвестициях в создание новых производств, о потребительском спросе на продукты которых есть только самые смутные представления (?). Это все риторические

вопросы; ответы на них очевидны. Именно такой подход к управлению (маркетинговый, по сути) и должен использоваться в управлении предприятиями, территориями, др.; называется он *marketing management* (маркетинг-менеджмент), или маркетинговое управление.

Автором концепции маркетинг-менеджмента является Филип Котлер. Согласно его представлениям, все внимание в маркетинг-менеджменте должно быть сосредоточено на потребителе. Маркетинг, как одна из функций управления предприятием, должен охватывать всех потребителей своим вниманием на предмет как можно более полного удовлетворения их нужд и потребностей. Остальные функции управления, а именно управление производством, управление персоналом, управление финансами представлены им как подчиненные маркетингу [2, с. 53; рис. 1.9 «д»]. Конкретизацию этого положения авторы этих строк видят в приоритетных положениях маркетинговых критериев при обосновании управленческих решений не только в сфере маркетинга, но и в других функциональных сферах управления предприятиями тоже [3, с. 54–60; с. 86–111; с. 128–131]. Другими словами, управленческие решения и в сфере управления производством, и в сфере управления персоналом, и в сфере управления финансами первоначально, в процедурах их обоснования, должны взвешиваться по маркетинговым критериям. Это в полной мере согласовывается с позицией М. Шеррингтона; именно в этом и заключается суть маркетингового управления объектами социально-экономической природы.

Таким образом, маркетинг-менеджмент (маркетинговое управление) представляет собой такую концепцию управления предприятиями, а также и другими организационными образованиями (в том числе и территориальными), которая изначально опирается на принципы маркетинга, имея в качестве целевых ориентиров финансовые показатели, учитывая производственные возможности, квалификацию, профессиональные знания и навыки работников.

Маркетинг, являясь доминирующей функцией управления, в свою очередь подразделяется на ряд более мелких функций: исследовательскую функцию (маркетинговые исследования); производственную функцию (разработка новых товаров, услуг, новых маркетинговых предложений); сбытовую функцию (ценообразование, реклама, продвижение товара на рынок). Формирование имиджа и разработка бренда — это еще более мелкие частные функции маркетинга, относящиеся с точки зрения теории маркетинга к сбытовой сфере. Сразу же следует подчеркнуть, что деление маркетинга на функции, подфункции, задачи, т. п. следует

считать условным; это теория маркетинга, объясняющая его суть. На практике же эти выделенные и как бы самостоятельные функции и подфункции четких границ не имеют. Так, в частности, имидж предприятия, его бренд разрабатываются и используются отнюдь не только в функциональной сфере сбыта; имидж формируется на основе маркетинговых исследований в сфере производства товаров и услуг, а используется он и при найме работников на рынке труда и др., т. е. не только в ходе продвижения товара к рынку. А в ходе реализации продукта маркетологи могут наблюдать за реакцией потребителей на бренд, собирать данные, производить вычисления (т. е. проводить маркетинговые исследования) и делать выводы (т. е. производить новые знания о действенности бренда, его результативности и эффективности). Таким образом, все функции маркетинга, описываемые отдельно в теории, работают в тесном взаимодействии друг с другом, как бы проникая друг в друга. Так принято в любой отрасли науки при формулировании теории: составные части некоего целого описываются отдельно (это общепринятый методологический подход в научных исследованиях); на практике же они (эти части) взаимодействуют друг с другом, пересекаются и создают своими взаимодействиями описываемую в теории целостность. Так обстоит дело и с функциональной структурой маркетинга и маркетингового управления (маркетинг-менеджмента).

Таким образом, можно утверждать, что формирование имиджа и бренда компании, территории и др. представляет собой одну из функциональных сфер маркетинга, относящуюся к сбыту, но имеющую содержательные связи и с маркетинговыми исследованиями, и с производством, и с финансами. Применительно к предприятиям уже цитированный выше М. Шеррингтон нашел весьма образную аналогию, показывающую предназначение маркетинга и его функциональных составляющих, таких как управление торговыми марками, брендами. «Функция маркетинга действует как некая «коробка передач», создавая выгодную связь между возможностями компании и потребностями рынка. Для большинства маркетологов торговые марки являются «зубьями» (точнее сказать, *шестернями; авт.*) в этой коробке передач. Торговые марки и управление ими находятся в самом центре бизнеса и многие компании, считающиеся лучшими в мире, структурируются вокруг торговых марок» [1, с. 487]. Так, при упоминании где-либо о том, что данный конкретный шампунь можно использовать для оздоровления волос, в сознании покупателя сразу же всплывает имя *Procter & Gamble*, и если покупатель увидит, что на упаковке обозначено именно это имя, то он, нисколько не сомне-

ваясь, предпочтет этот шампунь любым другим. Так работает бренд, торговая марка (т. е. так работает имя фирмы). Здесь маркетинг действительно выполняет функцию коробки передач; он задает (определяет) усилия производства (двигателя автомобиля) и действия персонала (водителя) в движении всей системы (автомобиля, предприятия) к намеченной цели. В итоге, при правильном выборе передачи водитель достигает цели; точно также и при правильном профессиональном маркетинге, заключающемся в обеспечении как можно полного соответствия потребительных свойств товара желаниям покупателей, о чем покупатель может судить, ориентируясь на имя фирмы (ее бренд, торговую марку), предприятие достигает намеченных финансовых результатов. В этом и заключается суть маркетинг-менеджмента, применительно к управлению предприятиями. Точно такими же принципами авторы рекомендуют руководствоваться и при управлении территориальными образованиями. Особую роль здесь нужно отводить имиджу территории, ее бренду.

Репутация, имидж, стереотип, бренд: соотношение понятий. Между этими четырьмя понятиями много общего, но есть и весьма заметные различия. В решении задач продвижения товара к рынку или территории в сознание реальных и потенциальных ее посетителей, как, впрочем, и постоянных жителей, весьма полезно понимать их общее и особенное; т. е. знать, что их объединяет, а что разъединяет (делает особенным).

Репутация компании, деревни, города, области, страны представляет собой динамическую характеристику поведения людей, причастных к данному организационному образованию (например, проживающих в данной местности). Репутация формируется в течение весьма длительного времени. Она складывается на основе реальных событий, фактов, результатов деятельности и т. п.; информация о них отличается точностью, достоверностью и накапливается в источниках, пользующихся доверием, укореняется в сознании людей, отражается в их представлениях, влияет на формирование культурных норм и правил, ценностных ориентиров, в конечном итоге — на поведение.

Имидж — это образ, который складывается в сознании людей под воздействием различных информационных воздействий, осуществляемых талантливыми имиджмейкерами; это представления участников рыночных отношений о компании, или территории, о товарах в этой компании, производимых на этой территории, сформированные в средствах массовой информации и воспринятые большими массами людей. Так, Ф. Котлер имидж места (территории — города, страны) определяет «как сумму убеждений, представлений и впечатле-

ний людей в отношении этого места. Имидж — это упрощенное обобщение большого числа ассоциаций и кусков информации, связанных с данным местом. Он является продуктом ума, пытающегося обработать и выбрать существенную информацию из громадных объемов сведений о месте» [4, с. 205]. Таким образом, можно сказать, что источниками формирования имиджа территории является информация, отражаемая в средствах массовой информации, а также получаемая индивидуумом в ходе общения его с жителями этой территории («куски информации» по Ф. Котлеру), и его личные размышления над впечатлениями, которые он лично получил от посещения территории, знакомства с ее историей, культурой. Коротко имидж можно определить, как комплекс взаимосвязанных убеждений. При этом следует заметить, имидж одной территории разными людьми может восприниматься и оцениваться неоднозначно, даже если они имеют и одинаковое мнение о его отдельных составляющих. Например, к теплоте климата Крыма разные люди, соглашаясь с тем, что он действительно теплый, к покупкам этого места для летнего отдыха могут относиться по-разному: это определяется тем, что одни любят загорать, а другие трудно переносят жару.

Имидж неизбежно порождает стереотипы поведения. Люди, ориентируясь на прекрасный имидж и хорошую репутацию, привыкают к потреблению чего-либо одного, конкретного: товара ли, услуги, территории. Так, кто-то, сориентировавшись однажды на имидж страны для отдыха, пристрастился в ежегодным поездкам в Турцию, кто-то в Таиланд, а кто-то в Индию. И не тот, ни другой и ни третий не изменяют своей привычке уже много лет; вот это и есть стереотип. Чем он отличается от имиджа и какова связь между этими двумя понятиями? Можно сказать, что стереотип — это глубоко проникший в сознание больших групп людей имидж, который сохраняется в глубине сознания в некоей застывшей, неизменной форме. Все уже изменилось и имидж несколько скорректировался; но стереотип незыблем. В этом и заключается суть общего и особенного между имиджем и стереотипом. Говорят, что в таких случаях стереотипы надо ломать. Делать это можно посредством информационного переформатирования имиджа и ребрендинга, т. е. корректировки торговой марки (ее изменения или полной замены).

Если вести речь об имидже только территории, то это образ, сформированный ее уникальными характеристиками, культурой и бытом жителей, их нравами и обычаями и т. п., отраженными в средствах массовой информации, в художественных образах. Имидж, как уже указывалось, есть продукт труда имиджмейкеров. Творя имидж, они,

безусловно, опираются на сложившуюся репутацию предприятия, компании, территории. Имидж предназначен для привлечения внимания к товару фирмы, к уникальным характеристикам местности и т. п. Если имидж привлекает новых потребителей, то репутация побуждает их остаться верными однажды сделанному выбору. Но это возможно только в тех случаях, когда имидж отражает истинные характеристики товара, фирмы, территории, совпадает со сложившейся за годы репутацией, отражающей интересы потребителей.

Понятие «бренд» во многом тождественно понятию «торговая марка»; бренд — чаще всего оригинальное имя компании или места, которое несет в себе информацию о неких уникальных качественных характеристиках товаров, произведенных в данной компании или в данной местности, предоставляет стопроцентную гарантию о надежности и качестве данных товаров, услуг. Бренд содержательно связан и с репутацией, и с имиджем. В бренде, безусловно, должна быть отражена сложившаяся за годы репутация; бренд, так же, как и имидж, есть результат труда творческой группы специалистов, способных в короткой, яркой и привлекательной форме выразить сущностные характеристики фирмы, территории, уже отложившиеся в репутации.

Существует убеждение, что бренд сильнее торговой марки. Безусловно, это так, ибо в формирование бренда обычно вкладывается талант, изощренные информационные технологии, художественное творчество. Создание бренда называется брендингом, а его изменение, корректировка — ребрендингом. Бренд — это сложное системное понятие. Оно включает в свою структуру и узнаваемый графический образ (логотип), и единый стиль оформления продукции или услуги, и рекламный слоган.

Имидж и бренд, как уже неоднократно указывалось выше, должны опираться на хорошую репутацию в обществе. Репутация, отметим еще раз, формируется в общественном сознании на основе очевидных результатов деятельности компании, или поведения жителей местности; на ее формирование уходят годы. Бренд же оформляется информационно и художественно в течение короткого времени. При этом влияние средств массовой информации на имидж чрезвычайно велико. Об этом, в частности, свидетельствует и Ф. Котлер со своими соавторами в книге, посвященной маркетингу территорий, сожалея, в частности, о том, что имидж Турции, которая, представляя собой крупную демократическую страну и союзницу Запада, «получает намного худшие отзывы прессы, чем заслуживает» [4, с. 204]. Пресса действительно может влиять — и влияет — на сознание и поведение людей. Но если в основе информационных сообще-

ний, преследующих цель создания и укрепления имиджа, лежит истина, сложившаяся хорошая репутация, имидж будет действенным. Если же такого соответствия нет, то, несмотря на внешне привлекательный имидж и красивый бренд, общество быстро поймет суть, и успеха ни от имиджа, ни от бренда в таком случае ожидать не следует («у лжи короткие ноги», гласит старая русская поговорка).

Разработка имиджа и бренда территории.

Любой регион — поселок, город, область — имеет свою историю и уникальные отличительные характеристики. Они могут носить либо культурный (социальный, общественный) характер, либо природный. Каждый из этих двух видов различий имеет массу разновидностей, которые не только трудно классифицировать (упорядочить), но даже и просто перечислить. На основе таких характеристик в широкой общественности в течение длительного времени обычно формируется особое мнение о территории, ее населении; т. е. возникает нечто похожее на репутацию, а иногда такое мнение вполне можно и рассматривать именно как репутацию. Так, Париж всегда отождествляют с культурой, изысканным стилем жизни; его символом называют Эйфелеву башню, духовной составляющей — собор Парижской богородицы. Лондон — город бизнеса, деловых людей, хорошего образования. Рим — город высокой моды, архитектуры, живописи, стиля жизни. Ватикан, как резиденция главы римской католической церкви, — одна из важных причин высокого рейтинга этого города. У каждой из этих территорий есть своя уникальная характеристика, или их несколько, которые формируют ее имидж и могут быть отражены в бренде. И вообще, каждая территория имеет свою уникальную характеристику, которую управление территорией может использовать для привлечения к ней внимания заинтересованных сторон и финансовых ресурсов. Так, горный массив Монсеррат в Каталонии имеет необыкновенную форму скал, экзотичный вид которых привлекает внимание многих туристов и территория извлекает из этого немалую финансовую выгоду. Кроме того, монахи одноименного монастыря много веков назад разработали уникальные рецепты ликеров, изготавливаемых на основе трав, произрастающих только в этой местности; ... и многие туристы, посещающие Монсеррат, не возвращаются домой без бутылочки «*Gran licor Aromes del Montserrat*». Таким образом, территория дополняет получение финансовой выгоды от посещения туристов еще и продажами товаров, в которых воплощены (материализованы) уникальные характеристики этой местности. Собственно в этом и выражается маркетинговый подход к управлению территориаль-

ными образованиями; можно сказать, что это территориальный маркетинг менеджмент.

Чтобы извлечь из уникальных характеристик местности реальную финансовую выгоду, надо суметь привлечь внимание заинтересованных сторон к этим уникальным характеристикам. Заинтересованными сторонами могут быть туристы, бизнесмены-инвесторы, зарубежные компании, имеющие интерес к закупке уникальных товаров на территории, студенты из других стран, желающих обучаться в учебных заведениях в этих конкретных городах, местные жители, способные изготавливать товары с уникальными потребительскими свойствами, используя уникальные характеристики местности и др.

Деятельность жителей и ее результаты, содержание культурных артефактов, история, уникальные природные особенности местности — все это может привлечь внимание заинтересованных сторон к местности. Но для этого необходимо профессионально и грамотно представить территорию потенциальным потребителям этих характеристик. Наличие у территории репутации (хорошей ли, плохой) не является недостаточным основанием. Важно привлечь внимание потенциальных заинтересованных сторон к территории. Осуществить первое знакомство тех, кто мало знает о территории (или вообще ничего не знает, только слышал о ней, знает ее имя, например Алтай); а тем, кто знает что-то о территории, напомнить об этих ее уникальных характеристиках и пробудить в них желание к посещению. Вот для этого к сложившейся хорошей репутации и нужно добавлять имидж и бренд. Их, как уже упоминалось выше, необходимо специально разрабатывать. Если репутация формируется в общественном сознании как бы объективно, т. е. без участия имиджмейкеров, то в создании имиджа и бренда без их профессиональных знаний не обойтись.

В литературе представлены схожие между собой рекомендации по формированию имиджа территории и ее бренда (см., в частности, [4, с. 214–220]). Авторы предлагают следующий порядок разработки (формирования) этих инструментов продвижения уникальных характеристик территории в сознание их потенциальных потребителей (посетителей, жителей):

1. Оценка сложившейся репутации территории.
2. Формулирование требований к имиджу конкретной территории.
3. Выбор средств для популяризации имиджа и бренда.
4. Развитие темы, разработка слогана, позиционирование бренда.

По сути, это ряд последовательных этапов формирования имиджа и разработки бренда. На каж-

дом из них решаются специальные узкие профессиональные задачи с привлечением специальных инструментов.

Оценка сложившейся репутации территории представляет собой процедуру количественного выражения осведомленности реальных и потенциальных потребителей уникальных характеристик территории о наличии и содержании этих характеристик, или даже просто о территории. Важно также оценить содержательную наполненность репутации; необходимо выявить те характеристики территории, которые еще не воспринимаются потребителями, как интересные и полезные для них, т. е. они — эти характеристики — еще не вошли в оценочные параметры потребителей. В этом случае их грамотно и профессионально должны ввести в структуру создаваемого имиджа имиджмейкеры, т. е. отразить не воспринятые общественным сознанием характеристики территории в соответствующих информационных материалах, естественно, без преувеличений, лукавства и завуалированных под истину дешевых пропагандистских приемов.

Количественные оценки осведомленности потребителей о преимуществах, которые они могут получить, потребляя соответствующие потребительские свойства территории можно получить только в ходе специальных маркетинговых исследований. Здесь важно сформировать адекватную выборку, которая бы «показала» истинное положение дел с восприятием территории общественностью. В ряде случаев нужно делать не одну, а несколько разных выборочных совокупностей; в одну из них, допустим, следует включить исключительно жителей территорий, в другую — посетителей (туристов, командировочных, иногородних студентов, др.). В качестве инструментов следует использовать опросные листы, основные вопросы в которых могут быть представлены в форме того или иного семантического дифференциала, или шкалы оценки благосклонности. Ф. Котлер в решении этой задачи предлагает также использовать такой инструмент, как оценочную карту [4, с. 212–213]. Использовать предложенный им инструмент можно следующим образом. Допустим, на карте Алтайского края для опроса по выборке посетителей выделить зоны степных озер (включая соленые и щелочные), ленточных боров, Горного Алтая, Телецкого озера, Белокурихи — возможно, и некоторые другие — и попросить респондентов оценить их на предмет желания посетить. Полученные сведения подскажут, на что в большей степени следует обращать внимание при разработке информационных материалов для формирования имиджа, формулирования требований к его содержанию, т. е. они позволят перейти ко второму этапу схемы. На третьем этапе важно правильно выбрать средства для рас-

пространения сведений о территории, которые и будут реально формировать имидж. Это должны быть не только публикации в средствах массовой информации; для этого важно использовать и производимые на территории товары. Многие товары продвигают территорию, на которой они возникли и производятся, в общественное сознание. Так, при использовании слова «*chanel*» у слушателя возникает ассоциация с Парижем, с его особым настроением на улицах, в кафе, в музеях; и вполне возможно, что только одно такое слово может пробудить в человеке желание посетить это место. Четвертый этап, пожалуй, самый важный. Его суть — в синтезе всего того ценного, что было наработано, отобрано и осмыслено на всех предыдущих этапах, в слоганах, темах, позиционировании имиджа.

Слоган, в общем и целом, представляет собой короткую емкую фразу, выражающую суть территории. Допустим, слоган Испании — «Все под солнцем». И сразу же вспоминаются прекрасные пляжи «*Costa Brava*», теплая волна Средиземного моря, хамон, Сангрия, гаспаччо, творения Гауди в Барселоне, музеи Сальвадора Дали, малые города Каталонии, как на побережье, так и в горах — и все это под ласковым испанским солнцем. Только три слова — «Все под солнцем» — могут побудить человека к размышлениям о посещении этих мест. Слоган Санкт-Петербурга — «Город белых ночей» — также вызывает фейерверк представлений о «державном течении Невы», разведенных мостах, о музеях с уникальными сокровищами искусства, великолепных театрах, пригородах и др. Вот что такое слоган. Трудно в короткой фразе выразить суть местности. Но надо. Если говорить о слогане Алтайского края, то ясно, что в нем должно присутствовать слово «Алтай». А второе слово, отвечать на вопрос — Алтай, он какой? Надо найти это слово. Оно должно быть таким, чтобы в нем, как в капле воды, отразились, возможно, и природа, и история, и польза для человека, который вдруг услышит или увидит слово «Алтай».

Важно процедуру разработки слогана совмещать с темой, к которой он может быть привязан, и с его позиционированием. Все это легче объяснить на примерах. Иногда некоторые места (территории) придумывают себе слоганы по аналогии с уже развитыми и известными местам (городами). Например, все знают, чем знаменита Венеция, в чем заключаются ее уникальные характеристики. Ф. Котлер, пользуясь услугами Интернета, установил, что пять городов Европы эксплуатируют образ Венеции в названии своих слоганов — «Северная Венеция». Это такие города, как Брюгге, Санкт-Петербург, Гамбург, Стокгольм, Амстердам [4, с. 217]. Следует заметить, что Ф. Котлер еще не всех «эксплуататоров» этого образа посчитал. Он не зна-

ет (Интернет ему не подсказал), что жители русского поселка Холуи, что в Ивановской области, страдающие от весенних половодий, свой поселок на рынке туристических услуг Москвы позиционируют как «Среднерусскую Венецию» [5, с. 91]. В общем, дело обстоит так. Приезжающих в Москву в весеннее время туристов-иностранцев приглашают на туры в «Среднерусскую Венецию», т. е. в поселок Холуи; там их местные мужики катают на моторных лодках по деревне, организуют им рыбалку, возможно, прямо в затопленных огородах, куда рыба заходит на нерест, потом готовят уху из пойманной рыбы и т. д. — всем весело и хорошо; а у жителей поселка Холуи, в дополнение к приятному времяпрепровождению, появился еще и дополнительный доход от иностранных щедрот. Другими словами, территория извлекает выгоду из своей местной особенности. А смогли бы местные жители завлечь иностранных туристов к себе на рыбалку, если бы они не позиционировали свой Холуи как Среднерусскую Венецию? Скорее всего, нет. Здесь все дело в слогане. Вот что такое слоган. И всего-то несколько слов (два-три); но в них должна заключаться великая притягательная сила. Это может случиться, если в этих двух-трех словах, а иногда даже и в одном, отражена суть потребительского свойства того, что предлагается за деньги. Примерно по такой же схеме организована ловля крабов на Южном Гоа в Индии. Русских туристов на нее завлекают одним словом «крабалка». Если русский мужчина, приехавший на Гоа, любит рыбалку, знает, как это нужно делать, и ни разу не ловил крабов, он не сможет устоять от соблазна приобрести этот тур, даже если он и дорого будет стоить. И подвигнет его на это всего лишь одно слово — «крабалка» — необычное, но созвучное со словом «рыбалка», с тем, чем он увлекается у себя дома, возможно, с детства, и что хорошо знает. Содержание тура похоже на нашу отечественную рыбалку; только после крабалки, когда пойманные крабы уже приготовлены, вместо водки подают индийский ром «*Bull Fighter Rum XXX*».

Вот примерно в вышесказанном и заключается суть позиционирования темы тура и его слогана в среде заинтересованных потребителей. В общем, позиционирование сводится к следующему: что, где, как, когда и под каким именем предложить, чтобы купили и, самое главное, чтобы потребители потом были удовлетворены. Если они получают удовлетворение, значит, будут и следующие продажи, ибо начнет действовать «маркетинг живой молвы» [6, с. 87–116]. Побывавший на крабалке русский мужчина, будучи уже на своей рыбалке, будет рассказывать своим друзьям о том, как он в Индии крабов ловил; и кто-нибудь из этой компании, возможно, и «клянет» на эту весьма изощрен-

ную приманку, т. е. на слово «крабалка», и соберется в Индию. Так работает «вирусный» маркетинг. Приманкой в нем являются слова: точные, выразительные и привлекательные, как, например, наживка для окуня.

И выбор (подбор) слов для слогана, и обозначение темы, где он будет использоваться, и позиционирование слогана и темы в среде потенциальных потребителей в сопоставлении с действиями конкурентов — все эти задачи должны решаться на принципиальной основе маркетинг-менеджмента.

Использование имиджа территории в создании цепочек добавленной ценности. Развитие технологической базы производства ценностей для потребителей не может не менять и социально-экономические отношения участников этих производственно-сбытовых процессов. Одной из форм таких отношений, как уже отмечалось выше, являются цепочки формирования ценности. В концепции маркетинг-менеджмента под ценностью понимают не просто товар, обладающий определенными функциональными характеристиками и потребительскими свойствами, а те преимущества, которые покупатель может получить, потребляя этот товар (или услугу). Формирование потребительской ценности легче всего объяснить на примерах. В ранних изданиях своих трудов Ф. Котлер, обращая внимание на это обстоятельство, писал, что потребителю буровых установок нужна вовсе не буровая установка, как думает ее производитель, а скважина [7, с. 48]. Насколько долговечным будет это изделие, насколько эффективно будет применять его фирма-приобретатель, насколько точными будут получаться скважины, естественно, и цена изделия — вот это все и определяет ценность приобретения. Уже хрестоматийным стал пример о том, что покупателю сверла нужно не само сверло; он нуждается в отверстиях. Следовательно, ценность здесь просматривается в качестве получаемых с помощью этого сверла отверстий. Точно то же можно сказать про электробритву для мужчин. Не электробритва нужна покупателю, а его внешний вид и процедура применения электробритвы — в этом заключается ценность ее приобретения. И когда мужчины обсуждают между собою функциональные характеристики и потребительные свойства электробритвы, в сознании каждого из них (или большинства) непременно всплывет слово «*Philips*», ибо это бренд. А вслед за ним всплывает и имя страны-производителя — Нидерланды. И возникает уважение к этой стране, к людям, которые в ней проживают; возможно, у кого-то возникнет желание и посетить эту страну. Так бренд фирмы работает на имидж территории.

Есть и обратные зависимости: имидж территории может работать на бренд компании. Так, если потенциальные покупатели осведомлены о том, что тот или иной продукт производится именно на данной территории, которая имеет убедительный имидж по теме продукта, люди будут покупать этот продукт (или эту услугу). В качестве примера можно привести лекарственные препараты аюрведческой медицины. Эта медицина зародилась около пяти тысяч лет назад в Индии и выстроена на понимании жизни; около пятисот лет назад она описана индийскими мудрецами. В Индии, а также в США и в Израиле, в медицинских учебных заведениях обучают студентов и присваивают выпускникам академические степени (бакалавров и магистров) по аюрведческой медицине. В этих странах производятся медицинские препараты, которые в форме цепей межфирменных взаимодействий распространяются по всему миру. Однако индийские препараты пользуются большим доверием, чем аналогичные из других стран, ибо здесь «работает» имидж страны-создателя этой медицины и этих препаратов. В дополнение к распространению продуктов, производимых в этой стране, организуются и специальные аюрведческие туры в Индию, в процессе которых туристы проходят аюрведческое медицинское обследование, получают рекомендации и имеют возможность приобрести соответствующие медицинские препараты для лечения своих недугов. Нередки случаи, когда некоторые туристы становятся постоянными пациентами конкретных индийских лечебных учре-

ждений и регулярно посещают эту страну исключительно в медицинских целях. И в этих случаях на основе медицинских услуг создаются цепочки добавленной ценности, которые обеспечивают поступление доходов в бюджет страны.

Таким образом, между имиджем территории и брендами находящимися на ней фирм существует обоюдная связь; они как бы помогают друг другу в образовании цепочек формирования добавленной ценности, что обуславливает обеспечение увеличения доходов как фирмам, участвующим в цепочках, так и развития территориальных образований. Эта связь носит глубокий содержательный характер. Ее иногда трудно увидеть и трудно отразить сущность этой связи в короткой привлекательной фразе или в одном слове. Но к этому надо стремиться.

Заключение. Из вышеизложенного следует, что формирование цепей межфирменных взаимодействий с целью создания добавленной ценности, а, следовательно, и увеличения доходов участников цепей, требует безусловной авторитетной поддержки со стороны имиджа территорий, на которой находится каждое предприятие, входящее в цепь. Добиться этого можно, если имидж и бренд территории разрабатываются на принципах маркетингового управления (маркетинг-менеджмента), если в основу производства товаров, услуг каждой составляющей конечного маркетингового предложения положены принципы, ориентированные на предоставление конечному потребителю как можно большей ценности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Шеррингтон М. Бренддинг и управление торговыми марками // Маркетинг / под ред. М. Бейкера. СПб.: Питер, 2002. С. 487–506.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. 11-е изд. СПб.: Питер, 2005. 800 с.
3. Беляев В. И., Беляев В. В., Пяткова О. Н. Маркетинг менеджмент: маркетинговое обоснование управленческих решений. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2014. 290 с.
4. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. 382 с.
5. Беляев В. И., Бочаров С. Н., Горянинская О. А., Малахов Р. Г. Маркетинг территорий: методология и методы обоснования стратегических решений развития регионов: монография. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2015. 244 с.
6. Маркетинг «из уст в уста»: вирусный, «сарафанный» и маркетинг разговоров / под ред. Дж. Керби и П. Марсдена. М.: Вершина, 2007. 448 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинг. М.: Прогресс, 1990. 736 с.

REFERENCES

1. Sherrington, M. (2002) Branding and brand management. *Marketing*, St. Petersburg, 2002 (in Russian).
2. Kotler, F. (2005) Marketing management. Saint Petersburg, 2005 (in Russian).

3. Belyaev, V. I., Belyaev, V. V. & Pyatkova, O. N. (2014) Marketing management: a marketing rationale for management decisions. Barnaul, 2014.

4. Kotler, F., Asplund, K., Rein, I. & Hyder, D. (2005) Marketing of places. Attracting investment, residents and tourists to cities, communes, regions and countries of Europe. St. Petersburg, 382 (in Russian).

5. Belyaev, V. I., Bocharov, S. N., Goryaninskaya, O. A. & Malakhov, R. G. (2015) Territorial marketing: methodology and methods for substantiating strategic decisions for regional development. Barnaul (in Russian).

6. Kerby, J. & Marsden P. (2015) Connected Marketing: The Viral, Buzz and Word of Mouth Revolution. Moscow (in Russian).

7. Kotler P. (1990) Principles of Marketing. Moscow (in Russian).

Поступила в редакцию: 10 апреля 2019 г.

Принята к печати: 16 мая 2019 г.

ИНТЕГРИРОВАННЫЕ АГРОПРОМЫШЛЕННЫЕ ФОРМИРОВАНИЯ КАК ОПОРА АГРАРНОЙ ЭКОНОМИКИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ: СФОРМИРОВАНЫ ЛИ ПРЕДПОСЫЛКИ?¹

С. П. Воробьев¹, А. Я. Троцкий^{1,2}, В. В. Воробьева¹

¹ Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия)

² Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН (Новосибирск, Россия)

Возникновение и развитие крупных интегрированных формирований в агропромышленном комплексе России является закономерным отражением мировых тенденций. В условиях жесткой конкуренции на рынке сельскохозяйственных товаров и продовольствия крупные интегрированные структуры, используя преимущества специализации, концентрации и кооперации, способны в короткий период достичь высокого уровня товарности и рентабельности производства. Описан опыт функционирования агрохолдингов в аграрной экономике Алтайского края. Отмечено, что в агропромышленном комплексе России развита корпоративная (имущественная) интеграция, а в других странах — контрактная (договорная). На основе данных финансовых отчетов анализируются различия в инвестиционном поведении сельскохозяйственных предприятий Алтайского края, принадлежащих агрохолдингам, и сельскохозяйственных предприятий, входящих в агрохолдинги и не входящих в них. Показано, что рост закредитованности сельхозорганизаций — участников интегрированных структур привел к банкротству части региональных агрохолдингов, которые имели существенное значение в объемах производства сельскохозяйственной продукции региона. Отмечено, что при обосновании перспектив развития агрохолдингов следует учитывать негативные социальные эффекты дальнейшего отчуждения работников от непосредственного принятия решений.

Ключевые слова: агропромышленная интеграция, агрохолдинг, экономическая эффективность, финансовое состояние, Алтайский край, экономический интерес, собственность.

INTEGRATED AGRO-INDUSTRIAL FORMATIONS AS A BASIS OF THE AGRARIAN ECONOMY OF THE ALTAI KRAI: ARE THE PREREQUISITES FORMED?

S. P. Vorobyov¹, A. I. Trotskovsky^{1,2}, V. V. Vorobyova¹

¹Altai State University (Barnaul, Russia)

²Institute of Economics and Industrial Engineering, Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences (Novosibirsk, Russia)

The emergence and development of large integrated groups in the Russian agro-industrial complex is a natural reflection of global trends. In the face of fierce competition in the market of agricultural products and food large integrated structures, taking advantage of specialization, concentration and co-operation, can achieve a high level of marketability and profitability of production in a short period. The experience of the functioning of agricultural holdings in the agrarian economy of the Altai Krai is described. Authors note that in the agro-industrial complex of Russia corporate (property) integration is developed, and in other countries — contractual one. Based on the data of financial reports the differences in investment behavior of enterprises in the Altai Krai, belonging to the agricultural holdings and companies, are analyzed. We show that the growth of the debt load of

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ. Научный проект № 18-010-00710. «Системные трансформации в агропромышленных регионах с различным центропериферийным положением в контексте развития территориально-отраслевой структуры экономики России».

the integrated structures participants resulted in the bankruptcy of some regional agricultural holdings, which were of significant importance in the volume of agricultural production in the region. Justifying the prospects for the development of the agricultural holdings, the negative social effects of further alienation of workers from direct decision-making should be taken into account.

Keywords: agro-industrial integration, agricultural holding, economic efficiency, financial condition, the Altai Krai, economic interest, property.

.....

Введение. Алтайский край при наличии уникального природно-экономического потенциала исторически является регионом, в структуре экономики которого преобладают виды деятельности, связанные с агропромышленным производством. В 2013–2017 гг. регион по стоимости валовой сельскохозяйственной продукции занимал 8–9-е места в России, в расчете на душу населения производилось в 1,8 раза больше валовой продукции, нежели в среднем по стране.

Описание методов и методик проводимого исследования. В процессе проведенных нами исследований были использованы общенаучные (научная абстракция, индуктивный, дедуктивный, сравнительный анализ) и специальные подходы. Специальные методы: сравнение, монографический, балансовый, нормативный, экономико-статистический (статистическая выборка, экономическая группировка, расчет статистических показателей, в том числе средних, абсолютных и относительных величин). Для анализа статистических данных был использован пакет программ Microsoft Office.

Полученные результаты и их обсуждение. В аграрном производстве край специализируется на зерновом полеводстве и молочно-мясном скотоводстве. Дополнительными отраслями в растениеводстве являются подсолнечник, сахарная свекла, овощи; в животноводстве — свиноводство, овцеводство, птицеводство. При этом основными производителями зерна, сахарной свеклы, семян подсолнечника остаются сельскохозяйственные предприятия. По остальным видам сельскохозяйственной продукции сельхозпредприятия за годы реформ потеряли лидирующие позиции, особенно по продукции животноводства: весомая доля молока мяса скота и птицы производят сегодня хозяйства населения, в которых концентрируется и производство наиболее трудоемких, требующих значительных затрат ручного труда, сельскохозяйственных культур: картофель, овощи и бахчи. Крестьянские (фермерские) хозяйства главным образом выращивают зерновые культуры и подсолнечник на маслосемена, в производстве которых их доля возрастает.

Непосредственной целью институциональных преобразований в аграрной экономике России

еще в начале 1990-х гг. было формирование и развитие эффективных, рыночно ориентированных сельскохозяйственных товаропроизводителей на основе совершенствования отношений собственности при реорганизации колхозов и совхозов, приватизации земли. С нашей точки зрения, цели были определены верно, однако ход и основные результаты структурных преобразований уже в первые годы продемонстрировали противоречивость интересов основных субъектов АПК. Монополизм поставщиков ресурсов, используемых в сельскохозяйственном производстве, и предприятий пищевой промышленности стремительно привел к нарушению эквивалентности межотраслевого обмена между партнерами в системе АПК. На фоне диспаритета цен сельскохозяйственные товаропроизводители оказались не готовы к перераспределению прав собственности, чему способствовало их законодательное и информационное «размывание» (нечеткое определение в отношении границ собственности, неформированность реальных механизмов защиты).

В перераспределении отношений собственности, как в сельском хозяйстве, так и между партнерами в системе АПК Алтайского края можно выделить три этапа: 1992–1998 гг., 1999–2005 гг., с 2006 г. и по настоящее время.

Первый этап характеризовался снижением объемов производства во всех основных отраслях: зерновом полеводстве — на 14%, свекловодстве — на 66%, молочном скотоводстве — на 38%, выращивании и откорме скота КРС — 53%. В птицеводстве были снижены объемы производства яиц на 30%, а в овцеводстве — шерсти на 87%. На протяжении всего периода 1992–1997 гг. сельскохозяйственные предприятия Алтайского края были нерентабельными (если в 1992 г. в регионе было всего 20 убыточных организаций, то уже в 1997 г. — более 90,0%), что привело к кризису неплатежей, резкому увеличению заемных средств в источниках финансирования. В этих условиях при остром дефиците собственных финансовых ресурсов сельскохозяйственные товаропроизводители не смогли воспользоваться возможностью приобретения части акций предприятий пищевой промышленности даже по сравнительно низким ценам. Практически все перерабатывающие предприятия в си-

стеме АПК были приватизированы путем передачи контрольного пакета акций трудовым коллективам.

На *втором этапе* развития аграрного производства в регионе были сформированы тенденции стабилизации и увеличения объемов производства основных видов сельскохозяйственной продукции: по зерну — на 40%, молоку — 10%, мясу скота и птицы — 16% (относительно 1998 г.). Остановлен спад производства сахарной свеклы (фабричной). Однако, несмотря на положительные тенденции, уровень производства 1991 г. был достигнут лишь по валовому сбору зерна и маслосемян подсолнечника. Развитие носило чисто экстенсивный характер, поскольку урожайность зерновых культур в 2004–2005 гг. так и не превысила уровень 1992 г., генетический потенциал животных был использован при выращивании и откорме КРС всего на 36,0%, в молочном скотоводстве — на 68%, а в свиноводстве — на 47%. Хроническая длительная неплатежеспособность являлась фактором банкротства многих сельскохозяйственных организаций. Перерабатывающие предприятия теряли и без того неустойчивую сырьевую базу, что подтолкнуло их к финансовым вложениям в покупку активов финансово неустойчивых сельскохозяйственных товаропроизводителей. При этом следует отметить трансформацию собственности перерабатывающих отраслей АПК. К 2008 г. более 53,5% уставного капитала (фонда) предприятий мукомольно-крупяной и пищевой промышленности было сосредоточено в собственности физических лиц, большая часть из которых являлись внешними акционерами, что выше уровня 2002 г. на 12,5 п. п.

С 2006 г. (*третий этап перераспределения прав собственности в системе АПК*) при провозглашении развития АПК как национального проекта в сельское хозяйство «вернулись» инвестиции, в том числе государственные, изменение ценовой конъюнктуры на рынке существенно повысило его привлекательность для инвесторов. Были созда-

ны условия улучшения финансовой устойчивости для сельскохозяйственных товаропроизводителей, однако последние в бесконечной реорганизации организационно-правовых форм, «смене вывесок», осуществляемых в том числе с целью снижения бремени задолженности, не всегда могли воспользоваться сложившейся ситуацией.

В этот период в регион пришел внешний «инвестор» в лице федеральных и международных компаний (АО «Вимм-Билль-Данн» (головная компания «Frito-Lei Treiding Kompani Gmbkh» расположена в Швейцарии), ЗАО «Приосколье» и другие), активно приобретающих в собственность не только сельскохозяйственные организации, но и предприятия пищевой промышленности, формируя при этом крупные агрохолдинги. Основной системой взаимоотношений с входящими в их состав организациями стала *корпоративная (имущественная)*, что противоречит практике стран с развитой рыночной экономикой, в которых субъекты интегрированных формирований взаимодействуют на основе заключенных договоров, фиксирующих основные параметры производимой продукции (технология производства, цена и сроки поставки и др.) (*контрактная система*). Как отмечает Н. И. Шагайда, «...явление агрохолдингов в виде, в котором они существуют в России, ... есть только в Казахстане и на Украине. В мире встречаются агрохолдинги, но ... они в основном работают по контрактам с семейными фермами» [2, с. 20].

Всего в 2016–2017 гг. на территории региона крупными «интеграторами» выступали 27 компаний. В 2016 г. сельскохозяйственные предприятия в составе интегрированных формирований концентрировали 23,2% общей численности работников крупных и средних организаций отрасли, 11,9% площади пашни, производство 26,4% валовой продукции. При этом они уплатили 28,1% налогов и страховых взносов, получили 21,6% бюджетных средств (табл. 1).

Таблица 1

Удельный вес организаций, входящих в состав холдингов, в показателях по сельскохозяйственным предприятиям Алтайского края, %*

Показатели	2013 г.	2016 г.
Число организаций	13,0	6,0
Стоимость валовой продукции сельского хозяйства	38,3	26,4
Площадь пашни	17,0	11,9
Количество работников	28,2	23,2
Выручка	36,3	28,6
Выплачено налогов, сборов, взносов	34,8	28,1
Заемные средства	39,5	23,0
Получено бюджетных средств	33,0	21,6

* Источник: расчеты авторов на основе информации организаций, предоставленной сетевым изданием СПАРК, справочной системой «Rusprofile.ru», сетевым изданием «Центр раскрытия корпоративной информации».

Оценка структуры товарной продукции сельскохозяйственных организаций региона, входящих в 2016 г. в состав интегрированных формирований, свидетельствует о существенном ее отличии от структуры доходов самостоятельно хозяйствующих предприятий: 43,1% всех доходов обеспечивало птицеводство, 16,0% — зерновое полеводство, 12,4% — свекловодство, практически не представлено выращивание подсолнечника на маслосемена.

В целом по Алтайскому краю эффективность использования ресурсов сельскохозяйственных предприятий, входящих в состав интегрированных формирований, несмотря на преобладание в структуре товарной продукции рентабельной продукции растениеводства и животноводства (зерно, сахарная свекла, продукция птицеводства, молоко)

существенно ниже, чем в самостоятельно функционирующих субъектах. В расчете на 1 работника было получено на 24,7% меньше товарной продукции, на 4,7% — валового дохода, на 19,3% ниже фондоотдача основных средств, на 1 га сельскохозяйственных угодий получено на 63,0% меньше валовой продукции. Более низкая заработная плата на уровне 15,9 тыс. руб. в месяц обеспечивала получение большего уровня рентабельности. При этом следует отметить существенность государственной поддержки сельскохозяйственной деятельности агрохолдингов, поскольку получаемые бюджетные средства повышали прибыльность деятельности предприятий на 6,7 п. п., в то время как в самостоятельно хозяйствующих субъектах обеспечивался прирост рентабельности не более чем на 4,2 п. п. (табл. 2).

Таблица 2

Экономическая эффективность использования ресурсов сельскохозяйственных предприятий Алтайского края в 2016 г.*

Показатели	Сельскохозяйственные организации	
	вошедшие в состав интегрированных формирований	не входящие в состав интегрированных формирований
Производительность труда, тыс. руб./чел.		
по выручке	1249	1658
по валовому доходу	772	810
Фондоотдача, руб./руб.	1,8	2,2
Получено на 1 га сельскохозяйственных угодий валовой продукции, тыс. руб.	13,5	36,5
Среднемесячная заработная плата работников, руб.	15898	21021
Уровень рентабельности производства, %	34,6	23,4
Уровень рентабельности производства (с учетом полученных бюджетных средств), %	41,3	27,6

* Источник: расчеты авторов на основе информации организаций, предоставленной сетевым изданием СПАРК, справочной системой «Rusprofile.ru», сетевым изданием «Центр раскрытия корпоративной информации».

В 2016 г. каждое четвертое предприятие холдингов имело либо существенное нарушение платежеспособности, либо предбанкротное состояние. Так, за счет имеющихся денежных средств сельскохозяйственные предприятия в составе агрохолдингов в 2016 г. могли погасить не более 23,3% краткосрочной задолженности (самостоятельно хозяйствующие субъекты 27,4%), за счет дополнительного привлечения дебиторской задолженности и краткосрочных финансовых вложений — не более 54,4% (не входящие в холдинги — 94,0%). Текущие активы всего на 83,2% превышали текущие пассивы, а в самостоятельно хозяйствующих субъектах — в 3,1 раза. Формирование активов осуществлялось преимущественно за счет заемных средств. Подобные процессы протекают и в дру-

гих регионах России. Результаты исследований Д. Б. Эпштейна свидетельствуют о том, что «агрохолдинги развиваются быстрее отдельных предприятий, однако основные показатели их финансового состояния существенно хуже, что в ряде случаев ведет к банкротству» [3, с. 60].

С нашей точки зрения, в условиях относительно благоприятной ценовой конъюнктуры на рынке сельскохозяйственной продукции 2014–2017 гг. товаропроизводители, входящие в состав интегрированных формирований, должны были существенно улучшить свое финансовое состояние, но это наблюдалось не во всех агрохолдингах. Так, устойчиво ухудшалось финансовое состояние предприятий ассоциации ООО ХК «Изумрудная страна» (создана в 2002 г., в 2019 г. находится в стадии ликвидации),

в том числе организаций, на протяжении длительного периода являющихся финансово устойчивыми (ООО «Возрождение» Каменского района, ООО «Украинское» и ООО «Москва» Немецкого национального района, ООО ПЗ «Чарышский» и др.). По сути, ассоциация ООО ХК «Изумрудная страна» планомерно на протяжении 2013–2016 гг. реализовала финансовую стратегию откачки капитала и ликвидации в условиях снижения доступности субсидируемых кредитных ресурсов (сумма полученных кредитов только от АО «Россельхозбанк» превысила 19 млрд руб.), усиления контроля ИФНС России деятельности зависимых лиц.

Волна конкурсных производств участников ассоциации началась в 2014–2017 гг., в результате которых потери хозяйственных партнеров, финансовых организаций, бюджетов всех уровней и страховых фондов оказались колоссальными. Согласно данным ИФНС России по Алтайскому краю из 4934,0 млн руб. задолженности перед ФНС, включенной в Реестр требований кредиторов, более 20,0% (около 986,8 млн руб.) приходилось на организации, входящие в состав ООО ХК «Изумрудная страна».

Банкротство ООО ХК «Изумрудная страна» нанесло существенный урон экономике не только сельского хозяйства, но и всей сферы АПК, поскольку в ее состав входило более 88 организаций, площадь пашни в 2012–2013 гг. превышала 336,0 тыс. га (более 6,0% площади пашни сельскохозяйственных предприятий и крестьянских (фермерских) хозяйств), поголовье КРС — более 60 тысяч, из них коров — 22 тысячи, свиней — 18 тысяч. Доля предприятий холдинга в региональном производстве превышала 15% по молоку, мясу скота и птицы, муке, 29% — крупам, 19% — сахару, 40% — спирту. Одновременно с данной ассоциацией процедуру конкурсного производства проходили и другие крупные интегрированные формирования регио-

нального значения (ООО «Альгаир-Агро», ООО «Западное», ООО «Алтаймясопром»), что привело к недополучению 135,2 млн руб. налогов и страховых взносов.

Заключение. Наблюдаемые процессы в перераспределении прав собственности в условиях их «размывания» (недостаточной спецификации) в сельском хозяйстве и пищевой промышленности региона, привели к частичной или полной потере сельскохозяйственными товаропроизводителями финансовой и/или юридической самостоятельности; отсутствию возможности реализации собственных систем ведения хозяйства (выбора специализации, размеров производства и др.) и отраслей производства; росту напряженности на рынке труда территорий присутствия агрохолдингов при недостаточно высоком или снижающемся мобилизационном настрое «инвестора». Следует согласиться с мнением Т. Г. Нефедовой, которая считает, что основными негативными последствиями концентрации прав собственности в сельском хозяйстве являются социальные эффекты, выражаемые в отчуждении работников от непосредственного принятия решений, что закрепляет и так характерное для сельских жителей безразличие к производительности труда и результатам работы [4, с. 70].

При обосновании перспектив развития агрохолдингов следует учитывать уровень социальной ответственности собственников интегрированных формирований по отношению к населению территории размещения производств. Очевидно, что в случае проживания на территории приложения собственного труда повышается степень ожиданий со стороны работников и ответственности со стороны работодателей. И наоборот, вахтовый метод организации труда и наличие отдаленного постоянного места жительства снижает степень ожидания работников и социальной ответственности работодателей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Колобова А. И., Проценко Е. А. Ценообразование в аграрном секторе АПК: монография. Барнаул, 2002. 326 с.
2. Шагайда Н. И. Интеграция сельского хозяйства в продовольственные цепочки: российская практика и международный опыт (экспертная дискуссия) // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2015. № 3. С. 17–22.
3. Epshtein D., Hahlbrock K. et al. Why are Agroholdings so Pervasive in Russia's Belgorod Oblast? Evidence from Case Studies and Farm-level Data. *Post-Communist Economies*. 2013. Vol. 25. Pp. 59–81. DOI: 10.1080/14631377.2013.756673.
4. Нефедова Т. Г. Агропромышленная концентрация в российских регионах // ЭКО. 2014. № 4. С. 64–82. DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2014-4-64-82.

REFERENCES

1. Kolobova A. I. & Proshchenko E. A. (2002) Pricing in the agrarian sector of the agro-industrial complex: monograph. Barnaul, 326 p (in Russian).
2. Shagaida N. I. (2015) Integration of agriculture into food chains: Russian practice and international experience (expert discussion). *Economy of agricultural and processing enterprises*, 3, 17–22 (in Russian).
3. Epshtein D., Hahlbrock K. et al. (2013) Why are Oblast «Agroholdings so Pervasive? Evidence from Case Studies and Farm-level Data. *Post-Communist Economies*, vol. 25, 59–81. DOI: 10.1080 / 14631377.2013.756673 (in Russian).
4. Nefedova T. G. (2014) Agroindustrial concentration in the Russian regions. *ECO*, 4, 64–82. DOI: 10.30680 / ECO0131–7652–2014–4–64–82 (in Russian).

Поступила в редакцию: 18 апреля 2019 г.

Принята к печати: 20 мая 2019 г.

GAME-THEORETIC AND GAME-EXPERIMENTAL MODELING OF THE INTERACTION OF PARTICIPANTS OF THE TRIPLE HELIX OF INNOVATION

I. N. Dubina

Novosibirsk National Research State University (Novosibirsk, Russia)

This paper presents a basic formalization of university-government-industry interaction (the concept of the Triple Helix). Such formalization is based on game theory principles and methods, as well as the methods and instruments of the theory of optimal allocation of resources. The constructed models simulate the phases of R&D, implementation and commercialization of a new project, as well as risks and uncertainty on each of these innovation stages. Based on the presented formalization, a business simulation game as a game-experimental model was developed and tested. The paper demonstrates that game-theoretic and optimal resource solutions may serve as a benchmark for real interactions of the key stakeholders of innovation ecosystems of different scales.

Keywords: Triple Helix, innovation ecosystem, game theory, optimal resources allocation, game-experimental model, business simulation game.

ТЕОРЕТИКО-ИГРОВОЕ И ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНО-ИГРОВОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧАСТНИКОВ «ТРОЙНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СПИРАЛИ»

И. Н. Дубина

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
(Новосибирск, Россия)

В статье представлены формализованные модели отношений «университет — государство — бизнес» в контексте концепции тройной инновационной спирали. Формализация осуществлена на основе принципов и методов теории игр и теории оптимального распределения ресурсов. Предложенные модели представляют этапы разработки и коммерциализации новых проектов с учетом неопределенности и рисков, возникающих на каждом этапе. На основе результатов проведенной формализации разработана и протестирована деловая управленческая игра как экспериментально-игровая модель взаимодействия представителей науки, государства и бизнеса. В статье показано, что решения, полученные на основе методов теории игр и теории оптимального распределения ресурсов, могут служить ориентиром для принятия решений в реальных взаимодействиях ключевых участников инновационных систем различного уровня.

Ключевые слова: тройная инновационная спираль, инновационная система, теория игр, теория оптимального распределения ресурсов, экспериментально-игровая модель, деловая управленческая игра.

Introduction. Recently, “innovation” is one of the most popular words, both in developed and emerging economies. However, in many cases, especially in economies-in-transition, it remains to be used just as a word, not an action. One of reasons of this situation is a problem of weakly functioning innovation ecosystems which consist of such key stakeholders like government, universities and

research centers, industries, investors, innovation consumers, and others.

So, the key question in this context is as follows: How can and should innovation ecosystem stakeholders effectively interact in order to produce new and right ideas and successfully commercialize them under risks and uncertainty of social and natural environment?

Looking for a way to analyze the interactions of innovation ecosystem stakeholders, we apply some formal methods. This paper presents an attempt to formalize the concept of the university-government-industry interactions as a prototype of an innovation ecosystem. Such formalization is based on both conceptual elements of institutional economics, innovation economics and management, and formal game-theoretic principles, approaches, methods and mathematical models, as well as the methods and instruments of the theory of optimal allocation of resources.

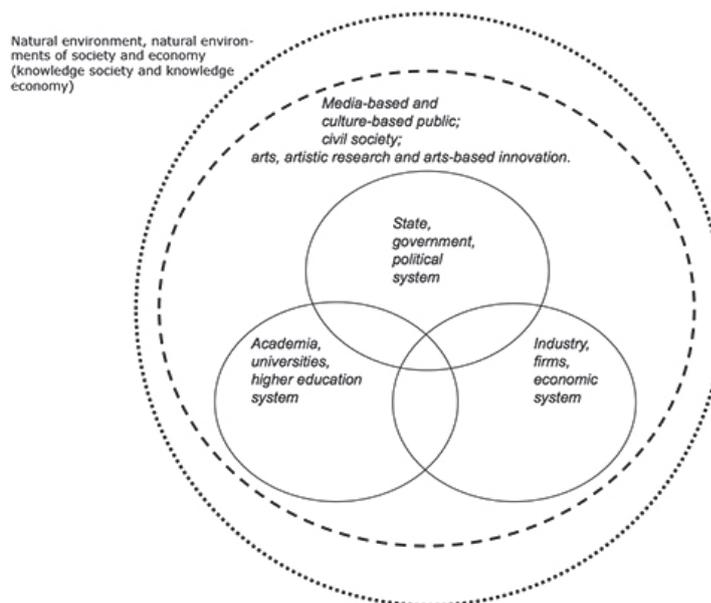
Game Theory that officially started with the canonical book of J. von Neumann and O. Morgenstern (1944) can be defined as a logical and mathematical theory of strategic decision making under competition, risk and uncertainty; a theory of optimal and effective rational behavior; or a theory of compromises and conflict resolution (Dubina, 2013).

In particular, this paper introduces a new game-theoretic model that was designed with a goal to educate, simulate and analyze how the main innovation stakeholders (government, universities, and industries) can and should multilaterally interact through a non-linear and multistage communication in order to reach a systemic compromise (Algazin, 2009) of their interests, objectives and behaviors in an innovation and entrepreneurship ecosystem and social, political, economic and natural environment fraught with risk and uncertainty. Early versions of this paper have been presented at the IJAS 2015 conferences in Malta and Barcelona (Dubina, 2015).

The Conception of the Triple Helix of Innovation and an Innovation Ecosystem.

The basic conceptual and contextual framework for this work is the concept of the Triple Helix of university-industry-government relationships (Etzkowitz and Leydesdorff, 1995). This concept accents a more prominent role for the university in the production, transfer and application of knowledge. This way, a classical understanding of a university as a knowledge creator and transmitter is added with a concept of an Entrepreneurial University that also actively promotes knowledge in a society and puts knowledge to use in the interaction with other innovation actors and stakeholders. Entrepreneurial universities also have an enhanced capacity to generate technology that has changed their position, from a traditional source of human resources and knowledge to a new source of technology generation and transfer. In the Triple Helix conception, Government also acts as a public entrepreneur and venture capitalist, in addition to its traditional regulatory role in setting the rules of the game (Ranga and Etzkowitz, 2013).

We consider this game as a prototype of an innovation ecosystem which could be extended to more complex systems with more categories of participants, e. g., investors, consumers, etc. As an example, the concept of the Triple Helix has been further developed toward the Quadruple Helix (Carayannis and Campbell, 2009) by adding “civil society” (citizens) as the fourth helix and the Quintuple Helix (Figure 1) that adds an Environment as a challenge and driver for innovation (Carayannis, Barth and Campbell, 2012). Such development of the initial conception of the Triple Helix concept leads toward the N-tuple Innovation Helix conception (Park, 2014).



Source: Carayannis, Barth and Campbell, 2012

Figure 1. The concept of the Quintuple Innovation Helix

In different economies, the roles of different “innovation helix” actors also differ, as well as general strategies for innovative development. For example, in Russia, China, some Central Asian, Latin American and Eastern European countries, government plays a leading role, driving academia and industry (Ranga and Etzkowitz, 2013). Such an interaction configuration defines a dominated “top to bottom” innovation strategy. In the US and many Western European countries, there is a *laissez-faire* configuration, characterized by a limited state intervention in the economy and a limited control over universities which are more active in initiating social, political, economic and technological innovation, with industry as a driving force for innovation (a “bottom-top” innovation strategy). Such a difference in economic and innovation models requires making specifications of a game respectively to a kind of the economy.

In any case, the main stakeholders of an innovation ecosystem have to interact on different stages and phases, like a venture project development (R&D) phase, a new project implementation phase, and a new product commercialization phase. Each of these phases is connected with risks and uncertainty. So, a game model should represent and simulate the interaction on all of these phases under risk, uncertainty and unpredictability.

A basic game-theoretic model. This game is based on our previous studies of game-theoretic models for organizing innovative activities (Dubina, 2013) and has been designing with pursuing several goals and objectives, depending on the game “maturity”. First of all, it is an educational goal, namely teaching and training possible strategies and ways of the interaction of the main innovation stakeholders (government, universities, and industries); game-theoretic principles of optimal strategic and tactical decision-making; the influence of uncertainty and risk on decision-making of the stakeholders.

The second goal relates to a next stage of the model development and it has an analytical character. This game can be used to identification, systematization and analysis of stable patterns in the interactions and outcomes of the game players.

The third main goal of designing this game relates to conditional forecasting and policy support by predicting a change direction of the players’ behavior after certain interventions.

Generally, this game assumes that:

- there are several R&D projects to be developed and implemented which are characterized with different costs and expected outcomes;
- all players have different resources to invest in R&D and innovation;

- University initiates R&D projects and allocate some resources for the selected project (Stage 1);
- Government supports and invest in some initiated R&D project (Stage 2);
- Industry chooses projects for development, investment and implementation (Stage 3).

Formally, this game is a 3 stage dynamic game with the inputs as follows:

- $n=3$ is a number of players;
- R_i is amount of resources available to player i ; $i = 1, \dots, n$;
- m is a number of venture projects available in the game;
- $CDmin_j, CDmax_j$ are minimum and maximum cost of the development of project j ; $j = 1, \dots, m$;
- $Clmin_j, Clmax_j$ are minimum and maximum cost of the implementation of project j ;
- ER_j is the expected output (revenue) from project j ;
- α is a parameter of interest (yield) of investing in a standard (no-risk) project.

From a game-theoretic point of view, there is also such a player as “Nature” that brings risks of the project development and implementation to the game, as well as uncertainty of players’ payoffs and game outcomes. This game simulates risks and uncertainty at all the considered phases using random variables (μ, φ, ξ) .

This game is formalized as a multiple reciprocal principal-agent model as follows.

Players’ actions:

- X_{ij} is fund provided by player i for the development of project j ; $i = 1, \dots, n$; $j = 1, \dots, m$; $\sum_i X_{ij} \leq R_i$
- Y_{ij} is fund provided by player i for the implementation of project j ; $i = 1, \dots, n$; $j = 1, \dots, m+1$, where Y_{im+1} is fund invested in a standard (no-risk) project by player i .

Game outcomes:

- $FD_j = \sum_i X_{ij}$ ($j=1, \dots, m$) is fund collected for project j at Stage 1;
- $p_j = (FD_j - CDmin_j) / (CDmax_j - CDmin_j)$ ($j = 1, \dots, m$) is probability of successful development of project j , $0 \leq p_j \leq 1$.
- μ_j is a random variable with uniform distribution (e. g., it can generated by MS Excel RAND () function), $0 \leq \mu_j \leq 1$. If $\mu_j \leq p_j$, project j is successfully realized (developed) and can potentially bring some outcome to the investor. If $\mu_j > p_j$, the project is not developed and the investor gets nothing from it.
- $FI_j = \sum_i Y_{ij}$ ($j = 1, \dots, m$) is fund collected for project j implementation;
- $q_j = (FI_j - Clmin_j) / (Clmax_j - Clmin_j)$ ($j = 1, \dots, m$) is probability of successful development of project j , $0 \leq q_j \leq 1$.

- φ_j is a random variable generated by RAND (), $0 \leq \varphi_j \leq 1$. If $\varphi_j \leq q_j$, the project is successfully realized (implemented) and bring some revenue to the investor. If $\varphi_j > q_j$, the project is not implemented and the investor gets nothing from it.
- ξ_j is a random variable which characterizes commercial success of an implemented project and it can be generated, e. g., by MS Excel RAND () or NORMDIST (...) functions.
- RR_j , $j = 1, \dots, m$, is real outcome / revenue gained from project j and it may differ from expected outcome / revenue (ER_j). If ξ_j is generated by RAND (), $0 \leq \xi_j \leq 1$, real outcome can be calculated, for example, as follows:

$$RR_j = ER_j (1.5 - \xi_j).$$

So, in this case, real outcome may differ from the expected outcome 50% both sides. This rule can be conventionally changed before the game starts. For example, if $RR_j = ER_j (1.25 - \xi_j/2)$, a real outcome may differ from the expected outcome 25% both sides.

- $NR_i = Y_{im+1} (1 + \alpha)$ ($i = 1, \dots, n$) is revenue of player i from investment in a standard (no-risk) project;
- $TRI = \sum_j RR_j$ ($j = 1, \dots, m$) is total real revenue gained from the venture projects (VDP);
- $TR = TRI + \sum_i NR_i$ ($i = 1, \dots, n$) is total revenue in this game (GDP).

Based on this formalization, all players' objective functions and payoffs in this basic game can be identified as follows:

- University: $U_{Uni} = \max \sum_{ij} (X_{ij} - X_{1j})$ (maximization of funds collected for developed projects by a choice of X_{1j} values controlled by Universities);
- Government: $U_{Gov} = \max \{ \sum_{ij} p_j (X_{ij}) q_j (Y_{ij}) ER_j + \sum_i NR_i (Y_{im+1}) \}$ (maximization of total expected revenue by a choice of those X_{2j} and Y_{2j} values which are controlled by Government);
- Industry: $U_{Ind} = \max \{ \sum_{ij} p_j (X_{ij}) q_j (Y_{ij}) ER_j + \sum_i NR_i (Y_{3m+1}) - X_{3j} - Y_{3j} \}$ (maximization of Industry's profit by a choice of those X_{3j} and Y_{3j} values which are controlled by Industry);

These objective functions are to be specified for a game with certain number and character of players. Such a game-theoretic model requires further development in term of an algorithm and a software tool for solving this game (e. g., for defining a Nash equilibrium, Pareto optimal situations, and Kaldor-Hicks improvements). This way, this model could serve a possible benchmark for real interactions of innovation stakeholders.

A business simulation game. Based on the presented formalization as well as on the experience of designing business management games, or "innovation games" (Musshoff et al., 2011; Hohmann, 2013), we developed and tested a series of business

simulation games. Those games included three categories of players as indicated in the Triple Helix conception (Government-Universities-Industries) and two additional actors (Investors and Civil Societies/Innovation Consumers).

Initially, those games were tested in several student groups in Altai State University (Russia). We have piloted a business management game (called "Lab to Industry") that simulated the interaction of several groups really representing such categories of innovation stakeholders like Government, Universities, Industries, and Investors in Moscow State Technological University and Skolkovo School of Management (Moscow, May 18–20, 2015).

As a particular result, this game has clearly demonstrated a huge intercommunication and inter-understanding gap between the main innovation stakeholders (government, universities, industries and investors) because of their unwillingness and inability of searching for a compromise. And that seems to be a systemic problem not just for Russia, but also for many other economies in transition.

Such a game really helps to better understand motives, interests, possible strategies and ways of the interaction of the main innovation stakeholders and may serve as an instrument of developing mutual understanding and compromises. Recently, we have started replicating this game in Russian universities, local government and businesses, "innovation fairs", "innovation saloons", etc.

Optimal Resource Allocation Theory as a benchmark. Another possible benchmark could be a case when all the stakeholders have agreed to act as a single decision-maker for allocating their resources in the most effective way. That case would be equivalent to a canonical approach of the transportation theory (optimal allocation of resources) developed by L. Kantorovich. As a particular case, such an optimization problem can be formalized as follows.

- *Objective function:* $\max \{ \sum_{ij} p_j (X_{ij}) q_j (Y_{ij}) ER_j + \sum_i NR_i (Y_{im+1}) \}$ (maximization of total expected revenue by a choice of X_{ij} and Y_{ij} values);
- *Constraints:* $\sum_j (X_{ij} + Y_{ij}) + Y_{im+1} \leq R_i$; $p_j \leq 1$; $q_j \leq 1$; $i = 1, \dots, n$, $j = 1, \dots, m$.

This optimization problem can be solved, for example, with the tools realized in MS Excel Solver. A benchmark for game outcomes can be defined this way.

An example of a contrast of a decision-making in a group interaction within the conducted simulation game and an application of this method for 10 ($j=1, \dots, 10$) venture projects and a non-risk project ($j=11$) is presented by Figures 2 and 3. The total resources and investments in the both cases were 48 units, while the total revenue and profit for the first case were 94 and 46 units correspondingly, and the same values for the second case were 136 and 88 units correspondingly.

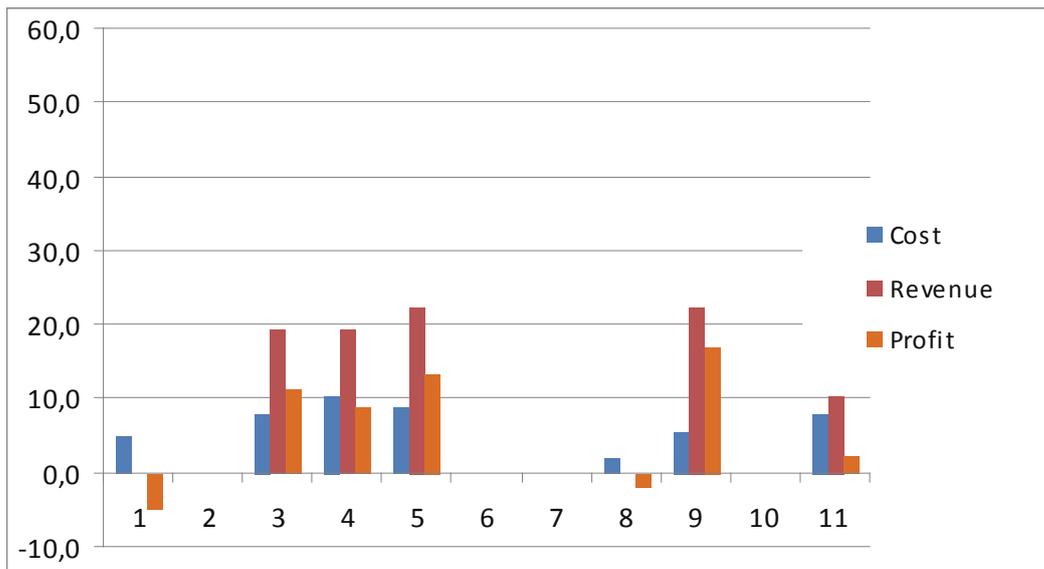


Figure 2. Distribution of resources and outcomes among the projects in the simulation game

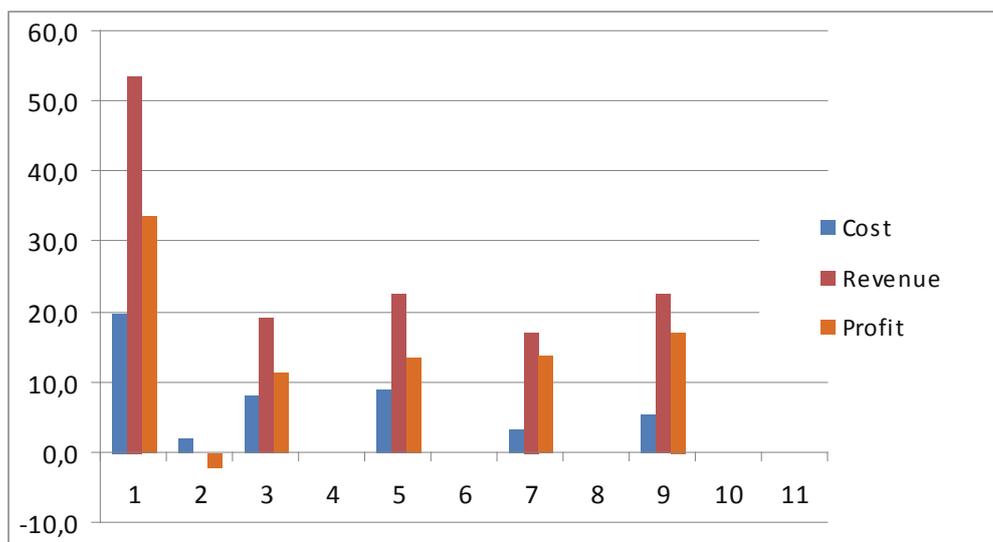


Figure 3. Distribution of resources and outcomes among the projects according to the benchmark

Conclusion. Due to a rather sophisticated character of a real innovation ecosystem, the interaction of its active elements (e. g., government, universities, industries, and investors) is very complicated. So, in this complex, dynamic and non-linear landscape of public-private collaboration and competition, game-theoretic perspectives and other formal approaches can be powerful tools for theory, policy, and practice, allowing dealing with some related challenges and opportunities. The suggested basic model of a multi-level hierarchical game can be an initial platform for further developing a theoretical framework based on the Triple Helix conception.

The designed simulation game may serve as an empirical platform for analysis and support of decision-making for innovation policymakers and practitioners. At the same time, a formal mathematical model of the interaction of the key innovation stakeholders may contribute to a general theoretical framework for Innovation Economics and Management. In particular, the game-theoretic solutions regarding the optimal strategies of the key stakeholders of an innovation ecosystem may serve as a benchmark for their real interactions.

REFERENCES

1. Algazin, G. I. (2009) Models of systemic compromise in socio-economic research. Barnaul (in Russian).
2. Carayannis, E. & Campbell, D. (2009) Mode 3” and “Quadruple Helix”: toward a 21st century fractal innovation ecosystem, *International journal of technology management*, 46 (3–4), 201–234.
3. Carayannis, E. G., Barth, T. D., & Campbell, D. F. J. (2012) The Quintuple Helix innovation model: global warming as a challenge and driver for innovation, *I*, 1 (2), 1–12.
4. Dubina, I. N. (2013) Game-Theoretic Models for Organizing creativity and innovation in firms. Barnaul (in Russian).
5. Dubina, I. N. (2015) Game theory and business simulation game approaches to innovation ecosystem analysis, *International Journal of Arts and Sciences*, 08 (04), 45–56.
6. Etzkowitz, H. & Leydesdorff, L. (1995) The Triple Helix: University — Industry — Government relations a laboratory for knowledge based economic development, *EASST Review*, 14 (1), 14–19.
7. Hohmann, L. (2013) *Innovation games: Creating Breakthrough Products Through Collaborative Play*, Boston, MA, Addison-Wesley.
8. Musshoff, O., Hirschauer, N. & Hengel, P. (2011) Are business management games a suitable tool for analyzing the boundedly rational behavior of economic agents? *Modern Economy*, 2, 468–478.
9. Ranga, M. & Etzkowitz, H. (2013) Triple Helix systems: analytical framework for innovation policy and practice in the Knowledge Society, *Industry and Higher Education*, 27 (4), 237–262.
10. Park, H. W. (2014) Transition from the Triple Helix to N-Tuple Helices? An interview with Elias G. Carayannis and David F.J. Campbell”. *Scientometrics*, 99, 203–207.

Поступила в редакцию: 16 апреля 2019 г.

Принята к печати: 21 мая 2019 г.

ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА РАЗНЫХ СТАДИЯХ РАЗВИТИЯ ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ¹

И. Е. Каплинская, Н. Н. Солопова, Н. А. Шутова

Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия)

Обоснованы и раскрыты основные векторы и стадии развития переходной экономики России. Показаны проблемы экономической безопасности страны на разных стадиях трансформации, их связь с кризисными состояниями экономики в период 1992–2018 гг. Выделены важнейшие направления реформирования переходной экономики Российской Федерации на каждой стадии в интересах обеспечения экономической безопасности страны. Поставлена проблема необходимости адаптации экономики России к тенденциям протекционизма и де-глобализации в современной мировой экономике и формирования совместно с другими странами новой модели глобализации. Отмечена значимость развития международных экономических организаций в направлении обеспечения международной экономической безопасности.

Ключевые слова: экономическая безопасность, переходная экономика, векторы развития, стадии развития, экономические кризисы, рыночная трансформация, глобализация экономики, технологическая безопасность, де-глобализация, протекционизм.

PROBLEMS OF ECONOMIC SECURITY AT DIFFERENT STAGES OF DEVELOPMENT OF THE TRANSITION ECONOMY IN RUSSIA

I. E. Kaplinskaya, N. N. Solopova, N. A. Shutova

Altai State University (Barnaul, Russia)

In the article the main vectors and stages of development of the transition economy in Russia are substantiated and disclosed. The problems of the country's economic security at different stages of the transformation, their connection to the crises of the economy in 1992–2018 are shown. The areas of reformation of the Russian Federation transition economy at the each stage in the interests of ensuring the country's economic security are highlighted. The authors state the problem of the adjustment of the Russian economy to the trends of protectionism and de-globalization in the modern world economy and the formation, together with other countries, of a new globalization model. The importance of the development of international economic organizations in the direction of ensuring international economic security is also noted.

Keywords: economic security, transition economy, development vectors, development stages, economic crises, market transformation, economic globalization, technological security, de-globalization, protectionism.

После кризиса 2014–2016 гг. в России экономическая безопасность становится все более актуальным аспектом развития стра-

ны, особенно на фоне усиления международной политической нестабильности. В современной отечественной научной литературе достаточно подробно рассмотрены различные стороны проблемы экономической безопасности: на уровне национального хозяйства и его хозяйствующих субъектов, на уровне отдельных регионов страны. Так, весьма глубоко исследован данный вопрос, например, в работе

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ. Научный проект № 18–410–220018 «Исследование социально-экономического развития Алтайского края в различные периоды экономической нестабильности».

М. И. Кротова и В. И. Мунтияна [5]. Однако, на наш взгляд, следует более подробно показать развитие проблемы безопасности в контексте макроэкономической динамики хозяйственной системы России на более длительных этапах (начиная с 90-х годов XX века), делая акцент на цикличности этой динамики, проявляющейся в чередующихся экономических кризисов.

Представляется, что вопросы экономической безопасности и ранее постоянно присутствовали в поле зрения отечественных исследователей (возможно, не всегда в явном виде), поскольку в их работах находили выражение сложнейшие проблемы экономического развития и связанные с ними угрозы. Можно отметить, что само начало реформ в 90-е годы XX века в России было вызвано необходимостью обеспечить безопасность функционирования хозяйственной системы в условиях «истощения» возможностей плановой модели экономики.

Обратимся к оценке проблем экономической безопасности России в условиях ее функционирования уже как самостоятельного государства.

Современная российская экономика отсчитывает свое движение с начала 90-х годов XX в. К этому времени сложились особые характеристики в развитии мировой экономической системы, задаваемые, прежде всего, развитыми странами. К ним можно отнести последовательные процессы либерализации, начавшуюся глобализацию, повышение значимости технологических инноваций. На наш взгляд, эти характеристики определяли и важнейшие векторы трансформации российской экономики [4], траектории ее интеграции в систему мирового хозяйства. Страна вступала в сложный и, по всей вероятности, достаточно длительный переходный период, причем в условиях нарастающей неопределенности конечного результата.

Первый вектор трансформации — создание и в дальнейшем постоянное целенаправленное развитие и совершенствование институтов рыночной экономики в целях формирования современной социально-ориентированной модели. Сложности и проблемы этого движения могут быть интерпретированы как определенные экономические угрозы, поскольку старые элементы системы были фактически демонтированы, а новые еще не вполне сложились.

Второй вектор определялся необходимостью встраивания России в систему глобальных форм международных экономических отношений, которые стали формироваться именно в конце 80-х — начале 90-х годов. Отметим, что Россия, как и СССР ранее практически не была полноценно вовлечена в систему международных экономических отношений, что к началу 90-х годов также становилось угрозой для социально-экономического развития

страны, особенно в условиях распада Совета экономической взаимопомощи (СЭВ) и СССР, разрушивших социалистические форматы международных хозяйственных связей.

Третий вектор трансформации имел более фундаментальный характер и был вызван необходимостью радикальных изменений технологической базы экономики. Ведь на 80–90-е гг. приходится начало реального перехода наиболее развитых стран мира к постиндустриальной, информационной экономике, создающей принципиально новые потенциальные возможности экономического и социального прогресса. Значительное отставание России в конкуренции с другими странами в области фундаментальных сдвигов в технологиях становилось экономически опасным.

Движение в направлении указанных векторов развития переходной экономики России происходило неравномерно, что связано с исключительной сложностью задач трансформации. Этим, вероятно, определяется и некоторая стадийность в их решении.

Представляется, что можно выделить 4 стадии развития переходной экономики России, разделенные основными кризисными состояниями переходной системы. Это кризисы 1992–1996 гг., 1998 г., 2008–2009 гг., 2014–2016 гг. Каждый из этих кризисов отчетливо высвечивал самые сложные и значимые проблемы реформирования в контексте указанных векторов и самые опасные угрозы экономической безопасности страны. Последовательно анализируя кризисные состояния, можно увидеть определенные смещения в приоритетных направлениях трансформации, которые происходили уже в посткризисные периоды и призваны были устранить соответствующие угрозы.

Кризис 1992–1996 гг., давший начало 1-й стадии переходной экономики в России, показал, что самые сложные проблемы экономической безопасности лежали в сфере создания элементов новой рыночной экономической системы (то есть первого вектора изменений), особенно при отсутствии какого-либо опыта подобных трансформаций и неразработанности теории переходных систем. К сожалению, в России был упущен вариант градуалистического подхода к реформам, прежде всего в области приватизации, и использован малопримемлемый в условиях страны метод шоковой терапии, впоследствии фактически отмененный именно по соображениям экономической безопасности.

В данный период времени угрозы глобального взаимодействия также существовали, но были еще не в полной мере осмыслены, что нанесло весьма серьезный ущерб экономике в силу ошибок в сфере политики открытия экономики. Поэтому

второй вектор трансформации также оказался неоптимальным в плане его реализации: результатом стали не только ряд несомненно позитивных эффектов глобализации, но и потери многих важных для страны предприятий и целых отраслей, квалифицированной рабочей силы и гигантских объемов капитала вследствие их «бегства» за границу.

Одновременно возникли признаки «голландской болезни», проявился неблагоприятный крен в направлении формирования рентной модели экономики, угрожавшей нормальному развитию страны.

Что касается третьего вектора (технологических сдвигов), то кризис 1992–1996 гг., безусловно, отражал отставание России в движении и в данном направлении. Но внутренних ресурсов для коррекции ситуации и предотвращения угрозы технологической безопасности практически уже (или еще) не было. И наука, и образование, и инвестиционная деятельность находились в крайне тяжелом состоянии. Приток иностранного капитала мало что давал для решения данной проблемы, а возможно в ряде случаев и усугублял ситуацию, усиливая деформацию структуры экономики.

Кризис 1998 г., как представляется, начал смещать проблематику развития экономики России уже в направлении второго вектора, связанного с глобализацией экономики, и тем самым дал начало 2-й стадии переходной системы страны. Внешние угрозы при этом, прежде всего, определялись масштабными процессами распространения спекулятивных операций и «финансализации» мировой экономики [2]. Эти обстоятельства были недостаточно оценены, возможно, в силу неразвитости внутреннего финансового рынка России (но уже тоже фактически включенного в систему глобальных финансовых потоков). К сожалению, угрозы оказались реализованными, что проявилось в многократном падении курса рубля, дефолте, росте внешнего долга, значительной утечке отечественного капитала и рабочей силы за границу и др.

В этот период обнаружились и корректировались явные дефекты систем управления экономикой и рыночных институтов (то есть проблем первого вектора трансформации), особенно внешнеэкономического плана.

Отметим, кризис показал, что третий, технологический, вектор трансформации вновь оказался почти не реализованным, хотя вполне осознаваемым как проблема. В итоге в дальнейшем, уже в «нулевые» годы предпринимались значительные усилия в направлении создания нового формата структуры экономики, прежде всего за счет инвестиций, в том числе иностранных. Создавались новые виды производства и, соответственно, технологии, однако процесс не был стабильным. Угроза

технологической безопасности страны постепенно возрастала.

Кризис 2008 г., возникший достаточно неожиданно на фоне кажущегося благополучия экономики, безусловно, на первое место поставил угрозу дефектов движения по второму вектору трансформации (в направлении учета процессов глобализации) и оказал существенное влияние на последующую коррекцию институтов рыночной экономики и системы государственного регулирования (направление первого вектора). Кризис положил начало 3-й стадии развития переходной экономики. В целом Россия оказалась не вполне готова к вызовам глобальных кризисных потрясений, как, впрочем, и многие другие страны. Считалось, что страна еще не слишком основательно вписалась в эту систему. Однако реалии были иными, и спад в экономике оказался очень глубоким: падение ВВП достигло 8%. Пожалуй, именно этот кризис жестко указал на необходимость учета не только глобальных тенденций и их использования в интересах страны, но и важность технологических трансформаций экономики. Сложившийся структурно деформированный характер хозяйства России, неконкурентоспособность большинства готовых отечественных товаров на мировых рынках вывели данную проблему на первый план. Но ресурсы для технологического рывка оказались ограниченными. При этом отметим, что ведущие страны мира именно в это время приступили к созданию и освоению технологий, определяемых уже логикой четвертой промышленной революции.

Кризис 2014–2016 гг. однозначно проявил угрозы российской экономике, связанные с длительным игнорированием третьего (технологического) вектора трансформации и обозначил начало 4-й стадии реформ в рамках переходной экономики страны. Общемировые тенденции экономического развития более не оставляют России выбора: «Происходящие изменения настолько значительны, что мир вступает, возможно, в крупнейший за всю историю технологический переход...» [3]. Место страны в мировой системе отныне будет определяться степенью ее способности к разработке и освоению современных технологий. Тем более что и сама глобализация, как отмечал ряд американских экспертов (С. Ланд, Дж. Мэника, Ж. Бугин), изменяет свою форму: «глобализация ... приобрела цифровой характер» [1]. Тем самым фактически происходит сращивание третьего и второго векторов развития: «Новые технологии уже начали объединять мировую экономику, и потенциал, который несет новая технологическая волна, позволяет констатировать: экономика будет становиться все более глобальной, хотя скорость этого процесса может меняться» [6].

Новые требования предъявил кризис и в плане развития институтов современной экономики (первый вектор трансформации). Прежде всего, это относится к механизмам взаимодействия государства и бизнеса, к их оптимальному соотношению в интересах развития национального хозяйства и экономической безопасности всех его субъектов.

Однако экономический кризис 2014–2016 гг. неожиданно наложил на еще одну проблему, ставшую серьезным вызовом экономической безопасности России: в мировой экономике появился феномен де-глобализации, усиленный экономической политикой США. (При этом некоторые исследователи даже склонны искать начало этого процесса не в 2014–2016 гг., а уже в период кризиса 2008 г.). Вызванное ею усиление «провинциализации» и «национализации» в мировой экономике в контексте ранее достаточно устойчивых процессов глобализации еще не вполне осмыслено. Не ясно, сменился вектор глобализации на прямо противоположный, или нет. Так, по мнению С. Гуриева, «пока нет ответа на вопрос, обратима ли глобализация. Все решится в социальных СМИ, социальных сетях» [8]. Вероятнее всего, данные процессы отражают обострившиеся проблемы самой глобализации и потому будут носить временный (но все же достаточно затяжной) характер. Возможно также, что глобализация, как и большинство процессов в экономике, носит циклический характер, и в чередовании глобализации и «национализации» происходит поиск оптимальных пространственных форм развития экономики. «Мы подошли к концу 30-летнего суперцикла активной глобализации в мировой экономической политике. Он принес существенную добавленную стоимость мировой экономике. Но эта стоимость не была равномерно распределена между государствами. Пока проблемы равномерного распределения добавленной стоимости не будут решены, мы будем видеть нарастание де-глобализации» [8].

Последствия де-глобализации могут оказаться крайне тяжелыми для мирового сообщества, возможно, даже более тяжелыми, чем, безусловно, существующие негативные эффекты самой глобализации. Де-глобализация приведет к существенному торможению научно-технического прогресса, падению мирового производства, производительности труда и уровня жизни, конфликтам между странами за контроль над экономическими ресурсами, резкому обострению политического противостояния в мире. Г. Греф на Всемирном экономическом форуме в Давосе в 2019 г. отметил: «Начинаются торговые войны, которые приносят 510 млрд долларов убытков мировой экономике. Потенциально они могут вырасти почти до 3 трлн долларов. Каждая страна почувствует этот удар» [8]. Именно эти

реальные и потенциальные угрозы, как представляется, скорее всего, все же сохранят глобализацию как ведущий тренд мирового развития на длительных периодах экономического развития. Интересно, что многие авторы за процессами де-глобализации склонны видеть кризис либеральной модели экономики и даже кризис капитализма в целом, что более отчетливо может проявиться в грядущем экономическом кризисе, начало которого, однако, невозможно спрогнозировать.

Для России это будет означать необходимость решения задач развития в направлении не только резкого форсирования технологической трансформации (третьего вектора развития), но и существенной социализации модели рыночной экономики (первый вектор), вероятно с элементами усиления плановых элементов и институтов экономических отношений, но уже на базе новых технологий (с использованием системы блокчейн). Что касается второго вектора (глобализации), то России, на наш взгляд, необходимо воспользоваться складывающейся ситуацией усиления протекционизма в интересах страны и откорректировать свое развитие, устранив накопленные ранее негативные эффекты глобализации, и одновременно начать работать совместно с другими странами в направлении формирования принципиальной новой модели глобализации, «снимающий» противоречия современного этапа ее развития.

Фактически это будет означать необходимость создания системы глобальной экономической безопасности, в которой решающую роль должны сыграть международные экономические организации в условиях глубокого реформирования их деятельности в интересах всех стран. В первую очередь это касается ВТО, МВФ, МБ, G-20, а также региональных интеграционных объединений: (ЕС, ЕАЭС, АСЕАН, АТЭС, USMCA, MERCOSUR и др.). Эти экономические организации необходимо начать перестраивать с учетом возможных угроз как со стороны излишней либерализации международных экономических отношений, так и особенно со стороны ныне растущего агрессивного протекционизма, иначе «на смену международным правилам, пусть и не слишком совершенным, и устаревшим, могут прийти хаос и анархия, чреватые обострением проблем мирового развития» [7].

Сформулированные выше задачи, вероятно, должны быть важнейшими для России уже на текущей 4-й стадии развития переходной экономики и станут во главу угла при переходе к следующей, 5-й стадии, которая, вероятно, будет запущена новым экономическим кризисом. При благоприятных условиях это позволит создать новую модель российской экономики, которая и станет завершением переходного периода в экономическом развитии страны.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Березной А. Транснациональный бизнес в эпоху глобальной цифровой революции // *Мировая экономика и международные отношения*. 2018. №9. С. 5–17.
2. Вымятина Ю., Грищенко В., Остапенко, В., Рязанов В. Финансовая нестабильность и экономические кризисы: уроки Мински // *Экономическая политика*. 2018. №4. С. 20–41.
3. Идрисов Г. И., Княгинин В. Н., Кудрин А. Л., Рожкова Е. С. Новая технологическая революция: вызовы и возможности для России // *Вопросы экономики*. 2018. №4. С. 5–26.
4. Каплинская И. Е., Троцковский А. Я. Экономические кризисы в современной России в контексте основных тенденций развития мирового хозяйства // *Финансовая экономика*. 2018. №7. С. 306–311.
5. Кротов, М. И., Мунтиян, В. И. Экономическая безопасность России: Системный подход: монография. СПб.: РОСТ, 2016. 336 с.
6. Медведев Д. А. Россия 2024: Стратегия социально-экономического развития // *Вопросы экономики*. 2018. №10. С. 5–28.
7. Оболенский В. От легитимного протекционизма к торговым войнам? // *Мировая экономика и международные отношения*. 2018. №9. С. 18–25.
8. Глобализация vs деглобализация: что изменилось для бизнеса [Электронный ресурс]. URL: http://sia.ru/?section=484&action=show_news&id=369817/ (дата обращения: 10.03.2019).

REFERENCES

1. Bereznoy, A. (2018) Transnational business in the era of the global digital revolution. *World Economy and International Relations*, 9, 5–17. (in Russian).
2. Vmyatina, Yu., Gryshchenko, V., Ostapenko, V. & Ryazanov, V. (2018) Financial instability and economic crises: Lessons from Minsky. *Economic Policy*, 4, 20–41 (in Russian).
3. Idrisov, G. I., Knyaginina, V. N., Kudrin, A. L. & Rozhkova, E. S. (2018) New technological revolution: challenges and opportunities for Russia. *Questions of Economy*, 4, 5–26 (in Russian).
4. Kaplinskaya, I. E. & Trotskovsky, A. Ya. (2018) Economic crises in modern Russia in the context of the main trends in the development of the world economy. *Financial Economics*, 7, 306–311 (in Russian).
5. Krotov, M. I., & Muntiyana, V. I. (2016) *Russia's Economic Security: a Systems Approach*. St. Petersburg (in Russian).
6. Medvedev, D. A. (2018) Russia 2024: Strategy of social and economic development. *Questions of Economy*, 10, 5–28 (in Russian).
7. Obolensky, V. (2018) From legitimate protectionism to trade wars? *World Economy and International Relations*, 9, 18–25 (in Russian).
8. Globalization vs deglobalization: what has changed for business. URL: http://sia.ru/?section=484&action=show_news&id=369817/.

Поступила в редакцию: 16 марта 2019 г.

Принята к печати: 30 апреля 2019 г.

«ЯДРО» И «ЗАЩИТНЫЕ СЛОИ» ОПЛАТЫ ТРУДА НАЕМНЫХ РАБОТНИКОВ С ПОЗИЦИИ ОБЩЕЙ ЭКОНОМИКИ¹

В. И. Крышка

Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия)

Статья посвящена исследованию субординации форм оплаты труда и природы заработной платы с позиции современной методологии науки, развитой в работах И. Лакатоса. В частности, на основе выделения «защитных слоев» и «ядра» явления, характеризующегося как оплата наемного труда, в статье рассмотрены следующие аспекты.

Основой различных систем оплаты труда является заработная плата, понимаемая как денежная цена труда, т. е. определенная сумма денег, выплаченная наемным работникам работодателями за выполненную ими работу по договору. Заработная плата по степени значимости для наемных работников делится на основную и дополнительную. «Ядром» базисной части заработной платы является (годовая, месячная, дневная) стоимость товара рабочая сила, которая, по К. Марксу, определяет повременную и сдельную формы заработной платы и их различные сочетания в системах оплаты труда.

Стоимость товара, рабочая сила, издержки ее производства как товара особого рода, определяются расходами, связанными как с производством, так и потреблением. Со стороны процесса потребления в «ядро» заработной платы входит стоимость потребленных вещественных и духовных средств потребления, а также соответствующих услуг, связанных с деятельностью домашних хозяйств в сфере потребления. Со стороны производства — входят затраты, связанные с развитием человеческого капитала, выраженное в росте квалификаций работников.

Стоимость товара, рабочая сила, ядро заработной платы в хозяйственной и общественной практике проявляются как *нормативное* требование соответствия уровня оплаты труда исторически складывающемуся уровню жизни большинства населения, которым являются наемные работники. Это, в частности, характерно и для нормативной зависимости минимального уровня оплаты труда от прожиточного минимума.

Ключевые слова: оплата труда, заработная плата, стоимость товара, рабочая сила.

THE “CORE” AND “PROTECTIVE LAYERS” OF LABOUR WAGES FROM THE PERSPECTIVE OF GENERAL ECONOMY

V. I. Krishka

Altai State University (Barnaul, Russia)

The article is devoted to the study of the subordination of wage`s forms and the wages nature from the perspective of science modern methodology developed by I. Lakatos. In particular, on the basis of “protective layers” and “core” allocation of the phenomenon characterized as employee remuneration, the article considers the following aspects.

The basis of the various wage systems is wages as the monetary price of labour, i. e. a certain amount of money paid to employees by employers for the work they have done under the contract. Depending on the degree of importance for employees wages divide into main and additional. The “core” of the basic part of wages is the

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ. Научный проект № 19-010-00491 «Исследование взаимного влияния уровня оплаты труда и воспроизводства рабочей силы в условиях макроэкономических и институциональных изменений в российской экономике в 1992–2018 гг.».

cost of goods labor (annual, monthly, daily). This according to Marx determines the time and piece-rate forms of wages and their various combinations in the wage systems.

The cost of labor and the cost of its production as a special kind of goods are determined by the costs associated with both production and consumption.

From the perspective of the consumption process, the “core” of wages includes the cost of consumed material and spiritual means of consumption, as well as services related to the activities of households in their consumption. From the perspective of production it includes costs associated with the development of human capital, expressed in the growth of workers’ qualifications.

The cost of goods labor, the core of wages in economic and social practice are manifested as a normative requirement of compliance with the level of wages historically emerging standard of living of the majority of the population, which are employees. This, in particular, is a characteristic of the normative dependence of the minimum wage on the subsistence minimum.

Keywords: labour wage, wages, cost of goods labor.

Постановка проблемы и ее значение. Существование феномена заработной платы в любой стране с рыночной, товарно-денежной экономикой тривиально. Наемный работник, как правило, заключает устный или письменный трудовой договор с работодателем. По соответствующему договору выполняет ту или иную работу, ему начисляется номинальная, т. е. денежная заработная плата, включая основную и дополнительные части, вычитаются налоги на доходы физических лиц, оставшаяся часть — это личный располагаемый доход. При этом каждый дееспособный наемный работник, как правило, знает, по какой форме (повременной или сдельной) осуществляется начисление заработной платы, за что выплачиваются различные надбавки и за что полагаются вычеты и т. д. Вместе с тем, как показывают личные наблюдения, многие наемные работники сталкиваются с проблемами, на которые зачастую не могут найти ответа в своем и чужом опыте.

Далее, при написании курсовых, выпускных квалификационных работ, посвященных исследованию проблем, связанных с рынком «труда», в частности, вопросов природы и форм заработной платы (оплаты труда) в современных рыночных условиях нашей страны и зарубежья, многие молодые исследователи сталкиваются, как правило, со следующими трудностями.

Во-первых, в действующем Трудовом кодексе РФ смысловое значение словосочетаний «заработная плата» и «оплата труда» в тексте и контексте данного правового документа совпадают, т. е. эти термины законодателем рассматриваются как синонимы, что приводит к путанице и не раскрывает смысла близких, но не идентичных явлений, связанных с оплатой наемного труда и его заработной платой.

Во-вторых, в специальной литературе, правда, есть отдельные попытки разграничить значение указанных терминов и соответствующих им

явлений [1, с. 23], но эти единичные попытки пока имеют, так сказать, точечный характер и не вытекают из *общей теории экономики*, которая должна, как представляется автору статьи, стать методологической основой для всех экономических наук².

В-третьих, при обращении к фундаментальной литературе обнаруживаются различные толкования одной и той же сущности (природы) заработной платы. Так, заработная плата — 1) естественная и рыночная цена труда (у А. Смита и Д. Рикардо и др.), 2) цена услуг труда (у Ж. Б. Сэй), 3) цена рабочей силы (у К. Маркса), 4) предельный продукт труда (у неоклассических маржиналистов) [3–6].

Не лучшим образом обстоит дело в массовом общественном сознании и средствах массовой информации. Так, по наблюдениям автора статьи, при обсуждении вопросов, связанных с заработной платой, постоянно обсуждаются проблемы, например, почему:

- индексация заработной платы, если она проводится, постоянно запаздывает во времени;
- средняя региональная заработная плата, имеющая расчетный характер, стала основой для оценки уровня оплаты труда врачей, учителей, работников культуры и других категорий работников социальной сферы услуг;
- районные коэффициенты для Сибири и Крайнего Севера малы и не соответствуют фактическим природно-климатическим условиям жизни в этих регионах;
- установленные Трудовым кодексом РФ компенсационные и стимулирующие доплаты и надбавки логически не увязаны друг с другом, у них нет единой основы (ядра), которое бы гарантировало наемным работникам

² Обоснование данного мнения изложено в статье [2].

достойное существование при выполнении установленных норм труда;

- при росте фактической выработки сверх нормативной срезаются расценки у рабочих сдельщиков;
- какова должна быть доля окладной (гарантированной) части в общем объеме заработка?

В указанных и других дебатах представители гражданского общества ищут ответы на поставленные вопросы. Например, для снижения остроты полемики, уяснения многих актуальных вопросов, связанных с оплатой труда, можно обратиться к ученым-экономистам.

В научной сфере некоторые стороны оплаты труда и заработной платы уже достаточно хорошо изучены и вошли в учебную литературу, т. е. стали своего рода догмами экономического образования.

Степень изученности проблемы. Здесь можно отметить, что среди наиболее изученных сторон проблем, связанных с оплатой наемного труда, можно выделить такие аспекты как:

- формы и системы оплаты труда, выключая повременную и сдельную формы заработной платы;
- функции заработной платы, включая стимулирующую, распределительную и другие;
- налоги и сборы с фонда оплаты труда, включая величины взносов на обязательное медицинское страхование, социальное и в пенсионное страхование;
- роль и значение различных надбавок и доплат в оплате труда, включая квалификационные, отраслевые, территориальные и другие доплаты и надбавки;
- эффективность реализации в экономической политике принципов и законов, связанных с заработной платой, например, политики, направленной на определение минимального уровня оплаты труда в соответствии с прожиточным минимумом и другие аспекты [7–14].

Вместе с тем многие стороны явления заработной платы (оплаты труда) менее изучены и вызывают до настоящего момента различные дискуссии. К этим сторонам можно отнести:

- 1) влияние уровня оплаты на *нормальное* воспроизводство рабочей силы;
- 2) обратное влияние уровня воспроизводства наемной рабочей силы на величину заработной платы;
- 3) субординации и координации концепций, определяющих природу заработной платы;
- 4) законов, определяющих *границы* заработной платы в целом, в частности, ее минимальный и максимальный уровни;

5) противоречия между *нормативным* определением уровня оплаты труда, т. е. тем, какой она должна быть, по мнению как самих наемных работников, так и работодателей, и ее *позитивным* уровнем, т. е. тем, какова она есть фактически, на самом деле, в российской экономике.

Среди дискуссионных вопросов оплаты труда особо выделяется проблема *научного* определения сущности или природы заработной платы (оплаты труда) и связанных с этой природой внешних форм ее проявления. Или, говоря языком современной философии науки, речь идет о научном определении, соответственно, «ядра» заработной платы и ее «защитных слоев» в виде различных доплат, надбавок, премий и других составляющих системы оплаты труда.

Цель и задачи статьи. Исходя из недостойной изученности последнего аспекта и актуальности указанной в названии статьи проблемы, цель исследования — это определение содержания «ядра» заработной платы, которое сохраняется во всех формах и системах оплаты труда и является первичной базой для расчета различных доплат и надбавок, т. е. «защитных слоев».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи.

Во-первых, необходимо кратко охарактеризовать и применить к статье часть современной научной методологии, связанной с выделением «ядра» и «защитных слоев».

Во-вторых, логически (мысленно) снять основные «защитные слои» в организации оплаты труда и выйти на ее «ядро» (природу) заработной платы.

Наконец, проанализировать само «ядро» заработной платы и выделить в нем существенные компоненты, которые определяют его содержание в целом.

Теоретико-методологические основы определения «ядра» заработной платы и ее «защитных слоев». Как отмечалось в начале работы, в обыденном экономическом сознании, опыте наемных работников, в действующем Трудовом кодексе РФ заработная плата, как правило, отождествляется с формой оплаты труда, точнее, заработком, доходом от использования и применения наемного труда. Другими словами, природа (сущность) заработной платы подменяется формой или системой ее оплаты.

Чтобы избежать данной и других путаниц в современной научной методологии, И. Лакатосом разработан подход, связанный с научно-исследовательскими программами (НИП). В частности, по мнению И. Лакатоса, НИП включает в себя: 1) «жесткое ядро», т. е. некую неизменную часть научно-исследовательской доктрины и 2) «позитивную эвристику», которая определяет проблемы

для исследования, выделяет «защитный пояс» вспомогательных гипотез [15, с. 217–218].

Если подход, связанный с НИП И. Лакатоса, расширить и придать ему всеобщий смысл, то в любом хозяйственном явлении, например, оплате труда можно выделить некое «жесткое ядро», т. е. природу явления, и некоторые «защитные слои», которые связаны с формами и системами оплаты труда. Так, в марксистской НИП ее «жестким ядром» была *трудовая теория стоимости*, которая доказывала существование особого товара — рабочей силы наемного работника, — стоимость которого является сущностью (субстанцией) форм оплаты наемного труда при капитализме.

Если исходить из приведенного примера, связанного с НИП марксизма, то в первом методологическом приближении «ядро» оплаты труда (заработной платы) — это некая данная, неизменная в рамках определенного периода *стоимость товара рабочая сила*.

«Защитные слои» оплаты труда — это формы заработной платы (повременная и сдельная), которые в различном сочетании определяют тарифную, бестарифную и смешанную системы оплаты труда.

«Ядро» заработной платы в целом можно, на наш взгляд, свести к активу оборотных средств предприятий, некоей постоянной величине, которая благодаря своим «защитным слоям» превращается в величину переменную.

Применительно к проблематике данной статьи, ее методологической и теоретической основой а priori является фонд оплаты труда (ФОТ), который проявляется в кругообороте и обороте средств некоммерческих и коммерческих предприятий, или

$$D - T_{\text{СП}} \dots П \dots T_{\text{П}} - D_{\text{В}}, \quad (1)$$

где D — авансированные денежные средства предприятий в виде денежных расходов, частью которых является ФОТ; $T_{\text{СП}}$ — товарная форма средств производства (СП), включая вещественные факторы производства, землю и капитал, и личный фактор — рабочую силу (РС); $П$ — процесс производственного потребления средств производства, направленный на производство готовой товарной продукции или оказания товарных услуг; $T_{\text{П}}$ — товарная форма продукции, или оказанных услуг; $D_{\text{В}}$ — денежная форма выручки от продаж товарной продукции (оказанных услуг).

«Защитные слои» «ядра» заработной платы. Начнем, как и все современные экономисты с товарного рынка, точнее, товарно-денежного обращения. Рассмотрение линейных моделей спроса и предложения не входит в наши цели, поскольку они отражают не сам *действительный* рынок, его акты *купли-продажи*, а только их *гипотетическую*

возможность, представленную «спросом и предложением». При этом воспользуемся наиболее развитой, на наш взгляд, теорией товарно-денежного обращения, разработанной К. Марксом¹.

Так, К. Маркс в «Капитале», как известно, сначала рассматривает *простое* товарно-денежное обращение, которые включает: 1) $T - D$ (продажу), 2) $D - T$ (куплю), 3) $T - D - T$ (продажу ради купли), 4) $D - T - D$ (куплю ради продажи) [5, с. 156–165]. Если приведенные фигуры принять за исходные логические положения, то товарно-денежный кругооборот денежной заработной платы (оплаты труда) первоначально входит в фигуру 3. Наемный рабочий продает товар — «труд»² или «рабочую силу»³, получает взамен денежную заработную плату и на нее покупает необходимые для жизни средства потребления, или

$$T_{\text{РС}} - D_{\text{ЗП}} - T_{\text{СПП}} \quad (2)$$

где $T_{\text{РС}}$ — товар рабочая сила; $D_{\text{ЗП}}$ — денежная заработная плата, $T_{\text{СПП}}$ — средства потребления.

Если учесть, что расходование заработной платы в качестве дохода (заработка) происходит не сразу, а по частям, то формула 2 приобретает вид:

$$T_{\text{РС}} - D_{\text{ДЗП}} \dots D_{\text{З}} \dots D_{\text{РЗП}} - T_{\text{СПП}} \quad (3)$$

где $D_{\text{ДЗП}}$ — денежная заработная плата в качестве дохода, $D_{\text{З}}$ — запас денежных средств, $D_{\text{РЗП}}$ — денежная заработная плата в качестве расходов.

Если проанализировать формулу 3 то, видно, что *номинальная*, денежная заработная плата, то *возникает*, то *исчезает* в процессе простого товарно-денежного обращения, связанного с рынками 1) «труда» и 2) средств потребления. Также видно, что целью простого товарного обращения для рабочих является *реальная* заработная плата наемных рабочих, т. е. совокупность средств потребления, которые они приобретают для своего нормального потребления. С учетом сказанного полный кругооборот товарной формы рабочей силы приобретает такое вид:

$$T_{\text{РС}} - D_{\text{ДЗП}} \dots D_{\text{З}} \dots D_{\text{РЗП}} - T_{\text{СПП}} \dots П_{\text{Т}} \dots T'_{\text{РС}} \quad (4)$$

где $П_{\text{Т}}$ — процесс потребления, $T'_{\text{РС}}$ — воспроизведенная рабочая сила.

¹ С современным толкованием, которое, так сказать, пробивает дорогу в головах теоретиков-экономистов, наследие К. Маркса можно отнести к *классической политической экономии критического направления*.

² Это — классическая точка зрения, которая является господствующей в современной экономической литературе

³ Позиция самого К. Маркса.

Продажа рабочей силы есть ее купля со стороны работодателей. Приобретенная рабочая сила входит в кругооборот и оборот индивидуального производительного капитала, или

$$D - T_{\text{СП}} \dots P \dots T' - D', \quad (5)$$

где D — авансированный денежный капитал, $T_{\text{СП}}$ — товарная форма средств производства, в которые, в частности, входит рабочая сила, P — процесс производства, T' — товарная форма произведенной продукции, D' — валовой денежный доход (выручка), включая чистый доход, или прибавочную стоимость.

Если проанализировать формулу 5 и «очистить» ее от несущественных для данной статьи моментов (например, предметов и орудий труда, прибавочной стоимости и другого), то круговое движение средств, предназначенных для оплаты труда, можно представить так:

$$D_{\text{ФОТ}} - T_{\text{РС}} \dots T \dots T_{\text{ФОТ}} - D'_{\text{ФОТ}} \quad (6)$$

где $D_{\text{ФОТ}}$ — денежный фонд оплаты труда, $T_{\text{РС}}$ — товарная форма рабочей силы, T — процесс труда, входящий в производственный процесс, $T_{\text{ФОТ}}$ — натуральная форма оплаты труда, $D'_{\text{ФОТ}}$ — возмещенный из выручки денежный фонд оплаты труда.

Если мысленно снять первый поверхностный слой, связанный с формами стоимости, то фонд оплаты труда по чистой стоимости будет выглядеть так:

$$\text{ФОТ} = A_{\text{ФОТ}} - P_{\text{ФОТ}} + D_{\text{ФОТ}} \quad (7)$$

где ФОТ — фонд оплаты труда по стоимости, $A_{\text{ФОТ}}$ — активы организаций, авансированные на оплату труда, $P_{\text{ФОТ}}$ — расходы фонда оплаты труда, $D_{\text{ФОТ}}$ — доходы фонда оплаты труда.

Если сравнить два кругооборота, представленные формулами 4 и 6, то можно отметить для данной статьи следующие *существенные* моменты, связанные с искомым «ядром» заработной платы.

Во-первых, оплата труда, существующая в натуральной форме, есть часть товарного продукта, который выступает как «естественная цена труда» [3, с. 117–137].

Во-вторых, заработная плата в денежной форме есть «рыночная цена труда» [4, с. 129–140], которая регулируется, как, впрочем, и все рыночные компоненты, соответствующими «рынку труда» спросом и предложением.

В-третьих, «естественная и рыночная цены труда», несмотря на их качественное различие, выражают единую *стоимостную* сущность заработной платы, которая мысленно присутствует в словосочетании «стоимость труда» или, точнее по К. Марксу, «стоимость товара рабочая сила».

Фонд оплаты труда, представленный в формуле 7, как отмечалось, находится в постоянном движении оборотных средств предприятий. В нем, исходя из различия *действительного* проявления оплаты труда и ее *потенциальной сущности* целесообразно выделять соответственно: 1) *фактически начисленный фонд оплаты труда*, связанный с текущими расходами данного фонда на оплату труда, и 2) *потенциальный фонд оплаты труда*, т. е. расходы при условиях: а) полной занятости, отсутствия свободных рабочих мест; б) полного использования фонда рабочего времени, отсутствия простоев по вине работников, прогулов, опозданий и преждевременных уходов с работы; в) нормативной интенсивности труда и г) нормального качества, сложности труда¹.

Если из начисленного фонда оплаты труда ($H_{\text{ФОТ}}$) вычесть, т. е. снять слой, все обязательные платежи (изъятия), то останется выплаченный фонд оплаты труда ($B_{\text{ФОТ}}$), который поступает на окончательный расчет по итогам, например, месяца. В этом случае начисленная оплата труда будет иметь такой формальный вид:

$$H_{\text{ФОТ}} = B_{\text{ФОТ}} + P_{\text{ФОТ}} \quad (8)$$

где $P_{\text{ФОТ}}$ — обязательные платежи, включая страховые взносы в пенсионный фонд, фонды социального обеспечения, обязательного медицинского страхования и налога на доходы физических лиц и др. обязательные сборы.

Начисленный фонд оплаты труда ($H_{\text{ФОТ}}$), как известно, отчасти включает «естественную цену труда», натуральную заработную плату, так и номинальную, «рыночную цену труда», денежную заработную плату. Поскольку в развитой рыночной экономике натуральные выплаты являются анахронизмом, мы оставляем натуральную заработную плату в стороне, т. е. отделяем этот «слой» оплаты труда от ее «ядра».

Начисленный наемным работникам *денежный фонд оплаты труда*, обобщая его различные элементы, на наш взгляд, включает в себя;

1) *фонд заработной платы* (ФЗП) — это часть фонда оплаты труда, которая непосредственно связана с затратами рабочей силы;

2) *фонд надбавок* (ФН) к фонду заработной платы, которые не имеют непосредственного отношения к текущим затратам рабочей силы.

Если вычесть (снять) все надбавки, то фонд заработной платы можно определить так:

$$\text{ФЗП} = H_{\text{ФОТ}} - \text{ФН}. \quad (9)$$

¹ Более подробно о потенциальном ФОТ речь пойдет в другой статье.

Фонд заработной платы в деятельности некоммерческих и коммерческих организаций (предприятий), на наш взгляд, включает:

1. Фонд основной заработной платы (ФЗП_{осн}) — это базисная (основная) часть заработной платы, которая регулируется установленными правилами, регламентами, нормами и нормативами труда.

2. Фонд дополнительной заработной платы (ФЗП_{дпл}) — это часть заработной платы, которая больше основной, ее возникновение связано, как правило, с перевыполнением норм труда.

Дополнительная заработная плата в практике организации оплаты труда, как правило, имеет случайный характер, т. е. может быть, а может и не быть, поэтому наемные работники в основном ориентируются на базисную часть своей заработной платы, поскольку она определяет устойчивость экономического бытия наемных работников.

Если оставить в стороне дополнительный заработок, то в различных системах заработной платы можно выделить две ведущие простые (*очищенные*) формы: повременную и сдельную заработную плату.

Для капиталистической рыночной экономики наиболее адекватной формой заработной платы, как отмечал еще К. Маркс, является поштучная или сдельная, поскольку в ней устанавливается *видимость*, что заработок рабочего напрямую зависит от его трудовых усилий, или

$$\text{СЗП} = P \times \text{ВР}, \quad (10)$$

где СЗП — простая сдельная (поштучная) заработная плата, P — расценка (цена) выполненной работы в виде готовых изделий или оказанных услуг, ВР — фактическая выработка.

При этом от рабочего, при всех прочих равных условиях организации труда, зависит только выработка, связанная с интенсивностью труда. Расценка определяется независимо от выработки и имеет установленный расчетно-нормативный характер, т. е.

$$P = \text{СТ} : \text{НВР}, \quad (11)$$

где СТ — часовая, дневная, месячная, годовая ставка заработной платы соответствующего разряда работ, НВР — норма выработки, регулирующая мера производительности и интенсивности труда, имеющая обязательный характер для наемных работников для начисления им сдельного заработка².

² Из формулы 11 следует, что при данной ставке единицы труда расценки выполненных работ находятся в обратной зависимости от изменения норм выработки, в частности, это обстоятельство в практике нормирования труда приводит, зачастую, к уменьшению, «срезанию расценок».

В формуле 11, как нам представляется, впервые проявляются *сущность* заработной платы, ее «ядро» в виде *ставки* заработной платы, которая при данной норме выработки является основой увеличения расценок выполненных работ. Эта сущность *сохраняется* и при расчете простой повременной заработной платы, или

$$\text{ПЗП} = \text{СТ} \times \text{РВ}, \quad (12)$$

где ПЗП — простая повременная заработная плата, СТ — ставка единицы труда данной сложности и интенсивности труда, РВ — фактически отработанное экстенсивное рабочее время³.

Рассмотрим формулы 11 и 12 обстоятельнее.

Во-первых, ставка как цена *единицы* труда предполагает уточнение понимания того, что принимается за *единицу* труда. В практике организации оплаты труда такой единицей может быть рабочий год, квартал, месяц, сутки, день и час. В современной российской экономике основной единицей измерения продолжительности труда является месяц. В частности, он принимается за единицу при расчете уровня минимального размера оплаты труда (МРОТ). Однако выбор месяца в качестве единицы труда, на наш взгляд, не вполне корректен, поскольку количество рабочих дней и рабочих часов в месяц колеблется. Поэтому корректнее единицей труда считать *рабочий час*, который является *предельной*, не дифференцируемой мерой труда и его *почасовой оплатой* для самозанятых и занятых по найму, включая различные часовые доплаты за работу ночью, в выходные и праздничные дни. Рабочий час можно также принять за единицу определения минимальной заработной платой. Кстати, это важно для проведения международных сравнений, поскольку в большинстве стран, где регулируется минимальный размер оплаты труда, установлена *часовая* минимальная оплата труда.

Во-вторых, выплата часовой, дневной или месячной ставки (окладов) в форме простой повременной заработной платы предполагает прежде всего, что выполнена *экстенсивная норма труда* при данной степени сложности и интенсивности труда. В нашей стране основными экстенсивными нормами рабочего времени является рабочий день, равный 8 часам, и рабочая неделя — 40 часов. Эти нормы довольно точно соблюдаются в так называемые стандартные (можно сказать репрезентатив-

³ Из формулы 12 также следует, что при данной величине повременной оплаты труда в целом, между рабочим временем и ставкой заработной платы существует обратная зависимость, что приводит, зачастую, к снижению установленных часовых, дневных и других ставок в целях экономии фонда оплаты труда.

ные) месяцы, например, апрель и сентябрь, продолжительность которых примерно соответствует календарному месяцу в 30 суток, рассчитанному в часах. Но дело меняется, если учитывать выходные и праздничные дни. Так, в январе из-за новогодних праздников и каникул, с позиции научной организации труда и отдыха, теряется недопустимо много потенциального рабочего времени, необходимого в настоящее время для ускорения экономического роста страны, связанного с выполнением майских Указов В. В. Путина 2018 г. Очевидно, что настало время выработки либо специального Закона о выходных и праздничных днях, либо существенной корректировки действующего трудового законодательства в этой области.

В-третьих, противоположной величиной экстенсивности труда является его интенсивность, т. е. затраты труда в единицу рабочего времени. С позиции изменения интенсивности труда экстенсивная величина рабочего времени может либо сжиматься, либо расширяться. Так, рабочий час в сфере образования, ввиду повышенной интенсивности труда преподавателей и учащихся, равен не 60 минут, а 45. С другой стороны, более интенсивный рабочий час может выражаться в большем количестве рабочих минут, например, в 70 или 80 минутах. Поэтому повременная и сдельная формы оплаты труда должны учитывать *уровень интенсивности труда* в виде поправочных коэффициентов. Нормальный, или *естественный коэффициент интенсивности труда*, принято считать равным 1,0.

Если разделить или умножить экстенсивную величину на установленный нормированием труда коэффициент интенсивности, то получаем соответственно либо а) «сжатое», либо б) «расширенное» рабочее время. С учетом интенсивности труда повременная заработная плата в целом будет иметь такой вид:

$$\text{ПЗП} = \text{СТ} \times \text{РВ}^I, \quad (13)$$

где РВ^I — экстенсивная величина труда с учетом степени его интенсивности.

В-четвертых, ставка единицы наемного труда нормальной интенсивности и продолжительности в практике нормирования труда и его оплаты зависит от *сложности* труда, выраженной в квалификационном уровне наемных работников и выполняемых ими работ. По определению К. Маркса, сложный труд — это простой труд, возведенный в степень [3, с. 104]. С учетом сложности труда, повременная заработная плата будет иметь такой вид:

$$\text{ПЗП} = \text{СТ} \times \text{РВ}^{I+c}, \quad (14)$$

где РВ^{I+c} — экстенсивная величина труда с учетом степени его интенсивности и сложности.

Сохранение ставки заработной платы в формулах 11 и 12 говорит о том, что, несмотря на изменение соответственно выработки и рабочего времени, ставка начисленной заработной платы (часовая, дневная, месячная и т. д.) остается равной самой себе и, следовательно, ее изменение выходит за рамки *форм оплаты труда*, т. е. она для них является экзогенной переменной¹.

В современных условиях во всех развитых и развивающихся странах продолжительность рабочего времени имеет регламентированный и нормированный характер, поэтому ставку, цену единицы труда, используя идею К. Маркса, чтобы не впасть в тавтологию, можно определить так:

$$\text{СТ} = \text{СТ}_{\text{PC}} : \text{НРВ}, \quad (15)$$

где СТ_{PC} — соответствующая (дневная, недельная, месячная и годовая) стоимость товара рабочая сила, НРВ — норма рабочего времени, законодательно установленная продолжительность рабочего дня, недели, месяца и года.

Очевидно, что цена единицы труда, ставка заработной платы находится в прямой зависимости от стоимости и товара рабочая сила и в обратной — от нормы рабочего времени. Исходя из этой формулы, на наш взгляд, можно определить «ядро», или природу, заработной платы, который является стоимостью товар рабочая сила (СТ_{PC}).

Содержание «ядра» заработной платы.

Не вступая в полемику о природе самой стоимости, отметим, что стоимость товара «рабочая сила», впрочем, как и любого другого товара, в обычном и научном сознании, как правило, ассоциируется с расходами соответствующих факторов, связанных с производством данного товара. В отличие от других вещественных товаров, *товар «рабочая сила»* производится прежде всего в сфере *личного потребления*. В данном процессе, по аналогии с процессом труда, можно выделить моменты: 1) предметов потребления, 2) орудий потребления, 3) самого потребления, 4) субъекта потребления и 5) продукта потребительской деятельности.

Исходя из ограниченности статьи, рассмотрим подробно и обстоятельно выделенные моменты, которые входят в содержание стоимости товара ра-

¹ В частности, К. Маркс связал определение ставки заработной платой, во-первых, со стоимостью товара рабочая сила, поэтому, по его мнению, заработная плата как цена труда, как указывалось выше, есть превращенная форма стоимости (цены) рабочей силы. Во-вторых, — со средней продолжительностью рабочего времени. Таким образом, по его мнению, например, цена одного часа труда (часовая ставка) будет равна частному от деления 1) дневной стоимости рабочей на 2) среднюю продолжительность рабочего дня [5, с. 544–545].

бочая сила, не представляется возможным. Отметим следующее.

Во-первых, непосредственно, т. е. без посредников, в стоимость товара рабочая сила должна входить и на деле входит стоимость потребленных предметов в данном периоде. Сюда можно отнести стоимость продуктов для питания, лекарств и других предметов, которые сохраняют *физическое* бытие наемных работников и их здоровье.

Во-вторых, опосредованно, по частям, по мере износа, в стоимость товара «рабочая сила», на наш взгляд, должна входить стоимость предметов и орудий потребления, служащих более одного потребительского периода, например, года. К их числу можно отнести изношенную часть обуви, одежды, полезного домашнего оборудования и многое другое. Для своевременного возобновления (восполнения) данных средств потребления необходимо осуществлять соответствующие краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные сбережения, исходя из установленных в соответствующей документации сроков службы элементов потребительского капитала.

В-третьих, в стоимость товара «рабочая сила» необходимо включать все блага, предназначенные для современного информационного обеспечения сознания, духовного здоровья и развития наемных работников. Сюда необходимо отнести покупки и эксплуатацию всех современных средств массовой информации, т. е. средств радио, телевидения, компьютерной и мобильной техники, домашние библиотеки, посещение театров, музеев и т. п. потребительские блага.

В-четвертых, необходимой частью стоимости товара «рабочая сила» является ежемесячная оплата всех коммунальных услуг, связанных с жильем и проживанием наемных работников. В эту группу также необходимо добавить затраты на проведение текущих и капитальных ремонтов жилья.

В-пятых, обязательной частью стоимости товара «рабочая сила» является выплата всех налогов, связанных с движимым и недвижимым имуществом. Речь идет о налоге на недвижимость, землю и другие блага длительного пользования.

В-шестых, поскольку индивидуальная наемная рабочая сила по законам природы смертна, для сохранения данного класса работников необходимо хотя бы простое *воспроизводство людей* в рамках института и своеобразного предприятия под именем «Семья». Поэтому в стоимость *семейной рабочей силы* (на равных паях для мужчин и женщин) должна входить сумма, связанная с издержками производства новой рабочей силы. Источником финансирования данного вида производства может стать «Фонд Будущих поколений», образованный за счет рентных платежей, образуемых

при коммерческом пользовании природных ресурсов. В этой связи развитие института материнского капитала в настоящее время является лишь начальной формой стимулирования производства, воспитания и профессионального образования детей. Возможно, по мере развития производительных сил труда настанет время, когда женщины получат право полностью сосредоточиться на данном виде производства, как говорится, с сохранением заработной платы.

Производство и воспроизводство товара «рабочая сила» также связано со сферой производства. В этой сфере товар «рабочая сила» превращается из переменного капитала, каким он был на заре капитализма, в современный *человеческий капитал* [16–18], который выражается в *развитии* рабочей силы от простого, неквалифицированного уровня до самого сложного, квалифицированного уровня, способного приносить наемному работнику доход, входящий в стоимость рабочей силы установленного *разряда* работ, или даже сверх него.

Заключение. В результате проведенного анализа, связанного со снятием некоторых поверхностных слоев оплаты труда и выделением ядра заработной платы, можно сделать следующие выводы.

1. В современной развитой и развивающейся товарно-денежной экономике, к которой относится и экономика Российской Федерации, основой различных систем оплаты труда (тарифной, бес-тарифной и смешанной) является заработная плата, понимаемая как денежная цена труда, точнее, определенная сумма денег, выплаченная наемным работникам работодателями за выполненную ими работу по договору.

2. Заработная плата по степени значимости для наемных работников делится на основную (базисную) и дополнительную. «Ядром» базисной части заработной платы является (годовая, месячная, дневная) стоимость товара рабочая сила, которая, по К. Марксу, определяет повременную и сдельную формы заработной платы и их различные сочетания в системах оплаты труда.

3. Стоимость товара «рабочая сила», издержки ее производства как товара особого рода, определяются расходами, связанными как с 1) производительным потреблением (производством), так и 2) потребительным производством (потреблением). Со стороны процесса потребления в «ядро» заработной платы входит стоимость потребленных вещественных и духовных средств потребления, а также соответствующих услуг, связанных с деятельностью домашних хозяйств в сфере потребления. Со стороны производства входят затраты, связанные с развитием человеческого капитала, выраженного в росте квалификаций работников,

который при нормальной научной организации оплаты труда должен приносить им дополнительный базисный доход.

4. Стоимость товара «рабочая сила», ядро заработной платы, в хозяйственной и общественной практике проявляется как *нормативное* требова-

ние соответствия уровня оплаты труда исторически складывающемуся уровню жизни большинства населения, которым являются наемные работники. Это, в частности, характерно также и для нормативной зависимости минимального уровня оплаты труда от прожиточного минимума.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Карпов А. В., Гусев Л. Ю. Анализ перспектив развития лизингового рынка в России // Дайджест-Финансы. 2010. № 5 (113). С. 23–39.
2. Крышка В. И. Общеэкономический подход в исследовании основы (субстанции) деятельности некоммерческих и коммерческих предприятий // Экономика. Профессия. Бизнес. 2018. № 4. С. 35–44.
3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / пер. с англ. П. Ключкина. М.: Эксмо, 2017. 1056 с.
4. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения / пер. с англ.; предисл. П. Н. Ключкина. М.: Эксмо, 2008. 960 с.
5. Маркс К. Капитал: критика политической экономии. Т. 1. / пер. с нем., фр., англ.; введ. О. И. Ананьина; предисл. Л. Л. Васиной, В. С. Афанасьева. М.: Эксмо, 2012. 1200 с.
6. Джевонс В. С. Политическая экономия. СПб., 1905. 120 с.
7. Шавишвили Д. Ф., Шейнин Л. Б., Измайлова Н. А. Экономическая и социальная природа заработной платы // Вопросы экономики и права. 2017. № 6. С. 48–62.
8. Мазманова Б. Г. Функции заработной платы в трактовке российских ученых // Труд и социальные отношения. 2009. № 12. С. 38–42.
9. Мазманова Б. Г. О функциях заработной платы и трансформации базовых оснований для их реализации // Труд и социальные отношения. 2009. № 11. С. 26–32.
10. Капелюшников Р. Политика заработной платы российских предприятий // Вестник общественно-го мнения. 2004. № 4 (72). С. 48–69.
11. Неклюда М. Ю. Особенности формирования эффективной политики оплаты труда // Российское предпринимательство. 2013. № 13 (235). С. 68–77.
12. Долинина Т. Н. Внутрифирменная политика оплаты труда: экономическое обоснование. Минск: Изд-во Гревцова, 2008. 320 с.
13. Соболев Э. Н. Оплата труда в системе социально-трудовых отношений: стереотипы и российские реалии: доклад. М.: Институт экономики РАН, 2017. 46 с.
14. Author D., Dorn D., Hanson G. Untangling Trade and Technology: Evidence from Local Labor Market // The Economic Journal. 2015. Vol. 125. Pp. 621–646. DOI: 10.1111/eoj.12245.
15. Лакатос И. Избранные произведения по философии науки / пер. с англ. И. Н. Веселовского, А. Л. Никифорова, В. Н. Поруса. М.: Академический Проект; Трикста, 2008. 475 с.
16. Беккер Г. С. Человеческая деятельность: экономический подход. Избранные труды по экономической теории / пер. с англ.; сост., науч. ред., послесл. Р. И. Капелюшников; предисл. М. И. Левин. М.: ГУ ВШЭ, 2003, 672 с.
17. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе / пер. с англ., 4-е изд. М.: Дело Лтд, 1994. 720 с.
18. Корицкий А. В. Человеческий капитал как фактор экономического роста регионов России: монография / науч. ред. Т. В. Григорова. Сибирский университет потребительской кооперации. Новосибирск, 2010. 368 с.

REFERENCES

1. Karpov, A. V. & Gusev, L. Yu. (2010) Analysis of the prospects for the development of the leasing market in Russia. *Digest Finance*, 5 (113), 23–39 (in Russian).
2. Kryshka, V. I. (2018) General economic approach to basis (substance) study of non-profit and commercial enterprises activities. *Economics. Profession. Business*, 4, 35–44 (in Russian).
3. Smit, A. (2017) An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. Moscow (in Russian).
4. Rikardo, D. (2008) On the Principles of Political Economy and Taxation. Moscow (in Russian).

5. Marx, C. (2012). *Capital: Critic of Political Economy*, Vol. 1, Moscow (in Russian).
6. Jevons, W. S. (1905). *The Theory of Political Economy*, St. Petersburg (in Russian).
7. Shavishvili, D. F., Sheinin, L. B. & Izmailova, N. A. (2017) Economic and social nature of wages. *Economic and Law Issues*, 6, 48–62 (in Russian).
8. Mazmanova, B. G. (2009) Functions of salary in the interpretation of Russian scientists. *Labor and Social Relations*, 12, 38–42 (in Russian).
9. Mazmanova, B. G. (2009) On the functions of wages and transformation of the basic bases for their implementation. *Labor and Social Relations*, 11, 26–32 (in Russian).
10. Kapelyushnikov, R. (2004) Wage policy of Russian enterprises. *The Russian Public Opinion Herald*, 4 (72), 48–69 (in Russian).
11. Neklyuda, M. Yu. (2013). Features of the formation of an effective wage policy. *Russian Journal of Entrepreneurship*, 13 (235), 68–77 (in Russian).
12. Dolinina T.N. (2008) Intrafirm wage policy: an economic rationale. Minsk (in Russian).
13. Sobolev, E. N. (2017) Remuneration in the system of social and labor relations: stereotypes and Russian realities: report. Moscow (in Russian).
14. Author, D., Dorn, D., & Hanson, G. (2015) Untangling Trade and Technology: Evidence from Local Labor Market. *The Economic Journal*, 125, 621–646. DOI: 10.1111/eoj.12245.
15. Lakatos, I. (2008) Selected works on the philosophy of science. Moscow (in Russian).
16. Bekker, G. S. (2003). *Human activities: an economic approach*. Selected Works on Economic Theory. Moscow (in Russian).
17. Blaug, M. (1994). *Economic thought in retrospect*. Moscow (in Russian).
18. Koritskiy, A. V. (2010). *Human capital as a factor of economic growth in the regions of Russia*. Novosibirsk (in Russian).

Поступила в редакцию: 18 марта 2019 г.

Принята к печати: 30 апреля 2019 г.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ В СТРАНЫ ШАНХАЙСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ СОТРУДНИЧЕСТВА (ШОС)

В. А. Кундиус, И. В. Ковалева

Алтайский государственный аграрный университет (Барнаул, Россия)

Рассматриваются вопросы экспорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия России. Исследованы перспективы экспорта отечественной продукции, проведен анализ конкурентов российских производителей на мировых рынках мяса и зерна. Обосновано предположение о перспективном развитии рынка сельскохозяйственной продукции и продовольствия, в том числе органической продукции для российского сельского хозяйства, стран шанхайской организации сотрудничества (ШОС).

Ключевые слова: сельское хозяйство, сельскохозяйственная продукция, продовольствие, экспорт, агропродовольственный рынок, рынок органических продуктов.

DEVELOPMENT PROSPECTS OF EXPORTING AGRICULTURAL PRODUCTS AND FOOD TO THE SHANGHAI COOPERATION ORGANIZATION (SCO) MEMBER COUNTRIES

V. A. Kundius, I. V. Kovaleva

Altai State Agrarian University (Barnaul, Russia)

This article considers the export of Russian agricultural products and food. We investigate the prospects for the export of domestic products and analyze the competitors of Russian producers in the world meat and grain markets. In the article, the assumption of perspective development of agricultural products and food markets, including organic products for the Russian agriculture and the Shanghai Cooperation Organization (SCO) member countries is proved.

Keywords: agriculture, agricultural products, food, export, agricultural market, organic food market.

Введение. Нарастание объемов производства сельскохозяйственной продукции, достижения продовольственного обеспечения населения России в соответствии с рекомендуемыми нормами потребления обусловили развитие экспорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия. На правительственном уровне сельское хозяйство и продовольственная продукция признаны стратегическим направлением развития экспорта и экспортной политики России.

Основная часть. Несмотря на политические, экономические, логистические проблемы в последние годы наблюдается увеличение экспорта в целом и внешнеторгового сальдо (рис. 1, 2).

По данным Федеральной таможенной службы России, уровень экспорта продовольствия и сырьевой продукции сельского хозяйства в 2017 г. увеличился более чем на 18% и составил 14,01 млрд долл. [1, 5].

Наблюдаются тенденции изменений структуры и объемов экспорта продукции сельского хозяйства и продовольствия при незначительном изменении направлений экспорта по отдельным товарным категориям.

Структура экспорта сельскохозяйственной продукции в 2017 г. в сравнении с 2014 г. в физическом объеме увеличилась (рис. 3) [2, 5, 7]. При увеличении экспорта зерновых на 35% наблюдается

снижение стоимостного показателя почти на 2%. В большинстве товарных категорий экспортные поставки в натуральном исчислении не приводят к увеличению уровня выручки, что частично объ-

ясняется изменением мировых цен по многим категориям товаров, а также с проблемами доступа на зарубежные рынки.

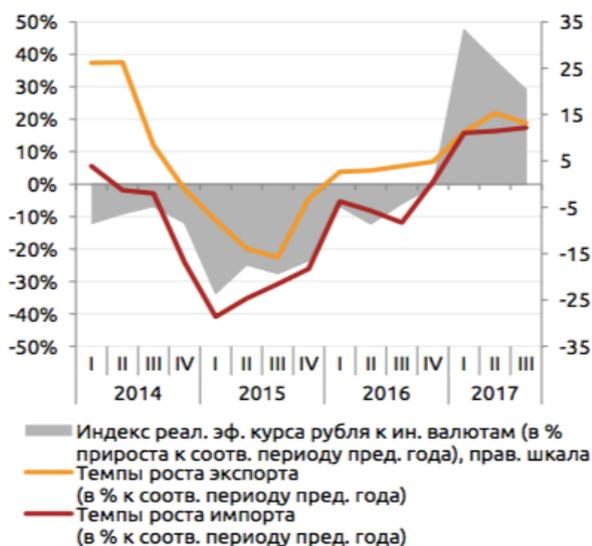


Рис. 1. Годовые темпы роста стоимостного объема российского экспорта и импорта продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья и изменение реального курса рубля

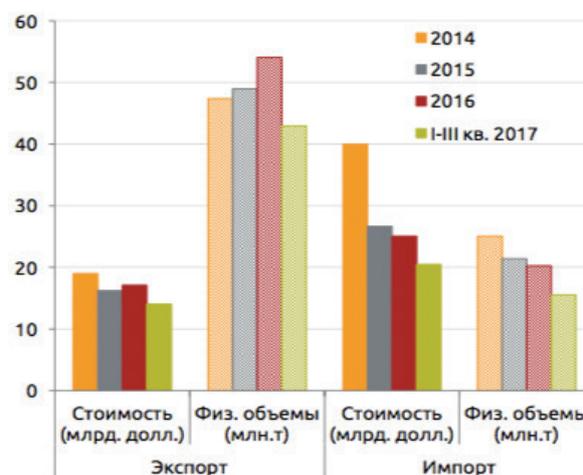
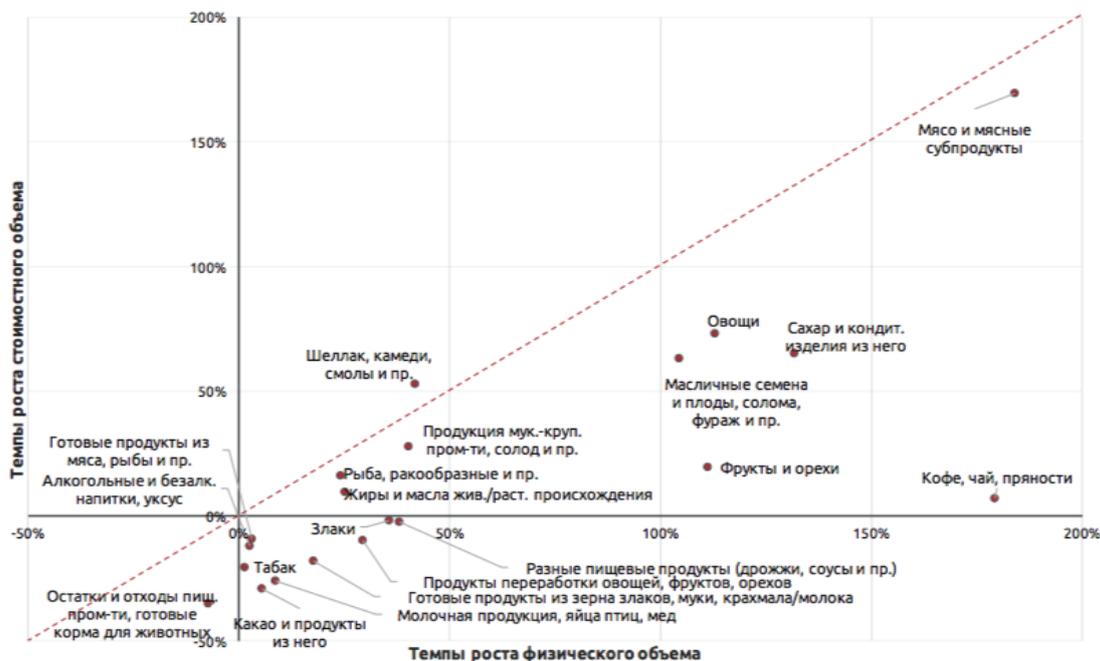


Рис. 2. Стоимостной и физической объемы экспорта и импорта продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья (кроме текстильного, коды ТНВЭД 01–24) в 2014–2017 гг.

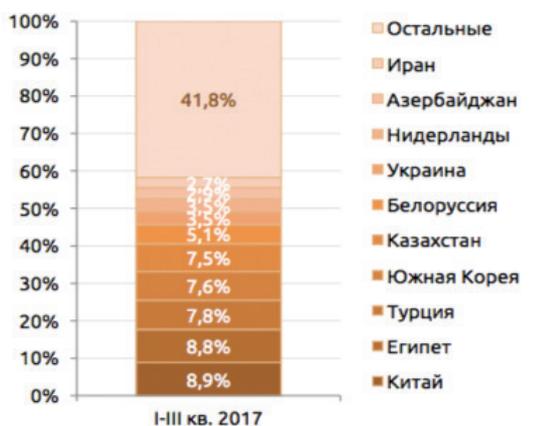


Источник: ФТС, расчеты ИКСИ

Рис. 3. Структура изменения экспорта сельскохозяйственной продукции

Наблюдается устойчивая тенденция сокращения стран-партнеров по экспортным сделкам продукции АПК. Так, число стран-экспортеров сельскохозяйственной продукции в Россию сократилось со 181 в 2014 г. до 171 в 2017 г. Вместе с тем по отдельным категориям товаров география поставок расширяется (рис. 4, 5) [1, 6, 10].

С географической точки зрения снижение экспортных поставок можно отметить в торговле с Турцией, Польшей, Нидерландами, Францией, Испанией и другими странами ЕС. Вместе с тем Россия увеличила объемы экспорта в Египет, Вьетнам, Ливан, Бангладеш, Китай и пр.



Источник: ФТС, расчеты ИКСИ ТС

Рис. 4. Страновая структура экспорта продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья в 2017 г.



Источник: ФТС, расчеты ИКСИ ТС

Рис. 5. Страновая структура импорта продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья в 2017 г.

Статистика ФТС показывает, что экспортные поставки России на Украину в физическом выражении за 3 года выросли почти в 2 раза — с 334,7 тыс. т (2014 г.) до 625,6 тыс. т. 2017 г. По итогам I–III кварталов 2017 г. на Украину пришлось более 65% российского экспорта свинины, 34% экспорта мяса домашней птицы и 17% молочной продукции (рис. 6) [1, 5, 9].

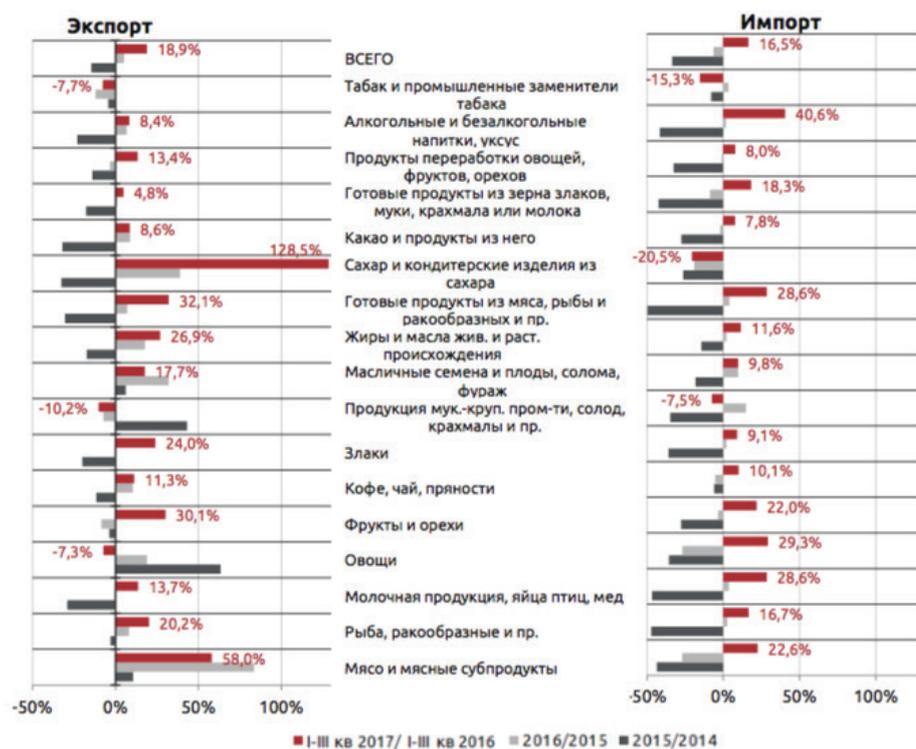


Источник: ФТС, расчеты ИКСИ

Рис. 6. Динамика экспорта и импорта продовольственных товаров

Так, по отдельным товарным позициям наблюдается рост экспортных поставок сахара-сырца; мяса и мясных субпродуктов (вырос на 58%); рыбы, ракообразных увеличился более чем на 32%; фруктов и орехов — на 30% (рис. 7).

В то же время сократился экспортный спрос на продукцию мукомольно-крупяной промышленности — более чем на 10%; снизился экспорт табака и табачной продукции (на 8%); овощей (на 7%) [2, 6, 8].



Источник: ФТС, расчеты ИКСИ

Рис. 7. Динамика роста объема экспорта и импорта в стоимостном выражении

Позитивные тенденции продолжились в 2018 г. (рис. 8).

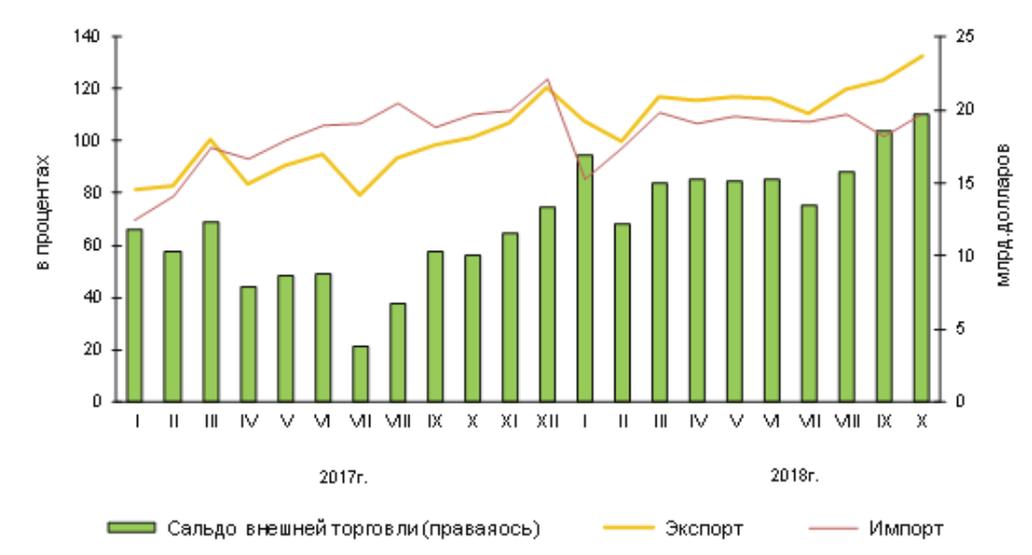


Рис. 8. Динамика экспорта и импорта РФ

По информации министра сельского хозяйства РФ Д. Патрушева на совещании в Кремле 28 января 2019 г., объем экспорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия составил 25,8 млрд долл. Особую роль в развитии сельскохозяйственного производства и экспортных возможностей играют

«наращивание организационного потенциала, способность создавать благоприятный предпринимательский климат и реализация конкурентных преимуществ регионов России» [12].

Прогнозное обоснование приоритетных направлений развития экспорта обуславливает струк-

турную ориентацию производителей сельскохозяйственной и продовольственной продукции, является стратегическим фактором, от которого зависит дальнейшее состояние этих отраслей народного хозяйства, определение вектора наращивания объемов производства и реализации продукции как на региональном, так и на страновом, и международном уровнях. Исследования показали, что главными факторами, влияющими на рост потребления продовольственных товаров и конъюнктуру мирового продовольственного рынка в стратегической перспективе, являются:

— к 2030 году, по прогнозам, ожидается рост численности населения мира до 8,1 млрд человек. При этом основной прирост населения обеспечат страны Африки и Юго-Восточной Азии;

— в связи с повышением уровня благосостояния происходят изменения в структуре потребления, которые приводят к росту спроса на качественные продукты питания по всему миру, особенно в быстро развивающихся странах Юго-Восточной Азии;

— во многих развивающихся странах из-за нерациональной структуры питания возникает

«функциональный голод», связанный с нехваткой в пище витаминов, микроэлементов, белков и переизбытком жиров и углеводов. По данным Всемирной продовольственной организации ООН, более четверти населения Земли имеют избыточный вес или страдают от ожирения ввиду нарушения структуры питания [13]. Прогноз показывает, что наиболее перспективными в развитии с позиции изменений в структуре потребления являются такие продукты, как растительное масло, молочные продукты, сахар, рыба. С позиции определения места России в мировом рынке продовольствия данные прогноза определяют в качестве перспективного направления развитие производства молокопродукции с последующим экспортом в другие страны. Потенциал роста составляет 5% для развитых стран, 20% — стран BRICS и 18% для развивающихся стран мира [13].

По прогнозам Продовольственной и сельскохозяйственной Организации Объединенных Наций, потребление продовольствия на душу населения будет увеличиваться, особенно в странах Юго-Восточной Азии (рис. 9). [14].

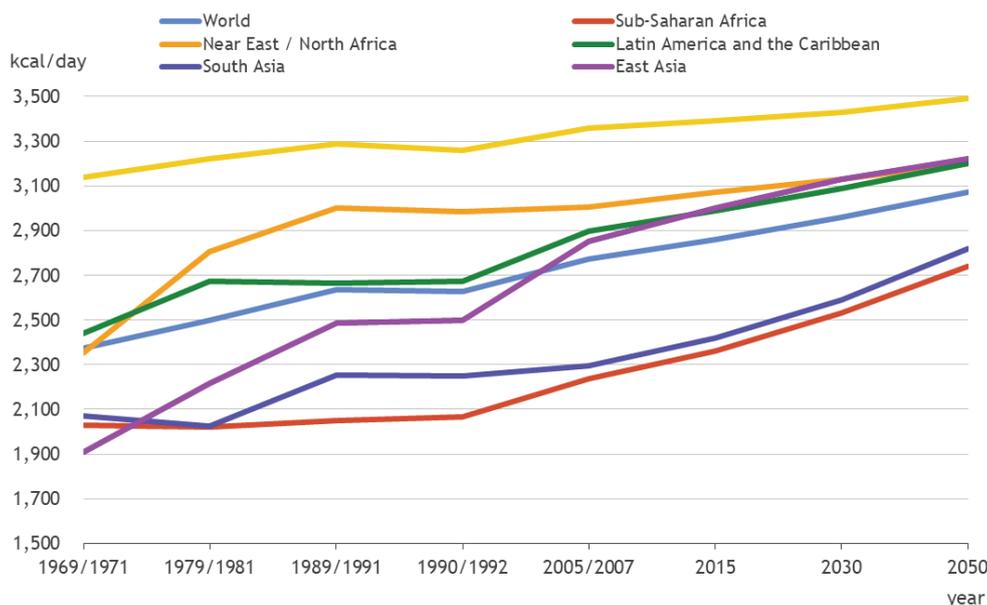


Рис. 9. Потребление продовольствия на душу населения (ккал/чел/день)

В этой связи перспективно развитие многостороннего торгово-экономического сотрудничества стран Шанхайской организации сотрудничества (ШОС), в которую входят Китай, Россия, Казахстан, Таджикистан, Киргизия, Узбекистан, Индия и Пакистан. В последние годы в рамках этой организации прогнозируется создание свободной торговой зоны, а также инфраструктуры для торговли и инвестиций. Экономически целесообразно привлечение инвестиций в регионы Сибири и Дальнего Востока с целью строительства совместных перерабатывающих

агропромышленных предприятий, в том числе предприятий по переработке зерна на Алтае.

Алтайский край относится к экспортноориентированным регионам. Доля экспорта в общей структуре внешнеторгового оборота составляет 69%, а сальдо внешнеторгового баланса сложилось на уровне 372 млн долларов США (экспорт превышает импорт в 2,3 раза). В стоимостном выражении объем экспорта в 2017 году составил 665,3 млн долларов США. В 2018 г. сельскохозяйственная продукция экспортировалась в страны ШОС (табл. 1).

Таблица 1

Экспорт сельскохозяйственных культур из Алтайского края (за январь-октябрь 2018 года)

Наименование культуры	Экспорт за январь-октябрь 2018 г, тонн	в% к январю-октябрю 2017 г.	Направления
Зерновые — всего	96 771,1	460	Монголия, Китай, Казахстан и другие
пшеница	55 360,9	680	Латвия — 58,8%, Монголия — 33,8%, Казахстан — 5,5%
гречиха	30 975,9	340	Китай — 39,7%, Литва — 32,7%, Монголия — 12,9%, Япония — 6,1%
овес	6 587,0	260	Монголия — 99,0%
ячмень	2 144,0	570	Иран — 63,0%, Казахстан — 29,7%, Ирак — 5,4%
Масличные — всего	51 748,3	140	Китай, Казахстан, Беларусь и другие
подсолнечник	10 893,5	330	Казахстан — 35,2%, Беларусь — 31,1%, Таджикистан — 15,3%, Китай — 10,2%
соя	240,4	110	Казахстан — 58,4%, Китай — 41,6%
рапс	26 556,3	270	Китай — 96,0%, Монголия — 3,9%
лен масличный	13 629,7	58,7	Китай — 89,8%, Польша — 8,0%, Монголия — 1,9%

В регионах Российской Федерации, выпускающих сельскохозяйственную продукцию, активно развивается экспортная торговля. Так, в Алтайском крае 170 региональных компаний и предприятий, ведущих внешнеэкономическую деятельность, сотрудничают с Центром экспорта. В 2017 году Центр предоставил порядка 500 услуг субъектам предпринимательства. Организовано участие алтайских компаний в международных выставках в Китае, Турции, Казахстане, Индонезии, Узбекистане и бизнес-миссиях в Иран и Монголию. При содействии Центра предприниматели края заключили более 50 экспортных контрактов, 17 из них

в 2017 году — на поставку продукции на сумму более 355 миллионов рублей. В планах Центра на текущий год — организация участия алтайских компаний в международных выставках в Казахстане, Узбекистане, Иране, Азербайджане, а также бизнес-миссии в Китай. Добавятся и новые услуги. В частности, по приведению продукции в соответствие с требованиями, необходимыми для экспорта товаров и обеспечению защиты интеллектуальной собственности за рубежом; предоставлению субсидии на возмещение части затрат, связанных с участием в межрегиональных и международных выставочно-ярмарочных мероприятиях [13] (рис. 10).

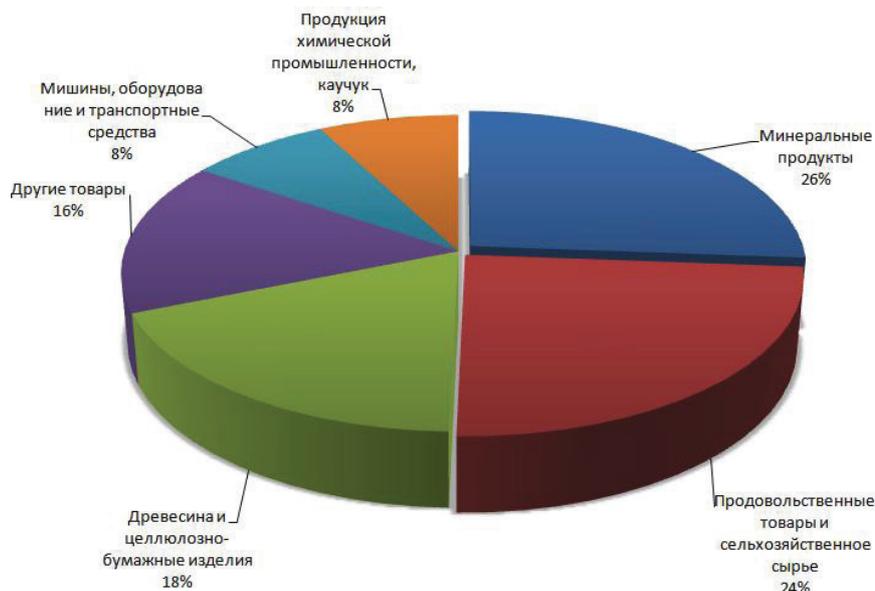


Рис. 10. Товарная структура экспорта Алтайского края, 2017 г. [13]

В регионе разработан региональный проект «Экспорт продукции АПК», при этом планируется достижение объема экспорта продукции АПК (в стоимостном выражении) в размере 501 млн долларов США к концу 2024 г. за счет создания новой товарной массы (в том числе с высокой добав-

ленной стоимостью), создания экспортно-ориентированной товаропроводящей инфраструктуры, устранения торговых барьеров (тарифных и нетарифных) для обеспечения доступа продукции АПК на целевые рынки и создания системы продвижения и позиционирования продукции АПК (табл. 2).

Таблица 2

Целевые показатели Программы «Экспорт продукции АПК» в Алтайском крае

Наименование показателя	Тип показателя	Базовое значение		Период, год						
		Значение	Дата	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Объем экспорта продукции АПК, млн долл. США										
Объем экспорта продукции АПК, млн долл. США	основной	185,8	31.12.2017	193,8	235,1	256,5	294,5	337,2	403,7	501,0

Это позволит увеличить количество компаний, готовых поставлять продукцию на внешние рынки, что будет способствовать увеличению объема

экспорта продукции АПК, расширить направления экспорта продовольствия, в том числе в страны ШОС (рис. 11).

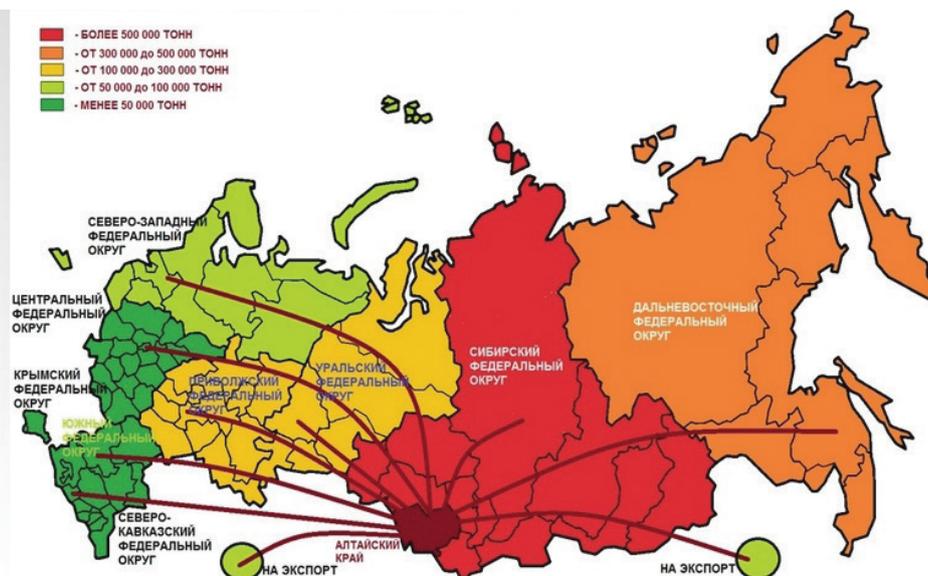


Рис. 11. Основные направления экспорта продовольственной продукции из Алтайского края

Наращивание экспорта сельскохозяйственной и продовольственной продукции будет способствовать развитию сельского хозяйства России. Однако на мировых рынках предъявляются высокие требования к качеству продукции, востребована экологически чистая, органическая продукция. Поэтому перспективы развития экспортноориентированного сельского хозяйства — органическое, вместе с тем высокотехнологичное инновационное производство [17, 18]. Представленные задачи могут быть решены посредством организационно-правового и социально-экономического механизмов, которые выступают отражением государственной взаимосвязи с хозяйствующими субъектами в рыночных условиях [19].

Организационно-правовым механизмом государственного регулирования является механизм прямого воздействия, который основан на действующем российском законодательстве. Экономический механизм государственного регулирования — взаимосвязь приемов и методов воздействия на экономику хозяйствующего субъекта в целях обеспечения реализации обоюдных интересов.

В комплекс мер организационно-правового механизма регулирования входят: лицензирование производственной деятельности сельскохозяйственных организаций, ориентированных на производство органической продукции; регулирование прав использования товарной маркировки «Органический (экологический) продукт»;

формирование нормативов оценки качества земельно-природных ресурсов; осуществление экологического контроля и земельного мониторинга; природоохранные мероприятия [19].

Необходимо предусмотреть систему финансово-экономических мероприятий государственной поддержки развития сельского хозяйства, ориентированного на производство органической продукции в части субсидирования процентной ставки по инвестиционным кредитам, субсидирование доли затрат на производство органической продукции, страхование посевов производителей органического продовольствия, льготы по налогообложению, а также совершенствование механизма

регулирования региональных рынков органической продукции.

Выводы. Исходя из состояния аграрного сектора экономики РФ, на современном этапе можно высоко оценить перспективы развития российского экспорта органической продукции. Дополнительным стимулом для отечественных производителей продовольствия может стать введение с 1 января 2017 г. в России единых правил сертификации органической продукции. Можно ожидать, что дальнейший рост экспортных поставок сельскохозяйственной продукции станет главным фактором для ускоренной технологической модернизации отрасли, качественного развития экспортной инфраструктуры.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Статистика внешней торговли Российской Федерации. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. URL: <http://customs.ru/> (дата обращения: 01.10.2018).
2. Гутенев В. Агротром должен стать госприоритетом. Агротромышленный портал от 29 сентября 2016 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://agro2b.ru/ru/news/35659-Vladimir-Gutenev-Agroptrom-dolzhen-stat-gosprioritetom.html> (дата обращения: 01.10.2018).
3. Горбатов А. В., Шаурина О. С. Противостояние России и стран Запада в условиях применения экономических санкций // *Фундаментальные исследования*. 2016. № 9–3. С. 565–570.
4. Митин А. Н., Воронин Б. А. Анализ современных тенденций импортозамещения продовольствия в России: экономико-управленческий аспект: монография // *Проблемы импортозамещения в агропродовольственном секторе Российской Федерации*. Екатеринбург, 2016. С. 209–223.
5. Статистика внешней торговли Российской Федерации. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. URL: <http://customs.ru/>.
6. Тютин Д. В. Перспективы формирования пространственно-организованных кластеров в конкурентном развитии территорий (по материалам Калужской области) // *Экономика и управление*. 2010. № 8 (58). С. 35–41.
7. Зерно взяли на вооружение: экспорт российского продовольствия стал выгоднее продажи оружия // *Российская газета* — Федеральный выпуск № 7069 (201) от 07.09.2016 [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/> (дата обращения: 27.11.2018).
8. Экспорт сельхозпродукции из РФ достиг фантастических объемов [Электронный ресурс]. URL: <http://agromfo.com/> (дата обращения: 01.11.2018).
9. Статистика внешней и взаимной торговли товарами — Евразийская экономическая комиссия [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eurasiancommission.org/>.
10. Индексы производства продукции сельского хозяйства по категориям хозяйств — Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/>.
11. Mendez Villamizar, R., et al (2018) Acciones colectivas y agroecología: lineamientos de la literatura de economía familiar campesina (Коллективные действия и агроэкология: методические указания по сельской семейной экономике). *Revista Espacios*, vol. 39 (48). URL: <http://www.revistaespacios.com/a18v39n48/18394832.html>.
12. Makarova, T. V., et al (2017) The Choice of Strategic Economic Areas of a Meat Processing Enterprise. *Revista Espacios*, vol. 38 (54). URL: <http://www.revistaespacios.com/a17v38n54/17385433.html>.
13. Омаров М. М., Омарова Н. Ю., Минин Д. Л. Мировые тенденции и стратегические перспективы развития сельского хозяйства России в условиях экономических санкций // *Продовольственный рынок регионов России: новый вектор развития*. Екатеринбург: УрО РАН, 2018. 776 с.
14. Alexandratos, N. & Bruinsma J. (2012) World agriculture towards 2030/2050: the 2012 revision. ESA Working paper No. 12–03. Rome, FAO. URL: <http://www.fao.org/docrep/016/ap106e/ap106e.pdf/>.
15. Участники внешнеэкономической деятельности Алтайского края подвели итоги деятельности за 2017 год — Официальный сайт Алтайского края. Новости Алтайского края от 29 января 2018 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.altairegion22.ru/>.

16. Саммит Шанхайской организации сотрудничества 10 июня 2018 года // Официальный сайт Президента России [Электронный ресурс]. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/57716/>.
17. Кундиус В. А. и др. Перспективы производства экологически чистой продукции на трансграничных территориях Большого Алтая: монография. Барнаул: АЗБУКА, 2016. 207 с.
18. Кундиус В. А., Воронкова О. Ю., Стрельцова Т. В., Перова Т. Н. Перспективы экологического сельского хозяйства на Алтае // Экономика сельского хозяйства России. 2018. № 1. С. 26–33.
19. Воронкова О. Ю., Петрова Л. И. К вопросу о сертификации органической продукции // Вестник Алтайской науки. 2014. № 2. С. 74–77.

REFERENCES

1. Statistics of foreign trade of the Russian Federation. Federal Customs Service. URL: <http://customs.ru/>.
2. Gutenev, V. (2016) Agroprom should become a state priority. *Agro2B Agro-industrial portal*, September 29, 2016. URL: <http://agro2b.ru/ru/news/35659-Vladimir-Gutenev-Agroprom-dolzhen-stat-gosprioritetom.html>.
3. Gorbatov, A. V. & Shaurina, O. S. (2016) The confrontation of Russia and Western countries in the application of economic sanctions. *Fundamental research*, 9–3, 565–570 (in Russian).
4. Mitin, A. N. & Voronin, B. A. (2016) Analysis of current trends of import substitution of food in Russia: economic and managerial aspect: monograph. *Problems of import substitution in the agri-food sector of the Russian Federation*. Yekaterinburg, 209–223 (in Russian).
5. Statistics of foreign trade of the Russian Federation. — Federal Customs Service. URL: <http://customs.ru/>.
6. Tyutin, D. V. (2010) Prospects for the formation of spatially organized clusters in the competitive development of territories (on the Kaluga region). *Economics and Management*, 8 (58), 35–41 (in Russian).
7. Grain was adopted: the export of Russian food has become more profitable than the sale of weapons // Rossiyskaya Gazeta — Federal Issue No. 7069 (201) 07/09/2016. URL: <https://rg.ru/>.
8. Export of agricultural products from the Russian Federation has reached fantastic volumes. URL: <http://agromfo.com/>.
9. Statistics of foreign and mutual trade in goods — Eurasian Economic Commission. URL: <http://www.eurasiancommission.org/>.
10. Indices of agricultural production by categories of farms — Federal State Statistics Service <http://www.gks.ru/>.
11. Mendez Villamizar, R., et.al (2018) Acciones colectivas y agroecología: lineamientos de la literatura de economía familiar campesina (Коллективные действия и агроэкология: методические указания по сельской семейной экономике). *Revista Espacios*, vol. 39 (48). URL: <http://www.revistaespacios.com/a18v39n48/18394832.html>.
12. Makarova, T. V., et al (2017) The Choice of Strategic Economic Areas of a Meat Processing Enterprise. *Revista Espacios*, vol. 38 (54). URL: <http://www.revistaespacios.com/a17v38n54/17385433.html>.
13. Omarov, M. M, Omarova, N. Y. & Minin, D. L. (2018) Global trends and strategic prospects for the development of agriculture in Russia in the context of economic sanctions. *Food market of Russian regions: a new development vector*. Ekaterinburg, 776 (in Russian).
14. Alexandratos, N. & Bruinsma J. (2012) World agriculture towards 2030/2050: the 2012 revision. ESA Working paper No. 12–03. Rome, FAO. URL <http://www.fao.org/docrep/016/ap106e/ap106e.pdf/>.
15. The participants of foreign economic activity of the Altai Territory summed up the activities for 2017 — Official website of the Altai Territory. News from January 29, 2018. URL: <https://www.altairegion22.ru/>.
16. The Shanghai Cooperation Organization Summit June 10, 2018 — Official site of the President of Russia. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/57716/>.
17. Kundius, V. A., et al. (2016) Prospects for the production of environmentally friendly products in the transboundary territories of the Greater Altai: monograph. Barnaul, 207 (in Russian).
18. Kundius, V. A., Voronkova O. Y., Streltsova T. V. & Perova T. N. (2018) Prospects for ecological agriculture in Altai. *Economics of Agriculture of Russia*, 1, 26–33 (in Russian).
19. Voronkova O. Y., Petrova L. I. (2014) On the issue of certification of organic products. *Bulletin of the Altai science*, 2, 74–77 (in Russian).

Поступила в редакцию: 15 февраля 2019 г.
Принята к печати: 30 апреля 2019 г.

ВАЛЮТНАЯ ПОЛИТИКА И ДЕДОЛЛАРИЗАЦИЯ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В РОССИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ И ТЕНДЕНЦИИ

О. А. Мищенко, В. И. Привалов, Д. А. Доценко

Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия)

Статья содержит проблемы развития современной валютной политики России и, прежде всего, в отношении развития торговых и хозяйственных связей между странами. Сегодня введенные санкции против России при большой доле долларовых расчетов оказывают значительное негативное влияние на экономику страны. При этом наблюдается зависимость курса рубля от цен на нефтегазовые ресурсы, введен режим плавающего валютного курса рубля по отношению к иностранным валютам, который устанавливается на валютном рынке через спрос и предложение. В статье рассмотрен процесс дедолларизации внешнеторговых отношений, который выражен в стимулировании внешнеторговых расчетов в рублях, послаблениях для экспортеров, использующих рублевые расчеты.

Ключевые слова: валютная политика, дедолларизация, курс российского рубля, международные резервы России, расчеты в национальных валютах.

CURRENCY POLICY AND DEDOLLARIZATION OF FOREIGN TRADE RELATIONS IN RUSSIA: PROSPECTS AND TRENDS

O. A. Mishchenko, V. I. Privalov, D. A. Dotsenko

Altai State University (Barnaul, Russia)

The article appeals to the problems of the development of modern monetary policy in Russia, and above all with regard to the development of trade and economic ties between countries. Today, the imposed sanctions against Russia with a large scale of dollar payments have a significant negative impact on the country's economy. At the same time, there is a dependence of the ruble rate on the prices of oil and gas resources. A floating exchange rate regime of the ruble against foreign currencies has been introduced, which is established in the foreign exchange market through supply and demand. The article describes the process of dedollarization of foreign trade relations, which is expressed in the stimulation of foreign trade payments in rubles, as well as exemptions for exporters using ruble payments.

Keywords: monetary policy, dedollarization, the exchange rate of the Russian ruble, international reserves of Russia, payments in national currencies.

В современной российской экономике существует множество направлений, требующих рассмотрения. Среди них особое место занимает валютная политика, а также тенденция отказа от расчета в долларах при внешнеторговых операциях. Актуальность данного вопроса определяется следующими обстоятельствами. Во-первых, введенные санкции против России при большой доле долларовых расчетов оказывают значительное негативное влияние на экономику. Во-вторых, кро-

ме РФ, часть стран также рассматривает возможность отказа от доллара, возникает необходимость поиска оптимальной единицы для расчетов внешнеторговых операций. В-третьих, многими экономистами высказывается мнение о том, что доллар постепенно утрачивает свою значимость.

Для населения России сегодня в непростых экономических условиях большую актуальность и значимость обрел вопрос сохранения сбережений. Так, многие россияне предпочитают хранить свои день-

ги в иностранной валюте: причем нередко случаи, когда большая часть сбережений хранится в долларах. Однако, не говоря о необходимости диверсификации инвестиционного портфеля в целях избавления от рисков, такой выбор сам по себе является рискованным из-за санкционных ограничений, негативное влияние которых в России пытаются устранить через политику дедолларизации.

Первоочередной задачей валютной политики является установление и дальнейшее развитие торговых и хозяйственных связей между странами, причем устанавливается такая связь, при которой национальная экономика и ее субъекты защищены от неэквивалентного обмена товаров при экспорте и импорте. Методами достижения этого принципа являются влияние на денежный курс, а также обеспечение свободной конвертируемости национальной валюты.

Можно выделить следующие задачи валютной политики современной России: 1) устранение валютных ограничений и повышение степени конвертируемости рубля; 2) осуществление повседневного валютного контроля за валютными операциями; 3) регулирование режима валютного курса рубля и его динамики на рынке; 4) противодействие «бегству» капитала за границу; 5) привлечение иностранного реального капитала в российскую экономику; 6) повседневное управление золотовалютными резервами. В Российской Федерации сегодня введен режим плавающего валютного курса: курс рубля по отношению к иностранным валютам устанавливается на валютном рынке через спрос и предложение. Но проводятся интервенции Центрального банка, их целями являются предотвращение резкого падения курса рубля, создание

более выгодных условий экспортерам (обычно экспортерам нефти) через намеренное временное понижение курса [1, с. 326–329].

Режим плавающего валютного курса помогает экономике России подстраиваться под меняющиеся внешние условия, сглаживая воздействие на нее внешних факторов. Банк России в нормальных условиях не совершает валютных интервенций с целью повлиять на динамику курса рубля [2, с. 166].

В последние 20 лет в российской экономике прослеживается особенность, негативно влияющая на экономику: чрезмерная ресурсозависимость, что создает неблагоприятный эффект не только для российской экономики в целом, но и в частности для национальной валютной политики в виде зависимости курса рубля от сырьевых цен, а также отсутствие стимула внедрять инноваций в производство, находить способы увеличения производительности труда. Таким образом, экономика попадает в зависимость от экспорта нефти, газа и иных природных ресурсов.

Ресурсозависимость и ее отрицательное влияние на экономику отчетливо прослеживается (рис. 1, 2). Высокие цены на нефть лишь способствовали повышению такой зависимости, так как ограничивался стимул развивать другие отрасли экономики. Курс доллара и евро изменялся примерно в одинаковом отношении (исходя из данных рисунка 1), причем после 2014 г. курс евро и доллара значительно выше курса предшествующего периода. Это объясняется негативным для нашей экономики явлением — падением цен на нефть. Так, мы можем проследить зависимость графиков курса доллара и евро по отношению к рублю и графика цен на нефть.



Рис. 1. Динамика курса доллара и евро в рублях с 2005 по 2019 г.

Из данных рисунков 1 и 2 следует, что курсы доллара и евро росли именно тогда, когда снижались цены на нефть. Кроме снижения цен на нефть на российскую экономику оказали влияние санкции, введенные в 2014 г. В среднем цены по сравнению с периодом до 2014 г. выросли в два раза. Реальные доходы населения значительно снизи-

лись. Приняв во внимание этот опыт, необходимо сделать соответствующий вывод: российской экономике требуется снизить степень зависимости от цен на нефтегазовые ресурсы [3, 4, 5, 7].

В последнее время все большее распространение находит политика отказа от доллара Россией во внешнеторговых операциях.

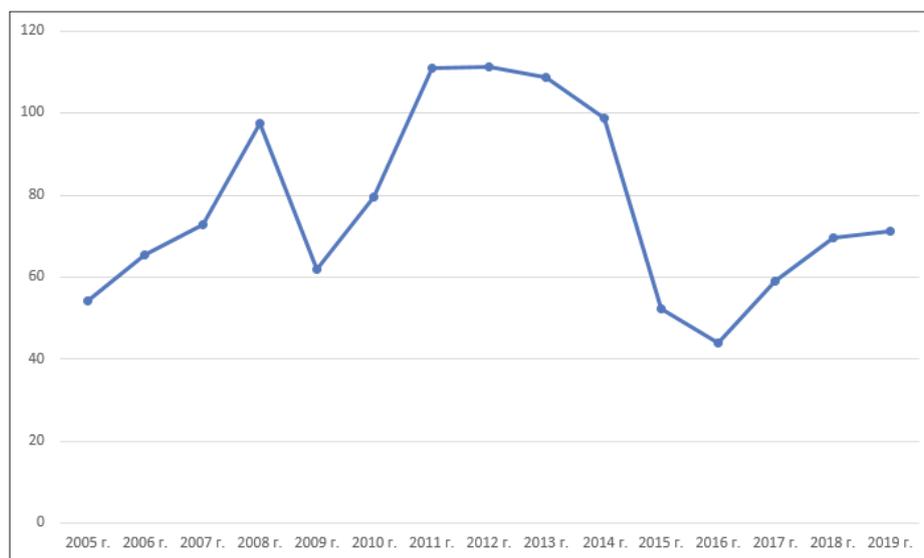


Рис. 2. Цена на нефть марки Brent в долларах США с 2005 по 2019 гг.

Причины дедолларизации: возможные расширения санкций на российский госдолг и долларовые операции госбанков, так как долларовые транзакции в мире осуществляются через счета в американских банках, и финансовые санкции США делают такие платежи уязвимыми к блокировке. Однако полный отказ Россией от доллара может

привести к потере части стран-покупателей российской продукции, а также части стран, продающих товары России. Такая утрата была бы связана с тотальной долларизацией экономики некоторых стран, а также с нежеланием некоторых стран использовать другие валюты (как правило, это страны, присоединившиеся к санкциям против России).

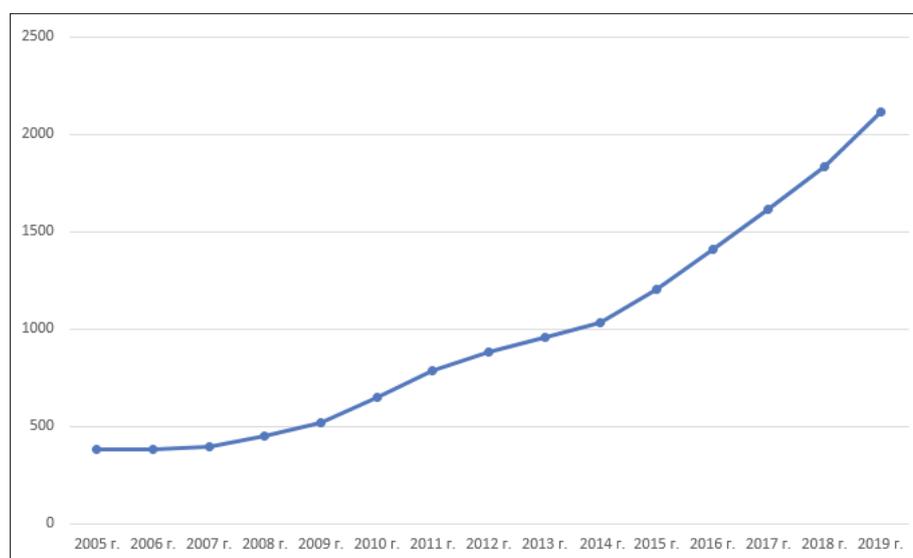


Рис. 3. Динамика золотого резерва России в тоннах с 2005 по 2019 г.

План по дедолларизации был подготовлен и внесен в Правительство еще в 2018 г. В 2019 г. акт планируется принять. Меры будут реализованы до 2024 г. Дедолларизация выражена в стимулировании внешнеторговых расчетов в рублях, послаблениях для экспортеров, использующих рублевые расчеты. Помимо отказа от расчетов в долларах при торговле дедолларизация также проявляется в уменьшении доли доллара в резервах России. Так, Центральный банк России постоянно увеличи-

чивает свои запасы золота с марта 2015 г., что видно на рисунке 3.

Россия к январю 2019 г. увеличила золотовалютные запасы до 2113,36 тонн, стоимость этих запасов — 87 млрд долларов. По сравнению с 2005 г. увеличение — почти в 5 раз (рис. 3). Общие международные резервы России оцениваются в 489,5 млрд долларов. С 2005 г. значительно упала доля доллара в международных резервах России и выросла доля золота и евро, что видно на рисунке 4 [8, 9].

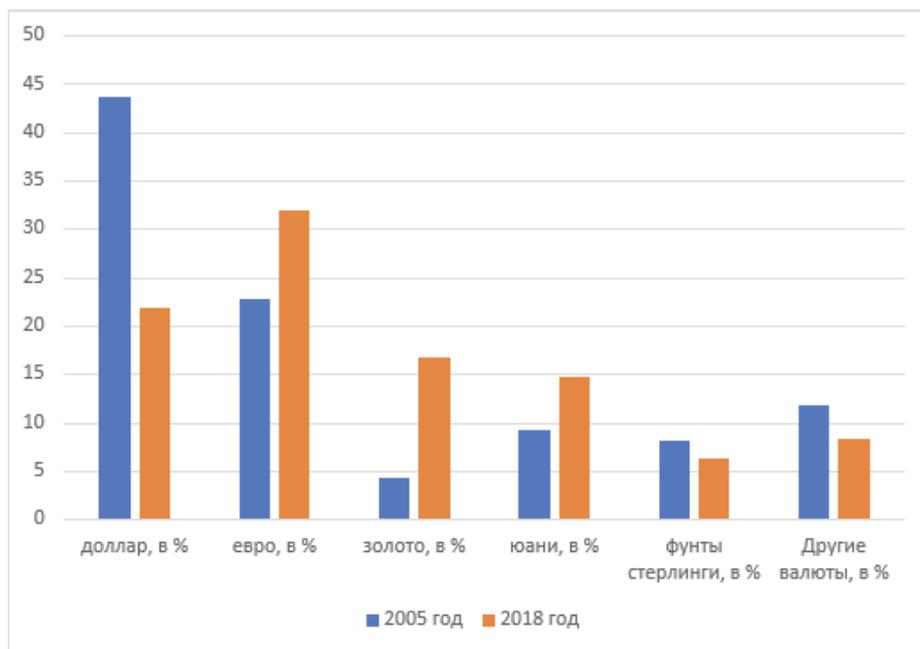


Рис. 4. Структура международных резервов России в %, 2005 и 2018 гг.

Дедолларизация во внешней торговле России протекает медленно. Расчеты экспорта в долларах снизились с 79,6% (2013 г.) до 67,9% (2018 г.), согласно данным таблицы.

Валютная структура расчетов экспорта России с 2013 по 2018 г., %

Вид валюты	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Руб.	10,2	13,2	12,3	14,8	14,5	14,9
Долл.	79,6	76	72,9	69,2	68,8	67,9
Евро	9,1	8,4	13,1	14,1	14,9	15,3
Иная валюта	1,1	2,4	1,7	1,8	1,8	1,9

Отказ от расчетов в долларах проявляется не только в использовании рубля, но и в договоренностях о расчетах с другими странами в национальной валюте этих стран. Таковой, например, является политика в отношении Китая, Индии и Белоруссии.

Однако Китай отказался подписывать межправительственное соглашение с Россией о расчетах в нацвалютах, которое готовилось с 2014 г. и считалось уже практически решенным делом. Хотя без соглашений происходит дедолларизация:

расчеты в долларах между двумя странами сократились с 85 до 78%. Лучше происходит переход на национальные валюты в торговле России и Индии: из-за последних санкций США платежи по соглашениям о поставке вооружений между двумя странами в размере 2 млрд долларов были заморожены. Впредь Индия и Россия стараются отказываться от доллара в пользу расчетов в национальных валютах. Также рассматривалась возможность использования криптовалют при внешнеторго-

вых операциях: при продаже Россией оружия Индии предлагалось в качестве оплаты использовать криптовалюту, но эта идея была отвергнута из-за особенностей криптовалюты (таких как высокая волатильность, низкая правовая изученность). В планах также существует проект перейти с Беларуссией на единую валюту, но из-за политических разногласий этот проект отложен [13].

Итак, ввиду сложностей взаимоотношений России и США можно с уверенностью сказать,

что дедолларизация внешнеторговых отношений России продолжится, приоритетным будет переход непосредственно на расчеты в рублях, а также на расчеты в национальных валютах стран СНГ и БРИКС. Несмотря на то, что отказ от долларовых расчетов протекает медленно, тенденция такова, что доля расчетов в долларах будет сокращаться все больше, ведь многие другие страны также рассматривают такую возможность и готовы реализовать ее при наличии удобной альтернативы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения / Л. Н. Красавина и др. М., 2000. С. 326–332.
2. Международные валютно-кредитные отношения / С. А. Лукьянов и др. Екатеринбург, 2015. С. 166–210.
3. Заруба Е. А. Возможности совершенствования валютной политики Российской Федерации // Научный журнал. 2017. С. 43–45.
4. Динамика курса евро (EUR) по ЦБ РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.banki.ru/products/currency/eur/>.
5. Динамика курса доллара США (USD) по ЦБ РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.banki.ru/products/currency/usd/>.
6. Сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cbr.ru>.
7. Цена на нефть Brent (Brent) за 1990–2019 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.calc.ru/dinamika-Brent.html>.
8. Невзорова А. В. Валютная система и валютно-курсовая политика России на современном этапе // Научные записки молодых исследователей. 2017. № 6. С. 56–64.
9. Балашова О. Б., Беликова А. Н. Динамика международных резервов РФ // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. 2016. № 2–1. С. 247–257.
10. Золотовалютные резервы России 1993–2019. Мировые финансы [Электронный ресурс]. URL: <http://global-finances.ru/zolotovalyutnyie-rezervyi-rossii/>.
11. Любский М. С. Российская политика валютного курса // Российский внешнеэкономический вестник. 2013. № 3. С. 48–58.
12. Яшина А. С. Возможные направления дедолларизации современных мировых финансов // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 3–2. С. 183–186.
13. Индия и Россия откажутся от использования доллара в международных сделках [Электронный ресурс]. URL: <https://ktovkurse.com/valyuty/indiya-i-rossiya-otkazhutsya-ot-ispolzovaniya-dollara-v-mezhdunarodnyh-sdelkah>.

REFERENCES

1. Krasavina, L. N., et al. (2000) International monetary and financial relations. Moscow, 326–332 (in Russian).
2. Lukyanov, S. A., et al. (2015) International monetary and credit relations. Yekaterinburg, 166–210 (in Russian).
3. Zaruba, E. A. Opportunities to improve the monetary policy of the Russian Federation // Scientific Journal: Collection of articles, 2017. p. 43–45 (in Russian).
4. Dynamics of the euro (EUR) rate. The Central Bank of the Russian Federation. URL: <https://www.banki.ru/products/currency/eur/>.
5. Dynamics of the US dollar (USD) rate. The Central Bank of the Russian Federation. URL: <https://www.banki.ru/products/currency/usd/>.
6. The Central Bank of the Russian Federation. URL: <http://www.cbr.ru>.
7. The price of Brent oil (Brent) for 1990–2019. URL: <https://www.calc.ru/dinamika-Brent.html>.

8. Nevzorova, A. V. (2017) Contemporary monetary system and exchange rate policy of Russian Federation. *Scientific notes of young scientists*, 6, 56–64 (in Russian).
9. Balashov, O. B. & Belikova, A. N. (2016) Dynamics of international reserves of the Russian Federation. *Izvestiya Tula State University. Economic and legal sciences*, 2–1, 247–257 (in Russian).
10. Gold and foreign exchange reserves of Russia 1993–2019. World Finance. URL: <http://global-finances.ru/zolotovalyutnyie-rezervyi-rossii/>.
11. Lyubsky, M. S. (2013) Russian exchange rate policy. *Russian Foreign Economic Journal*, 3, 48–58 (in Russian).
12. Yashina, A. S. (2019) Possible directions of dedollarization of modern world finance. *Economy and Business: Theory and Practice*, 3–2, 183–186 (in Russian).
14. India and Russia will refuse to use the dollar in international transactions. URL: <https://ktovkurse.com/valyuty/indiya-i-rossiya-otkazhutsya-ot-ispolzovaniya-dollar-a-v-mezhdunarodnyh-sdelkah>.

Поступила в редакцию: 12 апреля 2019 г.

Принята в печать: 21 мая 2019 г.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ)

Е. Н. Сабына, А. С. Адушкина

Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия)

Конкурентоспособность товаров является базовым условием устойчивого функционирования региона. В статье представлена оценка конкурентоспособности наиболее продаваемых на рынках товаров путем сравнения объема отгруженных товаров собственного производства с лидером. В результате проведенного анализа были сделаны выводы и предложены мероприятия по повышению конкурентоспособности региона.

Ключевые слова: конкурентоспособность товаров, управление конкурентоспособностью, конкурентоспособность региона.

ASSESSMENT OF GOODS COMPETITIVENESS IN A REGION (CASE STUDY ON THE ALTAI REGION)

E. N. Sabyrna, A. S. Adushkina

Altai State University (Barnaul, Russia)

The competitiveness of goods is a basic condition for the sustainable functioning of the region. The article presents an assessment of the goods competitiveness of the most sold goods in the markets, based on a comparison of the volume of selling goods of own production with the leader goods. As a result of the analysis, conclusions were made and measures to improve competitiveness of the region were proposed.

Keywords: competitiveness of goods, management of competitiveness, competitiveness of the region.

.....

Процесс интеграции, характерный для современной экономики, способствует усилению конкуренции между фирмами и регионами. Конкурентоспособность товаров является базовым условием устойчивого функционирования региона. Формирование и развитие конкурентных преимуществ региональных товаров способствует ускоренному экономическому росту, более эффективному и рациональному использованию ресурсного потенциала территории.

Конкурентоспособность — это способность объекта функционировать в динамичной конкурентной среде таким образом, чтобы привлекать и сохранять потребителей своей продукции, постоянно повышая конкурентные преимущества и увеличивая долю на рынке.

По итогам 2017 г. основной вклад в формирование индекса производства промышленной продукции внесли рынки производства кокса (13,7%),

химического производства (9,1%), металлургического производства и производства готовых металлических изделий (8,4%), производства машин и оборудования (5,9%), транспортных средств и оборудования (5,7%), рынок резинотехнических и пластмассовых изделий (4,3%). [4]

Наиболее продаваемые товары на этих рынках — это коксовая продукция производства ОАО Алтай-Кокс, форсунки и распылители Алтайского завода прецизионных изделий, вертолетные баки Барнаульского завода резинотехнических изделий.

ОАО «Алтай-Кокс» в 2017 г. занимал 21-е место среди всех промышленных предприятий России, входит в топ-10 крупнейших компаний края и является одним из лидеров производства коксохимической продукции в России (13%), ежегодно выпуская более 4 млн тонн. Коксовая продукция в Алтайском крае практически не реализуется, поставки осуществляются в другие регионы: в Свердловскую, Ке-

меровскую, Омскую, Ярославскую области, Красноярский край и в страны Европы, Ближнего Востока и Азии (более 30% составляет доля алтайского кокса в общем объеме его российского экспорта).

Следующий вид экономической деятельности — производство машин, транспортных средств и оборудования формируется за счет выпуска оборудования, сельскохозяйственных машин, вагонов и комплектующих к ним. Доля этого вида деятельности в структуре обрабатывающих производств края не значительна, но для региона данное направление имеет стратегическое значение.

Алтайский край сегодня занимает 2-е место в стране по объемам выпуска сельскохозяйственных шин и 3-е место по производству автомобильных шин для грузовиков. На данном рынке выделяется продукция Алтайского шинного комбината. На сегодняшний день доля продукции АШК на российском рынке шин по основным группам товаров составляет 18%, при этом доля по сельскохозяйственным шинам превышает 42%.

АШК единственный в России получил право выпускать шины для гражданской и военной авиации. В итоге каждый третий самолет в РФ оснащен шинами Алтайского шинного комбината. Отсутствие конкурентов среди отечественных производителей авиационных шин и проводимой государством политики импортозамещения открывает хорошие перспективы для развития данного направления.

Рынок производства транспортных средств и оборудования края также представлен предприятиями: ОАО «Алтайгеомаш», ОАО УК «Сибагромаш», ОАО «Алтайвагон», ОАО «Алтайский моторный завод», ОАО «Барнаульский вагоноремонтный завод». ОАО «Алтайвагон» производит железнодорожные грузовые вагоны различных типов и конструкций. Производственные мощности позволяют изготавливать до 10 тыс. грузовых вагонов в год, но мощности загружены на четверть. ОАО «Алтайвагон» и ОАО «Барнаульский вагоноремонтный завод» входят в ТОП вагоностроительных компаний России, лидировавших по объемам продаж и чистой прибыли: с третьим и одиннадцатым местом соответственно (2017 г.). [8]

С 2010 г. по распоряжению Губернатора Алтайского края А. Б. Карлина № 144-р был создан «Алтайский кластер аграрного машиностроения». Деятельность кластера сосредоточена на расширении действующих производств, технической модернизации АПК, реализации программ импортозамещения и увеличении уровня локализации сборочного производства за счет кооперации с предприятиями, входящими в кластер. После введения санкций и падения курса рубля по отношению к иностранной валюте интерес к продукции вырос в несколь-

ко раз и предприятия «АлтайКАМ» активно включились в программу импортозамещения [7].

Химическая промышленность является одной из ведущих отраслей экономики Алтайского края и стабильно занимает 5-е место среди всех обрабатывающих производств [6]. Рынок химического производства в Алтайском крае представлен широким кругом направлений экономической деятельности. В регионе развивается производство дезинфицирующих препаратов, лакокрасочных материалов, удобрений и азотных соединений, основных органических и неорганических веществ, промышленных газов, синтетических смол, фармацевтической продукции и лекарственных препаратов и т. д.

Основной вклад в отрасль вносят ОАО «Алтайхимпром», ОАО «Кучуксульфат», ФКП «Бийский олеумный завод», предприятия биофармацевтического кластера. Лидером по данному направлению является ОАО «Кучуксульфат», которое производит более 80% сульфата натрия на территории России. Производственная мощность предприятия составляет более 600 тыс. тонн сульфата натрия в год. В число потребителей продукции этого предприятия входят крупнейшие мировые компании: Procter & Gamble, Henkel, Unilever, Benkiser.

ОАО «Алтайхимпром» имеет монопольные позиции по выпуску ряда продуктов на территории России и стран СНГ (в частности, продукт АГМ-9, дезинфицирующее средство ДП-2Т, кремнийорганическая жидкость ПЭС-7, моноклористая сера и др.).

Фармацевтическая промышленность представлена в крае ЗАО «Алтайвитамины», ООО «Янтарное», ООО «БЗМП», ООО «Катунь-Олеум».

Алтайский край является стабильным лидером в стране по объему выпуска натуральных препаратов и биологически активных добавок. Благодаря деятельности ЗАО «Эвалар», занимает 1-е место по стоимостному объему среди производителей БАД в России, его доля в общем объеме продаж в стране составляет около 20%. Компания использует производство полного цикла: от выращивания лекарственных растений до их переработки и упаковки готовой продукции. В ассортименте компании более 120 позиций биологически активных добавок и лекарственных препаратов, более 10% идет на экспорт и поставляется в страны Восточной Европы, Казахстан, Монголию, Австралию, Германию, Литву, США [5].

ОАО «Барнаул РТИ» входит в число крупнейших предприятий химического комплекса Алтайского края, а также является основным производителем резиновых технических изделий в регионах Сибири и Дальнего Востока. В настоящее время завод производит как продукцию гражданского

назначения, так и специализированную. Сегодня предприятие производит около 80% вертолетных баков в РФ.

«Барнаульский завод Асбестовых технических изделий» — одно из крупнейших предприятий России и СНГ по выпуску асбестовых фрикционных изделий, уплотнительных, термостойких прокладочных материалов для автомобильной, нефтегазовой, машиностроительной, вагоностроительной отраслей. На протяжении многих лет «БзАТИ» поставляет комплектующие для крупных компаний автоиндустрии: «КАМАЗ», «УралАЗ», «ГАЗ», «МТЗ». Приказом Минпромторга РФ № 1920 от 9 июня 2016 г. АО «Бз АТИ» внесено в перечень организаций, оказывающих существенное влияние на отрасли промышленности и торговли России.

Крупным предприятием на рынке металлургического производства и производства готовых металлических изделий является ООО УК «Алтайский завод прецизионных изделий», занимающий лидирующие позиции по объемам выпуска форсунок и распылителей. Основные потребители продукции — крупнейшие производители дизельных двигателей на территории России, стран СНГ и далеко зарубежья.

Особую роль на рынке промышленного производства Алтайского края играет рынок пищевой и перерабатывающей индустрии. Рынок имеет стратегическое значение для региона, так как край исторически является аграрным и занимает первое в СФО и одно из лидирующих мест по России по валовому производству зерновых. Его основная цель — комплексная глубокая переработка всего товарного сельскохозяйственного сырья, производимого в крае. Около 80% от общего объема произведенных продуктов питания алтайские переработчики отправляют в другие регионы страны.

Основной вклад в формирование индекса производства пищевых продуктов вносят следующие рынки: мяса и мясопродуктов (19,8%), продуктов мукомольно-крупяной промышленности (13,8%), молочных продуктов (12,1%) и рынок производства напитков (9,7%). Также край является единственным регионом за Уралом, в котором производится сахар-песок [3].

В пищевой промышленности ведущими отраслями являются те, которые напрямую связаны с переработкой сельскохозяйственного сырья. Это мукомольно-крупяная, молочная, макаронная, сахарная, масложировая и мясная промышленность. Производство мукомольно-крупяной продукции в регионе осуществляют 100 мельниц и 60 предприятий вырабатывают крупу.

По объемам производства зерна и, в первую очередь, высококачественной пшеницы Алтайский край входит в первую пятерку регионов страны,

дает 86% от всего объема произведенной крупы Сибирского федерального округа и 25% от объема РФ.

На фоне сокращения объемов производства крупяной продукции в Сибири в крае наблюдается уверенный рост объемов ее выпуска. За последние 5 лет ее выработка увеличилась на 35%.

По общему объему производства крупы и продуктов зерновых для завтрака и прочих продуктов из зерновых культур Алтайский край держит первое место среди регионов России.

Алтайский край занимает ключевые позиции в России по производству гречневой крупы — 54% от российского рынка, овсяной крупы — 42%, ячневой и перловой — 25%, зерновых хлопьев — 19%. [6]

На протяжении последних 5 лет край также традиционно занимает 1-е место среди регионов СФО по производству молока. Молоко Алтайского края составляет в среднем 25% от производимого в СФО и 5% — от всего молока, производимого в России.

Крупными предприятиями пищевого производства в регионе являются ЗАО «Алейскзернопродукт им. С. Н. Старовойтова», ОАО «Мельник», ЗАО «Барнаульский молочный комбинат», ООО «Бочкаревский пивоваренный завод», ООО «Алтайхолод», ЗАО «Алтайская крупа», ОАО «Черемновский сахарный завод», ГК «Киприно», ООО «Юг Сибири», «Эвалар», холдинг «Алтайские Закрома».

Отличительной особенностью сельского хозяйства региона является существенный вклад хозяйств населения в общий объем произведенной продукции, что можно объяснить высокой долей сельского населения, большим количеством огороднических и дачных объединений.

Сельскохозяйственные организации края не имеют четкой специализации по производству животноводческой и растениеводческой продукции. На долю отрасли растениеводство приходится 53,5%, на долю животноводства — 46,5% в общей стоимости продукции сельского хозяйства. Эти отрасли обеспечивают сырьем предприятия перерабатывающей промышленности для производства продуктов питания.

В крае значительно увеличился экспорт растительного, соевого, подсолнечного, рапсового масла. Крупнейшим экспортером является алтайский холдинг ООО «Юг Сибири», около 25% производимой продукции и 2% российского экспорта растительного масла на рынки ближнего зарубежья: Монголия, Казахстан, Узбекистан, Китай, Таджикистан. Компания в сфере выпуска и реализации готовой продукции маслоэкстракционных заводов Алтайского края, каждый год поставляет более 120 тыс. тонн растительных масел [2].

Оценив конкурентоспособность товаров Алтайского производства в целом по стране, мы вы-

яснили, что вклад края в общий объем товаров обрабатывающего производства РФ составляет менее 1%.

Основное сравнение проводилось по рынкам обрабатывающих производств. Главным показателем служил объем отгруженных товаров собственного производства, на основании которого была рассчитана относительная доля рынка. Данная характеристика товаров выражает на конкретном рынке степень его предпочтения товару-аналогу. Этот показатель получил распространение благодаря Boston Consulting Group (BCG), разработавшей известную матрицу «доля рынка — рост рынка».

Такая формула позволяет определить позицию, занимаемую товарами на рынке, что в итоге отражает само понятие конкурентоспособности товаров как способности противостоять конкурентам, занимая и удерживая определенное место на конкретном рынке.

Проанализировав относительную долю анализируемых рынков Алтайского края по сравнению с лидерами по объему производства, мы сделали вывод, что отставание Алтайского края от основных конкурентов крайне велико:

- относительная доля продаж на рынке производства пищевых продуктов, включая напитки, и табака — 16,0%;
- относительная доля продаж на рынке производства машин, транспортных средств и оборудования — 6,2%;
- производство кокса и нефтепродуктов, химического производства, производства резиновых и пластмассовых изделий — 2,5%;
- металлургическое производство и производство готовых металлических изделий — 2,5%.

По объему отгруженных товаров собственного производства Алтайский край занимает 37-е место среди всех субъектов РФ. Доля региона в экспорте страны составляет менее 1% [1].

Основными причинами, ограничивающими конкурентоспособность товаров Алтайского края, являются недостаточный спрос на продукцию организации на внутреннем рынке, конкурирующий импорт, высокий уровень налогообложения, изношенность и отсутствие оборудования, неопределенность экономической ситуации, недоступность и высокий процент коммерческого кредита, недостаток финансовых средств и недостаток квалифицированных рабочих.

В качестве основной меры повышения конкурентоспособности товаров региона, согласно стратегии социально-экономического развития Алтайского края до 2025 г., выступает реализация органами государственной региональной власти кластерного подхода.

В Алтайском крае функционируют пять территориально-производственных кластеров. С 2016 г. промышленные предприятия — участники кластеров получают государственную поддержку в виде субсидирования до 50% затрат на реализацию совместных проектов в целях импортозамещения. Для успешной локализации в АПК необходимо применять территориально-отраслевое разделение труда. А именно, когда регион производит те виды продукции, которые он может наиболее продуктивно производить, что, в свою очередь, будет отображаться на темпах производства и качестве продукции, эффективность АПК будет расти.

Для эффективной реализации кластерной политики необходимо создать на федеральном уровне стратегию кластерного развития РФ, в которой будет сформирована система целей кластерной политики и конкретный механизм ее реализации. Необходимо централизовать систему управления кластерами, определить ответственность, цели и задачи институтов управления кластеризацией.

Преодоление технологической зависимости является первостепенной задачей, без модернизации производственных мощностей и повышения их эффективности невозможно повышение качества производимой продукции и увеличения качества. По данным Федеральной службы государственной статистики, степень износа основных фондов в России в сельском хозяйстве составил 42%, обрабатывающем производстве — 48%, а в Алтайском крае — 43 и 49% соответственно. Собственных средств у организаций АПК не хватает и происходит сокращение кредитования (13%). К возможным направлениям улучшения конкурентоспособности товаров Алтайского края может стать расширение инвестиционной деятельности.

В качестве источника получения инвестиций на территории края создаются ТОСЭР и технопарки. Считаю целесообразным привлекать инвесторов в пищевую и перерабатывающую промышленность. Инвестиционно привлекательны, на наш взгляд, следующие направления:

- разведение крупнорогатого скота мясного и молочного направлений, овцеводство, выращивание утки и индейки;
- выращивание овощей в открытом и закрытом грунте и их переработка;
- производство сахара и растительного масла;
- глубокая переработка сельскохозяйственной продукции и отходов сельскохозяйственного производства (крахмал, глюкоза, пектин, клетчатка, аминокислоты и др.);
- производство детского и функционального питания;
- производство мучных кондитерских изделий;

- производство премиксов и кормов для животных.
Необходимо инвестировать строительство новых комплексов по производству молока и мяса КРС, свиней, птицы, с перспективой на сбыт про-

дукции внутри страны и экспорт. Китай всерьез заинтересован продукцией алтайских производителей, но объемы поставок, необходимые китайской стороне, обеспечить имеющимися мощностями пока невозможно.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Внешняя торговля Российской Федерации (по данным таможенной статистики) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 20.11.2018).
2. Внешнеторговый оборот Алтайского края [Электронный ресурс]. URL: <http://akstat.gks.ru/> (дата обращения: 20.11.2018).
3. Ежегодный региональный доклад «Состояние и развитие конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Алтайского края в 2017 г.» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.econom22.ru/> (дата обращения: 20.11.2018).
4. Индекс промышленного производства РФ. URL Индекс промышленного производства РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 20.11.2018).
5. Итоги 2017 года: БАД. Маркетинговое агентство DSM Group [Электронный ресурс]. URL: <https://dsm.ru/> (дата обращения: 20.11.2018).
6. Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по виду экономической деятельности «Обрабатывающие производства» по субъектам Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 20.11.2018).
7. Официальный сайт некоммерческого партнерства «Алтайский кластер аграрного машиностроения» [Электронный ресурс]. URL: <http://kompozit22.ru/> (дата обращения: 20.11.2018).
8. Официальный сайт некоммерческого партнерства «Алтайский кластер энергомашиностроения и энергоэффективных технологий» (НП «АЛТЭК») [Электронный ресурс]. URL: <http://www.altayenergoklaster.ru/> (дата обращения: 20.11.2018).
9. Характеристика Алтайского края [Электронный ресурс]. URL: <http://www.econom22.ru/> (дата обращения: 20.11.2018).

REFERENCES

1. Foreign trade of the Russian Federation (according to customs statistics). URL: <http://www.gks.ru/>.
2. Foreign trade turnover of the Altai Region. URL: <http://akstat.gks.ru/>.
3. Annual regional report «The state and development of the competitive environment in the markets of goods, works and services of the Altai Region in 2017». URL: <http://www.econom22.ru/>.
4. The index of industrial production of the Russian Federation. URL: <http://www.gks.ru/>.
5. Results of 2017: BAA. Marketing Agency DSMGroup. URL: <https://dsm.ru>.
6. The volume of shipped goods of own production, performed works and services by the type of economic activity «Manufacturing» in the subjects of the Russian Federation. URL: <http://www.gks.ru/>.
7. The official website of the non-profit partnership «Altai agricultural machinery cluster». URL: <http://kompozit22.ru/>.
8. Official website of the non-profit partnership «Altai cluster of power engineering and energy efficient technologies»(NP «ALTEK»). URL: <http://www.altayenergoklaster.ru/>.
9. Characteristics of the Altai territory. URL <http://www.econom22.ru/>.

Поступила в редакцию: 15 февраля 2019 г.

Принята к печати: 30 апреля 2019 г.

ИМИТАЦИОННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРЕДЫНВЕСТИЦИОННОЙ ФАЗЫ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ПРОЕКТОВ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

С. П. Стерлягов¹, В. М. Патудин², М. В. Краснова³

¹Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия)

²Ассоциация СРО «Союз ЖКО Алтайского края» (Барнаул, Россия)

³Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (Барнаул, Россия)

Основным механизмом государственно-частного партнерства привлечения инвестиций в жилищно-коммунальное хозяйство является концессия. Механизм нуждается в доработке в части создания практических инструментов для подготовки и проведения концессионных конкурсов. Проблему предлагается решать на основе создания и использования имитационных (компьютерных) моделей деятельности предприятий жилищно-коммунального комплекса муниципальных образований. Данный подход позволяет выявить наиболее важные параметры экономики предприятий жилищно-коммунального комплекса, которые необходимо анализировать для достижения удовлетворительного финансово-экономического состояния предприятия в будущем. Это позволит выявить важнейшие цели развития предприятия и разработать план его стратегического развития с привлечением необходимых инвестиций. С помощью имитационного моделирования можно обосновать условия заключения концессионных соглашений инфраструктурных проектов реновации жилищно-коммунального комплекса. Рассмотрены основные этапы реализации предынвестиционной фазы инфраструктурных проектов с использованием имитационного моделирования.

Ключевые слова: инвестиционные проекты, жилищно-коммунальное хозяйство, муниципальные образования, привлечение инвестиций, концессия, имитационное моделирование, предприятия жилищно-коммунального комплекса.

IMITATION MODELING AS A TOOL FOR THE IMPLEMENTATION OF THE PRE-INVESTMENTAL PHASE OF INFRASTRUCTURE PROJECTS OF MUNICIPAL ENTITIES

S. P. Sterlyagov¹, V. M. Patudin², M. V. Krasnova³

¹Altai State University (Barnaul, Russia)

²Union of Housing and Communal Services of the Altai Region (Barnaul, Russia)

³I. I. Polzunov Altai State Technical University (Barnaul, Russia)

The main mechanism of public-private partnership to attract investment in housing and communal services is a concession. The mechanism needs to be improved in terms of creating practical tools for preparing and conducting concession competitions. The problem is proposed to be solved on the basis of the creation and use of imitation (computer) models of the activities of enterprises of the housing and communal complex of municipalities. This approach makes it possible to identify the most important economic parameters of enterprises in the housing and utilities complex, which must be analyzed in order to achieve a satisfactory financial and economic state of the enterprise in the future. This will make it possible to identify the most important goals of the enterprise's development and develop a plan for the strategic development of the enterprise with the attraction of the necessary investments. With the help of simulation modeling it is possible to justify the conditions for concluding con-

cession agreements for infrastructure projects for the renovation of the housing and utilities complex. The main stages of the implementation of the pre-investment phase of infrastructure projects using simulation.

Keywords: investment projects, housing and communal services, municipalities, investment attraction, concession, simulation modeling, enterprises of housing and communal complex.

.....

Анализ ситуации с привлечением частных инвестиций для реализации проектов реновации в сфере теплоснабжения муниципальных образований Алтайского края (далее — МО) убедительно продемонстрировал неготовность органов местного самоуправления к конструктивному взаимодействию с потенциальными частными инвесторами. Справедливости ради следует отметить, что такая ситуация характерна и для других регионов, а не только для Алтайского края. Однако очевидно, что частным инвестициям альтернативы нет.

Основным механизмом государственно-частного партнерства привлечения инвестиций в отрасль ЖКХ является концессия. Данный механизм требует доработки на региональном уровне в части создания практических инструментов для подготовки и проведения концессионных конкурсов. В Алтайском крае так и не появились полноценные специализированные инструменты — агентства инвестиционного развития, в том числе и в такой сложной сфере, как ЖКХ, которые и могли бы сыграть роль практических инструментов для подготовки, проведения концессионных конкурсов, роль региональных «проводников» частных инвестиций на сложном пути проработки и реализации инвестиционных проектов, в частности, проектов реновации в сфере теплоснабжения.

На современном этапе можно рассматривать как возможные разные подходы к реорганизации ЖКК МО. В статье [1] изложена схема управления ЖКК муниципального района, городского поселения, которая дает общее представление о ее структуре и принципах, положенных в основу. Естественно, новая структура ЖКК МО будет во многом определяться особенностями того рынка, который уже сложился на этой территории. Проводя модернизацию или открывая новые предприятия в сфере ЖКХ, нужно иметь четкое представление об объемах реализации коммунальных услуг, которые есть на сегодняшний день, и тенденциях их изменений. Количество имеющихся и перспективных потребителей будет определять входящие финансовые потоки для предприятия ЖКК, в частности, теплоснабжающей организации, которая в свете направленности реформы ЖКХ должна быть частной независимой компанией, нацеленной на получение дохода.

Существенные сложности в работе с потребителями для теплоснабжающей организации

представляют несколько объективно существующих в нашей стране факторов. Во-первых, тарифы на ЖКУ подлежат государственному регулированию, и органы государственной власти при установлении тарифов всегда стремятся снизить бремя платежей для населения, в том числе за счет сокращения доходности бизнеса. Во-вторых, существующая система расчетов за коммунальные услуги провоцирует формирование дебиторской задолженности. За большинство товаров население платит вперед либо в момент получения товара. Коммунальные же услуги населению предоставляются в долг, с расчетом за потребленные объемы в начале следующего месяца. В-третьих, сложившаяся система генерации, распределения и подачи тепла затрудняет работу с неплательщиками. Предотвратить получение услуг недобросовестными потребителями зачастую невозможно без ущемления прав аккуратных вносящих плату граждан или организаций. Кроме того, часть имеющих задолженность потребителей в муниципалитетах являются социально-значимыми объектами (детские сады, школы, больницы), отключение которых от теплоснабжения не только повлечет разбирательство со стороны прокуратуры РФ, но и окажет негативное влияние на имидж теплоснабжающей организации. В-четвертых, техническое состояние генерирующих мощностей и инженерных коммуникаций, доставшихся в наследство еще с советских времен, существенно ограничивает предприятия ЖКХ в наращивании объемов оказанных услуг.

Изменения на рынке ЖКХ на муниципальном уровне, являющемся самым близким к потребителю, назрели давно и анонсируются на всех уровнях власти, однако привлечение частного бизнеса, становление коммунального предпринимательства невозможно без тщательного анализа перспектив получения доходов с учетом всех существующих ограничений. Перевод организаций ЖКХ МО на предпринимательскую основу без реального использования рыночных аналитических инструментов чреват банкротствами и пустой тратой денег. А это, в свою очередь, отобьет желание прийти на это поприще у других инициативных предпринимателей и инвесторов, желающих вложиться в развитие ЖКХ.

Вариантов развития рынка ЖКХ МО на сегодняшний момент просматривается несколько. Мож-

но предоставить рынку возможность развиваться независимо, со стороны наблюдая, как на него приходят новые участники и, не видя поддержки и даже заинтересованности со стороны властей, покинуть его. А можно занять активную позицию и привлекать инвесторов, анализируя предложения предпринимателей по совершенствованию общей структуры коммунального хозяйства МО; можно создавать холдинги муниципальных районов или даже межрайонные объединения, учитывая соображения потенциальной доходности, которые в первую очередь интересуют инвесторов, и необходимость повышения качества оказываемых коммунальных услуг, что интересует потребителей. Центром холдинга должна стать районная управляющая компания, которая будет координировать работу микрокластера в ЖКХ МО, эффективно перераспределяя работы между предприятиями, входящими в кластер. Это будет реализацией современного кластерного подхода к развитию экономики региона [2–5].

Какой вариант развития ЖКХ МО предпочтителен в каждом конкретном случае? На этот вопрос можно ответить, только проанализировав все возможные варианты и рассчитав последствия принимаемых решений с помощью современных имитационных моделей, учитывающих факторы, важные для инвесторов, муниципальных властей и потребителей. Компьютерная реализация таких моделей позволяет многократно упростить и ускорить процедуру, а также повысить достоверность рассчитанных показателей и эффективность принимаемых на их основе решений¹.

¹ Метод имитационного моделирования представляет собой математическое описание динамических процессов. Имитационная модель воспроизводит функционирование системы посредством математической модели в компьютерном варианте. Реализовать ее можно, используя специальное программное обеспечение, например, AnyLogic [6]. Эта технология позволяет анализировать сложные динамические системы (предприятия, банки, отрасли экономики, регионы и т. д.). Выполнение имитационного моделирования проходит в два этапа — построение набора имитационных моделей и расчет их итоговых показателей. Наиболее эффективно использование имитационного моделирования, основанного на сценарном подходе, позволяющем проводить многовариантный ситуационный анализ исследуемой системы. Сценарий — это набор значений исходных показателей, иллюстрирующих возможное состояние анализируемой системы. Применение сценарного имитационного моделирования дает возможность строить эффективные системы поддержки принятия решения (СППР), которые способны решать следующие задачи:

- прогнозирование и анализ последствий управленческих решений;
- исследование эффективности и сравнение принимаемых мер;
- выбор либо построение оптимального решения.

Использование современных имитационных методов для анализа разных вариантов развития ЖКХ МО можно начать с уровня конкретного предприятия. Отправной точкой при принятии решений является построение модели функционирования компании. Поскольку имеется заинтересованность инвестора в получении предприятием прибыли, то центральное место в модели должны занять финансовые показатели, которые характеризуют нынешнее состояние предприятия и позволят сделать прогноз его дальнейшего развития с выходом на определенный размер прибыли. Проведение имитационных расчетов при разном наборе управленческих решений с помощью таких моделей позволит определить направление развития предприятия в условиях сохранения имеющихся трендов в его работе и в условиях существенных изменений. Сопоставление итоговых показателей моделирования, полученных по каждому сценарию, дает возможность инвестору определиться с набором мер, которые он может и должен предпринять для обеспечения доходности бизнеса (т. е. предприятия ЖКХ МО), если будет принято положительное решение об инвестировании.

Для построения модели деятельности теплоснабжающей организации нужно использовать данные управленческого и бухгалтерского учета. Однако, учитывая особенности ведения бухучета в РФ и возможность отсутствия упорядоченного управленческого учета на предприятиях ЖКХ МО, инвестор может столкнуться с неполнотой или даже недостоверностью представляемой информации, особенно учитывая заинтересованность концедента (муниципального образования) в согласии инвестора на участии в проекте. Поэтому в качестве исходных данных для построения модели нужно привлечь также результаты аудиторских проверок, экспертные оценки реально знакомых с ситуацией на предприятии специалистов. В некоторых случаях инвестору необходимо настаивать на проведении на этапе подготовки концессионного соглашения независимых технологических и финансово-экономических экспертиз предприятий теплоснабжения, являющихся объектами соглашений.

Имитационное моделирование повсеместно используется при подготовке различных инвестиционных проектов и достаточно хорошо известно специалистам, которые выполняют экономические расчеты в рамках стратегического планирования. Принятие решений по инвестированию в предприятия ЖКХ МО также должно быть подкреплено построением имитационных моделей, для чего используются различные средства компьютерного моделирования (например, Project Expert и др.). Компьютерные технологии имитаци-

онного моделирования позволят учесть и связать различные факторы, влияющие на функционирование теплоснабжающей организации, в том числе и те, которые выступают внешними ограничениями, как уровень тарифов. Имитационная модель позволит также отразить влияние всех важных аспектов работы предприятия на уровень финансовых показателей фирмы, актуальных для инвестора. На базе построенной модели возможно строить различные сценарии развития предприятия (его вывода из кризиса) и сразу видеть результаты, которых оно может добиться. Фактически выполненные сценарные расчеты должны лечь в основу стратегического плана развития предприятия ЖКХ МО, показать целесообразность и эффективность заключаемого концессионного соглашения о государственно-частном партнерстве, его выгодность для всех участников. Такой подход к подготовке соглашений позволит избежать впоследствии многих проблем в развитии теплоснабжающего предприятия. Решения, которые будут приняты с учетом результатов имитационного компьютерного моделирования, будут более взвешенными, обоснованными, что делает этот этап в работе над концессионным соглашением необходимым [6].

Имитационное моделирование позволит увидеть последствия влияния тарифной политики муниципального образования на финансовое состояние предприятия. Это является ключевым фактором успешности многих проектов для предприятий ЖКХ МО, поскольку традиционный подход к финансированию коммунальных организаций из бюджета на основе технико-экономических обоснований, содержащих преимущественно сведения о затратах на реализацию проекта, не дает представления о доходах инвестора. Доходность предприятия объекта концессионного соглашения ключевое условие возможности государственно-частного партнерства в сфере ЖКХ. Его необходимо учитывать при разработке долгосрочных программ развития ЖКХ МО.

Реализация прединвестиционной фазы проектов реновации в сфере теплоснабжения муниципальных образований включает следующие этапы:

1. Проведение обследования системы теплоснабжения с целью актуализации данных существующей схемы теплоснабжения муниципального образования.

2. Разработка ТЭО проекта реновации системы теплоснабжения на основе актуализированных данных схемы теплоснабжения муниципального образования.

3. Разработка финансовой модели проекта реновации системы теплоснабжения муниципального образования.

4. Проведение сценарного анализа с целью оценки влияния основных факторов на показатели эффективности инвестиционного проекта (NPV, IRR, DPB, PI), с учетом различных вариантов участия частного инвестора в проекте. Для создания имитационной финансовой модели и проведения сценарного анализа, анализа чувствительности показателей эффективности инвестиционного проекта на первом этапе достаточно использовать известный инструмент в среде аналитиков — Project Expert.

5. Оптимизация существующей схемы теплоснабжения муниципального образования. Возможны два варианта проведения оптимизации:

- оптимизация на основе экспертных оценок с использованием актуальных данных схемы теплоснабжения муниципального образования, ТЭО, результатов имитационного финансового моделирования;
- создание электронной модели схемы теплоснабжения муниципального образования с использованием специализированных инструментальных средств, например, геоинформационной системы Zulu компании «ПолиTERM», с целью решения задачи оптимизации.

6. Разработка технико-экономического обоснования проекта реновации системы теплоснабжения на основе оптимизированной схемы теплоснабжения муниципального образования.

7. Разработка финансовой модели проекта реновации системы теплоснабжения муниципального образования на основе оптимизированной схемы теплоснабжения.

8. Проведение сценарного анализа с целью оценки влияния основных факторов на показатели эффективности проекта (NPV, IRR, DPB, PI), с учетом различных вариантов участия в нем частного инвестора в случае использования решений оптимизированной схемы теплоснабжения.

9. Подготовка конкурсной документации на проведение концессионного конкурса по реализации проекта реновации системы теплоснабжения муниципального образования.

На современном этапе развития ЖКХ МО органы государственной власти должны демонстрировать гибкость и понимать, что привлечение инвестором должно быть сопряжено с удовлетворением их заинтересованности в получении дохода. Они должны сознавать необходимость со своей стороны обеспечить инвестора полной и достоверной информацией об объекте концессионного соглашения, быть способными предложить инвестору лучшие условия для вложения средств в развитие ЖКХ МО. Инструментом, который может помочь реализации этих сложных задач, служит именно имита-

ционное моделирование, способное стать основой для построения прогнозов и стратегических планов развития всего коммунального комплекса МО.

В Алтайском крае указом Губернатора Алтайского края от 12 марта 2019 г. № 39 «О проектной деятельности в Алтайском крае» [7] утверждено положение об организации проектной деятельности в органах исполнительной власти Алтайского края. Следует отметить, что формат организации проектной деятельности региональных органов исполнительной власти направлен на решение задач по реализации национальных проектов в соответствии с указом Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Фе-

дерации на период до 2024 года» [8] и пунктом 2 постановления Правительства Российской Федерации от 31.10.2018 № 1288 «Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации» [9].

К сожалению, предлагаемый формат работы региональных проектных офисов не решает вопросов управления инвестиционными проектами в сфере ЖКХ с участием частных инвесторов в рамках государственно-частного партнерства. Поэтому проблема создания специализированных инструментов инвестиционного развития ЖКХ с участием частных инвесторов с целью реализации инфраструктурных проектов по-прежнему актуальна.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Патудин В. М., Целищев Н. И. Оптимизация системы управления муниципальным жилищно-коммунальным комплексом // Экономика Алтайского края. 2008. № 4 (8). С. 94–97.
2. Патудин В. М., Целищев Н. И., Юртайкин Е. А. О создании кластера ЖКХ // Экономика Алтайского края. 2010. № 2 (14). С. 25–30.
3. Патудин В. М., Целищев Н. И. Об инструментах формирования и реализации комплексной программы модернизации и реформирования жилищно-коммунального хозяйства // Экономика Алтайского края. 2011. № 3 (19). С. 5–10.
4. Патудин В. М., Соколов С. А. Информационные технологии в инвестиционном менеджменте ЖКХ муниципальных образований // Вестник Алтайской науки. 2013. № 2–1. С. 94–97.
5. Патудин В. М., Стерлягов С. П. Актуальные вопросы информатизации ЖКХ // Ползуновский вестник. 2013. № 2. С. 209–214.
6. Карпов Ю. К. Имитационное моделирование систем. Введение и моделирование с AnyLogic. СПб.: БХВ-Петербург, 2005. 400 с.
7. Указ Губернатора Алтайского края от 12 марта 2019 г. № 39 «О проектной деятельности в Алтайском крае» // СПС «Гарант» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/hotlaw/altai/1264960/> (дата обращения: 14.04.2019).
8. Указ Президента РФ от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bigpowernews.ru/research/docs/document83509.phtml/> (дата обращения: 14.04.2019).
9. Постановление Правительства РФ от 31 октября 2018 г. № 1288 «Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации» // СПС «Гарант» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71993040/> (дата обращения: 14.04.2019).

REFERENCES

1. Patudin, V. M. & Tselishchev, N. I. (2008) Optimization of the municipal housing and utilities complex management system. *Economy of Altai Krai*, 4 (8), 94–97 (in Russian).
2. Patudin, V. M., Tselishchev, N. I., Yurtaykin, E. A. (2010). On the creation of a cluster of housing and communal services. *Economy of Altai Krai*, 2 (14), 25–30 (in Russian).
3. Patudin, V. M. & Tselishchev, N. I. (2011). On the tools for the formation and implementation of a comprehensive program of modernization and reform of housing and communal services *Economy of Altai Krai*, 3 (19), 5–10 (in Russian).
4. Patudin, V. M. & Sokolov, S. A. (2013). Information technologies in the investment management of housing and communal services of municipalities. *Bulletin of Altai science.*, 2–1, 94–97 (in Russian).
5. Patudin, V. M. & Sterlyagov, S. P. (2013) Actual issues of informatization of housing and communal services. *Polzunovsky Vestnik*, 2, 209–214 (in Russian).

6. Karpov Yu. K. (2005) Simulation systems. Introduction and modeling with AnyLogic. St. Petersburg, 400 (in Russian).

7. Decree of the Governor of the Altai Region of March 12, 2019 No. 39 «On Project Activities in the Altai Region». URL: <https://www.garant.ru/hotlaw/altai/1264960/>.

8. Presidential Decree of 07.05.2018 No. 204 «On the national goals and strategic objectives of the development of the Russian Federation for the period up to 2024». URL: <http://www.bigpowernews.ru/research/docs/document83509.phtml/>.

9. Resolution of the Government of the Russian Federation of October 31, 2018 No. 1288 «On the organization of project activities in the Government of the Russian Federation». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71993040/>.

Поступила в редакцию: 18 апреля 2019 г.

Принята к печати: 21 мая 2019 г.

ПОДГОТОВКА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ И ПРОГРАММ АЛТАЙСКОГО КРАЯ В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

В. Н. Стрижкина, И. В. Стрижкина, Л. А. Капустян

Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия)

В рамках реализации Указа Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации» тема статьи является весьма актуальной. В ней рассматриваются основные направления участия Алтайского края в реализации национальных проектов. Особое внимание уделено приоритетным направлениям развития края.

Одна из основных задач — увеличение доли и объема несырьевого экспорта. Авторами рассмотрены возможные направления реализации регионального проекта края по развитию данного направления, а также механизм государственной поддержки товаропроизводителей края. Изучены направления реализации национальных проектов в области агропромышленного комплекса. Рассмотрены основные мероприятия в рамках отдельных национальных проектов по государственной поддержке, в частности, механизмы поддержки участников национального проекта «Производительность труда и поддержка занятости».

Ключевые слова: национальные проекты, региональные программы, государственная поддержка, приоритеты развития, бюджет края.

PREPARATION OF REGIONAL PROJECTS AND PROGRAMS OF THE ALTAI TERRITORY IN THE FRAMEWORK OF NATIONAL PROJECTS

V. N. Strizhkina, I. V. Strizhkina, L. A. Kapustyan

Altai State University (Barnaul, Russia)

As a part of the implementation of the Presidential Decree of the Russian Federation dated May 7, 2018 No. 204 “On the national goals and strategic objectives of the development of the Russian Federation”, the article is highly relevant. The article discusses the main areas of participation of the Altai Region in the implementation of national projects. Particular attention is paid to the priority areas of the development of the region. One of the main tasks is to increase the share and volume of non-primary exports. The authors consider on the possible directions for the implementation of a regional project for the development of the area. The article also discusses the mechanism of state support for commodity producers of the region, as well as the directions of national projects implementation in the field of agro-industrial complex. The main activities in the framework of individual national projects on state support are also considered, particularly, the mechanisms of supporting the participants of the national project “Labor productivity and employment support”.

Keywords: national projects, regional programs, state support, development priorities, the regional budget.

В рамках реализации Указа Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации» федеральный бюджет запланировал на 2019 г. 5,7 трлн

рублей на 12 национальных проектов и 67 федеральных проектов [1].

Глава государства на большой пресс-конференции 20 декабря 2018 г., говоря о реалистичности реализации нацпроектов, подчеркнул, что сейчас

«Необходимо прыгнуть в новый технологический уклад. Для этого нужно сконцентрировать имеющиеся ресурсы на определенных целях. Просто так раздать деньги 20,8 трлн рублей нельзя, их необходимо сформировать в программных документах» [2].

Указанная сумма средств распределена на 6 лет, до 2024 г. Несмотря на то, что эти деньги в основном федеральные, значительная часть работы будет вестись в регионах, так как не менее 45–50% планируемых в рамках национальных проектов мероприятий относятся к полномочиям субъектов РФ.

Так, в рамках майских указов к 2024 г. экспорт сельскохозяйственного сырья и продовольствия из Алтайского края предполагается увеличить в 2,7 раза. Такой взрывной рост предусматривает паспорт регионального проекта «Экспорт продукции АПК». Проект разработан в рамках реализации национального проекта «Международная кооперация и экспорт». Основная цель регионального проекта — экспорт продукции АПК (в стоимостном выражении) с 185,8 млн долл. США по итогам 2017 г. до 501 млн долл. США к концу 2024 года [3].

Увеличение доли и объема несырьевого экспорта — одна из основных задач промышленности страны. В рамках действующих инструментов поддержки эту задачу невозможно решить. Поэтому край приступил к реализации регионального проекта по развитию данного направления. Проект предусматривает разработку новых видов поддержки экспортеров. Они должны дополнять усилия федеральных органов власти, учитывать специфику Алтайских предприятий.

Отдельное поручение всем без исключения органам власти дано в курируемых сферах с учетом того, что в крае отставание от других регионов по этому показателю существенное. Поэтому здесь наблюдается и нехватка квалифицированных кадров, и текучесть персонала на предприятиях, что сказывается непосредственно на производительности труда.

К концу 2018 г. ситуацию в региональной промышленности можно оценить как стабильную. Среди наиболее успешно развивающихся отраслей промышленности выделяются вагоностроение, машиностроение, электромашиностроение, производство электрооборудования. Сохранили стабильные показатели работы производители сельхозмашин. Выпуск техники сохраняется на уровне 2017 г.

Со значительной положительной динамикой работают предприятия, производящие одежду. Выпуск их продукции повысился в 1,5 раза. Данный показатель в первую очередь связан с работой таких крупных предприятий, как БМК «Меланжист Алтая» и обособленного подразделения компании

«БТК групп» в Барнауле. Последнее предприятие получило через головную организацию государственный заказ Министерства обороны РФ на выпуск постельного белья и спецодежды.

На экономику Алтайского края в 2018 г. отрицательно влияли продолжающиеся американские санкции. Они прежде всего негативно отразились на экспортоориентированных отраслях. В этом плане реальная угроза санкционного давления сказывается на «Алтай-коксе», который как напрямую поставляет свою продукцию за границу, так и снабжает Новолипецкий металлургический комбинат, который поставляет тонкий металлический лист в США.

В западные страны часть своей продукции поставляет другое экспортоориентированное предприятие «Кучук-сульфат». Есть риски и у алтайских предприятий оборонно-промышленного комплекса.

Поставленная задача экономического удешевления России в условиях жесткого давления может быть выполнена при недостаточном приоритете промышленности как главной силы развития страны. Очевидно, что современная наука и образование, цифровая экономика и новые технологии могут полномасштабно работать на страну только при наличии самостоятельной национальной промышленности.

Минэкономразвития России рассмотрело заявки 15 регионов, которые представили свои региональные программы по повышению производительности труда. Отбор производился на конкурсной основе по двум критериям: потенциал экономики региона с точки зрения роста производительности труда в несырьевых отраслях и качество подготовленной региональной программы.

Участники национального проекта «Производительность труда и поддержка занятости» получают доступ к специальным мерам поддержки на федеральном уровне: льготным займам на техническое перевооружение под 1%, льготным кредитам, грантам на НИОКР до 300 млн руб. от фонда «Сколково», экспортному акселератору. Кроме того, предприятия, участвующие в проекте, могут воспользоваться поддержкой в оптимизации производственных процессов, выходе на новые рынки сбыта, а также в переобучении сотрудников по лучшим методологиям повышения производительности. Для успешной реализации и координации этой работы в регионе будет создана необходимая организационная структура — проектный офис и управляющий комитет, в который войдут представители органов власти, отраслевых объединений и ведущих предприятий.

В 2019 г. Алтайский край включился в реализацию национальных проектов в области агропро-

мышленного комплекса. Началась реализация двух проектов — «Создание системы поддержки фермеров и развитие кооперации» и «Экспорт продукции АПК» [4].

По предварительной информации краю на реализацию проекта по поддержке фермеров и кооперации в 2019 г. будет выделено около 68 млн руб. Средства направят на создание хозяйств начинающих фермеров. Максимальная сумма гранта — до 3 млн рублей, но не более 90% понесенных затрат [4]. Также запланирована поддержка кооперативов — будет возмещаться до 50% затрат на приобретение сельхозживотных, оборудования. Предусмотрена компенсация кооперативам части затрат, связанных с логистикой [4].

Финансовая поддержка в 2019 г. заложена на развитие сельского хозяйства и в бюджете края. Поддержка сохранится по основным направлениям: оказание несвязанной поддержки в размере 830,1 млн рублей, субсидии на повышение молочной продуктивности — 267,3 млн руб., единая субсидия — 798,3 млн руб. В качестве приоритетных направлений сохраняются элитное семеноводство, племенное животноводство, молочное и мясное скотоводство, малые формы хозяйствования.

Увеличены расходы на техническое перевооружение сельскохозяйственного производства на 28,8 млн руб. В целом расходы на данную статью составят в 2019 г. 192,3 млн руб.

В бюджете Алтайского края на 2019 г. также предусмотрено 1,9 млрд руб. на устойчивое развитие сельских территорий. Значительно увеличится объем государственной поддержки, направленной на улучшение жилищных условий граждан, проживающих в сельской местности, ее объем составит свыше 830 млн руб. Поддержку получают 600 сельских семей, тогда как в предыдущие годы их число было на уровне 100. Выделены и масштабные по мерам предыдущих лет субсидии на обеспечение жильем молодых специалистов для решения проблем кадрового дефицита на селе.

В 2018 г. в Алтайском крае был взят курс и на льготное кредитование АПК или дешевые кредиты для аграриев. ПАО «Сбербанк» в этом году выдал сельхозтоваропроизводителям Алтайского края 480 кредитов на сумму более 6,5 млрд рублей — вдвое больше, чем в 2017 г.

Из общего объема кредитов почти половина — это кредиты, выданные сельхозтоваропроизводителям. В свете ситуации, сложившейся в последнее время в сельском хозяйстве (перепроизводство зерна, рост цен на ГСМ), доступные кредиты — большое подспорье.

Чтобы получить оборотные средства на удовлетворение сезонных нужд — закупку ГСМ, кормов, ремонт техники, 333 предприятия малых форм хо-

зяйствования получили в 2018 г. кредиты в рамках программы Министерства сельского хозяйства РФ на сумму более 1,8 млрд руб. По линии Минпромторга РФ сельхозтоваропроизводители смогли получить кредиты на покупку сельхозтехники по льготной ставке.

Поскольку агропромышленный комплекс с 2019 г. переходит на экспортную модель развития с помощью федерального национального проекта «Экспорт продукции АПК». Правительство РФ поставило задачу перед отраслью увеличить экспорт продукции почти в два раза к 2024 г., с имеющихся 20 млрд долл. до 45 млрд долл.

Стимулировать экспорт предполагается через развитие конкурентоспособной продукции, которая должна быть востребована на внешних рынках. И здесь велика роль ПАО «Сбербанк», который предлагает продукты для повышения экспортного потенциала регионов. Предложения будут востребованы и сельхозтоваропроизводителями Алтайского края и полезны в поисках новых партнеров и в сопровождении экспортных сделок.

Для того чтобы сделать более эффективной Стратегию развития сельских территорий России, и в частности Алтайского края, где более 40% населения проживает в сельской местности, Председатель АКЗС А. Романенко предложил создать новый (тринадцатый) национальный проект устойчивого развития сельских территорий. Эту идею спикер краевого парламента озвучил в Москве на заседании Совета законодателей РФ, где он возглавляет комиссию по аграрно-продовольственной политике, природопользованию и экологии.

По его мнению, меры, которые с помощью нацпроекта будут направлены на развитие дорожной инфраструктуры, социальной сферы, производства, занятости и кадрового обеспечения российского села, сопоставимые с аналогичными мерами в отношении городских агломераций, помогут вывести российское село на качественно новый уровень.

Но предварительно следует принять государственную программу комплексного развития сельских территорий в ряде регионов, а затем обратиться к руководству страны, чтобы госпрограмма стала основой нового национального проекта.

В настоящее время «Устойчивое развитие сельских территорий» реализуется до 2020 года в рамках подпрограммы. Если же будет принято положительное решение о переводе ее в федеральную программу с более длительными сроком работы, то ее статус будет гарантировать повышенное внимание со стороны федеральных органов и будут выделены дополнительные финансовые средства на развитие села.

На заседании Совета при Губернаторе Алтайского края по стратегическому развитию и прио-

ритетным проектам в конце декабря 2018 г. было определено: из 67 федеральных проектов, реализация которых предусмотрена национальными приоритетами, Алтайский край примет участие как минимум в 52 и продолжит работу по возможному включению в другие проекты. Стратегия социально-экономического развития Алтайского края до 2025 года будет скорректирована с учетом реализации 12 национальных проектов, которые обозначил Президент России В. В. Путин.

Кроме трех национальных приоритетов, связанных с экономикой: производительность труда и поддержка занятости, международная кооперация и экспорт и малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы, международной кооперацией и экспортом — Алтайский край принимает активное участие и в других федеральных проектах, реализация которых предусмотрена национальными приоритетами.

Например, на реализацию национального проекта «Демография» в крае направят более 35 млрд руб. Проект включает в себя пять региональных направлений: финансовую поддержку семей при рождении детей, содействие занятости женщин — создание условий дошкольного образования для детей в возрасте до трех лет, системную поддержку качества жизни граждан старшего поколения, спорт — норма жизни, укрепление общественного здоровья. Часть финансирования, а именно 10 млрд 570 млн руб., будет направлена из краевого бюджета [5].

В условиях сложной демографической ситуации за счет национального проекта «Демография» в регионе должны решаться задачи роста рождаемости, снижения смертности, обучения мам, находящихся в декрете, содействие занятости молодых матерей, ожидаемой продолжительности здоровой жизни до 67 лет и доли граждан, ведущих здоровый образ жизни.

В связи с реализацией нацпроекта «Демография» в приоритете оказываются детские сады и возвращаются в жизнь ясли. До 2025 г. на Алтае планируется полностью закрыть вопрос очередности в ясельные группы детей с двух месяцев. План на 2019 г. — ввести в строй 10 новых детских садов-яслей.

Впервые культура на федеральном уровне выведена в национальный проект, что повышает статус и отрасли, и отраслевого ведомства. В крае проходит формирование региональной составляющей национального проекта. Ряд направлений будет поддерживаться федеральными средствами, другие будут реализовываться на средства региона и муниципалитетов. В составе регионального национального проекта — три федеральных: «Культурная среда», «Творческие люди» и «Цифровая культура».

В рамках рассчитанной на шесть лет национальной программы «Цифровая экономика» в Алтайском крае составлена своя программа действий. В ней выделено шесть основных направлений. Важное среди них — нормативно-правовое регулирование, что в свою очередь, позволит систематизировать правила игры, по которым информационные технологии должны работать не только на уровне страны, но и в регионе. Это касается законодательного положения ИТ-компаний, налоговых преференций для них, определения статуса электронных баз данных. Учитывая, что в настоящее время информация — один из самых главных ресурсов, необходимо определить ее место и в нормативно-правовом поле.

Не менее значимое направление в данной программе действий — информационная инфраструктура. В крае будет стимулироваться ее развитие для того, чтобы подключить к высокоскоростному Интернету как можно больше сельских территорий, и в первую очередь — ФАПы, школы, медицинские учреждения, пункты пожарной охраны, органы власти. Если эти объекты будут в единой информационной сети, то их работники смогут получать цифровые услуги, обмениваться данными.

В настоящее время уделяется большое внимание продвижению в села сотовой связи и развитию там мобильного Интернета. За 2018 г. более 50 населенных пунктов края получили к нему доступ. Это ускоряет социальные и экономические процессы на территории. Однако остается еще много сел, где такой услуги нет. Поэтому и предполагается в дальнейшем стимулировать мобильных операторов, региональных провайдеров, чтобы они продолжали экспансию своих услуг в села. Учитывая, что в крае 1607 населенных пунктов, завести Интернет в них — достаточно сложная, но при этом выполнимая задача при условии, что краевая программа цифровизации будет утверждена в федеральном правительстве в рамках федерального проекта «Цифровые технологии».

Оператором финансовых средств, выделяемых на развитие инфраструктуры, определено Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. Министерству цифрового развития Алтайского края поручена координационная функция.

По другим направлениям в настоящее время согласовываются бюджеты. Для Алтайского края в рамках обозначенной федеральной программы важно добиваться финансирования проектов, направленных на цифровизацию сельского хозяйства. Предполагается, что средства будут выделяться в виде грантов. Поэтому алтайские компании, чтобы получить необходимое финансирование, должны будут участвовать и побеждать в конкурсах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» // СПС «Гарант» [Электронный ресурс]. URL: <https://garant.ru> (дата обращения: 26.04.2019).
2. Путин В. В.: реализация нацпроектов станет прорывом для России [Электронный ресурс]. URL: https://fingazeta.ru/ekonomika/rossiyskaya_ekonomika/453206/ (дата обращения: 26.04.2019).
3. К 2024 году экспорт продукции АПК из Алтайского края намерены увеличить в 2,7 раза [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ap22.ru/paper/K-2024-godu-export-produktsii-APK-iz-Altayskogo-kрая-namereny-uvlichit-v-2-7-raza.html> (дата обращения: 26.04.2019).
4. Начинающим фермерам в Алтайском крае дадут до 3 млн рублей на создание фермерских хозяйств-стартапов [Электронный ресурс]. URL: <http://nzd22.ru/2018/12/12/nachinayushhim-fermeram-v-altajskom-krae-dadut-do-3-mln-rublej-na-sozdanie-fermerskix-xozyajstv-startapov/> (дата обращения: 26.04.2019).
5. На реализацию национального проекта «Демография» в регионе направят более 35 миллиардов рублей [Электронный ресурс]. URL: <http://r-storona.ru/2018/12/24/na-realizaciyu-nacionalnogo-proekta-demografiya-v-regione-napravyat-bolee-35-milliardov-rublej/> (дата обращения: 26.04.2019).

REFERENCES

1. Presidential decree of may 7, 2018 № 204 «On national goals and strategic objectives of the Russian Federation for the period up to 2024». *The GARANT system*. URL: <https://garant.ru>.
2. V. Putin: the implementation of national projects will become a breakthrough for Russia. URL: https://fingazeta.ru/ekonomika/rossiyskaya_ekonomika/453206/.
3. By 2024, exports of agricultural products of the Altai territory intends to increase 2.7 times. URL: <https://www.ap22.ru/paper/K-2024-godu-export-produktsii-APK-iz-Altayskogo-kрая-namereny-uvlichit-v-2-7-raza.html>.
4. Novice farmers in the Altai region will be given up to 3 million rubles to create start-up farms. URL: <http://nzd22.ru/2018/12/12/nachinayushhim-fermeram-v-altajskom-krae-dadut-do-3-mln-rublej-na-sozdanie-fermerskix-xozyajstv-startapov/>.
5. More than 35 billion rubles will be allocated for the implementation of the national project «Demography» in the region. URL: <http://r-storona.ru/2018/12/24/na-realizaciyu-nacionalnogo-proekta-demografiya-v-regione-napravyat-bolee-35-milliardov-rublej/>.

Поступила в редакцию: 28 апреля 2019 г.

Принята к печати: 20 мая 2019 г.

СТРАТЕГИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ АЛТАЙСКОГО КРАЯ ДО 2035 г.: ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ¹

А. Я. Троцкий^{1,2}, Л. В. Родионова¹, А. М. Сергиенко^{1,3}

¹Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН (Новосибирск, Россия)

²Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия)

³Алтайский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Барнаул, Россия)

Изложены результаты экспертизы проекта «Стратегия социально-экономического развития Алтайского края до 2035 г.». Авторами дана оценка проекта в целом и его отдельных разделов. Выделены достоинства и отдельные недостатки проекта. Предложена новая структура документа. Даны аргументированные предложения по совершенствованию каждого из разделов проекта стратегии.

Ключевые слова: агропромышленный регион, Алтайский край, пространственное развитие, стратегия, социально-экономическое развитие, стратегические задачи, целевые ориентиры и показатели.

STRATEGY FOR SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE ALTAI KRAI UP TO 2035: EXPERT ASSESSMENT AND PROPOSALS TO IMPROVE

A. Ya. Trotskovsky^{1,2}, L. V. Rodionova¹, A. M. Sergienko^{1,3}

¹ Institute of Economics and Industrial Engineering, Siberian branch of the Russian Academy of Sciences (Novosibirsk, Russia)

² Altai State University (Barnaul, Russia)

³ Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Altai branch (Barnaul, Russia)

The results of the examination of the draft “Strategy for socio-economic development of the Altai Krai up to 2035” are presented. The authors assess the draft strategy as a whole, as well as its individual sections. The advantages and shortcoming of the draft are highlighted. A new structure of the document is proposed. The reasoned proposals for improving each of the sections of the draft strategy are given.

Keywords: agro-industrial region, the Altai Krai, spatial development, strategy, socio-economic development, strategic objectives, targets and indicators.

Введение. Формирование стратегий регионального развития как инструмента территориального управления привлекает к себе

все большее внимание не только научной общественности, но и представителей власти, а также хозяйствующих субъектов.

В центре дискуссии — два ключевых вопроса: 1) насколько правомерна сама идея долгосрочного стратегирования регионального развития в условиях нестабильности экономики и роста неопределенности ее перспектив; 2) каким образом суметь перевести стратегию регионального раз-

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ. Научный проект № 18-010-00710. «Системные трансформации в агропромышленных регионах с различным центропериферийным положением в контексте развития территориально-отраслевой структуры экономики России».

вития с рельсов по преимуществу имиджевого инструмента в инструмент региональной политики.

С нашей точки зрения, формирование стратегии регионального развития, несмотря на все сложности и ограничения на этом пути, должно быть продолжено. Но с учетом упомянутых ранее дискуссионных вопросов качество стратегирования должно быть иным. Акцент в стратегии, на наш взгляд, должен быть сделан не столько на формировании индикативных показателей, сколько на осмыслении сегодняшней и перспективной ситуации в области межрегиональной конкуренции и диктуемых ею вызовов. Центральная проблема стратегирования — модернизация экономики и обусловленные ею структурные сдвиги.

Для региональных органов власти, в частности, потребуется переосмыслить накопленный опыт стратегического управления, критически оценить эффективность предпринимаемых в данном направлении усилий со стороны управления, осознать всю глубину имеющихся в крае внутренних ограничений и накопленных десятилетиями проблем. Вряд ли это удастся сделать без сотрудничества и опоры на науку.

В Алтайском крае в настоящее время идет широкое обсуждение проекта «Стратегия социально-экономического развития Алтайского края до 2035 г.»¹. Свою лепту в этот процесс внесли и сотрудники Лаборатории социально-экономических исследований Алтайского края ИЭОПП СО РАН. Подготовленные ими материалы легли в основу настоящей публикации.

Общая оценка проекта Стратегии. Представленная на экспертизу «Стратегия социально-экономического развития Алтайского края до 2035 г.» в целом, на наш взгляд, отвечает требованиям, предъявляемым к документам подобного рода. В проекте Стратегии нашли отражение основные разделы, раскрывающие имеющийся потенциал региона, определены стратегические приоритеты и целевые ориентиры социально-экономического развития края, охарактеризованы возможные варианты и обоснован выбор целевого сценария развития региона, отвечающего, с одной стороны, требованиям амбициозности, а с другой — реальности. Сделанный авторами Стратегии выбор, с учетом фактора неопределенности в развитии экономики, представляется нам в главных своих чертах обоснованным и правильным.

Проект Стратегии опирается на материалы стратегических документов федерального уровня,

приоритетные национальные проекты, а также целевые региональные программы Алтайского края. Обобщены и описаны тенденции развития различных отраслей и сфер Алтайского края, уровень и динамика которых представляют в основном его перспективы.

Вместе с тем относительно высоко оценивая работу авторского коллектива в целом, нельзя не обратить внимание на различную степень проработки ключевых разделов Стратегии. Очевидно, что работа выполнялась разными коллективами, координация деятельности которых традиционно была и остается слабым механизмом стратегирования (не только в крае, но и в других регионах). Межведомственное размежевание породило, на наш взгляд, многочисленные повторы, нестыковки и противоречия между разделами и внутри них, на частичной характеристике которых мы остановимся далее.

Рассматриваемый документ логически не всегда выверен, некоторые исключительно важные проблемы развития Алтайского края в нем недостаточно отражены или совсем теряются. Так, «Экология», «Жилье и благоустройство» вынесены за рамки раздела «Качество жизни»; доходы, производительность труда, миграционный отток населения упоминаются лишь вскользь, а проблемы развития строительства, формирования межрегиональных связей практически не отражены. Вопросы развития отдельных секторов экономики и социальной сферы разбросаны по разным разделам Стратегии, что не позволяет сформировать целостное представление об их состоянии, динамике развития, ключевых рисках и способах их ограничения. К примеру, развитие демографической сферы рассматривается при подведении итогов Стратегии-2025, оценке демографического потенциала, определении роли и места Алтайского края в Российской Федерации, сценариях развития, качестве жизни и др.

Учитывая вышеизложенное, необходимо провести частичную переструктуризацию Стратегии и корректировку названий ряда разделов и подразделов «Содержания» работы с целью приведения их в соответствие с изложенным материалом и требованиями к оформлению стратегических документов. По мнению авторов, оно может быть представлено следующим образом:

Введение

Раздел I. Общие положения

1.1. Основные итоги реализации Стратегии социально-экономического развития Алтайского края до 2025 года и актуальность разработки Стратегии-2035

1.2. Место и роль Алтайского края в реализации государственных приоритетных направлений социально-экономического развития

¹ Стратегия социально-экономического развития Алтайского края до 2035 г. Проект. 185 с. // Официальный сайт Министерства экономического развития Алтайского края [Электронный ресурс]. URL: <http://www.econom22.ru/prognoz/strateg/>

1.3. Оценка социально-экономического потенциала развития Алтайского края и ключевые риски

1.4. Глобальные вызовы долгосрочного развития и их последствия для Алтайского края

1.5. SWOT-анализ

1.6. Сценарии, миссия, стратегические приоритеты и целевые ориентиры социально-экономического развития Алтайского края

Раздел II. Повышение уровня и качества жизни

2.1. Сбережение и приумножение народонаселения

2.2. Улучшение здоровья населения, совершенствование системы здравоохранения, развитие физической культуры и спорта

2.3. Рост занятости, доходов и качества потребления, сокращение бедности

2.4. Развитие системы социального обслуживания населения

2.5. Создание благоприятной среды обитания: жилье, благоустройство, экология

2.6. Повышение качества человеческого потенциала, модернизация образования и развитие культуры

Раздел III. Экономические основы роста благосостояния

3.1. Повышение производительности труда

3.2. Обеспечение устойчивого роста агропромышленного комплекса

3.3. Формирование основных контуров промышленной политики

3.4. Строительство и инвестиционная политика: ответы на вызовы

3.5. Создание всероссийского туристско-рекреационного комплекса

3.6. Развитие малого и среднего предпринимательства

3.7. Развитие энергетики и транспортно-логистической инфраструктуры

3.8. Ускорение инновационного развития, внедрение новых технологий и цифровизация

3.9. Пространственная проекция Стратегии-2035

Раздел IV. Механизмы реализации, этапы и ресурсное обеспечение Стратегии. Ожидаемые результаты

4.1. Государственные механизмы реализации Стратегии

4.2. Взаимодействие с институтами гражданского общества

4.3. Государственно-частное партнерство

4.4. Финансирование реализации Стратегии

4.5. Основные этапы и ожидаемые результаты

В разделах «Общие положения» и «Сценарии, миссия, стратегические приоритеты и целевые ориентиры социально-экономического развития

Алтайского края», опираясь на работы ведущих демографов [2, 7], целесообразно отразить главные моменты демографического развития региона, а более системную оценку состояния демографической сферы, демографических рисков и угроз, механизмов их снижения и преодоления выделить в отдельный раздел «Сбережение и приумножение народонаселения».

Итоги реализации Стратегии-2025: иной взгляд. Представленные авторами итоги реализации Стратегии дают сравнительно полное представление о позитивных переменах в жизни края, произошедших за анализируемый период. Однако оценка носит однонаправленный, непроблемный характер. Это ведет к противоречию с детальным изложением ключевых проблем развития, к примеру, развития инвестиционной сферы, инновационной среды и др. В силу концентрации внимания разработчиков проекта Стратегии на позитивных моментах развития края бездоказательно выглядит SWOT-анализ (в части недостатков и угроз).

При подведении основных итогов реализации Стратегии-2025 наглядно показаны достижения края в разрезе всех принятых «частных» стратегий: развития человеческого капитала, инвестиционной стратегии и экономической стратегии. Однако при этом оценка проведена в отрыве от прогнозных целевых показателей Стратегии-2025, что не дает возможности увидеть степень их достижения. К примеру, это прогнозы оценок выполнения поставленных целевых показателей по объемам промышленного производства, созданию новых производств и обновлению действующих производственных мощностей, объему требуемых инвестиций и источников их привлечения, организации новых рабочих мест, формированию краевого и местных бюджетов за счет поступлений от промышленных предприятий.

На наш взгляд, целесообразно дополнить имеющийся текст по оценке основных итогов анализом динамики макроэкономических показателей (динамика доли ВРП в общероссийском ВРП; аналогично — доли инвестиций, промышленности, сельского хозяйства, экспорта и пр.). Только при таком сравнительном и динамическом макроподходе читатель сможет увидеть и оценить картину изменений в целом, по существу, «не разбрасываясь по мелочам» и не акцентируя излишнего внимания на промежуточных и мало о чем говорящих непосвященному человеку многочисленных цифрах. Имеет смысл провести инвентаризацию изложенных в проекте проблем развития различных отраслей и сфер края, выбрать из них наиболее значимые и включить их в SWOT-анализ (разделы «Недостатки» и «Угрозы»).

зы»). Для их научного обоснования можно использовать результаты исследований, представленные в монографии «Трансформационные процессы формирования конкурентных преимуществ в Алтайском крае» [8].

Название параграфа 1.1 «Оценка основных итогов реализации Стратегии социально-экономического развития Алтайского края до 2025 года» проекта обсуждаемого документа предлагается изложить в следующей редакции: «Оценка основных итогов реализации Стратегии развития Алтайского края до 2025 года и актуальность разработки Стратегии-2035», поскольку именно недостигнутые либо частично достигнутые цели Стратегии-2025 являются убедительным обоснованием необходимости ее актуализации.

Оценка целевых ориентиров и вариантов социально-экономического развития Алтайского края. В разделе «Сценарии, миссия, стратегические приоритеты и целевые ориентиры социально-экономического развития Алтайского края», по нашему мнению, наиболее слабым звеном оказалась некорректная формулировка ряда задач. Они сформулированы не в виде задач, а как направления развития.

Считаем целесообразным сформулировать стратегические задачи в следующей редакции:

- «формирование системы социального обслуживания граждан старших возрастов, инвалидов, в том числе детей-инвалидов» и «развитие системы реабилитации и социальной интеграции инвалидов»;
- «сокращение онкологических и сердечно-сосудистых заболеваний, развитие системы детского здравоохранения, включая создание современной инфраструктуры оказания медицинской помощи детям»;
- «развитие государственной поддержки инвестиционной деятельности, предпринимательских и общественных инициатив в сфере туризма».

Базовый сценарий перспективного развития края: достоинства и недостатки. Среди достоинств раздела «Целевой сценарий социально-экономического развития Алтайского края» следует отметить единообразное изложение содержания: в каждом подразделе выделены потенциал и ключевые проблемы, цель, целевые индикаторы и стратегические задачи, показаны обобщенные результаты реализации данного приоритета, изложенные в форме «стратегического видения». Выдержан общий дух документа — человеко-ориентированный подход, акцент на развитие чело-

веческого капитала¹. Его сильной стороной является глубокая проработка содержания ряда подразделов, в том числе «Транспортно-логистическая инфраструктура» и «Информационно-телекоммуникационная инфраструктура и цифровые платформы».

Вместе с тем следует отметить следующие особенности данного раздела, требующие, на наш взгляд, некоторой корректировки.

1. Содержание подраздела «Приоритет “Качество жизни”» лишь частично соответствует его наименованию. Как более широкое понятие по сравнению с уровнем жизни, качество жизни, по сути, означает не «систему социальных институтов, обеспечивающих достижение высоких стандартов жизни», а оценку объективных и субъективных характеристик жизни людей, связанных не только с уровнем, но и с качественной стороной удовлетворения их потребностей².

Соответственно, качество жизни включает качественные характеристики состояния здоровья, питания и других составляющих потребления, труда, досуга, окружающей среды и др. В таком случае данный подраздел Проекта Стратегии-2035, помимо выделенных частей, акцентирующих внимание на развитие наиболее значимых отраслей социальной сферы («Социальное обслуживание населения», «Здравоохранение», «Физическая культура и спорт», «Образование», «Культура»), должен содержать часть (и) по занятости, доходам и потреблению населения, а «Приоритет “Комфортная среда”» должен стать составной частью данного подраздела.

2. В подразделе «Приоритет “Благосостояние”» дискуссионным является рассмотрение благосостояния не как обеспеченности населения материальными и другими благами, а как стратегического приоритета, «создающего необходимые материальные условия для развития и самореализации человека»³. Содержательно речь идет об экономических основах формирования благосостояния.

3. В подразделах целевые индикаторы не всегда увязаны с целями либо лишь частично их отражают. Так, в подразделе «Социальное обслужи-

¹ Классическое представление о человеческом капитале раскрыто, как известно, в работах автора данного понятия и одноименной концепции Г. Беккера [1]. Результаты современных исследований проблем измерения, накопления и реализации человеческого капитала в российских условиях, в том числе с учетом развития цифровых технологий, изложены в многочисленных работах отечественных ученых [3, 10, 11].

² О понятии и методологии исследования качества жизни см. [4, 5].

³ О понимании и оценке благосостояния см., например [7].

вание населения» указан единственный целевой индикатор — доля населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума, лишь отчасти представляющий цель повышения качества социального обслуживания; в подразделе «Здравоохранение» указан только индикатор «ожидаемая продолжительность жизни при рождении», не включены индикаторы, прямо характеризующие повышение доступности и качества медицинской помощи.

Для более полной и адекватной оценки реализации выделенных целей и стратегических задач предлагается включить в первый из указанных разделов целевой индикатор, отражающий динамику численности граждан старших возрастов, инвалидов, в том числе детей-инвалидов, во второй — индикаторы обеспеченности сельских жителей фельдшерскими и фельдшерско-акушерскими пунктами, а также доли населения с выявленными онкологическими и сердечно-сосудистыми заболеваниями на ранних стадиях к общей численности населения с такими заболеваниями.

4. При разработке промышленных аспектов Стратегии развития края⁴, на наш взгляд, следует учесть принципиальное изменение условий функционирования промышленного производства в связи с окончанием периода восстановительного роста экономики. Предлагаемый в качестве прогноза на 2035 г. объем промышленного производства и связанные с ним показатели (отчисления в бюджет, создание новых рабочих мест, объем привлекаемых инвестиций и др.) исходят из достигнутых за двенадцатилетний период средних темпов роста. В основе такого подхода лежит действовавший в этот период фактор наличия свободных производственных мощностей при наличии свободных рыночных ниш. В рассматриваемый Стратегией период использование производственных мощностей на большинстве промышленных предприятий края достигло 70–75%, исходя из чего заметный рост объемов производства за счет неиспользуемых мощностей, на наш взгляд, прогнозировать нельзя. Наступил предел экстенсивного роста, что требует формирования базы для качественного роста путем создания новых производств и качественного обновления производственного аппарата действующих (технологии и технологическое оборудования, инвестиции, кадровый потенциал).

Исходя из вышеизложенного, предлагаем:

- название приоритета «Качество жизни» изменить на «Повышение уровня и качества жизни»;

⁴ Замечания, изложенные в п. 4, сделаны д. э. н. В. А. Бородиным.

- приоритет «Благосостояние» назвать «Экономические основы роста благосостояния»;
- дополнить подраздел, характеризующий качество жизни, двумя новыми частями: «Сбережение и приумножение народонаселения», куда включить вопросы естественного воспроизводства (смертности и рождаемости) и миграции населения; «Рост занятости, доходов и качества потребления, сокращение бедности».

Без этих аспектов, на наш взгляд, представление о качестве жизни населения будет неполным.

Перспективы пространственного развития края и их отражение в проекте Стратегии. Анализ основных тенденций пространственного развития Алтайского края в 1990–2017 гг. с учетом высокой инерционности развития системы расселения не дает, на наш взгляд, оснований для столь позитивной оценки перспектив пространственного развития края.

Отмеченное авторами «сжатие» экономического пространства и, соответственно, «свертывание» поселенческой сети, является доминирующей тенденцией ее развития на долгие годы. Об этом свидетельствует прогноз Федеральной службы государственной статистики, согласно которому численность населения Алтайского края до 2035 г. по сравнению с 2018 г. уменьшится на 234 тыс. чел., или более чем на 10%.

Это объективный процесс, и в Стратегии должны быть прописаны его последствия. В их числе, на наш взгляд:

- замедление дальнейшего формирования Барнаульской агломерации (либо ее роста за счет обезлюдения алтайской глубинки);
- отсутствие реальных перспектив формирования малых городских агломераций — Рубцовской и Бийской⁵;
- заметный рост темпов выбытия малых сельских поселений, в первую очередь, численностью до 100 человек;
- обострение проблем социально-экономического развития и потеря населения средними по численности сельскими поселениями. С большой вероятностью можно прогнозировать рост числа кризисных сельских территорий (хронически) отстающих или депрессивных, обусловленных низкой плотностью населения (менее 5 чел./км²)⁶.

⁵ В качестве центров экономического роста субъектов РФ в Стратегии пространственного развития России названы города и прилегающие к ним муниципальные образования с численностью населения более 500 тыс. чел. (в их числе — г. Барнаул).

⁶ Более подробно проблемы пространственного развития Алтайского края см. [9].

По нашему мнению, необходимо отказаться от мифических представлений о прекращении сжатия поселенческой сети и сохранении традиционной системы расселения. Требуется раскрыть в Стратегии политику поддержки существующих и вновь возникающих проблемных сельских территорий алтайской глубинки и кризисных территорий, не имеющих шансов на развитие за счет собственных ресурсов (так называемое управляемое сжатие).

Политика пространственного развития региона, как известно, имеет два аспекта: 1) формирование и поддержка региональных точек роста; 2) поддержка депрессивных и отсталых территорий. Соответственно этому в проекте Стратегии сформулированы две ключевых стратегических задачи. Однако, на наш взгляд, ограничиться упоминанием поддержки моногородов в крае нельзя. Имеющиеся и набирающие силу контрасты плотности населения, инфраструктуры, типов освоения территории и ведения хозяйства между центром и периферией края с неизбежностью повлекут за собой обезлюдение и деградацию последней. В Стратегии должна быть особо представлена региональная диагностика периферии и возможные меры по поддержке имеющихся и вновь возникающих депрессивных территорий.

Кроме того, в Пространственной стратегии России, утвержденной в феврале 2019 г., в качестве перспективных центров экономического роста субъектов РФ названы муниципальные образования Алтайского края, специализирующиеся на сельском хозяйстве (имеются в виду наиболее значимые районы с позиции производства сельхозпродукции). Эта линия в Стратегии должна быть обозначена хотя бы «пунктирно»; детальную ее проработку целесообразно сделать в новой программе «Устойчивое развитие сельских территорий Алтайского края». С учетом Пространственной

стратегии России важно выделить сельские территории со значимым аграрным потенциалом в качестве опорных (наряду с агломерациями).

Среди частных замечаний укажем на два момента. Первый из них: усиление урбанизационных процессов и свойственное рыночной экономике увеличение миграционной подвижности населения никак, на наш взгляд, не могут рассматриваться как ключевые проблемы пространственного развития.

Второй момент касается содержания целевого индикатора пространственного развития региона. Согласно логике авторов, в центре пространственной политики должно быть снижение различий между разными типами городов и муниципальных районов (из текста не совсем ясно, о каком коэффициенте их дифференциации идет речь). Не отрицая значимость принятого авторами целевого индикатора, считаем необходимым дополнить его рядом показателей, такими как, например, плотность населения сельских территорий и городских округов края, индекс локализации ключевых отраслей (промышленности, сельского хозяйства), доля населения края, проживающего в агломерациях.

Выводы. Резюмируя вышесказанное, заметим, что с содержательных позиций проект Стратегии социально-экономического развития Алтайского края до 2035 г. представляется нам приемлемым. Документ проигрывает в силу недочетов, связанных с подачей материала, его не до конца отработанной структурой, неяркими и не совсем точно отражающими суть излагаемого вопроса названиями разделов и подразделов. Исправление хотя бы части сделанных замечаний плюс квалифицированная научная (а не только литературная) редакция позволили бы, на наш взгляд, не «смазать», без преувеличения, большую работу многочисленных разработчиков проекта Стратегии и поднять ее на более высокий уровень.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Becker, G. S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education. 3rd Edition. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1993. 416 pp. DOI: 10.7208/chicago/9780226041223.001.0001.
2. Вишневецкий А. Г., Щербакова Е. М. Демографические тормоза экономики // Вопросы экономики. 2018. № 6. С. 48–70.
3. Габдуллин Н. М. Современные подходы и методы измерения человеческого капитала // Вопросы инновационной экономики. 2018. Том 8. № 4. С. 785–798. DOI: 10.18334/vines.8.4.39709.
4. Иконникова О. В. Качество жизни населения Архангельской области и проблемы его оценки // Российское предпринимательство. 2013. Том 14. № 22. с. 150–153 [Электронный ресурс]. URL: <https://creativeconomy.ru/lib/7912>.
5. Космина Е. А., Дубенская Е. С. О методологических ориентирах исследования качества жизни // Российское предпринимательство. 2014. Том 15. № 2. С. 98–107 [Электронный ресурс]. URL: <https://creativeconomy.ru/lib/8455>.

6. Нестерова О. А., Пожарницкая О. В. Оценка благосостояния с позиции устойчивого человеческого развития: возможности международных индексов // Вопросы инновационной экономики. 2018. Том 8. № 3. С. 335–348. DOI: 10.18334/vinec.8.3.39338.

7. Соболева С. В., Чудаева О. В. Демографический потенциал Сибири // Формирование благоприятной среды для проживания в Сибири / под ред. акад. РАН В. В. Кулешова. Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2010. С. 53–95.

8. Трансформационные процессы и формирование конкурентных преимуществ в Алтайском крае / под ред. А. Я. Троцкого; ФАНО СО РАН, ИЭОПП СО РАН, Алтайский гос. ун-т и др. Новосибирск: Изд-во ИЭОПП СО РАН, 2017. 424 с.

9. Троцкий А. Я. Дисбалансы в пространственном развитии Алтайского края в контексте реализации долгосрочной стратегии // Экономика. Профессия. Бизнес. 2018. № 4. С. 75–85. DOI: 10.14258/201856.

10. Федорова О. И., Зуева Е. Г. Накопление и реализация человеческого капитала в новых условиях: возможности и ограничения // Креативная экономика. 2018. Том 12. № 10. С. 1649–1660. DOI: 10.18334/ce.12.10.39434.

11. Ширинкина Е. В. Человеческий капитал и рынок труда в цифровом развитии российской экономики // Экономика труда. 2019. Том 6. № 1. С. 103–112. DOI: 10.18334/et.6.1.40099.

REFERENCES

1. Becker G. S. (1993) Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education. 3rd Edition. Chicago and London: The University of Chicago Press, 416. DOI: 10.7208/chicago/9780226041223.001.0001.

2. Vishnevsky, A. G. & Scherbakova, E. M. (2018) Demographic brakes of the economy. *Voprosy Ekonomiki*, 6, 48–70. DOI: 10.32609/0042–8736–2018–6–48–70 (in Russian).

3. Gabdullin, N. M. (2018) Modern approaches and methods of measuring human capital. *Russian Journal of Innovation Economics*, vol. 8, 4, 785–798. DOI: 10.18334/vinec.8.4.39709 (in Russian).

4. Ikonnikova, O. V. (2019) Life quality of the of the Arkhangelsk region population and problems of its evaluation. *Russian Journal of Entrepreneurship*, vol. 14, 22, 150–153. URL: <https://creativeconomy.ru/lib/7912> (in Russian).

5. Kosymina, E. A. & Dubenskaya, E. S. (2014) On methodological objectives of life quality studying. *Russian Journal of Entrepreneurship*, vol. 15, 2, 98–107. URL: <https://creativeconomy.ru/lib/8455> (in Russian).

6. Nesterova, O. A. & Pozharnickaya, O. V. (2018) Assessing well-being from the perspective of sustainable human development: the potential of international indices. *Russian Journal of Innovation Economics*, vol. 8, 3, 335–348. DOI: 10.18334/vinec.8.3.39338 (in Russian).

7. Soboлева, S. V. & Chudaeva, O. V. (2010) Demographic potential of Siberia. *The Formation of favourable dwelling conditions in Siberia* / edited by Acad. V. V. Kuleshov. Novosibirsk: IEIE SB RAS, 53–95 (in Russian).

8. Transformational processes and the formation of competitive advantages in the Altai Territory (2017) / edited by A. Ya. Trotskovsky. Novosibirsk: IEIE SB RAS, 424 (in Russian).

9. Trotskovsky, A. Ya. (2018) Imbalances in the Altai Territory spatial development in context of long-term strategy. *Economics. Profession. Business*, 4, 75–85. DOI: 10.14258/201856 (in Russian).

10. Fedorova, O. I. & Zueva, E. G. (2018) Accumulation and realization of human capital in new conditions: opportunities and limitations. *Creative Economy*, vol. 12, 10, 1649–1660. DOI: 10.18334/ce.12.10.39434 (in Russian).

11. Shirinkina E. V. (2019) Human capital and the labour market in the digital development of the Russian economy. *Russian Journal of Labor Economics*, vol. 6, 1, 103–112. DOI: 10.18334/et.6.1.40099 (in Russian).

Поступила в редакцию: 26 апреля 2019 г.

Принята к печати: 21 мая 2019 г.

МЕТОДЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ ИНФОРМАТИЗАЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Г. Н. Трошкина, А. Ю. Юдинцев, Л. А. Березуцкая

Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия)

В эпоху цифровой экономики в России специалисты различных уровней управления сталкиваются с проблемами грамотного применения инструментов регулирования процессов информатизации, активно обсуждаются вопросы путей информационного развития России. В данной статье нами было рассмотрено понятие «информатизация» с правовой, социально-экономической точки зрения. Далее нами были определены основные группы методов, применяемых при государственном регулировании процессов информатизации в России. Также сделана попытка критической оценки результатов применения некоторых методов, в частности, проанализированы результаты, достигнутые в ходе Федеральных целевых программ «Электронная Россия (2002–2010)» и «Информационное общество (2011–2020)».

Ключевые слова: методы государственного регулирования, процессы информатизации, цифровая экономика, Россия.

METHODS OF STATE REGULATION OF INFORMATIZATION PROCESSES IN THE RUSSIAN FEDERATION

G. N. Troshkina, A. Yu. Yudinsev, L. A. Berezutskaya

Altai State University (Barnaul, Russia)

In the era of digital economy, experts of various levels of management in Russia face problems of the best use of instruments to regulate informatization processes. Also, some issues of ways of information development of Russia are actively discussed today. In this article, we considered on the concept of informatization from the legal, social and economic points of view. Furthermore, we defined the main methods of the informatization processes applied to the state regulation in Russia. The authors attempted to critically evaluate the results of the application of some methods. Particularly, the results achieved during the Federal target programs “Electronic Russia (2002–2010)” and “Information Society (2011–2020)” were analyzed.

Keywords: methods of state regulation, processes of informatization, digital economy, Russia.

Одним из приоритетных направлений Российской Федерации в настоящее время является цифровизация российской экономики. Об этом говорят многие национальные проекты, подготовленные и одобренные Правительством России, Президентом Российской Федерации. Грамотно исполняемая правовая база для цифровой экономики — безусловно, важный фактор, в развитии информационных технологий, однако не единственный. В условиях стремления к развитию передовых информационных технологий и внедрению более совершенных подходов го-

сударственного регулирования непростой задачей российских специалистов становятся как выбор, так и эффективное применение методов государственного регулирования процессов информатизации. Какие методы государственного регулирования данных процессов существуют на сегодняшний день? Как и в какой мере они внедрены в Российской Федерации? В основу данной статьи были положены эти и некоторые другие вопросы проблем информатизации в России.

Методологическая основа нашего исследования включала анализ, синтез, сравнение, изучение

пакета российских национальных стандартов, научных исследований по проблеме и др.

Для рассмотрения методов государственного регулирования определим термин «информатизация», исходя из основного в области информационных технологий документа — Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [6].

В нем напрямую не дается понятия «информатизация», как это было ранее [2]. Косвенно информатизация упоминается лишь единожды, в одном из пунктов, предусматривающих государственное регулирование в сфере информационных технологий. Прочитав задачу государственного регулирования, исходя из п. 1 ст. 12 Федерального закона: «Регулирование отношений, связанных с поиском, получением, передачей, производством и распространением информации с применением информационных технологий (информатизации) ...».

Из контекста документа с трудом, но все же можно определить, что «применение информационных технологий» и есть «информатизация». Тогда как заголовок ст. 12 вышеназванного закона («Государственное регулирование в сфере применения информационных технологий») говорит о том, что здесь раскрываются задачи в области информатизации, а также затрагиваются основные инструменты, которыми должно руководствоваться государство для регулирования процессов информатизации.

Согласно другой точке зрения (А. Э. Саак, Е. В. Пахомов, В. Н. Тюшняков), информатизация является «организационным социально-экономическим» и «научно-техническим процессом создания оптимальных условий для удовлетворения информационных потребностей и реализации прав граждан, органов государственной власти, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений на основе формирования и использования информационных ресурсов».

При этом информационные ресурсы, по их мнению, представляют собой «отдельные документы и массивы документов в информационных системах (библиотеках, архивах, фондах, банках данных и др.)» [14, с. 10].

На наш взгляд, информатизация представляет собой совокупность сложных социально-экономических и научно-технических процессов, позволяющих формировать условия для удовлетворения, прежде всего информационных и иных сопутствующих потребностей общества на всех его уровнях посредством информационных технологий, с использованием информационных ресурсов.

Проанализировав определения информатизации и изучив задачи, данные в федеральном законе, можно также обобщенно выделить следующие

главные инструменты в области регулирования процессов информатизации.

Во-первых, государством могут быть применены законодательные методы регулирования. Законодательные методы при несоблюдении предписанных законов влекут наказание вплоть до уголовного. Данный тип инструментов включает не только российское законодательство, но и международное. Предполагается, что российское законодательство согласовывается с международным правом, а последнее всегда имеет приоритет при решении спорных вопросов, если таковое, конечно, является составной частью правовой системы России.

Как отмечал Н. А. Нугманов в своей работе «Международно-правовое регулирование сотрудничества в области международного обмена информацией» [12], в настоящее время действует более 65 международных соглашений универсального и регионального характера, регламентирующих различные аспекты международных информационных отношений. Несмотря на это, роль международного права в России невелика. Это обусловлено объективным развитием как международного информационного права, так и развитием российского законодательства.

Разделяя мнение Н. А. Нугманова, а также известного исследователя в области информационного права И. Л. Бачило [12], отметим, что регулирование отношений в информационном пространстве должно опираться преимущественно на «национальное законодательство», пока «наднациональное право» окончательно не сформировалось. Поэтому при дальнейшем анализе основное внимание обратим на национальные нормативно-правовые акты.

Процесс регулирования информационных процессов в настоящее время сложен в России. В соответствии со структурой государственного управления выделяют федеральный, региональный (субъектов РФ) и локальный (организации и предприятия) уровни. Для каждого уровня существуют свои нормативно-правовые акты.

Так, вопросы законодательного регулирования в области процессов информатизации на общенациональном уровне отражены в Конституции РФ, ГК РФ, УК РФ, № 1-ФЗ от 10 января 2002 года «Об электронной цифровой подписи»; ФЗ № 126-ФЗ от 7 июля 2003 года «О связи» и многих других [3, 5].

В целом, в базовый комплекс законодательного регулирования процессов информатизации входит более 30 законов и более 300 федеральных законов, их дополняющих. Для понимания того, как применяется законодательный инструмент государственного регулирования процессов информатизации в России, обратимся в прошлое.

Не существует единого мнения относительно периодов развития. Проанализировав различные источники [9, 13], можно прийти к выводу, что их три:

1. Этап становления с 1991 по 1995 г. На этом этапе происходит формирование основ государственного регулирования в сфере информатики и информатизации. Принимаются первые основополагающие законы.

2. Этап смены государственных приоритетов с 1995 по 1999 г. Происходит осознание необходимости выработки полноценной информационной политики, изменение понятий в области информационного права [2].

3. Этап построения российского информационного общества и начало реализации различных программ с 1999 г. по настоящее время [3, 4, 7].

Очевидно, что невозможно в отдельности охарактеризовать каждый нормативно-правовой акт в области регулирования информатизации. Однако исходя из мнения исследователей [9, 13] и ознакомления с историей их развития, можно прийти к выводу, что в ближайшее время будут внесены поправки во многие федеральные законы, поскольку были обнаружены некоторые противоречия. Связано это, на наш взгляд, с ускорением реализации национальных программ, с усилением международных угроз в области информационной безопасности и нарастанием общественного напряжения в области распространения информации. Данный вывод подтверждается тем, что согласно сведениям из Комитета Государственной Думы по информационной политике, информационным технологиям и связи, существует 27 проектов в области информатизации, работа над которыми не завершена и происходит внесение правок и изменений. При более внимательном изучении законопроектов становится ясным, что наиболее дискуссионные проекты связаны с ФЗ о СМИ [1], ФЗ о связи [5]. Кроме того, в связи с ростом нормативно-правовой базы в профессиональной среде обсуждается вопрос создания единого «Информационного кодекса Российской Федерации» [9].

Во-вторых, государственное регулирование информатизации подразумевает использование организационных мер. То есть могут быть созданы специализированные организации, регулирующие процессы информатизации. К таковым можно отнести государственные комитеты (такие как «Комитет по экономическому развитию и инвестиционной политике Псковской области», «Государственный комитет Республики Карелия по ценам и тарифам», национальные проекты («Сколково», «Общероссийский народный фронт» и др.) [8].

У организационных мер есть как свои преимущества, так и недостатки. Например, если взять

для рассмотрения инновационный центр «Сколково», то обнаружим, что цели, которые он преследует, хотя и развиваются, но непросто. Одной из проблем, которые отмечают предприниматели, является проблема бюрократии и коррупции. В итоге возникает другое препятствие — развитие бизнеса в области технологий, сталкивается с проблемой длительности документационных процедур и, как следствие, недостаточного или несвоевременного финансирования со стороны государства [17].

К тому же думается, что новости из СМИ о коррупционных скандалах, затрагивающих специализированные организации, негативно сказываются на авторитете каких бы то ни было государственных органов.

Падение авторитета, в свою очередь, приводит к ухудшению социальной обстановки и ослабления действенности государственных методов регулирования.

В этой связи решением проблемы видится усиление государственного контроля при распределении финансовых ресурсов, а также поддержка в формировании положительного образа этих организаций в СМИ, в виде регулярной организации мероприятий всероссийского масштаба, например, увеличение числа студенческих стажировок и практик для специалистов разных областей в этих организациях.

В-третьих, важным для развития и регулирования является бюджетная поддержка и финансирование процессов информатизации. Финансирование бывает с выделением финансовых средств на федеральные и целевые программы (тендеры, конкурсы, гранты). Целевые программы предусматривают возврат средств при их нецелевом использовании.

В Налоговом кодексе РФ приведен более полный перечень средств, которые относятся к целевому финансированию (пп. 14 п. 1 ст. 251 НК РФ). Специалисты в области налогообложения отмечают, что основную часть целевого финансирования составляет, как правило, государственная помощь. Проанализируем наиболее финансируемые регионы с точки зрения информатизации по состоянию на 2018 г. Согласно центру экспертизы и координации информатизации, общий объем средств увеличился с 2017 г. на 17,6% [16].

Регионами-лидерами, ожидаемо, на наш взгляд, как в 2018, так и в предшествующем ему году являются Москва, Санкт-Петербург, Московская область, Ханты-Мансийский автономный округ и Республика Татарстан. К слову, Алтайский край значительно улучшил занимаемую позицию, перейдя с 68-й на 37-ю строчку рейтинга 85 субъектов Российской Федерации.



Структура ИКТ-расходов регионов в разрезе трех основных направлений внедрения ИКТ [16]

Исходя из рисунка, можно судить о незначительном изменении приоритетов в финансировании направлений информатизации. Большая часть средств была разделена практически в равных долях между затратами на развитие информационных систем и развитие связи и инфраструктуры.

Из негативных моментов особо хотелось бы выделить следующие:

1. Сохранение устойчивой тенденции на увеличение разрыва в уровне финансового обеспечения между субъектами Российской Федерации, возглавляющими и замыкающими рейтинг.

2. Незначительное выделение средств на информатизацию отраслей жилищно-коммунального хозяйства — 324 млн руб. (0,3%); энергетики — 300,1 млн руб. (0,3%) и сельского хозяйства — 177,3 млн руб. (0,2%).

3. Недостаточное развитие венчурного финансирования, к поддержке которого стремятся правительства многих стран. Венчурное финансирование пока не получило распространение в России [17]. Оно характерно для стран с относительно устойчивой экономикой, хорошей волатильностью. Такой способ финансирования рискован для инвесторов, потому что возвращение средств осуществляется при успешном развитии бизнеса.

Четвертым типом инструментов являются административные меры. Среди них особо обозначены требования, регламенты информационного общества для участников в соответствии с выделяемыми сервисами для бизнес-процессов.

Как уточняет И. С. Мелюхин [11], к административным мерам могут быть отнесены те требования к правительственным учреждениям, которые имеют концепцию информационного развития, а также рекомендательные акты международных организаций и национальные программы информатизации.

Уже упоминалось ранее о третьем условно выделяемом периоде развития законодательного инструмента государственного регулирования процессов информатизации в России. Можно сказать, что этот период является наиболее ярким, поскольку наблюдается рост влияния информационных технологий и информатизации, причем не только на российском, но и международном уровне.

Например, среди всех стран ШОС (Шанхайской организации сотрудничества), в число которых входит Россия, появление целевых программ происходило примерно в один временной период. В 2002 г. была принята программа «Электронная Россия» (2002–2010 годы), которая не была ориентирована на достижение «мгновенных результатов». Основная ее цель — услуги, предоставляемые государством, будут более доступны для граждан, а деятельность станет прозрачной. Важным фактором в развитии этой программы являлся Интернет. Также одной из задач было расширение подготовки специалистов в области высоких технологий и увеличение числа высококвалифицированных пользователей [4].

Итак, рассмотрим, что сбылось из намеченного в программе и какие можно отметить недостатки. Как отмечала репортер электронного издания CNews Analytics Наталья Рудычева, «еще на начальном этапе своего существования «Электронная Россия» столкнулась с целым рядом трудностей». По итогам ее первого этапа, завершившегося в 2003 г., стало очевидно, что программа испытывает хроническое недофинансирование: в 2002 г. она получила 18% обещанных денег, в 2003 г. — 19%, а в 2004 г. — 28%.

Кроме того, ведомства, курирующие программу — Минэкономразвития и Минсвязи — «никак не могли прийти к единому мнению относительно ее связи с административной реформой». Так же

как и отсутствие «генеральной политической линии по этому вопросу явно не способствовало реализации «Электронной России» и приводило к росту управленческих затрат» [18]. Были попытки внесения изменений в «Электронную Россию» в 2006 и 2009 гг., в которой это было признано. Например, в характеристике проблемы говорится, что на «сайтах органов государственной власти практически не осуществляется оперативное информационное обновление и не содержатся необходимые сведения о порядке и условиях получения государственных услуг», отмечены проблемы в «согласовании» государственных органов [18].

Однако достоинствами результатов программы стало действительно появление информационных страниц всех государственных органов в сети Интернет, таких как портал «Госуслуги». Важно подчеркнуть, что по прошествии почти десяти лет с момента окончания этой программы некоторые результаты стали заметны для обычных граждан.

Нелогичным было бы бросать все начатые проекты и останавливаться на достигнутом. Поэтому в дальнейшем была подготовлена к реализации программа «Информационное общество (2011–2020 годы)» [7]. Одной из задач, которая, прежде всего, обращает на себя внимание, является «увеличение к 2020 году до 70 процентов доли граждан, использующих механизм получения государственных и муниципальных услуг в электронной форме».

Интересно и то, что по окончании программы планируется сокращение дифференциации субъектов Российской Федерации по уровню развития информационных технологий более чем в два раза, которое было нами отмечено как негативная тенденция финансового регулирования процессов информатизации в России. Среди приоритетных направлений развития информатизации, как было отмечено ранее, пока еще не представлены целые отрасли, такие как сельское хозяйство, однако работа в этом направлении ведется, в том числе на региональном уровне. Дополнительные аналитические данные свидетельствуют о том, что плановое финансирование заметно больше, чем ожидалось [16].

Налицо противоречие и между числом выделенных средств на ЖКХ, и сообщением о развитии информатизации в этой области. Из положительных моментов следует также отметить развитие информационной системы «МИР», которая позиционировалась как многопрофильная система миграционного, регистрационного учета. Попытки дать критическую оценку программе на середине развития были даны в исследованиях Е. Н. Клочковой, А. В. Сазоновой и И. С. Мелюхиным [10, 11, 15]. Обобщая материал, приходим к выводу, что ещё многое подлежит модернизации. Правительственная программа, как точно отмечает И. С. Мелюхин, должна быть «направлена на создание инфраструктуры и активную популяризацию для обеспечения готовности населения и бизнеса к использованию ИКТ».

Во-первых, требуется повышение информационной грамотности населения. Во-вторых, необходимо осознавать, что некоторые результаты звучат невыполнимо в текущих российских условиях («дистанционная покупка билетов», «электронные учебники»). Думается, что программа может быть еще реализована, однако некоторые завышенные ожидания следует рассмотреть в качестве подзадач стратегического планирования.

Итак, подводя итог вышесказанному, можем кратко в обобщенной форме выделить некоторые основные признаки. Существует четыре инструмента государственного регулирования процессов информатизации в России. Все они представляют собой сложный механизм, который до конца не сформирован. Несмотря на это, видно тесное взаимодействие между финансовой, административной, организационной, законодательной составляющими. Развитие процессов информатизации происходит под влиянием международных событий. Вопреки проблемам, которые отмечают при реализации государственных федеральных программ, изменения политики в области информационных услуг, сама работа по их внедрению является очень важной и требует повышения информационной культуры населения России, уменьшения бюрократических препятствий и увеличения времени для выполнения задуманного.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Федеральный закон № 2124–1 от 27 декабря 1991 года «О средствах массовой информации» // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]. URL: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/.
2. Федеральный закон № 24-ФЗ от 20 февраля 1995 «Об информации, информатизации и защите информации» (с изменениями и дополнениями) // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5887/
3. Федеральный закон № 1-ФЗ от 10 января 2002 года «Об электронной цифровой подписи» / Консультант Плюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34838/

4. Постановление Правительства РФ от января 2002 г. N 65 «О федеральной целевой программе «Электронная Россия» (2002–2010 годы)» // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_90180/
5. Федеральный закон № 126-ФЗ от 7 июля 2003 года «О связи» // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_43224/
6. Федеральный закон № 149-ФЗ от 27 июля 2006 года «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/
7. Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. № 313 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011–2020 годы)» (с изменениями и дополнениями) // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162184/
8. Федеральный закон «Об инновационном центре «Сколково» от 28.09.2010 № 244-ФЗ // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_105168/
9. Индрисова З. Н. Историко-правовой анализ этапов становления информационного права // Политический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2014. № 101. [Электронный ресурс]. URL: <http://ej.kubagro.ru/2014/07/pdf/56.pdf>
10. Ключкова Е. Н. Статистическая оценка результатов реализации показателей развития информационного общества в России. Статистика и экономика. 2015. № 4. С. 129–133. DOI: 10.21686/2500–3925–2015–4–129–133.
11. Мелюхин И. С. Правовые основы информационного общества в России (2008–2010 гг.) // Информационное общество. 2011. № 1. С. 50–58.
12. Нугманов Н. А. Международно-правовое регулирование сотрудничества в области международного обмена информацией // Вестник ПАГС. 2015. № 2 (47).
13. Рассолов И. М. Будущее информационного права: новые подходы // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Юриспруденция. 2018. № 1. С. 71–78.
14. Саак А. Э., Пахомов Е. В., Тюшняков В. Н. Информационные технологии управления // Успехи современного естествознания. 2010. № 11. С. 83–84.
15. Сазонова А. В. Анализ реализации государственной программы «Информационное общество» // Интернет-журнал «Мир науки». 2015. № 2. [Электронный ресурс]. URL: <http://mir-nauki.com/PDF/11EMN215.pdf>
16. Центр экспертизы и координации информатизации. Финансирование мероприятий по информатизации в субъектах Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.xn--h1ad9a2a.xn--p1ai/analytics/43>
17. Венчурные инвестиции сегодня: риски и ориентиры. Петербургский международный экономический форум 2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/pmef-2017/articles/4271601>
18. Рудычёва Н. CNN News Аналитика. «Электронная Россия»: Чем закончилось и кто виноват? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cnews.ru/reviews/free/gov2011/articles/article2.shtml>

REFERENCES

1. Federal Law No. 2124–1 of December 27, 1991 “On Mass Media”. *Consultant Plus*. URL: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/.
2. Federal Law No. 24-FZ of February 20, 1995 “On Information, Informatization and Protection of Information” (with amendments and additions). *Consultant Plus*. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5887/.
3. Federal Law No. 1-FZ of January 10, 2002 on Electronic Digital Signature. *Consultant Plus*. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34838/.
4. Government Decree of January 2002 N 65 “On the federal target program” Electronic Russia “(2002–2010)”. *Consultant Plus*. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_90180/.
5. Federal Law No. 126-ФЗ of July 7, 2003 “On Communications”. *Consultant Plus*. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_43224/.
6. Federal Law No. 149-ФЗ dated July 27, 2006 “On Information, Information Technologies and Information Protection”. *Consultant Plus*. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/.

7. Decree of the Government of the Russian Federation of April 15, 2014 N 313 “On approval of the state program of the Russian Federation” Information Society (2011–2020) “(with changes and additions). *Consultant Plus*. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162184/.
8. Federal Law “On the Skolkovo Innovation Center” of September 28, 2010 No. 244-ФЗ. *Consultant Plus*. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_105168/
9. Indrisova, Z. N. (2014) Historical and legal analysis of the formation of information law. *Polythematic online scientific journal of Kuban State Agrarian University*, 101. URL: <http://ej.kubagro.ru/2014/07/pdf/56.pdf> (in Russian).
10. Klochkova, E. N. (2015) Statistical assessment results realization indicators of development information society in Russia. *Statistics and Economics*, 4, 129–133. doi: 10.21686/2500–3925–2015–4–129–133 (in Russian).
11. Melyukhin, I. S. (2011) Legal bases of the information society in Russia (2008–2010). *Information Society*, 1, 50–58 (in Russian).
12. Nugmanov, N. A. (2015) International Law Regulation of Cooperation in the Sphere of International Information Exchange. *The Bulletin of the Volga Region Institute of Administration*, 2 (47) (in Russian).
13. Rassolov, I. M. (2018) The future of information law: new approaches. *Bulletin of the Moscow Region State University*. Series: *Jurisprudence*, 1, 71–78 (in Russian).
14. Saak, A. E., Pakhomov, E. V. & Tyushnyakov, V. N. (2010) Management Information Technologies. *Advances in current natural sciences*, 11, 83–84 (in Russian).
15. Sazonova, A. V. (2015) Analysis of the state program “Information Society”. *Internet journal “World of Science”*, 2. URL: <http://mir-nauki.com/PDF/11EMN215.pdf> (in Russian).
16. Center for examination and coordination of information. Financing of information activities in the regions of the Russian Federation. URL: <https://www.xn--h1ad9a2a.xn--p1ai/analytics/43>.
17. Venture investments today: risks and benchmarks. St. Petersburg International Economic Forum 2017. URL: <https://tass.ru/pmef-2017/articles/4271601>.
18. Rudycheva, N. (2011) CNN News Analytics. “Electronic Russia”: What is over and who is to blame? URL: <http://www.cnews.ru/reviews/free/gov2011/articles/article2.shtml>.

Поступила в редакцию: 12 марта 2019 г.
Принята к печати: 20 мая 2019 г.

ФОРМИРОВАНИЕ ОПТИМАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ БАРНАУЛЬСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ¹

В. С. Химочка

Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия)

В условиях современной экономической ситуации вопросы эффективности развития территорий приобретают все большую актуальность. Агломерационные процессы позволяют вовлечь дополнительные ресурсы в развитие экономики, повысить управляемость территорий и улучшить качество жизни населения. С принятием на федеральном уровне важных стратегических документов, определяющих пространственное развитие страны, увеличивается интеграционная активность регионов.

Все это говорит о необходимости изучения и поиска оптимальной модели пространственного развития агломерации, прежде всего, на региональном уровне между муниципальными образованиями. В приведенном исследовании автор анализирует последствия изменения границ существующей агломерации и делает выводы относительно оптимальной формы взаимодействия муниципалитетов.

Ключевые слова: межмуниципальное взаимодействие, агломерация, модель пространственного развития.

FORMATION OF THE OPTIMAL MODEL OF SPATIAL DEVELOPMENT IN BARNAUL AGGLOMERATION

V. S. Khimochka

Altai State University (Barnaul, Russia)

In the current economic situation, the issues of effective development of territories are becoming increasingly important. Agglomeration processes make it possible to involve additional resources in the development of the economy, increase the manageability of territories and improve the quality of life of the population. With the adoption of important strategic documents at the Federal level that determine the spatial development of the country, the integration activity of the regions increases.

All of this suggests the need to study and search for the optimal model of spatial development of the agglomeration, primarily at the regional level between municipalities. In this study, the author analyzes the consequences of changing the boundaries of the existing agglomeration and draws conclusions about the optimal form of interaction between municipalities.

Keywords: inter-municipal interaction, agglomeration, model of spatial development.

Общемировыми тенденциями пространственного развития в начале XXI в. являются концентрация населения и экономики

в крупнейших формах расселения, среди которых ведущие позиции занимают крупнейшие городские агломерации.

В Российской Федерации сформировалось около 40 крупных и крупнейших городских агломераций, в большинстве из которых численность населения с начала 2000-х гг. устойчиво возрастает, в настоящее время она превышает 73 млн человек [1].

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ. Научный проект № 18-410-220004 «Создание экономической модели территории (субрегиона) с многообразным хозяйственным укладом и сложной пространственно-демографической характеристикой, обеспечивающей потребности социальной сферы и качество жизни населения».

В 2009 г. решение о создании агломерации было принято и в Алтайском крае. По инициативе трех муниципальных образований подписано соглашение о создании Барнаульской агломерации, которым был определен ее состав и основные принципы функционирования. В агломерацию вошли городские округа Барнаул и Новоалтайск, а также Первомайский район. Межмуниципальным соглашением была определена главная цель — создание компактной пространственной организации населенных пунктов, обладающих промышленными, транспортными, торговыми, культурными и социально-бытовыми связями.

В условиях усиления конкуренции между крупными центрами целью создания агломерации является формирование предпосылок успешного социально-экономического развития. Это направление отражено в стратегических документах муниципального уровня.

Принятая в 2019 г. Стратегия пространственного развития Российской Федерации подтвердила статус агломерации как центра экономического

роста, Барнаульская агломерация в рамках этого документа отнесена к числу крупных объединений [2].

При этом схемой территориального планирования и концепцией развития Барнаульской агломерации предусмотрено ее дальнейшее расширение за счет ближайших сельских районов — Павловского, Калманского, Косихинского и Тальменского.

В апреле текущего года на площадке администрации города Барнаула в рамках заседания «круглого стола» на тему «Городские агломерации как инструмент межмуниципального сотрудничества» состоялось обсуждение вариантов оптимальной модели пространственного развития Барнаульской агломерации.

В частности, был рассмотрен вопрос целесообразности расширения границ агломерации за счет вхождения в ее состав еще четырех районов. Обсуждался и механизм взаимодействия муниципальных образований в условиях действующей нормативно-правовой базы.

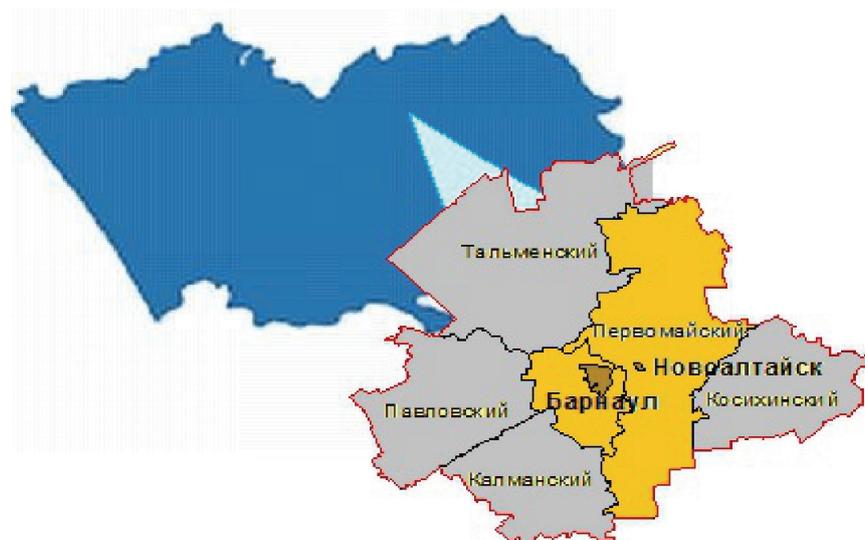


Рис. 1. Состав Барнаульской агломерации

На сегодняшний день в границах городских округов городов Барнаула, Новоалтайска и Первомайского района проживают 824 тыс. человек — это 35% населения, проживающего в регионе, из них почти 30% — доля Барнаула.

При расширении границ Барнаульской агломерации за счет четырех районов численность населения увеличится до 940 тыс. человек, что повысит ее статус, приблизив к переходу из числа крупных в крупнейшие агломерации России.

За последние 5 лет население муниципалитетов, входящих в состав агломерации, увеличилось более чем на 5 тыс. человек, что говорит о стабильном развитии этой территории.

По всем четырем районам, предполагаемым в перспективе к вхождению в состав агломерации, напротив, наблюдается снижение численности населения по разным причинам — снижение рождаемости, рост смертности и отрицательные миграционные процессы.

Барнаульская агломерация, учитывая факт наличия в ее составе столицы региона, выполняющей роль ядра, обладает высоким производственным, инвестиционным, научно-техническим и экспортным потенциалом.

На ее долю приходится:

- 40% регионального объема промышленного производства;

- более 55% основных фондов организаций;
- более 50% инвестиций в основной капитал;
- 60% объема розничной торговли и предоставляемых населению края услуг.

Включение в состав агломерации районов позволит увеличить долю объемов производства, потребления и основных фондов в среднем на 4%, а инвестиций — на 14%.



Рис. 2. Отраслевая структура Барнаульской агломерации

По всем показателям производственного потенциала агломерация характеризуется значениями выше краевых. За последние четыре года объем производимой продукции в ее пределах увеличился на 35,7%, в то время как в целом по краю — на 27% [3].

В 2018 г. в рамках агломерации появилась территория опережающего развития. Этот статус получил город Новоалтайск. Режим ее функционирования предусматривает льготы инвесторам по уплате налога на имущество и прибыль, сокращение более чем в три раза объема страховых взносов, что позволяет повышать привлекательность для развития бизнеса и способствует реализации инвестиционных проектов. В перспективе действующие преференции будут способствовать увеличению объемов производства и инвестиций в основной капитал в целом по агломерации.

Необходимо отметить, что Барнаульская агломерация обладает значительной сырьевой базой для развития пищевой и перерабатывающей промышленности. Учитывая наличие производственных мощностей по переработке сельскохозяйственного сырья, усиление интеграционных связей с прилегающими районами могло бы повысить эффективность использования имеющихся сырьевых и производственных ресурсов.

Сейчас на долю агломерации приходится 4,7% региональной продукции сельхозпро-

изводства. В случае расширения границ агломерации за счет прилегающих территорий ее доля в краевом объеме существенно возрастет по следующим направлениям: валовый сбор сахарной свеклы — с 1 до 36,7%, валовый сбор зерна — с 2,1 до 9,1%, поголовье свиней — с 1,4 до 17,4%. Доля молочной продукции увеличится в 5 раз [4, 5].

Исходя из этого, очевидно, что расширение границ агломерации позволит существенно усилить собственную сырьевую базу для пищевой промышленности.

Отличные перспективы Барнаульской агломерации и с точки зрения транспортной доступности, так как ее центр — Барнаул является крупным транспортным узлом на магистралях федерального и регионального значения и р. Оби. На территории агломерации Южно-Сибирская железнодорожная магистраль пересекается с линией Новосибирск — Барнаул — Семипалатинск. Отсюда также отходит железнодорожная ветка на город Бийск. Через территорию агломерации проходят две автодороги 1-й категории: федерального значения М-52 «Чуйский тракт» (Новосибирск — Бийск — Ташанта) и Новосибирск — Барнаул.

Учитывая, что в границах агломерации сконцентрирован мощный промышленный узел, здесь же отмечается и максимальная концентрация трудовых ресурсов. По данным статистики, доля

трудоспособного населения Барнаульской агломерации составляет 57,8% от общей численности. Для сравнения, по краю этот показатель ниже —

53,7%. В приближенных районах, за исключением Тальменского, значение данного показателя ниже среднекраевого уровня.

Возрастная структура населения Барнаульской агломерации

№ п/п	Муниципальное образование	Численность населения, тыс. чел.	Доля возрастных групп, %			Средний возраст населения, лет
			младше трудоспособ. возраста	трудоспособ. возраста	старше трудоспособ. возраста	
1	Барнаул	696,4	17,6	58,4	23,9	39,11
2	Новоалтайск	73,4	20,4	54,9	24,5	39,02
3	Первомайский район	54,2	19,6	53,0	27,5	40,45
	Итого	824	18,0	57,8	24,2	
4	Павловский район	40,3	20,1	50,9	29,0	40,63
5	Косихинский район	15,9	21,4	47,8	30,8	41,35
6	Калманский район	12,9	19,4	49,6	31,0	41,96
7	Тальменский район	46,4	20,7	52,2	27,2	39,79
	Итого	115,5	20,4	50,8	28,7	
	ВСЕГО:	939,6	18,3	56,9	24,8	
	Алтайский край	2350,1	19,1	53,7	27,2	40,27

Включение в состав агломерации дополнительных территорий позволит увеличить ее трудовые ресурсы на 12%, почти до 535 тыс. человек. Учитывая существующую тенденцию сокращения доли трудоспособного населения, это частично восполнит ежегодно возрастающую потребность в кадрах.

Необходимо отметить, что хорошее транспортное сообщение позволяет более оптимально использовать трудовые ресурсы. В настоящий момент существенная часть трудоспособного населения агломерации работает на территории городов Барнаула и Новоалтайска. Маятниковая миграция обусловлена не только наличием единого рынка труда, но и возможностью жителей близлежащих территорий повысить уровень и качество своей жизни, проживая в благополучных с экологической точки зрения районах.

Одним из основных показателей, характеризующих уровень жизни, является заработная плата. По итогам 2018 г. размер оплаты труда на крупных и средних предприятиях Барнаула и Новоалтайска перешагнул рубеж в 34 тыс. 700 рублей, в Первомайском районе этот показатель существенно ниже — 23 тыс. 511 рублей. В целом же среднеагломерационная заработная плата на 2 тыс. превышает краевой показатель.

По приближенным районам оплата труда варьируется от 21,5 до 25,8 тыс. рублей, максимум зафиксирован в Павловском районе [4].

Рассматривая динамику с 2015 г., можно говорить об увеличении разрыва между уровнем заработных плат, что способствует повышению интереса жителей близлежащих сельских районов к городским рынкам труда.

Не менее важной составляющей для населения агломерации является возможность самореализации в рамках своей профессии. В этом отношении Барнаул является наиболее перспективным, обеспечивая более широкий выбор вакансий в разных сферах экономической деятельности.

Существенное влияние на качество жизни оказывает также обеспеченность объектами социальной инфраструктуры. В первую очередь, для населения агломерации важно иметь возможность получать профессиональные и качественные, в том числе узкоспециализированные, медицинские услуги в пределах 1,5 часовой транспортной доступности. Обеспечить эту возможность позволяет наличие на территории Барнаула медицинских центров краевого уровня: диагностический центр, краевая клиническая больница, онкологический и противотуберкулезный диспансеры, перинатальный центр «ДАР», а также иные лечебные учреждения широкого профиля и множество частных клиник. Некоторые из перечисленных медицинских учреждений не имеют аналогов в ближайших регионах.

Концентрация в городе организаций здравоохранения способствует повышению уровня обеспеченности врачами и больничными койками. На 10 тыс. человек в Барнауле приходится более 50 врачей и 87 коек. Для сравнения, в Новоалтайске — 27 врачей и 55 коек, в Первомайском районе — почти 26 врачей и 20 коек. Показатели прилегающих районов также существенно отстают от городских, а жители этих территорий в равной степени нуждаются в квалифицированной медицинской помощи. Расширение границ агломерации и дальнейшее

развитие транспортного сообщения позволят выровнять уровень обеспеченности населения медицинскими услугами.

Барнаул обладает существенным потенциалом в сфере образования. Наибольшим спросом жителей агломерации и прилегающих территорий пользуются высшие и профессиональные учебные заведения, в их числе Алтайские государственные классический и технический университеты, ежегодно занимающие высокие места в рейтингах лучших образовательных учреждений России.

В Барнауле и Новоалтайске обеспечивается более высокий уровень материально-технического оснащения организаций общего образования и, как следствие, 85% из них соответствуют современным требованиям. В районах этот показатель находится в границах от 65 до 82%.

В краевой столице выше и уровень доступности образования. Так, обеспеченность детей в возрасте от 1 до 6 лет дошкольными образовательными услугами в Барнауле составляет почти 75%, в Новоалтайске — 56,5%, в районах показатель находится в пределах 45–56%.

В данном случае, учитывая удаленность территорий и необходимость ежедневного посещения образовательных организаций, объединение агломерации с прилегающими районами не даст существенного положительного эффекта, но жители районов будут иметь выбор и смогут при желании повысить качество образования своих детей.

Анализируя сферу культуры, необходимо отметить, что Барнаул является центром культурного притяжения. Здесь расположены театры, музеи, библиотеки, проходят масштабные культурно-массовые мероприятия: Всероссийский фестиваль «Шукшинские дни на Алтае», Молодежный театральный фестиваль им. В. С. Золотухина, ежегодная художественная выставка «Аз. Арт. Сибирь», которые посещают жители всего региона.

Наличие крупнейших торгово-развлекательных центров приводит к концентрации в Барнауле основной доли розничного товарооборота. Только по крупным и средним предприятиям товарооборот на душу населения в Барнауле достигает 120 тыс. рублей, с этим показателем он лидирует в рейтинге крупных сибирских и дальневосточных городов. В среднем по агломерации на человека приходится 110 тыс. рублей.

На своей территории жители потенциальных районов агломерации тратят существенно меньше — от 29 до 38 тыс. на человека.

Таким образом, учитывая результаты анализа экономического потенциала Барнаульской агло-

мерации в существующих и перспективных рамках, можно сделать вывод, что расширение границ:

- позволит увеличить численность населения и приблизиться к числу крупнейших агломераций России, что впоследствии повысит шансы на участие в федеральных агломерационных проектах, а также усилит социальный эффект от их реализации;
- повысит эффективность использования имеющихся сырьевых и производственных ресурсов для последующего увеличения объемов производимой продукции и привлечения дополнительных инвестиций;
- позволит восполнить ежегодно возрастающую потребность в кадрах и за счет создания конкуренции на общем рынке труда повысит средний уровень заработной платы;
- обеспечит более широкий выбор товаров и услуг, а также предоставит возможность культурного времяпрепровождения для жителей отдаленных районов;
- повысит качество жизни населения за счет выравнивания уровня обеспеченности медицинскими и образовательными услугами.

Наряду с этим необходимо сказать, что в полной мере получить положительный эффект от интеграции территорий возможно только при должном развитии транспортной и инженерной инфраструктуры.

Нужно понимать, что вне зависимости от масштаба агломерации для дальнейшего развития и сохранения человеческого капитала существующей инфраструктуры мало, необходимо создавать привлекательную городскую среду, реализовывать масштабные проекты.

В настоящее время в Государственной думе РФ, а также на федеральном уровне в рамках «круглых столов» активно обсуждаются вопросы создания нормативно-правовой базы, определяющей основные понятия и регламентирующей процессы формирования и организации деятельности агломераций. Экспертами в этой области рассматриваются различные формы межмуниципального взаимодействия.

На наш взгляд, оптимальной формой взаимодействия является городской округ. Потому что именно этот формат позволит за счет городов-центров выровнять показатели бюджетной и инфраструктурной обеспеченности по всей территории агломерации, а также сохранит единую организацию городского хозяйства и позволит избежать дополнительных бюджетных расходов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Пространственное развитие: Россию поделили на 12 макрорегионов. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vpk.name/>
2. Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года: Распоряжение Правительства РФ от 13 февраля 2019 г. № 207-р. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.static.government.ru/>
3. Основные показатели работы предприятий Алтайского края в сфере производства промышленной продукции (по муниципальным образованиям). 2017: стат. бюл. / Управление Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай. Барнаул, 2018. 68 с.
4. Основные показатели социально-экономического положения муниципальных районов и городских округов Алтайского края. 2013–2017: стат. сб. / Управление Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай. Барнаул, 2018. 280 с.
5. Основные показатели социально-экономического положения муниципальных районов и городских округов Алтайского края. 2012–2016: стат. сб. / Управление Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай. Барнаул, 2017. 272 с.

REFERENCES

1. Spatial development of Russia was divided into 12 macro-regions. URL: <http://www.vpk.name/>
2. Strategy of spatial development of the Russian Federation for the period up to 2025: Order of the Government of the Russian Federation dated February 13, 2019 № 207-p. URL: <http://www.static.government.ru/>
3. The main indicators of the enterprises of the Altai territory in the production of industrial products (by municipalities). 2017. (2018) *Office of the Federal state statistics service for the Altai Region and the Republic of Altai*. Barnaul, 68 (in Russian).
4. The main indicators of the socio-economic situation of municipal districts and urban districts of the Altai territory. 2013–2017 (2018) *Office of the Federal state statistics service for the Altai territory and the Republic of Altai*. Barnaul, 280 (in Russian).
5. The main indicators of the socio-economic situation of municipal districts and urban districts of the Altai territory. 2012–2016 (2017) *Office of the Federal state statistics service for the Altai territory and the Republic of Altai*. Barnaul, 272 (in Russian).

Поступила в редакцию: 26 апреля 2019 г.
Принята к печати: 16 мая 2019 г.

ПРАКТИКА РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПОВ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЯМИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Д. О. Яровой

Санкт-Петербургский государственный экономический университет (Санкт-Петербург, Россия)

В статье рассмотрены промежуточные итоги реализации программы по совершенствованию принципов корпоративного управления. Проанализированы годовые отчеты публичных компаний Алтайского края на предмет соблюдения принципов Кодекса корпоративного управления. Обобщены проблемы реализации принципов корпоративного управления.

Ключевые слова: кодекс корпоративного управления, публичная компания, органы управления, годовой отчет.

PRACTICE OF IMPLEMENTATION OF PRINCIPLES OF CORPORATE GOVERNANCE OF COMPANIES OF ALTAI REGION

D. O. Yarovoy

St. Petersburg State University of Economics (St. Petersburg, Russia)

The article considers the interim results of the implementation of the program to improve the principles of corporate governance. We analyzed the annual reports of public companies of the Altai Region for compliance with the principles of the Code on Corporate Governance. We also generalize the problems of implementing the principles of corporate governance.

Keywords: code on corporate governance, public company, management, annual report.

В апреле 2017 г. Банком России опубликован обзор практики корпоративного управления в российских публичных обществах, который подводит промежуточный итог работы по внедрению принципов Кодекса корпоративного управления (Кодекс). Банк России в качестве одной из приоритетных задач ставит внедрение наилучших стандартов корпоративного управления, отраженных в Кодексе, в практику российских публичных компаний. Как отмечается во введении к Кодексу, совершенствование корпоративного управления в Российской Федерации — важнейшая мера, необходимая для повышения устойчивости, эффективности деятельности акционерных обществ, увеличения притока инвестиций во все отрасли российской экономики как из источников внутри страны, так и от зарубежных инвесторов [1].

Опираясь на опыт крупных компаний, можно утверждать, что система корпоративного управления является определяющей в обеспечении их инвестиционной привлекательности, способности адаптироваться к глобальным переменам на макро- и микроуровнях, что в конечном итоге влияет на конкурентоспособность бизнеса на национальном и международном рынках и, как следствие, ведет к развитию национальной экономики [2].

По данным сетевого издания «Информационный ресурс СПАРК», выявлено 386 действующих компаний, зарегистрированных в Алтайском крае, чьи активы превышают 10 млн руб. (по состоянию на конец 2015 г.), по организационно-правовой форме относящихся к акционерным обществам (публичные акционерные общества (ПАО) и непубличные акционерные общества (НАО)).

Публичные акционерные общества Алтайского края представлены 114 компаниями. Большинство из них (в дальнейшем ПАО, ОАО) созданы в период до 1996 г., что объясняется переходом от планово-командной экономики к рыночной со всеми вытекающими последствиями, в том числе приватизацией государственной собственности. Другими словами, большинство ОАО того периода не являются вновь созданными предприятиями, а были перерегистрированы из одной организационно-правовой формы в другую под воздействием изменения уклада российской экономики. Дальнейшие периоды характеризуются незначительным количеством вновь образуемых ОАО (ПАО). Схематично динамика регистрации ОАО (ПАО) Алтайского края представлена на рисунке.

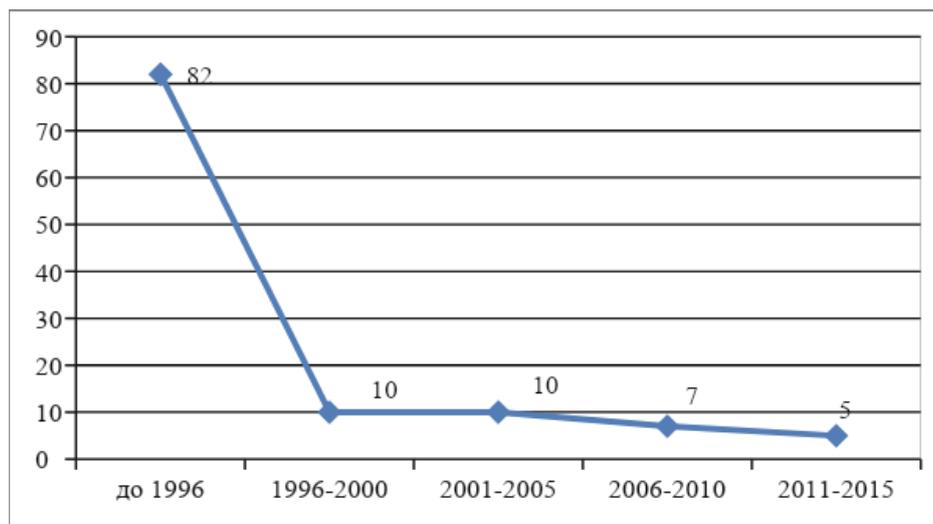
Вместе с тем следует отметить, что в соответствии с информацией, размещенной на портале Центра раскрытия корпоративной информации (<http://www.e-disclosure.ru>), в Алтайском крае действуют только две компании, в названии которых указан статус ПАО — «Красногорский маслосырзавод» и «НК «Роснефть» — Алтайнефтепродукт».

Положения ст. 66.3 Гражданского кодекса РФ выделяют два критерия отнесения общества к ПАО:

- акции и ценные бумаги (конвертируемые в его акции) которого публично размещаются (путем открытой подписки) или публично обращаются на условиях, установленных законами о ценных бумагах;
- АО, включившее в устав и в фирменное наименование указание на то, что общество является публичным [3].

Соответственно, две вышеприведенные компании точно соответствуют второму из критериев ПАО. В отношении остальных акционерных обществ может наблюдаться несоответствие организационно-правовой формы требованиям и критериям, установленных законодательством.

Стоит отметить, что за 2016–2017 гг. в Алтайском крае не было зарегистрировано ни одного ПАО. Данная ситуация может быть связана как с общероссийской негативной экономической конъюнктурой и спадом экономической активности, так и с ужесточением на законодательном уровне требований к публичным акционерным обществам.



Динамика регистрации ОАО (ПАО) Алтайского края

Примечание. Источник: сетевое издание «Информационный ресурс СПАРК»

Кроме того, за 2016–2017 гг. было ликвидировано пять публичных обществ (ОАО), четыре из которых (ОАО «Алтайспиртпром», ОАО «КЖБИ № 1», ОАО «Маслобойный завод», ОАО «РМСЗ») вследствие завершения процедур несостоятельности (банкротства), одна компания — ОАО СХП «Рассвет» — по причине реорганизации в форме присоединения к другому юридическому лицу.

В стратегическом документе Банка России «Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на период 2016–2018 гг.» отмечается важность совершенствования практи-

ки корпоративного управления в российских публичных обществах и приводятся подходы к решению соответствующей задачи. В частности, один из механизмов оценки эффективности корпоративного управления — отражение результатов его совершенствования в годовой отчетности публичных обществ.

17 февраля 2016 г. Банк России опубликовал информационное письмо № ИН-06–52/83. Годовой отчет ПАО теперь должен включать в себя и отчет о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления. В письме содержат-

ся рекомендованная форма отчета о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса, а также разъяс-

нения по ее заполнению и по формированию объяснений причин несоблюдения Кодекса.

Крупнейшие по совокупным активам публичные компании Алтайского края

№	Наименование компании	На конец 2015 г., активы всего, руб.	На конец 2015 г., валовая прибыль, руб.	На конец 2015 г., чистая прибыль (убыток), руб.
1	ОАО «Сибирь-полиметаллы»	10618593000,00	1731590000,00	97814000,00
2	ОАО «Бийский Ххп»	10327253000,00	15070000,00	-22000,00
3	ОАО «Алтай-кокс»	9111871000,00	8904098000,00	4908281000,00
4	ОАО «Черемновский сахарный завод»	4726710000,00	1653209000,00	1224040000,00
5	ОАО «Сибэнергомаш»	3955201000,00	-60815000,00	-221248000,00
6	ОАО «Кучуксульфат»	3944857000,00	4124304000,00	1010042000,00
7	СПП ОАО «Стройгаз»	3163602000,00	24435000,00	11211000,00
8	ОАО «БПЗ»	2290451000,00	702660000,00	58957000,00
9	ПАО «НК «Роснефть» — Алтайнефтепродукт»	2085287000,00	817275000,00	-217230000,00
10	ОАО ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь»	1570786000,00	-32100000,00	-40829000,00

Примечание. Источник: сетевое издание «Информационный ресурс СПАРК».

Приверженность принципу прозрачности бизнеса имеет прямое отношение к привлечению инвестиционных ресурсов в капиталы компаний [4, с. 35; 5, с. 57; 6].

На основании информации, раскрытой в годовых отчетах публичных компаний Алтайского края, рассмотрим эффективность корпоративного управления алтайских компаний.

Крупнейшая компания Алтайского края по совокупным активам среди публичных компаний (ОАО) и вторая среди всех акционерных обществ (на первом месте — ЗАО «Эвалар») — ОАО «Сибирь-полиметаллы» в своем годовом отчете, утвержденном общим собранием акционеров 20 апреля 2017 г., довольно кратко отражает результаты корпоративной управления. Так, отмечается, что общество стремится следовать принципам и рекомендациям, заложенным в Кодексе. Корпоративные конфликты, связанные с ненадлежащим исполнением обществом рекомендаций Кодекса в 2016 г., отсутствовали. В качестве одной из мер, направленных на повышение эффективности корпоративного управления, компания в 2016 г. создала ревизионную комиссию. Практическая польза такого решения весьма сомнительна, дорожная карта Правительства Российской Федерации «Совершенствование корпоративного управления», утвержденная Распоряжением Правительства Российской Федерации от 25 июня 2016 г. № 1315-р, вводит правило, согласно которому функции ревизионной комиссии АО целесообразно передать внутреннему аудиту.

ПАО «НК «Роснефть» — Алтайнефтепродукт» в годовом отчете отмечает, что обществом

не утвержден Кодекс корпоративного управления, но компания руководствуется его рекомендациями. Общество гарантирует равное и справедливое отношение ко всем акционерам при реализации ими права на участие в управлении обществом (п. 1.1 главы I Кодекса), расшифровка соблюдения принципов данной главы отсутствует. Также обществом соблюдаются принципы, заложенные в главах II, VI, VII Кодекса. Подробное раскрытие осуществляемых мероприятий по соблюдению этих принципов также не представлено. В годовом отчете не отражена и информация, касающаяся корпоративного секретаря общества (глава III Кодекса) и системы вознаграждения членов совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества (глава IV Кодекса). Информация о намерениях по принятию мер, направленных на приведение практики корпоративного управления в соответствие принципам главы III, IV Кодекса в отчете опять же не отражена.

Являясь дочерней компанией ПАО «НК «Роснефть», общество должно изучить практику корпоративного управления ПАО «НК «Роснефть», которое, согласно исследованию Национальной ассоциации корпоративных директоров (НАКД), вошло в топ-10 компаний в этой области.

ОАО «Антипинское», ОАО «Алтайский Химпром» имеют схожую структуру представления информации в годовых отчетах. В разделе «сведения о соблюдении обществом Кодекса корпоративного управления» отражено, что деятельность общества осуществляется с соблюдением требований, установленных главами II–X Кодекса.

По ряду компаний, в частности ПАО «Красногорский маслосырзавод», ОАО «Бийский комбинат хлебопродуктов», ОАО «Алтай-кокс», СПП ОАО «Стройгаз» и др., не удалось найти в открытом доступе информацию о годовых отчетах, соответственно, оценить эффективность реализации принципов корпоративного управления не представляется возможным.

Изучив практику корпоративного управления компаний Алтайского края, можно констатировать, что уровень реализации рекомендаций, заложенных в Кодексе корпоративного управления, достаточно низок. Большинство компаний подходят формально к отражению в годовых отчетах информации о соблюдении и реализации принципов корпоративного управления, ограничиваясь лишь информацией о соблюдении того или иного положения. Таким образом, нарушая заложенный в Кодексе принцип «соблюдай или объясняй», компаниям в случае, если они не соблюдают либо частично соблюдают какой-либо из принципов Кодекса, следует излагать причины несоблюдения соответствующего принципа. Такие объяснения являются важной составной частью Отчета о соблюдении принципов Кодекса, поскольку предоставляют возможность всем заинтересованным лицам оценить с учетом конкретных обстоятельств, приведенных обществом, обоснованность отклонения системы корпоративного управления, принятой в обществе, от лучших практик, обобщенных в Кодексе. Кроме того, можно отметить достаточно низкий уровень информационной прозрачности российских компаний (в частности, отсутствие отчетности в публичном доступе), что чрезвычайно затрудняет применение инструментария результативного управления и делает

крайне затруднительным процесс привлечения инвестиций, необходимых для внедрения различных инноваций [7].

Будучи одним из инструментов по повышению инвестиционной привлекательности и, как следствие, конкурентоспособности компании, корпоративное управление современной компании должно, прежде всего, по нашему мнению, опираться на следующие принципы:

- эффективное взаимодействие между акционерами (бенефициарами) общества, органами управления и структурными подразделениями;
- прозрачность деятельности общества, его органов управления и контроля;
- обеспечение раскрытия информации в соответствии с положениями законодательства РФ;
- апробирование новых подходов и практик по совершенствованию корпоративного управления.

Таким образом, публичные компании Алтайского края в целом осведомлены о принципах и требованиях Кодекса корпоративного управления, но должного уровня понимания значения следования им для собственной репутации и инвестиционной привлекательности пока не сложилось. Урегулирование этой проблемы в практике корпоративного управления алтайских АО — один из возможных драйверов роста экономики края. На решении вопросов использования лучших практик корпоративного управления в бизнес-среде должно быть сосредоточено внимание научного сообщества, общественных предпринимательских объединений (Союз промышленников и предпринимателей), консалтинговых и аудиторских компаний.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Обзор практики корпоративного управления в российских публичных обществах. Банк России, апрель 2017. [Электронный ресурс]. URL: http://www.cbr.ru/statichitml/file/14233/review_17042017.pdf.
2. Яровой Д. О., Растова Ю. И. Корпоративное управление: актуальные исследовательские программы // Экономика и предпринимательство. 2017. № 7 (84). С. 495–499.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 23.05.2016). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc>.
4. Батаева Б. С. Корпоративное управление, корпоративная прозрачность и корпоративная ответственность // Управленческие науки в современном мире: Сборник докладов научной конференции: в 2 т. СПб.: ИД Реальная экономика, 2015. Т. 1. С. 35–39.
5. Растова Ю. И. Корпоративное управление: методические императивы совершенствования. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. 113 с.
6. Стейфутина А. М., Батаева Б. С. Влияние нефинансовой отчетности и открытости на репутацию компании // Современные корпоративные стратегии и технологии в России: сборник научных статей: Ч. 1. М., 2016. С. 157–160.
7. Милехина О. В., Адова И. Б. О методических подходах к исследованию феномена успешности публичных компаний в России // Траектории реформирования российской экономики. Т. 1: материалы

Международ. экономического симпозиума, посвященного 50-летию экономического факультета ТГУ (Томск, 16–22 окт. 2013 г.). Томск: Изд. дом Том. гос. ун-та, 2014. С. 352–353.

8. Информационный ресурс СПАРК. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.spark-interfax.ru>.

REFERENCES

1. Review of corporate governance practices in Russian public societies. Bank of Russia, April 2017. URL: http://www.cbr.ru/statichhtml/file/14233/review_17042017.pdf.

2. Yarovoy D. O. & Rastova Y. I. (2017) Corporate Governance: Current Research Programs. *Economy and Entrepreneurship*, 7 (84), 495–499 (in Russian).

3. The Civil Code of the Russian Federation (part 2) of January 26, 1996 No. 14-FZ (as amended on May 23, 2016). URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc>.

4. Bataeva, B. S. (2015) Corporate Governance, Corporate Transparency and Corporate Responsibility. *Management Sciences in the Modern World: Proceedings of the scientific conference*. St. Petersburg, vol. 1, 35–39.

5. Rastova Y. I. (2016) Corporate governance: methodological imperatives of improvement. St. Petersburg, 113.

6. Steifutin, A. M. & Batayeva, B. S. (2016) Impact of non-financial reporting and openness on the company's reputation. *Modern corporate strategies and technologies in Russia: Collection of scientific articles: Part 1*. Moscow, 157–160.

7. Milekhina, O. V. & Adova, I. B. (2014) On the methodological approaches to the study of the phenomenon of the success of public companies in Russia. *Trajectories of reforming the Russian economy*. Vol. 1: Proceedings of the International economic symposium dedicated to the 50th anniversary of the economic faculty of the TSU (Tomsk, October 16–22, 2013). Tomsk, 352–353.

8. Information resource SPARK. URL: <http://www.spark-interfax.ru>.

Поступила в редакцию: 11 декабря 2018 г.

Принята к печати: 15 апреля 2019 г.

НАШИ АВТОРЫ

OUR AUTHORS

Адушкина Анна Сергеевна, магистрант Международного института экономики, менеджмента и информационных систем Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: ann.adushkina22@mail.ru.

Беляев Виктор Иванович, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики предпринимательства и маркетинга Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: belyaevvi@mail.ru.

Березуцкая Людмила Александровна, магистрант Международного института экономики, менеджмента и информационных систем Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: berezutskaya.2827m@stud.asu.ru.

Величко Ольга Владимировна, главный специалист отдела трансфера и коммерциализации технологий Министерства экономического развития Алтайского края (Барнаул, Россия), e-mail: olga.velichko19@yandex.ru.

Воробьев Сергей Петрович, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: servsp@mail.ru. ORCID ID 0000-0001-8504-7622.

Воробьева Виктория Владимировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: vvtoria@mail.ru.

Доценко Данила Александрович, бакалавр Международного института экономики, менеджмента и информационных систем Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: x-danila-docenko-x@bk.ru.

Дубина Игорь Николаевич, доктор экономических наук, профессор кафедры применения математических методов в экономике и планировании Новосибирского национального исследовательского государственного университета (Новосибирск, Россия), профессор кафедры международной экономики, математических методов и бизнес-информатики Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: igor_dubina@yahoo.com. ORCID ID: 0000-0002-6241-0932.

Каплинская Ирина Евгеньевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: kaplinskaya57@mail.ru. ORCID ID 0000-0002-1805-3392.

Капустян Лариса Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры региональной экономики и управления Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: s.kapustyan@mail.ru.

Ковалева Ирина Валериевна, доктор экономических наук, профессор кафедры управления производством и агробизнеса Алтайского государственного аграрного университета (Барнаул, Россия), e-mail: irakovaleva20051@rambler.ru.

Краснова Марина Васильевна, кандидат технических наук, доцент кафедры информационных систем в экономике Алтайского государственного технического университета им. И.И. Ползунова (Барнаул, Россия), e-mail: tutinamv@mail.ru.

Крышка Виктор Иванович, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: kryshka@mail.ru. ORCID ID: 0000-0002-3817-9662.

Кундиус Валентина Александровна, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики, статистики и анализа Алтайского государственного аграрного университета (Барнаул, Россия), e-mail: kundiusv@mail.ru

Мищенко Ольга Артемьевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: olgaart-a@mail.ru.

Патудин Виктор Михайлович, кандидат физико-математических наук, директор ассоциации СРО «Союз ЖКО Алтайского края» (Барнаул, Россия), e-mail: system-m-pvm@yandex.ru.

Привалов Василий Иванович, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: privalov-vi@mail.ru.

Родионова Людмила Васильевна, кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Института экономики и организации промышленного производства СО РАН (Барнаул, Россия), e-mail: lvrieie@mail.ru. ORCID ID: 0000-0003-2343-2466.

Сабына Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры региональной экономики и управления Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: sabynaen@mail.ru.

Сергиенко Алие Мустафаевна, доктор социологических наук, ведущий научный сотрудник Института экономики и организации промышленного производства СО РАН (Новосибирск, Россия), профессор кафедры психологии и социологии управления Алтайского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Барнаул, Россия), e-mail: a. m.sergienko@mail.ru. ORCID ID: 0000-0002-8615-7329.

Солопова Наталья Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: natasha.solopova@yandex.ru.

Стерлягов Сергей Петрович, кандидат технических наук, доцент кафедры прикладной информатики в экономике, государственном и муниципальном управлении Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: serg@ab.ru. ORCID ID 0000-0002-2334-1559.

Стрижкина Валентина Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры региональной экономики и управления Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: strizhkina_iv@mail.ru.

Стрижкина Ирина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры региональной экономики и управления Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: strizhkina_iv@mail.ru.

Троцкий Александр Яковлевич, доктор социологических наук, заведующий лабораторией Института экономики и организации промышленного производства СО РАН (Новосибирск, Россия), заведующий кафедрой экономической теории Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: trotskovskiy@dc.asu.ru. ORCID ID: 0000-0002-3233-8570.

Трошкина Галина Николаевна, кандидат технических наук, доцент кафедры прикладной информатики в экономике, государственном и муниципальном управлении Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: g_troshkina@mail.ru.

Химочка Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук, доцент кафедры региональной экономики и управления Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: himochcka2018@yandex.ru

Цомаева Ирина Владимировна, доктор экономических наук, заместитель директора по экономике АО «Алтайский приборостроительный завод «Ротор»» (Барнаул, Россия), e-mail: tsomaeva-iv@apzrotor.ru.

Шугова Нина Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: ninaansh@rambler.ru.

Юдинцев Алексей Юрьевич, кандидат физико-математических наук, доцент кафедры прикладной информатики в экономике, государственном и муниципальном управлении Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия), e-mail: a_yudintsev@mail.ru.

Яровой Денис Олегович, аспирант кафедры менеджмента и инноваций Санкт-Петербургского государственного экономического университета, (Санкт-Петербург, Россия), e-mail: 9119687@gmail.com.

ПРАВИЛА ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СТАТЕЙ В НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ЭКОНОМИКА. ПРОФЕССИЯ. БИЗНЕС»

ARTICLE SUBMISSION GUIDELINES FOR “ECONOMICS. PROFESSION. BUSINESS”

Статья представляется в электронном варианте по адресу ef@asu.ru:

- название файла по фамилии автора или первого из авторов;
- используется одна из последних версий текстового редактора WORD;
- объем публикации не должен превышать 20 000 знаков (0,5 п. л.), включая список литературы, сведения об авторах и иллюстрации; для кандидатов и докторов наук объем публикаций не должен превышать 40 000 знаков (1,0 п. л.). Минимальный объем статьи составляет 12 000 знаков (0,3 п. л.);
- публикации принимаются на русском и английском языках;

1. Структура статьи:

- индекс УДК, который проставляется в левом верхнем углу первой страницы рукописи;
- инициалы и фамилия автора, место работы автора (с указанием города и страны) на русском языке (например, И. И. Иванов, Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия));
- название статьи, аннотация на русском языке (объем аннотации от 1000 до 1600 знаков без пробелов, слово «Аннотация» не используется), ключевые слова к публикации на русском языке (от 5 до 10 слов);
- инициалы и фамилия автора, место работы автора (с указанием города и страны) на английском языке (например, I. I. Ivanov, Altai State University (Barnaul, Russia));
- название статьи, аннотация на английском языке (объем аннотации от 1000 до 1600 знаков без пробелов, слово «Abstract» не используется), ключевые слова к публикации на английском языке (Keywords, от 5 до 10 слов);
- собственно текст статьи;
- библиографический список;
- таблицы с заголовками;
- рисунки с подписями;
- сведения об авторах (фамилия, имя, отчество, ученая степень и звание, должность, место работы, телефон для связи), адрес с указанием почтового индекса, электронный адрес (e-mail) и ORCIDID (при наличии).

2. Для основных текстов на английском языке сначала указываются инициалы и фамилия автора, название статьи, аннотация, ключевые слова к публикации на английском языке, затем все то же самое на русском языке.

3. По содержанию в тексте должны присутствовать:

- вводная часть (введение), содержащая обзор современных публикаций по данной тематике, в том числе зарубежных авторов, и четко формулирующая актуальность и цель работы;
- описание методов и методик проводимого исследования;
- полученные результаты и их обсуждение;
- заключительная часть (заключение) с выводами по работе.

4. Требования к тексту, представленному в WORD:

- формат А4 (21x30 см);
 - используемые версии текстового редактора — MSWord 2003 и выше (таблицы и рисунки — MSWord, MSExcel, CorelDraw 12, 13);
-

- интервал между строками — 1,5;
- шрифт — гарнитура Times New Roman;
- размер шрифта — 14 кегль;
- все поля по 2 см;
- текст неформатированный;
- текст должен быть разбит на абзацы, абзацный отступ 1,25 см;
- без переносов;
- возможно выделение текста шрифтами (жирный, курсив);
- возможно употребление спецсимволов (% и др.).

5. Библиографический список кириллицей оформляется следующим образом:

а) статьи в периодических изданиях:

Ермолина Л. Т. Откуда у парня афганская грусть? // Алтайская правда. 2001. № 2. С. 2–5.

б) монографии, учебники и учебные пособия:

Антонян Ю. М. Преступность в федеральных округах России: монография. М.: Статут, 2012. С. 117;

в) сборники статей и труды конференций:

Горшков В. Г. О некоторых подходах к решению экономических и организационных проблем промышленных предприятий: монография. Барнаул: Издательство Алтайского университета, 2004. 168 с.;

г) электронные источники:

Гужвенко Ю. Н. В Алтайском крае активно действует казахская диаспора. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ferghana.ru/article.php?id=5196/> (дата обращения: 05.10.2018).

Гиперссылку необходимо всегда заканчивать знаком «/».

Ссылки на цитируемую литературу даются в тексте цифрами в квадратных скобках, здесь же указываются цитируемые страницы: [1, с. 15; 2, с. 45]. Сам список литературы под заголовком «Библиографический список» приводится после основного текста в порядке цитирования (один пункт списка — одно наименование). Один и тот же источник в библиографическом списке указывается один раз, в тексте статьи при повторной ссылке указывается в квадратных скобках номер, который использовался первый раз.

При оформлении списка литературы латиницей учитывать порядок библиографического списка на русском языке. Список литературы латиницей оформлять под заголовком «References».

6. Требования к рисункам (схемам, графикам, диаграммам) и таблицам:

- рисунки должны иметь подписи;
- таблицы должны иметь заголовки;
- сокращения должны быть объяснены;
- сканированные изображения не принимаются;
- размер шрифта в рисунках и таблицах — не менее 10 кегля;
- не допускается использование заливки, цвет контуров — черный.

7. Редакция оставляет за собой право вносить редакторскую правку (в том числе изменять заголовки и сокращать тексты) без согласования с авторами и отклонять статьи в случае получения на них отрицательной экспертной оценки. При соответствующей доработке статья может быть опубликована. Отклоненные редколлегией журнала статьи авторам не возвращаются.

ЭКОНОМИКА. ПРОФЕССИЯ. БИЗНЕС

2019. № 2

Журнал зарегистрирован
в Управлении Федеральной службы по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций
по Алтайскому краю и Республике Алтай
(Управление Роскомнадзора по Алтайскому краю и Республике Алтай).
Свидетельство о регистрации ПИ №ТУ22-00576 от 20 ноября 2015 г.

Литературный редактор *С. И. Тесленко*

Подготовка оригинал-макета *О. В. Майер*

Свободная цена

Подписано в печать 07.06.2019.
Формат 60×84/8. Бумага офсетная.
Усл.-печ. л. 12,5. Тираж 500 экз. Заказ 309.

Типография Алтайского государственного университета
656099 Барнаул, ул. Димитрова, 66